

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная
журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е. Г. Иващенко

« 21 » 06 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Формирование медиаобраза США в интернет-СМИ «Российская газета»

Исполнитель
студент группы 790-об

 17.06.2021

Ж.А. Гостевская

Руководитель
доцент, канд. филол. наук

 18.06.2021

Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль

 18.06.2021

А. Г. Сайфулина

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФБГОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

И Е.Г. Иващенко

подпись

« 04 » 09 2020 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Госиевскую
Натку Александровну

1. Тема выпускной квалификационной работы: Формирование медиаобраза
США в интернет - СМИ «Российская газета»
(утверждена приказом от 24.05.21 № 1008/42)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17.06.2021

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): Глава 1. Методы формирования медиаобраза
содержащего (медийный аспект) Глава 2. Методы формирования

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 07.09.2020

Руководитель выпускной квалификационной работы: Иващенко Елена
Геннадьевна, канд. филол. наук, доцент
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): Госиевская Н.А. И 07.09.2020
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 55 с., 92 источников.

МЕДИАОБРАЗ, МЕДИАОБРАЗ ГОСУДАРСТВА, ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА, МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ, МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ, ПРОПАГАНДА

В работе исследована специфика формирования медиаобраза государства на примере интернет-СМИ «Российская газета».

Цель работы – выявление способов формирования медиаобраза США на примере интернет-издания «Российская газета».

На сегодняшний день исследование медиаобраза является необходимым, поскольку в современном мире медиаобраз государства играет значительную роль при его позиционировании на международной арене. Средства массовой информации играют ключевую роль в формировании медиаобраза того или иного государства, в зависимости от специфики издания оно может формировать у аудитории определенный образ.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Методы формирования медиаобраза государства	7
1.1 Медиаобраз, образ и имидж как терминологические категории	7
1.2 Методы формирования медиаобраза государства, манипулятивные приемы в СМИ	11
2 Методы формирования образа США на примере интернет-СМИ «Российская газета»	28
2.1 Интернет-СМИ «Российская газета»: общая характеристика	28
2.2 Методы формирования образа США на примере интернет-СМИ «Российская газета».	31
Библиографические ссылки	44

ВВЕДЕНИЕ

Восприятие аудиторией политических решений государства, его внутренняя и внешняя политика во многом зависят от средств массовой коммуникации, к которым относятся и СМИ, принимающие непосредственное участие в формировании и распространении на аудиторию медиаобраза страны. Поддержание позитивного или негативного образа другого государства в СМИ может повлиять на отношения с ним, в частности на развитие таких отраслей, как экономика, экспорт, туризм, контакты в области культуры, может отразиться на принятии политических решений, сказаться на дальнейшем формировании медиаобраза в литературе, кинематографе и других отложенных источниках информации.

Актуальность данного исследования связана с тем, что с развитием информационных технологий СМИ способны влиять на восприятие того или иного объекта своей аудиторией, формируя определенный медиаобраз объекта. Медиаобраз США вероятно противоречивая и в то же время существенная составляющая российской общественно-политической повестки, который формируется определенными методами, используемыми журналистами.

Целью данного исследования является выявление методов формирования медиаобраза США на примере интернет-СМИ «Российская газета».

Для достижения цели необходимо выполнить **ряд задач**:

- изучить понятия «медиаобраз», «образ» и «имидж», их взаимосвязь;
- выявить методы формирования медиаобраза государства;
- рассмотреть и проанализировать интернет-СМИ «Российская газета»;
- выявить методы формирования медиаобраза США, характерные для интернет-издания «Российская газета».

Объектом исследования являются специфика медиаобраза, формируемого в СМИ.

Предметом исследования являются способы формирования медиаобраза США в интернет-СМИ «Российская газета».

В работе были использованы следующие **методы исследования**:

- анализ литературы по рассматриваемой проблеме;
- контент-анализ материалов за апрель 2021.

Научная новизна состоит в том, что в работе впервые рассмотрены различные методы формирования медиаобраза США в интернет-СМИ «Российская газета».

Теоретическая значимость выполненной работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы при дальнейшем изучении способов формирования медиаобраза государства, создания его медиаобраза.

Практическая значимость данной работы состоит в том, что полученная из исследования информация может использоваться в рамках изучения курса «Медиаобраз страны в СМИ».

Степень научной разработанности проблемы: в научной среде есть немало работ, посвященных определению «медиаобраза», его отличию от «имиджа». Мы рассмотрели работы таких специалистов, как Т. Н. Галинская, А. В. Марущак, Г. Е. Малышева, Н. А. Гриднев, Л. В. Хочунская, Е. Б. Шестопап. Методы формирования медиаобраза исследовали такие авторы, как И. В. Сиворская, В. В. Барабаш, Э. А. Галумов, М. Р. Желтухина и Л. Л. Зеленская. Также мы обратились к исследованиям на тему «пропаганды» и «манипулятивных приемов» и рассмотрели работы таких авторов, как С. Г. Карра-Мурза, Е. Л. Доценко, А. С. Астаркин, В. Д. Соловей.

1 МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА ГОСУДАРСТВА

1.1 Медиаобраз, образ и имидж как терминологические категории

Исследователи пишут, что термин «медиаобраз» еще находится в стадии формирования, поэтому в научных работах иногда встречаются противоречивые трактовки. Затрудняет анализ тот факт, что термин включен в разные терминосистемы¹. Термин не включен в словник словаря-справочника по медиалингвистике 2018 года под авторством Л. Р. Дускаевой.

Термин «медиаобраз» является составным, и включает в себя две части: «медиа» – это «технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом и объектом»² и «образ» – «вид, облик, живое, наглядное представление о ком-либо или чём»³.

Самое же понятие «медиаобраз» трактуется по-разному. Так, например, Т. Н. Галинская рассматривает «медиаобраз» в двух смыслах: узком и широком. В широком понимании определения «медиаобраз» это такой образ реальности, который формируется во всех публикациях и текстах, созданных в медиaprостранстве, причем, не только профессиональными журналистами, но и блогерами. В узком понимании «медиаобраз» представляет особые фрагменты реальности, которые описываются в текстах, написанных только профессиональными журналистами. Информация в этих текстах и то, как они поданы является отображением их личного взгляда на жизнь, их политические убеждения и моральные ценности, которых они придерживаются⁴. Марущак А. В. определяет медиаобраз как «совокупность эмоциональных и рациональных

¹ Драчева Ю. И. Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах // Вестник Череповецкого гос. ун-та: М., 2019. №2. С. 134-144.

² Федоров А. В. Медиа // Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности: Таганрог, 2010. С. 64.

³ Ожегов С. И. Образ // Толковый словарь русского языка: М., 2018. С. 304.

⁴ Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ: М., 2013. №11. С. 91-93.

представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ»⁵. Это определение мы и будем использовать в своем исследовании.

Г. Е. Малышева и Н. А. Гриднев определяют медиаобраз как репрезентированный в медиатекстах фрагмент информационной картины мира, это «относительно устойчивая, непрерывно развивающаяся виртуальная модель того или иного объекта или явления действительности, конструируемая СМИ, которая как отражает, так и формирует знания и представления адресата»⁶.

Важность медиаобраза отмечает И. А. Балалуева в своей работе «Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоуправления в информационном обществе». Автор пишет, что медиаобраз, создаваемый в средствах массовой коммуникации, может быть важнее реального содержания информации⁷. Исследователь О. Ф. Русакова также упоминает еще одну функцию, такую, как управление сознанием: «Массовое сознание нередко доверяет медиаобразам больше, чем письменным текстам и устным речам»⁸.

При создании медиаобраза журналист пользуется своими собственными представлениями о значимости события, придает ему эмоциональную окраску. В процессе создания медиаобраза, журналист руководствуется определенными установками, сознательными и неосознаваемыми. Сознательные установки выражаются в его понимании механизмов влияния на массовое сознание. Определенные сознательные цели складываются в сознании журналиста под влиянием его собственной гражданской позиции и политических убеждений, так как если он желает привлечь внимание к определенному объекту, он вынужден преподнести его аудитории выгодной ему точки зрения⁹. А созданный им медиаобраз выполняет функцию оправления обществом, используя СМИ как канал передачи определенных образов. Сознательные цели

⁵ Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник: Барнаул, 2012. С. 93-96.

⁶ Малышева Е. Г., Гриднев Н. А. Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) // Научный диалог. Екатеринбург, 2016. С. 134-144.

⁷ Балалуева И. А. Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоуправления в информационном обществе // Право и управление. XXI век: М., 2014. №4. С. 86-91.

⁸ Русакова О. Ф. Медиадискурс как инструмент конструирования политической реальности // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин: Белгород, 2013. С. 95-99.

⁹ Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоуправления в информационном обществе. 2014. С. 86-91.

в сознании медиаобраза формируются несколькими предпосылками: личностными ценностями автора журналистского произведения, его бизнес-моделью а так же политикой издания.

Как пишет Л. В. Хочунская, медиаобраз выступает сразу в трех ипостасях: первый, это мир, видимый и интерпретируемый автором журналистского произведения. Второй это текст, который размещается в газетах, печатных изданиях, показывается в эфире на телевизоре или прокручивается в радиоэфире. Третий это тот, который воспринят и проанализирован адресатом в зависимости от его собственных психологических, интеллектуальных, возрастных и прочих особенностей¹⁰. Исследователь политических образов Е. Б. Шестопап высказывает свою точку зрения на различие определений «имидж» и «образ». Под образом понимается отражение лидера (государства, партии, организации и т. д.) в сознании аудитории. А под понятием «имидж» имеется в виду специально сконструированное отражение личности политика. Таким образом, из ее суждения следует, что специально формируемый образ и есть имидж¹¹. Похожее определение дает и А. А. Гравер, называя имидж «образом, на который пытаются воздействовать с целью изменения»¹².

Ведущие СМИ ставят перед собой цель не только проинформировать население, но и сформировать общественное мнение, в этой связи политический дискурс интегрируется в медиадискурс. Термин «четвертая власть», относящийся ко СМИ, в полной мере подчеркивает влияние на общество¹³.

Доступность использования интернета и персональных компьютеров открыла для СМИ новые возможности для реализации политики мягкой силы, о которой пишет Н. А. Никифорова. Политика мягкой силы, в терминологии

¹⁰ Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. №2. С. 91-95.

¹¹ Шестопап Е. Б. Образы государств, наций и лидеров: М., 2008. С. 288.

¹² Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2012. №3. С. 29-45.

¹³ Сулейманов Э. А. Отражение политической реальности в СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал, 2017. № 3. С. 51-59.

чаще употребляется как «softpower», заключается в «создании привлекательной власти, побуждающей людей добровольно менять свою точку зрения или делать что-либо, чего без воздействия этой «мягкой силы» они не делали бы»¹⁴.

Среди исследователей имеется точка зрения, что медиаобраз является способом или инструментом конструирования имиджа¹⁵.

Определений слова «имидж» много, и зависят они от области, в которой работает исследователь, дающий определение, одного устоявшегося нет. В «Словаре иностранных слов» И. А. Васюковой, термин имидж трактуется как «целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т. п.»¹⁶.

Если говорить конкретно об имидже государства, то Э. А. Галумов пишет, что это «комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, в которые входят экономические, географические, национальные, культурные, демографические и т.д. Это и есть база, определяющая, какую репутацию приобретает государство в сознании мировой общественности в результате тех или иных действий ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром»¹⁷.

Под внешнеполитическим имиджем государства С. Ш. Анисимова понимает «искусственно создаваемое политико-психологическое представление государства на международной арене».¹⁸ Помимо действий СМИ в образ автор включает дипломатию, языковую политику, распространение национальной культуры.

¹⁴ Най Д. С. Мягкая сила и американо-европейские отношения // Свободная мысль – XXI, 2004. № 10. С. 33-41.

¹⁵ Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах // Вестник Череповецкого гос. ун-та: М., 2019. №2. С. 134-144.

¹⁶ Васюкова И. А. Имидж // Словарь иностранных слов: М., 2006. С. 216.

¹⁷ Галумов Э. А. Имидж против имиджа: М., 2005. С. 551.

¹⁸ Анисимова С. Ш. Внешнеполитический имидж государства как атрибут современных международных отношений // Sciences of Europe: Прага, 2021. С. 42-45.

Таким образом, медиаобраз близок к понятию «имидж» - специально конструируемое восприятие у аудитории. Различие состоит лишь в том, что СМИ не единственная площадка для создания определенного имиджа.

1.2 Методы формирования медиаобраза государства, манипулятивные приемы в СМИ

Рассмотрим изучаемые исследователями методы формирования медиаобраза государства в научной литературе.

Упоминание в СМИ негативной и позитивной информации, особенно сенсационного характера, служит базой для создания устойчивых стереотипов, оказывающие влияние на формирование образа страны и на политику СМИ¹⁹.

Как один из главных принципов создания медиаобраза В. Г. Романов и Н. П. Романова выделяют информирование, освещение каких-либо событий в СМИ²⁰.

К тому же, авторы Е. Г. Малышева и Н. А. Гриднев упоминают, что степень заметности негативных и позитивных новостей, их медиаиндекс, гораздо выше, чем у нейтральных новостей²¹. Также это утверждают исследователи М. В. Терских и Е. Д. Маленова в своей работе «Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование»²². В тексте сказано, что резонансные события оказывают главное влияние на медиаобраз, в первую очередь «отрицательные события». Однако они должны быть уравновешены нейтральными и позитивными составляющими медиаобраза, иначе он будет формироваться как негативный.

Несомненно, на медиаобраз государства влияют так же действия первых лиц государства, и то, как это отображается и подается аудитории в СМИ. Медиаобраз политического лидера как важную часть медиаобраза государства

¹⁹ Ахтанова Ш. Ж. Роль СМИ в формировании образа России // Magyar Tudomány Journal: Киев. 2020. С. 11-14.

²⁰ Романов В. Г., Романова Н. П. Новостные заголовки региональных интернет-изданий как средство формирования медийного образа Забайкальского края // Вестник Забайкальского гос. ун-та.: Чита. 2019. С. 52-71.

²¹ Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске). 2016. С. 134-144.

²² Терских М. В., Маленова Е. Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование: Омск, 2015. С. 160.

отмечает В. А. Уракова, утверждая, что Образ действий лидера оказывает наиболее сильное влияние на сознание людей, особенно в ситуациях террористических конфликтов, военных действий и природных бедствий²³.

Исследователь И. В. Сиворская пишет, что медиаобраз страны конструируется из следующих элементов, освещаемых в СМИ²⁴:

- политика страны: описания действий и характеристик политических руководителей, репутация действующего правительства, дипломатические решения, удачные и неудачные решения с точки зрения военной стратегии и т.д.;

- экономика: финансовый достаток и мощь государства, ВВП и его особенности, характеристика, качества и т.д.;

- социальная сфера: стабильность и безопасность населения, проживающего в этом государстве, самосознание населения, характер, привычки и особенности этого населения и т.д.;

- культура: характеристика достижений науки, культуры, уровень образования в этом государстве, культурное наследие, традиционные обычаи, ценности и т.д.;

- география: географическая среда этого государства, количественные характеристики с точки зрения природных ресурсов, и т.д.

Упоминание сложившейся ситуации в этих сферах способно помочь читателю или зрителю построить определенный образ об упоминаемом государстве.

Автор Э. А. Галумов выделил следующий список методов формирования медиаобраза государства²⁵:

- позиционирование: формирование в текстах благоприятной для государства с информационной среды;

- манипулирование: переключение внимания на другой объект;

²³ Уракова В. А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера // Вестник экономики, права и социологии: Казань, 2016. №3. С. 181-184.

²⁴ Сидорская И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики: Псков, 2015. С. 64-84.

²⁵ Имидж против имиджа. 2005. С. 551.

- мифологизация: использование мифов для формирования определенного медиаобраза;

- эмоционализация: использование «эмоционального языка» для подачи информации;

- вербализация: детализация и акцентирование информации.

В. Барабаш в своей работе «Образы России в мире» делит все методы создания медиаобраза на две группы: «вербальные (номинация различных объектов, явлений, процессов) и невербальные (использование только текста, сочетание текста с фотографиями или рисунками, применение схем, графиков, карикатур, определенной цветовой гаммы, выбор размера и гарнитура шрифта)»²⁶.

О важности коннотации и семантики «хороший/плохой» пишет В. Н. Суздальцева, упоминая, что оценочные представления закладываются в фактическую информацию, сообщаемую в текстах²⁷.

Среди способов, которыми пользуются зарубежные и международные СМИ для создания медиаобраза государства стоит выделить следующие²⁸:

- тщательный отбор освещаемых событий. СМИ тщательно отбирает и фильтрует информацию, позволяя публиковать только те новости, факты в которых будут выгодны;

- выборка данных при освещении событий. В пример автор приводит использование слов «аннексия» (насильственное присоединение) и «возвращение», что предполагает добровольность, использование той точки зрения, которая выгодна манипулятору, иная точка зрения не приводится;

- оперирование понятиями и цифрами. Согласно исследованиям С. Г. Кара-Мурзы, упоминаемые в тексте цифры могут иметь большое значение в формировании медиаобраза, так как способны провоцировать читателя делать запрограммированные умозаключения.

²⁶ Барабаш В. В. Образы России в мире: М., 2011. С. 296.

²⁷ Суздальцева В. Н. Образ власти в современных российских СМИ: М., 2017. С. 252.

²⁸ Якубкина М. В. Роль средств массовой информации в формировании международного имиджа государства // Вестник современных исследований: Омск, 2019. С. 117-123.

К средству формирования медиаобраза автор также относит акцентирование внимания на проблемах других стран. В первую очередь актуально для улучшения своего собственного имиджа на фоне негативных новостей других государств.

Так же как методы формирования медиаобраза выступают лексико-фразеологические средства. М. Р. Желтухина и Л. Л. Зеленская в своей работе «Создание медиаобраза политического врага в современных российских и американских СМИ: лексико-грамматический аспект»²⁹.

Лексико-фразеологические средства:

- фразеологизмы («устойчивые, воспроизводимые, экспрессивные сочетания слов, которые имеют целостное значение и в предложении выполняют единую синтаксическую функцию»³⁰) – авторы приводят в пример строчку «вор должен сидеть в тюрьме, а коррупционер вообще век воли не видать», подчеркивая крылатую фразу Г. Жеглова из романа братьев Вайнеров «Эра милосердия» и фильма «Место встречи изменить нельзя» и фразеологизм «век воли не видать», подводя к мнению автора: «коррупционер гораздо хуже обычного вора»;

- использование слов с ярко выраженной эмоциональной окраской (негативной, ироничной, саркастической и т.д.). Авторы приводят в пример строчку, содержащую такие слова как «откупаться» (освободить себя от какой-либо зависимости, от каких-либо обязательств уплатой денег; выкупать себя), «беззаконие» (отсутствие или нарушение законности, незаконный поступок, незаконное действие) и др.;

- просторечная лексика. В примере авторы приводят строку, содержащую следующую информацию: «европейцы вляпались в очень дурнопахнущую историю». Контрастируя до этого в нейтральном тоне, автор публикации, из

²⁹ Желтухина М. Р., Зеленская Л. Л. Создание медиаобраза политического врага в современных российских и американских СМИ: лексико-грамматический аспект // Известия Волгоградского гос. пед. ун-та.: Волгоград, 2018. №4. С 121-130.

³⁰ Стариченок В. Д. Фразеологизм // Большой лингвистический словарь: Ростов, 2008. С. 684.

которой был взят пример, пытается добиться саркастического отношения к представителям европейских организаций;

- синонимы. По мнению авторов, они используются для подчеркивания и закрепления в сознании целевой аудитории черт, характеров или сути врага, предмета или события;

- вводные слова. В примере авторы приводят такие конструкции, как «Очевидно» или «откровенно говоря», которые подчеркивают позицию автора и показывают его желание выделить его искренность.

Грамматические средства:

- использование контекстуальной нагрузки употребления грамматических времен (авторы пишут, что характерно для американских СМИ). В русском языке, в связи с другими грамматическими особенностями употребления времен это средство не может быть реализовано в полной мере;

- использование пассивного залога. По мнению авторов, это позволяет подчеркнуть беспристрастность упоминаемой инстанции или персонажа (Суд признал – преступник был признан судом);

- грамматические конструкции для усиления значимости слова или действия. В примере авторы приводят словосочетание «не в первый раз», написанное для усиления последующей информации;

- восклицательные и вопросительные конструкции, которые способны усиливающие выразительность медиасообщений, использование риторических вопросов, не требующих ответа от аудитории, с заранее заложенным в сам вопрос моральным посылом.

Несколько авторов научных исследований выделяют как один из способов создания медиаобраза использование стереотипов. Так автор О. А. Ковач перечисляет как методы создания клише, штампы и стереотипы³¹. Стереотипы как метод также отмечает Т. С. Глушкова и А. В. Гориченко, при

³¹ Ковач О. А. Принципы конструирования медиаобраза государства // Медиасреда: Челябинск, 2019. С. 57-62.

этом выделяя тот факт, что стереотипы не обязательно несут именно негативный подтекст, но могут также быть и положительными³².

Сразу ряд авторов выделяет как способ формирования медиаобраза манипуляцию: Е. П. Соколова³³, Г. М. Ермоленко³⁴, О. Б. Шергова³⁵ и другие.

И. В. Челышева рассматривает медийную манипуляцию как один из способов репрезентации медиаобразов в сознании массовой аудитории³⁶. Также как один из методов манипуляцию рассматривает Ш. Ж. Ахтанова в своей публикации «Роль СМИ в формировании образа России» а также пишет, что путем манипулирования в сознание внедряются идеи, образы, ассоциации, стереотипы, которые способны изменить картину мира в сознании человека.

Термин «манипуляция» имеет несколько определений, несущих различную по оценке коннотацию – как позитивные трактовки, так и отрицательные. В словарь русского языка этот термин пришел от французского слова «manipulation», в свою очередь во французский язык слово попало из латинского языка. Первоосновой являются латинские слова manus (рука) и pleo (наполняю). В русской речи слово стало использоваться с XIX в. В словаре Т. Ф. Ефремовой «Новый словарь русского языка» манипуляция определяется как «ловкая проделка, ухищрение, махинация – с оттенком неодобрительности».³⁷

Советский и российский ученый, политолог, социолог и публицист Сергей Георгиевич Карра-Мурза в своем исследовании «Манипуляция сознанием»³⁸ трактует манипуляцию как «акт влияния на людей или

³² Глушкова Т. С., Гориченко А. В. Роль медиаобраза в стратегии позиционирования общественной организации (на примере мооо «Российские студенческие отряды») // Вестник Омского ун-та: Омск, 2015. №2. С. 185-188.

³³ Соколова Е. П. Применение манипулятивных приемов российскими массмедиа в процессе создания образа Муаммара Каддафи // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та.: Челябинск, 2012. №18. С. 155-158.

³⁴ Ермоленко Г. М. Медиаобраз В. В. Путина в текстах англоязычных СМИ // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева: Тольятти, 2013. №3. С. 8-17.

³⁵ Шергова О. Б. Эволюция теории медиаобразования: от протекционизма к реализации гражданских прав // Вестник культурологии: М., 2010. С. 119-133.

³⁶ Челышева И. В. Медиакультура и медиареальность в жизни современного общества потребления // Философия права: Ростов-на-Дону, 2010. С. 5-8.

³⁷ Ефремова Т. Ф. Манипуляция // Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: М., 2000. С. 184.

³⁸ Карра-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием: М., 2018. С. 462.

управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка».

Доктор социальных и клинических наук, психолог и автор книг Гарриет Б. Брайкер в своей книге «Кто дергает за ниточки? Как разорвать цикл манипуляций и восстановить контроль над своей жизнью»³⁹ пишет, что манипуляция – это тип социального воздействия, а также что ее жертвам в большинстве случаев присущи страсть к удовольствиям, склонность к получению одобрения и признания окружающих, страх перед отрицательными эмоциями, нехватка самостоятельности и способности сказать «нет», неясное самосознание и низкая уверенность в своих силах.

Еще одну трактовку данного термина приводит доктор психологической наук и профессор Евгений Леонидович Доценко в своей работе «Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита». В ней он определяет манипуляцию как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»⁴⁰. Также автор отмечает, что манипуляция не всегда является чем-то отрицательным, и часто используется в повседневной жизни. Еще одна особенность манипулирования состоит в том, что манипулятор всегда намерен скрыть свои планы и свою манипуляцию от объекта.

Для оценки манипулятивных стратегий в текстах средств массовой информации наиболее интересна позиция внешнего наблюдателя, которому приходится восстанавливать недостающие звенья и домысливать за участников. Задача в значительной степени упрощается, если внешнему наблюдателю известны намерения и мотивы манипулятора. Для этого нами в дальнейшем будет проводиться анализ политического тона «Российской газеты», политическое направление.

³⁹ Брайкер Х. Б. Кто дергает за ниточки, или Как не позволить манипулировать собой: М., 2005. С. 256.

⁴⁰ Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита: М., 2003. С. 304.

В шкале межличностных отношений Е. Л. Доценко определяет манипуляцию как «намерение добиться своей цели с оглядкой на производимое впечатление. Это скрытое воздействие, опирающееся на стереотипы людей»⁴¹. В «Кратком словаре когнитивных терминов»⁴² В. З. Демьянкова стереотип описывается как стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп. Стереотип обладает упрощающей и обобщающей формой, эмоциональной окраской.

Также важно отметить, является ли манипулирование сознанием аудитории осознанным. А.С. Петракова пишет⁴³, что манипулятор порой оказывает воздействие на подсознательном уровне, следуя собственным интересам.

Необходимо различать словесное убеждение и запланированную манипуляцию. Главным отличием между этими двумя воздействиями является система доводов, построенных на логике, использующаяся при убеждении⁴⁴. В случае убеждения стороны могут согласиться или не согласиться с точками зрения друг друга. При использовании манипулятивных стратегий воздействие происходит скрыто, «насильно» - без желания жертвы манипуляции.

И. М. Дзялошинский рассматривает манипуляцию в трех сферах: идеологической, то есть, как пропаганду, экономической, как использование рекламы и социальной, как воспитание, образование и т.д.. Процесс манипуляции он описывает как посыл определенного сообщения манипулятором, сообщение в виде текста или поступков, которое даст читателю знаки, которые он встроит в контекст, изменит его образ в своем

⁴¹ Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита: М., 2003. С. 244.

⁴² Демьянков В. З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов: М, 1996. С. 177-179.

⁴³ Петракова А. С. Социально-философский анализ трансформации сознания личности средствами манипулятивного воздействия: Краснодар, 2014. С. 156.

⁴⁴ Цветкова О. Г. Аргумент как способ достижения интенции говорящего в споре // Филологический аспект: Сборник научных трудов по материалам I международной научно-практической конференции: Нижний Новгород, 2015. С. 81-83.

восприятию⁴⁵. Рассмотрим определение идеологической манипуляции, то есть, пропаганды.

Согласно Большому толковому словарю С. А. Кузнецова, пропаганда является углубленным разъяснением каких-либо идей, учений, знаний среди широких масс населения, это политическое или идеологическое воздействие»⁴⁶. В работе Мощенко И. Н. и Красникова А. С. «Имитационная модель восприятия пропаганды населением» термин трактуется как деятельность в СМИ специальных органов, оказывающих психологическое воздействие на население ради достижения своих целей⁴⁷.

Однозначного мнения на схожесть или разницу терминов «манипуляция» и «пропаганда» у исследователей этих определений нет. Кандидат филологических наук А. Г. Алтунян отмечает разницу в целях пропаганды и манипуляции⁴⁸. Если пропагандист хочет добиться от аудитории поддержки, то манипулятору интересна определенная ответная реакция, которая будет использована им в своих целях. Субботин В. В. и Замолоцких И. О. считают⁴⁹, что пропаганда является одним из видов манипуляции, но только негативная пропаганда: позитивное воздействие влияет на тех людей, которым она адресована, а не в интересах определенного круга лиц (например, пропаганда здорового образа жизни, спорта, противопожарная агитация). Негативная же пропаганда ставит перед собой противоположные цели. В то же время Соловей В. Д. в работе «Особенности политической пропаганды в цифровой среде»⁵⁰ ставит между этими двумя терминами знак равенства. Автор утверждает, будучи по своей сути манипуляцией, пропаганда использует одни и те же когнитивные заблуждения и социальные стереотипы.

⁴⁵ Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник Московского ун-та: М, 2005. С. 29-54.

⁴⁶ Кузнецов С. А. Пропаганда // Большой толковый словарь русского языка: СПб., 2000. С. 1018.

⁴⁷ Мощенко И. Н., Красников А. С. Имитационная модель восприятия пропаганды населением // Инженерный вестник Дона: Ростов-на-Дону, 2018. №4. С. 5-25.

⁴⁸ Алтунян А. Г. Анализ политических текстов: учеб. пособие: М., 2006. С. 384.

⁴⁹ Субботин В. В., Замолоцких И. О. Влияние пропаганды и агитации на общественное мнение // Инновационная наука: Уфа., 2017. №1. С. 215-217.

⁵⁰ Соловей В. Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета: М., 2018. С. 81-87.

Таким образом, нет однозначного соотношения этих двух определений, одни исследователи включают пропаганду в приемы манипуляции, одни исследователи используют их как синонимы, некоторые исследователи рассматривают их как два отдельных явления со своими различиями. В дальнейшем мы рассмотрим признаки манипуляции и пропаганды и выявим сходства и различия.

А. С. Астаркин выделяет стратегические и тактические приемы пропаганды и ведения «информационной войны» в СМИ⁵¹.

Стратегические методы могут содержать лингвистические и психологические средства, которые меняют взгляд аудитории:

- серия последовательно влияющих публикаций;
- публикация с нейтральной и «мягкой» критикой действий государства и его первых лиц сменяется сначала более строгой, а затем даже жесткой и острой критикой. Существенный недостаток - необходимость работать через авторитетных или популярных читателей СМИ;
- серия «оперативных» сообщений по выбранным фактам. На самом деле, информация в таких публикациях уже отобрана и подана в выгодном для пропагандиста виде;
- создание страха и паники среди аудитории и населения в целом, достигается использованием эмоционально окрашенных слов, таких как «катастрофа», «неизбежность»;
- убеждение в нормальности смерти, лишений и их правильности – служит для мобилизации населения, используется либо нейтральный тон сообщения информации, либо наоборот, приписыванием героизма павшим, послужившим примером для остальных;
- создание образа беспощадного и несправедливого врага. Используются как исторические отсылки, например, выражения «это государство всегда мешало нам жить», так и объяснения и критика конкретно используемых мер,

⁵¹ Астаркин А. С. Приемы и средства ведения информационной войны в СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал: М., 2020. №1. С 71-79.

достигается с помощью таких выражений, как «зверское убийство инакомыслящих»;

- возвеличивание образа собственного народа. Здесь манипулятор может преследовать сразу две цели: создавать образ собственного народа-борца за праведность и поднимать у населения уверенность в способности выстоять в предстоящем сражении. Даются отсылки на «героическое прошлое» народа;

- создание образа близких и даже братских народов, определённых социальных групп. Это необходимо манипулятору для объединения социальных групп внутри государства или общества. Для достижения своей цели манипулятор может использовать различные исторические отсылки и создавать образ «единого врага»;

- создание шаблона социокультурного превосходства. Этот метод включает в себя высмеивание объекта, создание образа неадекватности, создание и подкрепление стереотипов.

Также автор выделяет тактические методы, которые предполагают использование в публикациях и текстах определенной лексики, синтаксических и композиционных структур:

- фабрикация фактов, сознание ложной, но удобной для манипулятора информации;

- прямая ложь в публикации. Она должна быть подтверждена такими же ложными и удобными для манипулятора доказательствами и/или неоднократно повторена в текстах;

- смешение фактов. Один факт в тексте может сменяться другим, манипулятор подменяет используемые понятия для более благоприятного освещения объекта в выгодном ему значении;

- полное замалчивание определенного неудобного для манипулятора факта;

- частичное замалчивание – манипулятор отражает сам факт в тексте, но замалчивает его определенные детали, невыгодные или неудобные для манипулятора;

- отсутствие объяснений – еще один из видов замалчивания, в котором пропагандист использует сразу несколько фактов, и при этом никак их не комментирует;

- ложное объяснение. В этом случае используемые манипулятором факты корректируются;

- работа с заголовками: неполное соответствие содержанию для усиления и подчинения текста одной идее или вынос спорной цитаты, которая может отличаться от контекста;

- неровная детализация описания: выгодные пропагандисту факты сопровождаются большими описаниями, тогда как неудобные – краткими;

- поляризация оценочной лексики. Противоположное мнение на одинаковый факт, с угодной стороны для пропагандиста описываемый хорошо, и порицаемый для невыгодного факта. Автор приводит пример с «террористами» и «борцами за свободу»;

- семантический ряд – длинные цепочки оценочной лексики - положительной или обвинительной;

- ложные семантические ряды – факт для воздействующего помещается в цепочку положительных и представляется как положительный;

- использование разных стилей. В этом случае о противнике можно говорить в уменьшенном стиле, а о его достоинствах – в увеличенном; напротив, можно также использовать простой и понятный язык, в рассказе о собственных достижениях и т. д.;

- апелляция к авторитетам: отсылка к неназванному источнику, отсылка к ложному авторитету (источник может быть указан, но он некомпетентен или является заинтересованным лицом);

- односторонние высказывания – пропагандист выбирает для упоминания в своем тексте несколько «экспертов», чьи мнения и высказывания которых находятся в пределах одной позиции, выгодной самому пропагандисту;

- отсылка к сообщениям СМИ – проводится обзор высказываний средств массовой информации по нужной автору теме, поддерживающих нужную манипулятору позицию;

- использование безличных и неопределенных форм – источник информации не указывается в тексте, но автор подмечает и дает читателю понять, что он существует;

- ложный контраргумент. Манипулятор выбирает два аргумента, которые противопоставляет друг другу в тексте и рассматривает их, хотя на самом деле оба приведенных мнения находятся в одной позиции;

- вывод-цитата. Цитата с необходимым пропагандисту моральным посылом выносится в конец, как бы являясь выводом всего текста. Также сюда относится вынос в завершение – основная идея в конце текста, но не в виде цитаты;

- композиция, вынос необходимых манипулятору фактов и мыслей на первый план, чтобы они были заметнее читателю;

- композиционная незначимость – неудобные для автора факты располагаются в середине, в потоке текста, чтобы читатель не обратил на них внимание;

- обрамление контраргументами – неудобный манипулятору факт находится между контраргументов, таким образом, читатель сразу получает контраргумент на неудобный факт;

- возведение в статус общепринятой информации – достигается использованием в тексте таких конструкций, как «всем известно», «давно понятно», «общеизвестный факт»;

- создание эффекта поддержки элиты общества, заключается в упоминании в тексте того факта, что та или иная знаменитость, лидер мнений, известная личность разделяет взгляды, выгодные пропагандисту, также есть и создание эффекта поддержки «простого народа», «обычных людей», которое достигается не только статистическими данными, но и упоминанием в тексте

«простые людей», их интервью и цитаты, где бы персонажи «из народа» поддерживали мнение, выгодное пропагандисту;

- утверждение без аргументов. Необходимое пропагандисту заявление не доказывается реальными фактами, но развивается и комментируется автором;

- аргументация предыдущим утверждением. Пропагандист утверждает определенную идею, которую зритель или читатель воспринимает как истину ранее.

Многие приемы пропаганды и методы манипулирования сознанием пересекаются, доказывая смежность этих двух терминов, их близость. Методы заключаются не только в смысловой нагрузке, но и в композиции текста, использования лжи, и иногда даже в полном бездействии, если необходимо не освещать определенную информацию, неудобную для пропагандиста.

Таким образом, некоторые исследователи выделяют манипуляцию и пропаганду как средства формирования образа. Однозначного соотношения терминов «манипуляция» и «пропаганда» в научной литературе нет: ряд исследователей выделяет пропаганду как один из способов манипулированием сознанием, некоторые исследователи считают их различными приемами со своими отличными друг от друга характеристиками. В данной работе мы будем придерживаться мнения тех исследователей, которые относят пропаганду к методам манипуляции.

Одним из главных отличительных признаков манипуляции является попытка скрыть факт манипулятивного воздействия от аудитории. Успех манипуляции возможен только тогда, когда жертва манипуляции верит, что все происходящее естественно и неизбежно⁵². Аудитория, которой подается манипуляция, должна быть убеждена, что руководство, правительство, СМИ, система образования находятся вне этого конфликта и не принимают ни одну из сторон. Е. Л. Доценко в своей работе «Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита» проанализировал исследования других авторов и

⁵² Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: М., 1980. С. 326.

выделил наиболее часто встречающиеся признаки в определении «манипуляция», которые привел в одной таблице.

В работах сразу нескольких специалистов встречаются термины, подтверждающие скрытое воздействие манипуляции. Слова «скрыто», «неявно» и «обман» встречается сразу в 6 из 11 анализируемых Е. Л. Доценко публикациях. Три автора подчеркивают главенствующую позицию манипулятора, упоминая в определении такие выражения как «эксплуатация» и «господство». Два автора отметили выражения «управление» и «контроль», такое же число исследователей отмечают принудительный характер манипуляции: «принуждение», «применение силы». В двух определениях разных авторов встречаются термины «программирование мыслей», также авторы отмечают важность «косвенного воздействия». Реже встречаются выражения «структурирование мира», «вразрез с волей другого», «в интересах манипулятора» и т.д.

Сам Е. Л. Доценко отмечает такие признаки, как «духовное воздействие» и «косвенное воздействие», являющиеся формирующими признаками родовой принадлежности, большинство остальных терминов относятся к функциям манипуляции.

Некоторые термины Е. Л. Доценко находит неудачными, такие, например, как «эксплуатация» и «господство», в связи с ярко выраженной и заметной для объекта воздействия политической окраской, что противоречит принципу «скрытого воздействия» в манипуляции.

Советский и российский публицист, социолог и политолог Сергей Георгиевич Кара-Мурза выделяет четыре характерных особенности манипуляции сознанием:

- манипуляция это не физическое воздействие, при манипуляции не оказывается физическое давление, насилие или угроза насилием, это именно вид духовного, психологического воздействия;

- манипуляция всегда является скрытым воздействием, манипулятор скрывает свое воздействие на аудиторию;

- манипуляция требует значительного мастерства и знаний от манипулятора;

- к людям, сознанием которых манипулируют, сами манипуляторы относятся как к особому рода вещам, но не как к полноценным личностям.

С. Г. Карра-Мурза пишет, что важным условием успешного манипулятивного воздействия является то, что большинстве случаев аудитория не желает тратить свои силы, время и другие ресурсы на то, чтобы просто усомниться в сообщениях, подаваемых манипулятором. По мнению исследователя, это происходит из-за того, что потребителям информации проще пассивно окунуться в поток, чем критически перерабатывать потребляемый контент. Психологический смысл манипуляции заключается в контроле поведения аудитории, это ограничение свободы выбора и получение власти над людьми, при этом человек, подвергающийся манипуляции, не должен осознавать на себе воздействия извне.

Автор Е. И. Сур в своей работе «Манипуляция: понятие, основные признаки и структура»⁵³ приводит девять основных признаков манипуляции:

- скрытый характер воздействия, манипулятор пытается скрыть тот факт, что он воздействует на восприятие аудитории;

- междисциплинарность – при манипуляции совместно могут использоваться психологические и лингвистические способы воздействия;

- специализированность знаний – для осуществления воздействия необходимо обладать конкретными знаниями и умениями;

- конкретная целевая направленность;

- наличие корыстного умысла у манипулятора;

- неравноценный результат – выгода для манипулятора и вред для жертвы манипуляций;

- ненасильственный характер – манипуляция не предусматривает физическое насилие или угрозы физическим воздействием;

⁵³ Сур Е. И. Манипуляция: понятие, основные признаки и структура // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: Волгоград, 2012. С. 1-4.

- манипуляция законна и манипулятор не подвергается ответственности;
- объект манипуляции все время, что происходит воздействие, сохраняет мнение, что решение он принимает исключительно сам и единолично.

Таким образом, одним из основных инструментов формирования медиаобраза является информирование, освещение объекта формирования медиаобраза в СМИ, создание особой информационной базы для него. Упоминание новостей с положительным или негативным оттенком способно сформировать определенное восприятие этого объекта у аудитории.

Также ряд исследователей выделяет как метод формирования медиаобраза использование манипулятивных стратегий и приемы пропаганды. В описании признаков манипуляции у различных исследователей пересекаются некоторые пункты, такие как «скрытое воздействие», «наличие умысла», «не физическое воздействие».

2 МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА США НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ «РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА»

2.1 Интернет-СМИ «Российская газета»: общая характеристика

Для рассмотрения методов формирования медиаобраза государства, нами было выбрано интернет-СМИ «Российская газета». Печатная версия создана в 1990 году, на сегодняшний день ее учредителем является Правительство Российской Федерации. После публикации в «Российской газете» вступают в силу государственные документы, федеральные конституционные законы, федеральные законы, кодексы, указы президента. «Российская газета» является общенациональным изданием, которое публикуется на территории РФ, также выделяются региональные издания газеты: центральный выпуск, Юг России, Центральная Россия, Урал, Северо-Запад, Волга-Урал.

Изначально появилась печатная версия издания. Учредителем издания является правительство Российской Федерации. С 2001 года по 26 октября 2010 года генеральным директором издания являлся Александр Горбенко, выпускник Свердловского высшего военно-политического танкоартиллерийского училища. По данным с официального сайта издания, тираж газеты составляет 130 500 экземпляров (август 2019 года). Выпускается ежедневным и еженедельным выпуском. Генеральным директором газеты является Павел Афанасьевич Негоица. Главный редактор – Владислав Александрович Фронин, до этого главный редактор газеты «Комсомольская правда». В интервью с Павлов Давыдовым на телеканале РТР он сказал следующее: «Мы выражаем точку зрения российского Правительства»⁵⁴. Сайт «Российской газеты» существует на домене RG.RU с 1999 года.

По данным с официального сайта издания за 2020 года аудитория сайта «Российской газеты» достигла 35 миллионов посетителей в месяц, что говорит о популярности и востребованности газеты среди аудитории. Проводя анализ,

⁵⁴ Владислав Фронин: Через «Российскую газету» можно донести свою обеспокоенность до правительства: что происходит с ценами, что с бензином. Во всех сферах // Общественное телевидение России. 2018. 21 июня. URL: <https://otr-online.ru/programmy/bolshaya-strana/vladislav-fronin-32374.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

мы рассматривали официальный сайт Российской газеты «rg.ru». На сайте присутствует система категорий, позволяющая найти новости на определенную тематику, например, «Россия и США».

На главной странице сайта располагаются актуальные на сегодняшний день публикации. Слева сверху находятся новости города, в котором находится читатель, если геолокация смогла точно установить место соединения. Ниже выделены постоянные рубрики, такие как «Власть», «Экономика», «В регионах», «В мире», «Происшествия», «Общество», «Спорт» и «Культура».

Ниже находятся отдельным блоком разделы «Документы», где помещена информация о новых законах, указах Президент и т.д., и «Спецпроекты». Так же новые законопроекты вынесены отдельным блоком под названием «Новые документы». Газета придерживается политической линии руководства страны, не испытывает недостатка в финансировании и доступна по цене.

Несмотря на то, что издание позиционирует себя как качественное, оно не раз становилось объектом критики из-за особенностей контента. Например, были раскритикованы публикации «Швейцария нам указ?»⁵⁵ за рекламу гомеопатической клиники, альтернативной медицины в лечении онкологических заболеваний. В газете «Троицкий вариант – Наука» было опубликовано открытое письмо от медицинских журналистов главному редактору «Российской газеты» В. А. Фронину, в котором говорится о несовместимости статьи с «этическими и профессиональными нормами» и предлагается удалить новость с сайта, чтобы «уменьшить безусловный вред от неё»⁵⁶. Текст все еще находится на сайте газеты в открытом доступе без поправок или сносок на то, что подобный тип медицины является антинаучным.

⁵⁵ Краснопольская И. Швейцария нам указ? // Российская газета. 2015. 15 окт. URL: <https://rg.ru/2015/10/16/gomeopatiya.html>. (дата обращения 05.05.2021).

⁵⁶ Открытое письмо медицинских журналистов главному редактору «Российской газеты» В. А. Фронину в связи с публикацией статьи «Швейцария нам указ?» // «Троицкий вариант — Наука». 2015. 03 ноя. URL: <http://trv-science.ru/2015/11/03/otkrytoe-pismo-medzhurnalistov-v-a-froninu/>. (дата обращения 05.05.2021).

Публикация «Чеченец избавит страну от энергозависимости»⁵⁷ подверглась критике из-за упоминания вечного двигателя: «Сам факт отсутствия компетентного комментария говорит о нарушении редакцией п.2 ст.49 закона РФ «О средствах массовой информации», который обязывает журналиста «проверять достоверность сообщаемой им информации»⁵⁸. Также обсуждению на сайте комиссии подвергли текст «Капля жизни»⁵⁹, в котором обсуждаются необычные свойства воды, которые удалось выявить в ходе экспериментов на Урале. В лиде публикации указано, что официальная наука к этой теории относится скептически, «однако опыты показывают, что вода с измененной структурой необычно действует на живые организмы». Комиссия по борьбе с лженаукой ставит под сомнения эти эксперименты⁶⁰.

Е. Б. Александров, председатель комиссии и академик РАН в своем интервью для журнала «Patron» отметил, что для западной журналистики не характерно размещение гороскопов в качественных изданиях: — «А у нас даже «Российская газета» — правительственное издание! — печатает предсказания всяким там козерогам и тельцам. Это позор. А потом все удивляются, отчего народом легко манипулировать. Да вот потому и легко, что по гороскопам живет и критически не мыслит⁶¹». Сейчас ежедневный гороскоп на сайте газеты не отображен на главной странице. Чтобы перейти к публикациям этого раздела, необходимо перейти в рубрику «Общество», выбрать подраздел «Ежедневник» и там перейти на страницу «Гороскоп». Размещение гороскопов является характерной чертой не качественных, а массовых изданий. Возможно,

⁵⁷ Емельянова С. Чеченец избавит страну от энергозависимости // Российская газета. 2019. 16 май. URL: <https://rg.ru/2014/05/26/reg-skfo/energiya.html>. (дата обращения 05.05.2021).

⁵⁸ «Российская газета» сообщила о государственном финансировании разработки вечного двигателя // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. URL: <http://klran.ru/2014/05/perpetuum-mobile/>. (дата обращения 05.05.2021).

⁵⁹ Ошуркова И. Капля жизни // Российская газета. 2019. 28 фев. URL: <https://rg.ru/2015/01/28/reg-urfo/voda.html>. (дата обращения 05.05.2021).

⁶⁰ Пичугина Т. И опять «структурированная вода» // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. URL: <http://klran.ru/2015/01/voda-rg/>. (дата обращения 05.05.2021).

⁶¹ Интервью Евгения Александрова журналу Patron (часть 2) // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. URL: <http://klran.ru/2015/04/alexandrov2/>. (дата обращения 20.05.2021).

интернет-СМИ «Российская газета» публикует подвергаемый критике контент и гороскопы для расширения своей аудитории.

Так же существуют отдельные специальные проекты, например, проект «Русское оружие» посвящен новинкам отечественного ВПК, военным системам и технологиям, появляющимся в России и мире, истории российской армии. Проект создан редакцией «Российской газеты», общественно-политического издания Правительства РФ. Новости проекта отображаются на сайте самой газеты, и при их открытии перенаправляют пользователя на отдельный сайт «Русского оружия».

В разделе «О газете» указано, что «Российская газета» это качественное издание для массового читателя, что является противоречием, так как качественная пресса рассчитана на высокообразованного читателя⁶², а в массовой прессе более развлечений, чем информации, и они предназначены менее образованной части населения⁶³.

Мы сделали общую характеристику интернет-СМИ и выяснили, что газета, не смотря на то, что является официальным печатным органом государства и позиционирует себя как качественное издание, публикует контент, характерный для массовой прессы, возможно, в целях расширения аудитории. Газета подвергалась критике за несоблюдение «этических норм», не смотря на то, что является официальным печатным органом Правительство РФ.

2.2 Методы формирования образа США на примере интернет-СМИ «Российская газета».

Мы проанализировали публикации за апрель 2021 года, размещенные на сайте «Российской газеты» по адресу «rg.ru». По запросу «США» в поисковой строке на сайте было найдено 1057 ссылок. Мы проанализировали найденные публикации и разделили их на нейтральные, позитивные и негативные, основываясь на сути описанного события и языке, которым автор излагает новость. Мы выявили 601 новости с нейтральным подтекстом, в которых США

⁶² Лозовский Б. Н. Качественная пресса // Журналистика: краткий словарь: Екатеринбург, 2004. С. 116.

⁶³ Лагутина О. В. Массовая, «жёлтая», бульварная пресса: к вопросу разграничения понятий // Известия ЮЗГУ. Серия Лингвистика и педагогика, 2013. № 2. С. 7-15.

упоминается как место действия, место рождения упоминаемого героя, приводятся статистическая информация о заболевших коронавирусной инфекцией или описываются спортивные достижения ряда государств. За этот период на сайте была опубликована 601 новость с нейтральным подтекстом, не описывающая США как либо и не влияющая на формирование медиаобраза. Это, например, новости спорта, где США упоминается в общем рейтинге: в тексте «Мишина и Галлямов выиграли короткую программу на командном ЧМ» упоминается, что США заняли второе место⁶⁴. Также в ряде других государств США упоминается в публикации «ООН: Глобальный климатический кризис усилился в 2020 году». Текст сообщает о глобальных экологических проблемах и не формирует негативный или позитивный медиаобраз США.

Также мы выявили 13 позитивных новостей, формирующих медиаобраз США как государства, успешного в научной деятельности и стремящегося наладить отношения с Россией. Так, например, в публикации «На Марсе впервые получен кислород с помощью специальной установки» сообщается, что ученые из США впервые получили кислород из атмосферы Марса с помощью устройства, установленного на борту планетохода Perseverance⁶⁵. Еще одна подобная публикация – «Ученые России и США разработали нанопрепарат для лечения глаз»⁶⁶, в которой сообщается об успешной совместной работе ученых России и США.

Также на сайте было опубликовано 443 новости с негативным подтекстом, отображающих мнение российских политиков о США как о недружественном государстве. При этом важно подчеркнуть, что журналистская работа связана с публикацией проблемных новостей, а не

⁶⁴ Козина А. Мишина и Галлямов выиграли короткую программу на командном ЧМ // Российская газета. 2021. 16 июня. URL: <https://sportrg.ru/2021/04/16/mishina-i-galliamov-vyigrali-korotkuiu-programmu-na-komandnom-chm.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁶⁵ На Марсе впервые получен кислород с помощью специальной установки [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/22/na-marse-vpervye-poluchen-kislorod-s-pomoshchiu-specialnoj-ustanovki.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁶⁶ Медведев Ю. Ученые России и США разработали нанопрепарат для лечения глаз [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/22/uchenye-rossii-i-ssha-razrabotali-nanopreparat-dlia-lecheniia-glaz.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

позитивных текстов, что больше относится к PR-текстам, а также подобные новости способны расширить аудиторию СМИ, так как привлекают внимание читателя. Задача общественно-политического СМИ, каким и является «Российская газета», это освещение проблем, в отличие от просветительских и развлекательных изданий. Поэтому, используя только количественный признак как метод формирования медиаобраза США, сделать вывод не представляется возможным, необходимо проанализировать публикации более детально, рассмотреть их по предложенным исследователями спискам, а также выяснить, использует ли «Российская газета» манипулятивные приемы для формирования медиаобраза США. Основными темами новостей, которые могут формировать негативный медиаобраз, стали новости политики, в том числе высказывания и действия политических деятелей России и США.

Мы рассмотрели методы формирования медиаобраза по тематическим блокам, приведенным И. В. Сиворской.

Политика страны: политические руководители, репутация правительства, дипломатия и военные действия и т.д. Данная тема занимает значительный объем среди других публикаций, что неудивительно, учитывая типологические характеристики «Российской газеты». Значительное количество публикаций посвящено образу президента США. Образу Байдена посвящено много публикаций, большую часть из них можно охарактеризовать, как негативную. Так, например, в публикации «В США подсчитали число зрителей первого обращения Байдена к Конгрессу» пишется, что выступление американского Президента собрало рекордно малую аудиторию, практически наполовину меньше, чем у предыдущего Президента Дональда Трампа⁶⁷. В тексте под авторством Максима Макарычева «Джо манят карманы богачей» упоминается, что в речи президента было много популизма. Популизм трактуется в словаре как идейные течения, апеллирующие к широким массам и отражающие

⁶⁷ В США подсчитали число зрителей первого обращения Байдена к Конгрессу [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/30/v-ssha-podschitali-chislo-zritelej-pervogo-obrashcheniia-bajdena-k-kongressu.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

противоречивость массового сознания⁶⁸. Также уточняется, что в политологии существует широкий спектр оценок этого явления, вплоть до резкой критики и отождествления с демагогией. Текст разбирает противоречия в речи политика. В популизме обвиняет Джо Байдена и автор публикации «Собрать и поделить: Президент США раскрыл конгрессу амбициозную повестку» под авторством Александра Гасюка⁶⁹. Также на формирование репутации президента США направлена публикация «Рейтинг Байдена стал одним из самых низких в истории США»⁷⁰ а также «Байден принял решение по Афганистану без учета мнения помощников»⁷¹. Также встречаются публикации с нейтральный подтекстом, так, например, в тексте «Байден заявил о быстром распространении новых мутаций COVID-19 в США»⁷² нет эмоционально окрашенных выражений, а сама публикация не несет негативного или позитивного смысла. За указанный период найти публикации, которые бы формировали положительный образ президента США, нам не удалось.

Критикуется военная мощь государства. На сайте проекта «Российской газеты» «Русское оружие» опубликован текст «Ужасная правда: NI раскритиковал межконтинентальные ракеты США»⁷³, там же размещена еще одна публикация с критикой военной техники США – «NI назвал слабое место подлодок ВМС США»⁷⁴.

На сайте «Российской газеты» присутствуют публикации, в которых цитируются российские политические деятели, критикующие линию политики,

⁶⁸ Прохоров А. М. Популизм // Большой энциклопедический словарь: М., 1993. С. 15.

⁶⁹ Гасюк А. Собрать и поделить [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/29/prezident-ssha-raskryl-kongressu-ambicioznuu-povestku.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷⁰ Ковалева Д. Рейтинг Байдена стал одним из самых низких в истории США [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/25/rejting-bajdena-stal-odnim-iz-samyh-nizkih-v-istorii-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷¹ Байден принял решение по Афганистану без учета мнения помощников [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/15/bajden-prinial-reshenie-po-afganistanu-bez-ucheta-mneniia-pomoshchnikov.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷² Байден заявил о быстром распространении новых мутаций COVID-19 в США [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/06/bajden-zaiavil-o-bystrom-rasprostranenie-novyh-mutacij-covid-19-v-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷³ Корякин О. Ужасная правда: NI раскритиковал межконтинентальные ракеты США [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/11/uzhasnaia-pravda-ni-raskritikoval-mezhkontinentalnye-rakety-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷⁴ Бирюкова М. NI назвал слабое место подлодок ВМС США [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/12/ni-nazval-slaboe-mesto-podlodok-vms-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

проводимую США по отношению к Российской Федерации. В публикации «Сергей Лавров считает «тупой» политику США в отношении России» политическую линию автор, цитируя главу МИД РФ Сергея Лаврова называет «тупой» и «тупиковой»⁷⁵. Позитивные публикации, связанные с отношениями двух государств, посвящены возможным улучшениям взаимоотношений и надеждам российских политических деятелей на плодотворное взаимодействие в будущем. Была найдена одна подобная публикация: «Матвиенко: Отношениям России и США требуется перезапуск»⁷⁶. Таким образом, можно сделать вывод, что в области политики страны и репутации руководителей преимущественно формируется негативный медиаобраз.

Экономика: финансовая мощь, особенности ВВП и его качества, доход и т.д. Все выявленные нами публикации на тему экономических отношений США с Россией или другими странами являлись нейтральными. Негативных или позитивных публикаций на тему финансов, особенностей ВВП и доходов граждан США за указанный период мы не нашли. Упоминается изменение системы налогообложения: «СМИ: Байден намерен повысить налоги для богатых»⁷⁷, но без эмоциональной оценки.

Социальная сфера: социальная сплоченность, безопасность и стабильность, национальное самосознание, национальный характер и т.д. В этом блоке мы выявили как нейтральные публикации, так и тексты с негативным содержанием, позитивных публикаций выявлено не было. К нейтральным новостям можно отнести короткие новостные заметки, в которых нет эмоциональной оценки автора, цитат с негативным содержанием. Так, например, в тексте «Трамп присоединился к новой социальной платформе»⁷⁸

⁷⁵ Сергей Лавров считает «тупой» политику США в отношении России [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/08/sergej-lavrov-schitaet-tupoj-politiku-ssha-v-otnoshenii-rossii.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷⁶ Мисливская Г. Матвиенко: Отношениям России и США требуется перезапуск [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/23/matvienko-otnosheniam-rossii-i-ssha-trebuetsia-perezapusk.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷⁷ Когалов Ю. СМИ: Байден намерен повысить налоги для богатых [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/23/smi-bajden-nameren-povysit-nalogi-dlia-bogatyh.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁷⁸ Трамп присоединился к новой социальной платформе [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/01/tramp-prisoedinilsia-k-novoj-socialnoj-platforme.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

автор сообщает, что американский политик присоединился к новой социальной сети. Среди негативных публикаций стоит отметить следующий пример: в публикации «Пушков заявил о социальной деградации США из-за легализации наркотиков»⁷⁹ отмечается, что в связи с употреблением легких наркотических веществ «Америка окончательно превратится в глобального лидера по социальной деградации». Следующим шагом, как отмечает член Совета Федерации России Алексей Пушков, станет легализация тяжелых наркотиков. На сайте имеется ряд публикаций, посвященных протестам в США и проблеме расизма, конфликтам с полицией, что тоже входит в группу как негативное формирование медиаобраза социальной сферы США. Так в тексте «Без туалета, еды и воды» Игоря Дунаевского сообщается, что «часть левых активистов» совершали акты вандализма и вступали в стычки с республиканцами, сторонниками предыдущего Президента Дональда Трампа. Полицейские арестовали 234 участника акций протеста. Несмотря на протесты, с негативной стороны автор оценивает действия полиции: «их арестовали, несколько часов продержали в полицейском автозаке с пластиковыми наручниками, затынутыми настолько туго, что истцы ощущали онемение в пальцах на протяжении нескольких месяцев»⁸⁰.

Культура: технологические мощности, уровень образования, культурное наследие, обычаи, ценности и т.д. В этой группе публикаций мы отметили наибольшее количество текстов, формирующих позитивное отношение к США, по сравнению с остальными выделенными группами. Например, текст «На Марсе впервые получен кислород с помощью специальной установки»⁸¹ сообщающий о достижениях США в космической сфере. Также к этой группе можно отнести публикацию «Ученые России и США разработали нанопрепарат

⁷⁹ Пушков заявил о социальной деградации США из-за легализации наркотиков [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/03/pushkov-zaiavil-o-socialnoj-degradacii-ssha-iz-za-legalizacii-narkotikov.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁰ Дунаевский И. Без туалета, еды и воды [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/27/vlasti-vashingtona-priznali-vinu-za-dejstviia-policii-protiv-protestiushchih.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸¹ На Марсе впервые получен кислород с помощью специальной установки [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/22/na-marse-vpervee-poluchen-kislorod-s-pomoshchiu-specialnoj-ustanovki.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

для лечения глаз»⁸², а также в тексте «Видео: В Петербурге на улицах начали выгуливать робособак», где упоминается, что в США разработали новых роботов в виде собак⁸³.

Отмечаются достижения США в космической сфере, что также формирует положительный медиаобраз. В тексте «Корабль CrewDragon с четырьмя астронавтами на борту стартовал к МКС» сообщается, что почти десять лет назад США «отправили своих астронавтов из своего космопорта, на своем корабле», и сейчас продолжают отправлять космонавтов на МКС⁸⁴.

В тексте «Нужна ли нам машина времени»⁸⁵, посвященном теме патриотизма и знания истории своей страны, упоминается, что «половина жителей США не знает, с кем их страна воевала во время Второй мировой», а также «девять из десяти респондентов не смогли ответить, когда был написан священный для американцев документ - Конституция США», что формирует негативный медиаобраз среднестатистического жителя этой страны.

География: географическая среда, природные ресурсы, количество населения и т.д. Текст «США показали самый низкий прирост населения со времен Великой депрессии»⁸⁶ сообщает о падении процента прироста населения в государстве, что может формировать негативный медиаобраз, являясь публикацией о количестве населения. Мы не смогли найти других публикаций в указанный период, посвященных географическому положению, природным ресурсам или количественным показателям населения США,

⁸² Ученые России и США разработали нанопрепарат для лечения глаз. URL : <https://rg.ru/2021/04/22/uchenye-rossii-i-ssha-razrabotali-nanopreparat-dlia-lecheniia-glaz.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸³ Черенева В. Видео: В Петербурге на улицах начали выгуливать робособак [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/23/reg-szfo/v-peterburge-na-ulicah-nachali-vygulivat-robosobak.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁴ Ячменникова Н. Корабль Crew Dragon с четырьмя астронавтами на борту стартовал к МКС [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/23/korabl-crew-dragon-s-chetyrmia-astronavtami-na-bortu-startoval-k-mks.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁵ Четверикова А. Нужна ли нам машина времени [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/27/opros-cto-rossiiane-schitaiut-simvolami-strany-i-znaiut-ob-istorii.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁶ США показали самый низкий прирост населения со времен Великой депрессии [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/27/ssha-pokazali-samyj-nizkij-prirost-naseleniia-so-vremen-velikoj-depressii.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

которые бы формировании позитивный или негативный медиаобраз этого государства.

Таким образом, наиболее освещаемыми блоком на сайте «Российской газеты» стала «политика», вероятно из-за того, что газета позиционирует себя как общественно-политическое издание.

Также мы проанализировали выявленные публикации на предмет использования манипулятивных стратегий по списку А. С. Астаркина.

Фабрикация фактов, прямая ложь не используется, так издание позиционирует себя как качественное. Прямая ложь в текстах вела бы к судебным искам, информацию о которых нам найти не удалось.

В интернет-СМИ «Российская газета» используется метод «замалчивания». Так, например, ни в одной из 1057 публикаций не упоминается гуманитарная помощь США, направленная в Индию, но этот факт упоминается в публикации «Новой газеты» под названием «США пообещали направить в Индию гуманитарную помощь более чем на 100 млн долларов для борьбы с COVID-19»⁸⁷. При этом публикации, посвященные тяжелой коронавирусной обстановке в Индии, на сайте «Российской газеты» размещены, но данный факт в них не упоминается. На сайте «Российской газеты» имеется публикация «Костры не гаснут»⁸⁸, датируемая тем же днем, что и текст на сайте «Новой газеты». Обе новости посвящены эпидемиологической обстановке в Индии, но автор текста в «Российской газете» упоминает США только в контексте государства, пытающегося изолироваться от Индии.

Поляризация оценочной лексики. В тексте «Без туалета, еды и воды»⁸⁹ по отношению к полицейским США употребляются выражения «полицейские

⁸⁷ США пообещали направить в Индию гуманитарную помощь более чем на 100 млн долларов для борьбы с COVID-19 [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://novayagazeta.ru/articles/2021/04/29/ssha-poobeshchali-napravit-v-indiiu-gumanitarnuiu-pomoshch-bolee-chem-na-100-mln-dollarov-dlia-borby-s-covid-19>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁸ Чуриков А. Костры не гаснут [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/29/chislo-skonchavshihsia-ot-koronavirusa-v-indii-prevysilo-200-tysiach-chelovek.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁸⁹ Дунаевский И. Без туалета, еды и воды [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/27/vlasti-washingtona-priznali-vinu-za-dejstviia-policii-protiv-protestuiushchih.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

действовали без разбора» - трижды, «задержанные...жаловалась на чрезмерную жесткость», «попали «под раздачу» полиции» и т.д. По отношению к российским митингующим «Российская газета» использует нейтральные и негативные выражения, утверждая, что «столичные полицейские применяли в ходе незаконных акций, прошедших в конце января – начале февраля в Москве, обоснованно»⁹⁰, ссылаясь на начальника ГУ МВД России по Москве Олега Баранова. Применение силы оправдывается, в отличие от применения силы солдатами США. Однако ряд российских изданий рассказывает о том, что на незаконных протестных акциях полиция «была абсолютно безжалостна» – «Медуза»⁹¹. О жалобах на агрессию правоохранителей в сторону журналистов сообщается в российской службе ВВС, при этом в публикации сообщается и о противоправных действиях со стороны некоторых митингующих⁹². Об избивание журналиста полицейской дубинкой сообщает интернет-портал газеты РБК⁹³, отмечая, что заявление было отклонено Следственным комитетом. О том, что задержанным не позволяли воспользоваться туалетом, избивали, оставляли без еды и воды сообщает «Новая газета»⁹⁴. На сайте «Российской газеты» мы не нашли ни одной публикации, где действия правоохранителей были описаны с негативной стороны, как были описаны в тексте про демонстрации в США. Здесь встречается полярная лексика, в отношении российских полицейских «применяли спецсредства оправданно», в отношении полиции США – «действовали без разбора», «жестокость», «попали под раздачу».

⁹⁰ Петров И. МВД: Полиция законно применяла спецсредства и самбо на акциях в Москве [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/03/10/reg-cfo/mvd-policiia-zakonno-primeniala-specsredstva-i-sambo-na-akciiah-v-moskve.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹¹ Игуменов В. Куда делась вся полиция? И что вообще происходит? [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://meduza.io/feature/2021/04/22/kuda-delas-vsya-politsiya-i-chto-voobsche-proishodit>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹² Фохт Е., Голубева А., Чиж О. «Видел, кто кинул? Запомни эту мразь»: как ОМОН разгонял акцию в поддержку Навального под градом снежков [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://www.bbc.com/russian/news-55782854>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹³ Ламова Е., Филипенко А. Адвокат заявил об отказе СК начать проверку из-за удара дубинкой на акции [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://www.rbc.ru/politics/17/03/2021/605217019a79470b88bf5090>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹⁴ «Применяйте насилие, вам ничего за это не будет» [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://novayagazeta.ru/articles/2021/01/26/88890-primenyayte-nasilie-vam-nichego-za-eto-ne-budet>. (дата обращения: 05.05.2021).

Односторонние высказывания – выбирается несколько экспертов, высказывания которых находятся в пределах одной позиции, удобной автору. Все публикации, имеющие негативную информацию, с цитатами МИД Российской Федерации приводят только цитаты российской стороны, ни в одной из 1057 публикаций не приводятся высказывания экспертов с другой точкой зрения, как американских, так и русскоязычных.

Отсылка к сообщениям СМИ – проводится обзор высказываний, поддерживающих нужную позицию. Мы обнаружили, что в ряде публикаций «Российская газета» ссылается на другие издания, сообщая что-либо о США. Так, например, в публикации «США показали самый низкий прирост населения со времен Великой депрессии»⁹⁵ автор указывает как источник информации такие издания, как ТАСС и The Wall Street Journal. В публикациях «Ужасная правда: NI раскритиковал межконтинентальные ракеты США»⁹⁶ и «NI назвал слабое место подлодок ВМС США»⁹⁷ автор ссылается на издание The National Interest.

Так мы выяснили, что в «Российской газете» используются манипулятивные стратегии, но не такие явные, как фабрикация фактов или прямая ложь, так как они могут быть распознаны читателем. Журналисты используют более аккуратные приемы воздействия на читателя.

Также мы проанализировали материалы с точки зрения языка и языковых приемов, лексико-фразеологических и грамматических средств. Мы проанализировали тексты с точки зрения выделенных методов формирования медиаобраза М. Р. Желтухиной и Л. Л. Зеленской.

Мы не выявили фразеологизмов в текстах коротких новостных заметок, но фразеологизмы используются в текстах аналитических материалах на

⁹⁵ США показали самый низкий прирост населения со времен Великой депрессии [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/27/ssha-pokazali-samyj-nizkij-prirost-naseleniia-so-vremen-velikoj-depressii.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹⁶ Корякин О. Ужасная правда: NI раскритиковал межконтинентальные ракеты США [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/11/uzhasnaia-pravda-ni-raskritikoval-mezhkontinentalnye-rakety-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹⁷ NI назвал слабое место подлодок ВМС США [Электронный ресурс] URL : <https://rg.ru/2021/04/12/ni-nazval-slaboe-mesto-podlodok-vms-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

политическую тему, опубликованных на сайте «Российской газеты». Один из примеров использования, это публикация «В госдеп и к семье»⁹⁸, в подзаголовке которой используется фраза «посол США в России покинет Москву в ближайшие дни, но обещает вернуться». Это может быть отсылкой на устоявшееся выражение «он улетел, но обещал вернуться» из трилогии шведской писательницы Астрид Линдгрэн «Малыш и Карлсон, который живёт на крыше», сказанной по отношению к главному герою. В лиде публикации присутствует фраза «подстелить соломку» из пословицы «знал бы, где упасть – подстелил соломку». В тексте «Холодный ветер с Атлантики»⁹⁹ используется фраза «задушить эти надежды в самом зародыше», что является фразеологизмом «задушить в зародыше» — не допустить. В том же тексте используется устоявшееся выражение «гнуть свою линию».

Слова с ярко выраженной эмоциональной окраской. Как таковые слова и конструкции с ярко выраженной эмоциональной окраской не были выявлены в публикациях, отобранных в указанный период. Авторы текстов не стремятся к строгой официальной, формальной или научной речи, так как используют в своих публикациях просторечные выражения, но, вероятно, они делают это для упрощения понимания текста массовым зрителем и привлечения массовой аудитории.

Просторечная лексика в коротких новостных заметках не встречается, но используется авторами в аналитических текстах, например в публикации «Посла "попросили"»¹⁰⁰ встречаются выражения «дает Байдену возможность не заморачиваться», «нападки ... летят», «наплодили», имея в виду законы.

Синонимы не используются подряд, а распределены по тексту, чтобы избежать повторений. Выявить использование синонимов как лексико-фразеологический метод манипуляции нам не удалось.

⁹⁸ Гасюк А. В госдеп и к семье [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/20/vernetsia-li-v-rossiiu-posol-ssha.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

⁹⁹ Дунаевский И., Ковалева Д. Холодный ветер с Атлантики [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/15/zaharova-otvet-na-sankcii-ssha-i-vysylku-nashih-diplomatov-neotvratim.html>. (дата обращения: 05.05.2021).

¹⁰⁰ Дунаевский И. Посла «попросили» [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/18/moskva-zakroet-granicy-dlia-amerikanskih-avtorov-antirossijskogo-kursa.html>. (дата обращения: 5.05.2021).

Вводные слова не используются журналистами, присутствуют в цитатах политиков. Так, например, в публикации «Ключевое звено»¹⁰¹ автор цитирует председателя Временной комиссии Совета Федерации по защите государственности, который использует в своей речи слово «очевидно».

Таким образом, можно сделать вывод, что в интернет-СМИ «Российская газета» активно используются разные методы формирования медиаобраза США. Формируется негативный медиаобраз Президента США Джо Байдена, а также его политических решений и политической стратегии США по отношению к России. В экономической сфере мы отметили большое количество нейтральных публикаций, вероятно из-за отсутствия тесных экономических отношений между США и Россией. Также в публикациях присутствуют манипулятивные приемы, такие как поляризация оценочной лексики, отсылки к сообщениям СМИ и замалчивание.

¹⁰¹ Мисливская Г. Ключевое звено [Электронный ресурс] : офиц.сайт. URL : <https://rg.ru/2021/04/15/sovfed-fiksiruet-usilenie-vliianiia-izvne-na-rossijskuiu-molodezh.html>. (дата обращения: 5.05.2021).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав в ходе нашего исследования научную литературу, посвященную термину «медиаобраз» и его составляющим, а также отдельно термину «имидж», мы установили, что само определение все еще представлено непоследовательно и имеет расхождения в описаниях разных исследователей. Проблема формирования медиаобраза и имиджа становится только актуальнее, на фоне обостряющихся отношений двух крупных держав. Целью данной работы было выявление способов формирования имиджа США на примере интернет-СМИ «Российская газета». Мы определили взаимосвязь терминов «медиаобраз» и «имидж», и установили, что они близки друг к другу, главное различие заключается в том, что имидж может быть сформирован не только в СМИ.

В первой главе данной работы мы рассмотрели научные исследования, посвященные медиаобразу, методам его формирования, а также имиджу, и таким методам формирования медиаобраза государства как пропаганда и манипуляция, так как эти методы часто упоминаются в научной литературе. Мы сравнили разные определения терминов «пропаганда» и «манипуляция», и установили, что в разных научных работах авторы по-разному трактуют термины и определяют их соотношение. В данной работе мы рассматривали термин «пропаганда» как один из методов манипулятивного воздействия в рамках создания медиаобраза государства.

Во второй главе мы проанализировали интернет-версию СМИ «Российская газета», также затронув печатное издание, выяснив, что это

официальный публикатор нормативных правовых актов и орган Правительства Российской Федерации, что означает, что газета будет напрямую следовать официальной политике государства и его первых лиц. Мы проанализировали материалы, имеющие упоминание США и вышедшие в период с 1 по 30 апреля, и выяснили, что данное государство не раз упоминается как «недружественное государство» в цитатах российских политиков.

Мы проследили методы, которыми пользуется «Российская газета» для формирования медиаобраза США: «позиционирование: создание информационной среды» и «тщательный отбор освещаемых событий». Мы установили, что журналисты «Российской газеты» не используют такие грубые методы манипуляции как фабрикация фактов и прямая ложь, так как это могло бы привести к судебным искам и крупным скандалам, авторы публикаций пользуются скрытыми методами, которые сложно установить при прочтении, соблюдая один из главных принципов манипулятивного воздействия, то есть скрытого воздействия на аудиторию. Мы разделили материалы на три группы: «позитивные», «нейтральные» а также «негативные». К тому же мы проанализировали материалы на предмет использования манипулятивных приемов как метода формирования медиаобраза и обнаружили использование таких приемов, как отсылка к сообщениям СМИ, односторонние высказывания, поляризация оценочной лексики и замалчивание.

Мы пришли к выводу, что «Российская газета» сознательно формирует негативный медиаобраз США, при этом прибегая к использованию манипуляции и пропаганды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Алтунян, А. Г. Анализ политических текстов: Учебное пособие / А. Г. Алтунян // М. : Изд-во Логос. – 2006. – С. 384.

2 Анисимова, С. Ш. Внешнеполитический имидж государства как атрибут современных международных отношений / С. Ш. Анисимова // Sciences of Europe: Прага, 2021. – С. 42-45.

3 Астаркин, А. С. Приемы и средства ведения информационной войны в СМИ/ А. С. Астаркин // Коммуникология: электронный научный журнал. М., 2020. – №1. – С 71-79.

4 Ахтанова, Ш. Ж. Роль СМИ в формировании образа России / Ш. Ж. Ахтанова // Magyar Tudományos Journal. Киев, 2020. – С. 11-14.

5 Байден заявил о быстром распространении новых мутаций COVID-19 в США [Электронный ресурс] // Российская газета. – 06.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/06/bajden-zaiavil-o-bystrom-rasprostranenii-novyh-mutacij-covid-19-v-ssha.html> – 05.05.2021.

6 Байден принял решение по Афганистану без учета мнения помощников [Электронный ресурс] // Российская газета. – 15.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/15/bajden-prinial-reshenie-po-afganistanu-bez-ucheta-mneniia-pomoshchnikov.html> – 05.05.2021.

7 Балалуева, И. А. Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоправления в информационном обществе / И. А. Балалуева // Право и управление. XXI век: М., 2014. – №4. – С. 86-91.

8 Барабаш, В. В. Образы России в мире / В. В. Барабаш // М. : Изд-во АИРО XXI. – 2011. – С. 296.

9 Брейкер, Х. Б. Кто дергает за ниточки, или Как не позволить манипулировать собой / Х. Б. Брейкер // М. : Изд-во ФАИР-ПРЕСС. – 2005. – С. 256.

10 Бирюкова, М. NI назвал слабое место подлодок ВМС США [Электронный ресурс] / М. Бирюкова // Российская газета. – 12.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/12/ni-nazval-slaboe-mesto-podlodok-vms-ssha.html> – 05.05.2020.

11 Васюкова, И.А. Имидж / И. А. Васюкова // Словарь иностранных слов. М., 2006. – С. 216.

12 Владислав Фронин: Через «Российскую газету» можно донести свою обеспокоенность до правительства: что происходит с ценами, что с бензином. Во всех сферах // Общественное телевидение России. – 21.06.2018. – Режим доступа : <https://otr-online.ru/programmy/bolshaya-strana/vladislav-fronin-32374.html> – 05.05.2021.

13 В США подсчитали число зрителей первого обращения Байдена к Конгрессу [Электронный ресурс] // Российская газета. – 30.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/30/v-ssha-podschitali-chislo-zritelej-pervogo-obrashcheniia-bajdena-k-kongressu.html> – 05.05.2021.

14 Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник ОГУ: М., 2013. – №11. – С. 91-93.

15 Галумов, Э. А. Имидж против имиджа / Э. А. Галумов // М. : Известия. – 2005. – С. 551.

16 Гасюк, А. В госдеп и к семье [Электронный ресурс] / А. Гасюк // Российская газета. – 20.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/20/vernetsia-li-v-rossiiu-posol-ssha.html> – 05.05.2020.

17 Гасюк, А. Собрать и поделить [Электронный ресурс] / А. Гасюк // Российская газета. – 29.04.2021. – Режим доступа :

<https://rg.ru/2021/04/29/prezident-ssha-raskryl-kongressu-ambicioznuiu-povestku.html> – 05.05.2021.

18 Глушкова, Т. С., Гориченко, А. В. Роль медиаобраза в стратегии позиционирования общественной организации (на примере мооо «Российские студенческие отряды») / Т. С. Глушкова // Вестник Омского ун-та. Омск, 2015. – №2. – С. 185-188.

19 Гравер, А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования / А. А. Гравер // Вестник томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2012. – №3. – С. 29-45.

20 Дунаевский, И. Посла «попросили» [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 18.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/18/moskva-zakroet-granicy-dlia-amerikanskih-avtorov-antirossijskogo-kursa.html> – 05.05.2020.

21 Дунаевский, И., Ковалева, Д. Холодный ветер с Атлантики [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 15.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/15/zaharova-otvet-na-sankcii-ssha-i-vysylku-nashih-diplomatov-neotvratim.html> – 05.05.2020.

22 Дунаевский, И. Без туалета, еды и воды [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 27.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/27/vlasti-vashingtona-priznali-vinu-za-dejstviia-policii-protiv-protestuiushchih.html> – 05.05.2021.

23 Демьянков, В. З. Стереотип / В. З. Демьянков // Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. – С. 177-179.

24 Дзялошинский, И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И. М. Дзялошинский // Вестник Московского ун-та. М., 2005. – С. 29-54.

25 Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко // М. : Изд-во Речь. – 2003. – С. 304.

26 Драчева, Ю. И. Понятие медиаобраза и его описание в лингвистическом и лингвистическом аспектах / Ю. И. Драчева // Вестник Череповецкого гос. ун-та. – 2019. – №2. – С. 103-108.

27 Дунаевский, И. Без туалета, еды и воды [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 27.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/27/vlasti-vashingtona-priznali-vinu-za-dejstviia-policii-protiv-protestuiushchih.html> – 05.05.2021.

28 Дунаевский, И., Ковалева, Д. Холодный ветер с Атлантики [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 15.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/15/zaharova-otvet-na-sankcii-ssha-i-vysylku-nashih-diplomatov-neotvratim.html> – 05.05.2020.

29 Дунаевский, И. Посла «попросили» [Электронный ресурс] / И. Дунаевский // Российская газета. – 18.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/18/moskva-zakroet-granicy-dlia-amerikanskih-avtorov-antirossijskogo-kursa.html> – 05.05.2020.

30 Емельянова, С. Чеченец избавит страну от энергозависимости / С. Емельянова // Российская газета. – 16.05.2019. – Режим доступа : <https://rg.ru/2014/05/26/reg-skfo/energiya.html> – 05.05.2021.

31 Ермоленко, Г. М. Медиаобраз В. В. Путина в текстах англоязычных СМИ / Г. М. Ермоленко // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. Тольятти, 2013. – №3. – С. 8-17.

32 Ефремова, Т.Ф. Манипуляция // Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М., 2000. – С. 184.

33 Желтухина, М. Р., Зеленская, Л. Л. Создание медиаобраза политического врага в современных российских и американских СМИ: лексико-грамматический аспект / М. Р. Желтухина // Известия Волгоградского гос. пед. ун-та. Волгоград : Изд-во ФГБОУ ВО «ВГСПУ». – 2018. – №4. – С. 121-130.

34 Игуменов, В. Куда делась вся полиция? И что вообще происходит? [Электронный ресурс] / В. Игуменов // Российская газета. – 22.04.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/04/22/kuda-delas-vsya-politsiya-i-cto-voobsche-proishodit> – 05.05.2021.

35 Интервью Евгения Александрова журналу Patron (часть 2) // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. – Режим доступа : <http://klngan.ru/2015/04/alexandrov2/> – 05.05.2021.

36 Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза // М. : Изд-во Родина. – 2018. – С. 462.

37 Ковалева, Д. Рейтинг Байдена стал одним из самых низких в истории США [Электронный ресурс] / Д. Ковалева // Российская газета. – 25.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/25/rejting-bajdena-stal-odnim-iz-samyh-nizkih-v-istorii-ssha.html> – 05.05.2021.

38 Ковач, О. А. Принципы конструирования медиаобраза государства / О. А. Ковач // Медиасреда. Челябинск, 2019. – С. 57-62.

39 Когалов, Ю. СМИ: Байден намерен повысить налоги для богатых [Электронный ресурс] / Ю. Когалов // Российская газета. – 23.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/23/smi-bajden-nameren-povysit-nalogi-dlia-bogatyh.html> – 05.05.2021.

40 Козина, А. Мишина и Галлямов выиграли короткую программу на командном ЧМ [Электронный ресурс] / А. Козина // Российская газета. – 16.04.2021. – Режим доступа : <https://sportrg.ru/2021/04/16/mishina-i-galliamov-vyigrali-korotkuiu-programmu-na-komandnom-chm.html> – 05.05.2021.

41 Корякин, О. Ужасная правда: NI раскритиковал межконтинентальные ракеты США [Электронный ресурс] / О. Корякин // Российская газета. – 11.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/11/uzhasnaia-pravda-ni-raskritikoval-mezhkontinentalnye-rakety-ssha.html> – 05.05.2020.

42 Краснопольская, И. Швейцария нам указ? » [Электронный ресурс] / И. Краснопольская // Российская газета. – 15.10.2015. – Режим доступа : <https://rg.ru/2015/10/16/gomeopatiya.html> – 05.05.2021.

43 Кузнецов, С. А. Пропаганда / С. А. Кузнецов // Большой толковый словарь русского языка. СПб., 2000. – С. 1018.

44 Лагутина, О. В. Массовая, «жёлтая», бульварная пресса: к вопросу разграничения понятий / О. В. Лагутина // Известия ЮЗГУ. Серия Лингвистика и педагогика. – 2013. – № 2. – С. 7-15.

45 Ламова, Е., Филипенко, А. Адвокат заявил об отказе СК начать проверку из-за удара дубинкой на акции [Электронный ресурс] / Е. Ламова // Российская газета. – 17.03.2021. – Режим доступа : <https://www.rbc.ru/politics/17/03/2021/605217019a79470b88bf5090> – 05.05.2021.

46 Лозовский, Б. Н. Качественная пресса / Б. Н. Лозовский // Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та. – 2004. – С. 116.

47 Малышева, Е. Г., Гриднев, Н. А. Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) / Е. Г. Малышева // Научный диалог. Екатеринбург, 2016. – С. 134-144.

48 Марущак, А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве / А. В. Марущак // Журналистский ежегодник: Барнаул, 2012. – С. 93-96.

49 Медведев, Ю. Ученые России и США разработали нанопрепарат для лечения глаз [Электронный ресурс] / Ю. Медведев // Российская газета. – 22.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/22/uchenye-rossii-i-ssha-razrabotali-nanopreparat-dlia-lecheniia-glaz.html> – 05.05.2021.

50 Мисливская, Г. Ключевое звено [Электронный ресурс] / Г. Мисливская // Российская газета. – 15.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/15/sovfed-fiksiruet-usilenie-vliianiia-izvne-na-rossijskuiu-molodezh.html> – 05.05.2021.

51 Мисливская, Г. Матвиенко: Отношениям России и США требуется перезапуск [Электронный ресурс] / Г. Мисливская // Российская газета. – 23.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/23/matvienko-otnosheniam-rossii-i-ssha-trebuetsia-perezapusk.html> – 05.05.2021.

52 Мощенко, И. Н., Красников, А. С. Имитационная модель восприятия пропаганды населением / И. Н. Мощенко // Инженерный вестник Дона. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ. – 2018. – №4. – С. 5-25.

53 Най, Д. С. Мягкая сила и американо-европейские отношения // Свободная мысль – XXI. – 2004. – № 10. – С. 33-41.

54 На Марсе впервые получен кислород с помощью специальной установки [Электронный ресурс] // Российская газета. – 22.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/22/na-marse-vpervye-poluchen-kislород-s-pomoshchiu-specialnoj-ustanovki.html> – 05.05.2021.

55 Ожегов, С. И. Образ // Толковый словарь русского языка. М. : Изд-во Мир и образование. – 2018. С. 304.

56 Открытое письмо медицинских журналистов главному редактору «Российской газеты» В. А. Фронину в связи с публикацией статьи «Швейцария нам указ?» // «Троицкий вариант — Наука». 2015. – 03.10.2015. – Режим доступа : <http://trv-science.ru/2015/11/03/otkrytoe-pismo-medzhurnalistov-v-a-froninu/> – 05.05.2021.

57 Ошуркова, И. Капля жизни / И. Ошуркова // Российская газета. – 28.02.2019. – Режим доступа : <https://rg.ru/2015/01/28/reg-urfo/voda.html> – 05.05.2021.

58 Петракова, А. С. Социально-философский анализ трансформации сознания личности средствами манипулятивного воздействия / А. С. Петракова // Краснодар, 2014. – С. 156.

59 Петров, И. МВД: Полиция законно применяла спецсредства и самбо на акциях в Москве [Электронный ресурс] / И. Петров // Российская газета. – 10.03.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/03/10/reg-cfo/mvd-policiia-zakonno-primeniala-specsredstva-i-sambo-na-akciiah-v-moskve.html> – 05.05.2021.

60 Пичугина, Т. И опять «структурированная вода» / Т. Пичугина // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. – Режим доступа : <http://klran.ru/2015/01/voda-rg/> – 05.05.2021.

61 Применяйте насилие, вам ничего за это не будет [Электронный ресурс] // Российская газета. – 26.01.2021. – Режим доступа : <https://novayagazeta.ru/articles/2021/01/26/88890-primenyayte-nasilie-vam-nichego-za-eto-ne-budet> – 05.05.2021.

62 Прохоров, А. М. Популизм / А. М. Прохоров // Большой энциклопедический словарь. М., 1993. – С. 23.

64 Пушков заявил о социальной деградации США из-за легализации наркотиков [Электронный ресурс] // Российская газета. – 03.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/03/pushkov-zaiavil-o-socialnoj-degradacii-ssha-iz-za-legalizacii-narkotikov.html> – 05.05.2021.

63 Романов, В. Г., Романова, Н. П. Новостные заголовки региональных интернет-изданий как средство формирования медийного образа Забайкальского края / В. Г. Романов // Вестник Забайкальского гос. ун-та. Чита, 2019. – С. 52-71.

64 «Российская газета» сообщила о государственном финансировании разработки вечного двигателя // Комиссия по борьбе с лженаукой при Президиуме Российской академии наук. – Режим доступа : <http://klnran.ru/2014/05/perpetuum-mobile/> – 05.05.2021.

65 Русакова, О. Ф. Медиадискурс как инструмент конструирования политической реальности / О. Ф. Русакова // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин: Белгород : Изд-во БелГУ. – 2013. – С. 95-99.

66 Сергей Лавров считает «тупой» политику США в отношении России [Электронный ресурс] // Российская газета. – 08.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/08/sergej-lavrov-schitaet-tupoj-politiku-ssha-v-otnoshenii-rossii.html> – 05.05.2021.

67 Сидорская, И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ / И. В. Сиворская // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики: Псков : Изд-во Псковского гос. ун-та. – 2015. – С. 64-84.

68 Соколова, Е. П. Применение манипулятивных приемов российскими массмедиа в процессе создания образа Муаммара Каддафи / Е. П. Соколова // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Челябинск, 2012. – №18. – С. 155-158.

69 Соловей, В. Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде / В. Д. Соловей // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. М., 2018. – С. 81-87.

70 Стариченок, В. Д. Фразеологизм / В. Д. стариченок // Большой лингвистический словарь. Ростов : Изд-во Феникс. – 2008. – С. 684.

71 Субботин, В. В., Замолоцких, И. О. Влияние пропаганды и агитации на общественное мнение / В. В. Субботин // Инновационная наука. Уфа : Изд-во Аэтерна. – 2017. – №1. – С. 215-217.

72 Суздальцева В. Н. Образ власти в современных российских СМИ / В. Н. Суздальцева // М., 2017. – С. 252.

73 Сулейманов, Э. А. Отражение политической реальности в СМИ / Э. А. Сулейманов // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2017. – № 3. – С. 51-59.

74 Сур, Е. И. Манипуляция: понятие, основные признаки и структура / Е. И. Сур // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Волгоград, 2012. – С. 1-4.

75 США показали самый низкий прирост населения со времен Великой депрессии [Электронный ресурс] // Российская газета. – 27.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/27/ssha-pokazali-samyj-nizkij-prirost-naseleniia-sovremen-velikoj-depressii.html> – 05.05.2021.

76 США пообещали направить в Индию гуманитарную помощь более чем на 100 млн долларов для борьбы с COVID-19 [Электронный ресурс] : офиц.сайт. // Российская газета. – 29.04.2021. – Режим доступа : <https://novayagazeta.ru/articles/2021/04/29/ssha-poobeshchali-napravit-v-indiiu-gumanitarnuiu-pomoshch-bolee-chem-na-100-mln-dollarov-dlia-borby-s-covid-19> – 05.05.2021.

77 Терских, М. В., Маленова, Е. Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / М. В. Терских // Омск, 2015. – С. 160.

78 Трамп присоединился к новой социальной платформе [Электронный ресурс] // Российская газета. – 01.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/01/tramp-prisoedinilsia-k-novoj-socialnoj-platforme.html> – 05.05.2021.

79 Уракова, В. А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера / В. А. Уракова // Вестник экономики, права и социологии. Казань : Изд-во Инфоцентр Эксперт. – 2016. – №3. – С. 181-184.

80 Федоров, А. В. Медиа / А. В. Федоров // Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности: Таганрог : Изд-во Таганрог.гос. пед. ин-та. – 2010. С. 64.

81 Фохт, Е., Голубева, А., Чиж, О. «Видел, кто кинул? Запомни эту мразь»: как ОМОН разгонял акцию в поддержку Навального под градом снежков [Электронный ресурс] / Е. Фохт // Российская газета. – 23.01.2021. – Режим доступа : <https://www.bbc.com/russian/news-55782854> – 05.05.2021.

82 Хочунская, Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект / Л. В. Хочунская // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика, 2013. – №2. – С. 91-95.

84 веткова, О. Г. Аргумент как способ достижения интенции говорящего в споре // Филологический аспект: Сборник научных трудов по материалам I международной научно-практической конференции / О. Г. Цветкова // Нижний Новгород, 2015. – С. 81-83.

84 Чельшева, И. В. Медиакультура и медиареальность в жизни современного общества потребления / И. В. Чельшева // Философия права. Ростов-на-Дону, 2010. – С. 5-8.

85 Черенева, В. Видео: В Петербурге на улицах начали выгуливать робособак [Электронный ресурс] / В. Черенева // Российская газета. – 23.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/23/reg-szfo/v-peterburge-na-ulicah-nachali-vygulivat-robosobak.html> – 05.05.2021.

86 Четверикова, А. Нужна ли нам машина времени [Электронный ресурс] / А. Четверикова // Российская газета. – 27.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/27/opros-chto-rossiiane-schitaiut-simvolami-strany-i-znaiut-ob-istorii.html> – 05.05.2021.

87 Чуриков, А. Костры не гаснут [Электронный ресурс] / А. Чуриков // Российская газета. – 29.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/29/chislo-skonchavshihsia-ot-koronavirusa-v-indii-prevysilo-200-tysiach-chelovek.html> – 05.05.2021.

88 Шергова, О. Б. Эволюция теории медиаобразования: от протекционизма к реализации гражданских прав / О. Б. Шергова // Вестник культурологии. М., 2010. – С. 119-133.

89 Шестопал, Е. Б. Образы государств, наций и лидеров / Е. Б. Шестопал // М. : Изд-во Аспект Пресс. – 2008. – С. – 288.

90 Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер // М. : Изд-во Мысль. – 1980. – С. 326.

91 Якубкина, М. В. Роль средств массовой информации в формировании международного имиджа государства / М. В. Якубкина // Вестник современных исследований. Омск : Изд-во ИП Соловьёв В. А. – 2019. – С. 117-123.

92 Ячменникова, Н. Корабль Crew Dragon с четырьмя астронавтами на борту стартовал к МКС [Электронный ресурс] / Н. Ячменникова // Российская газета. – 23.04.2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2021/04/23/korabl-crew-dragon-s-chetyrmia-astronavtami-na-bortu-startoval-k-mks.html> – 05.05.2021.