

Санкт-Петербургский государственный университет

Хун Гуанань

Выпускная квалификационная работа

Сравнительно-сопоставительное исследование речевых портретов стран в международных новостных сводках англоязычных СМИ о COVID-19

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.01 «Филология»

Основная образовательная программа СВ. 5040. «Английский язык и литература»

Профиль «Английский язык и литература»

Научный руководитель:
ст.преп.Кафедра английской
филологии и лингвокультурологии
Каменева О. В.

Рецензент:
Доцент.Кафедра английской
филологии и лингвокультурологии
Денисова Н. В.

Санкт-Петербург

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА.....	5
1.1. Теория и академический аспект анализа дискурса.....	5
1.2. Объекты анализа и методы медиадискурса.....	10
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I.....	23
ГЛАВА II. ИЗМЕНЕНИЕ В СООБЩЕНИЯХ СМИ В РАЗНЫХ СТРАНАХ ВО ВРЕМЯ ЭПИДЕМИИ.....	25
2.1. Начало пандемии в Китае.....	29
2.2. Всплеск пандемии в Италии.....	38
2.3. Пандемия в США и Европе.....	43
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II.....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	54
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	59

ВВЕДЕНИЕ

В 2019 году новая коронная эпидемия разразилась в Ухане, Китай. Есть много словарей, связанных с новой коронной эпидемией. Разные страны и регионы имеют разные словари, а также имеют уникальное значение в своих странах. Этот документ посвящен изучению разных слов в разных странах И в чем разница между разными СМИ, в чем их смысл и сущность, а также в чем их особенность и универсальность. Поймите различия между разными странами и СМИ в отношении новой коронной эпидемии и почему существуют такие различия, Его следует тщательно проанализировать, чтобы описать ситуацию с вирусом или вспышкой. Следует провести серию исследований для изучения и анализа языковых и лексических средств создания портрета страны, зараженной коронавирусом, на фоне меняющейся эпидемиологической ситуации для отслеживания динамики коннотации.

Цель проанализировать концептуальную структуру англоязычные глоссарии по коронавирусной пандемии COVID-19, опубликованных на официальных сайтах международных организаций, в публицистических изданиях и СМИ, выявить универсальные и менее частотные специальные концепты, обозначить окказиональные лексические явления.

В работе решается следующий ряд **задачи**:

1) Ищите и анализируйте методы английских слов, описывающих Covid-19, и их семантические коннотации на веб-сайтах или в книжных материалах.

2) Проанализировать термины, используемые в британских и американских СМИ о COVID-19.

3) Анализируйте изменение эмоционального тона сообщений европейских и американских СМИ о COVID-19.

В работе использовались следующие **методы исследования** : Структурный анализ , Когнитивный анализ , Социокультурный анализ , Критический анализ, Всесторонний анализ.

Структура работы определяется целями и задачами, поставленными в работе. Дипломная работа общим объёмом (~) страниц состоит из введения, двух глав с выводами к каждой из них, заключения, списка использованной литературы и списка электронных ресурсов.

Во введение обосновывается выбор темы, её актуальность, определяются основные цели и задачи исследования.

Первая глава представляет собой теоретическую главу, в которой описываются различные методы определения значения слов, характеристики медийного дискурса и способ выражения оценки.

Вторая глава представляет собой систематический анализ, анализируя новостные сообщения британских и американских СМИ, начиная с декабря 2019 года, и то, как изменился эмоциональный тон новостных сообщений.

ГЛАВА I. ТЕОРИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА

1.1. Теория и академический аспект анализа дискурса

Долгое время проблема значения слова была самой сложной в различных областях исследований. Своего апогея проблема достигла при психолингвистическом подходе, когда произошло перемещение фокуса внимания специфики значения как достояние индивида, что потребовало пересмотра логико-рационалистической трактовки значения. На сегодняшний день исследователи разделились на две группы, которые поддерживают разные теории о психолингвистике. Так, первая группа исследователей настаивают на том, чтобы полностью и без оговорок перенести в психолингвистику все ранее известное о значении из философии, логики, лингвистики. А вторая группа исследователей наоборот, настаивают на точке зрения, где необходимо полностью отказаться от этого без учета факта общности описываемого объекта.[Акимова, 1997: 44].

Чтобы определить и зафиксировать значение как значение индивида, исследователи выделили несколько подходов:

- Ассоциативный подход;
- Параметрический подход;
- Индикативный подход;
- Ситуационный подход.[Александрова, 1988: 34].

Для начала рассмотрим ассоциативный подход. Если говорить об ассоциативном подходе, то следует иметь в виду то, что под этим термином в данной главе ВКР понимается ассоциативное значение. Таким образом,

понятие «ассоциативное значение» сформировалось в процессе поиска определенной внутренней структуры, паттерна глубоких связей и отношений, которые развиваются в человеке посредством диалога и мысли. Его многогранный опыт работы в основе «когнитивной организации» можно раскрыть, проанализировав ассоциативные связи слова. Впервые это понятие в том виде, в котором оно существует, можно найти в исследовании Джеймса Диза "Структура ассоциации в языке и мысли», где автор поставил вопрос о категориальном значении и экспериментальном исследовании ассоциативного.[Александрова, 1988: 35].

Спустя некоторое количество времени высокую оценку ассоциативному подходу озвучил исследователь А.А. Леонтьев, который в полном объеме поддержал исследовательские труды Джеймса Диза. А.А. Леонтьев неоднократно отмечал, что выявленные подходом Д. Диза факторы легко и содержательно интерпретируются как семантические компоненты слова, что может служить доказательством принципиального единства психологической природы их семантических и ассоциативных характеристик.

В случае параметрического подхода к изучению значения, мы должны ориентироваться на родной язык слова, который можно разделить на ряд компонентов, степень выраженности которых поддается количественному измерению. Изучение этой области исследования связан с именем Чарльза Осгода, который вместе с коллегами изобрел метод семантического дифференциала (СД), который до сих пор широко используется в различных исследовательских целях. Ч. Осгод неоднократно подчеркивал, что метод СД

измеряет значение слова и может быть описан через позицию определенной ширины, характеризующуюся тремя основными параметрами, соответствующими трем независимым факторам: оценка, сила и активность [Арутюнова, 1990: 12]. Положение в этом пространстве выявляется посредством факторного анализа, но многие исследователи ограничивают использование этого метода только начальным этапом работы, измеряя размер слов с точки зрения числовых параметров, что позволяет получить количественные характеристики по параметрам конкретности, образности, эмоциональности и т.д., и это выходит за рамки коннотативного значения и по-разному описывает то, что стоит за словом у индивида. Кроме того, было установлено, что конкретный параметр сам по себе является продуктом взаимодействия набора известных параметров и что его вклад в значение слова может варьироваться.

Рассмотреть динамику развития параметрического подхода к значению можно на следующих примерах:

Во-первых, сочетание метода СД и теории построения личности Дж. Келли используется В.Ф. Петренко на основе психосемантического (теоретического и экспериментального) подхода к изучению сознания и личности, где рассматривается существование различных смыслов (образов, символов, коммуникативных действий и ритуалов, вербальных концепций) в экспериментах. Задача дальнейшего развития системы индивидуальных смыслов, освещения категориальных структур объектного сознания, а также

задача развития этого подхода в разных направлениях, включая влияние процесса категоризации эмоций также ставится перед данным подходом.

Во-вторых, имеет место практическая реализация параметрического подхода к изучению психологической структуры значения слова через шкалирование носителями языка некоторых аспектов значения. Продукты этих экспериментальных исследований называются «семантическими нормами».

В-третьих, понятие параметра, связанное с проблемой значения слова в теоретическом аспекте, интенсивно исследуется в последние годы в рамках когнитивной психологии и когнитивной семантики, где исследователи производят попытки разграничить понятие признака, атрибута, параметра[Тён, 1989: 142].

Также коннотация есть ничто иное как окрашивание лексической единицы в значение эмоциональности, оценочности или экспрессивности. При этом ассоциативно-образный компонент в составе коннотации представляется основанием для квалификации оценки стилистической маркированности. Он также соединяет денотативное и коннотативное содержание единицы языка

Ю.Д. Апресян говорил о коннотации как о незначительных, но стабильных характеристиках обозначаемого ею понятия, которые тем или иным способом выражают оценку какого-либо объекта, предмета, явления или факта нашей реальности. Их мы не считаем ни составляющей значения слова, ни его результатом. С одной стороны, коннотацию определяли как

дополнительный элемент значения слова, прямо входящие в определение этой лексической единицы[Арутюнова, 1985: 17].

Под коннотацией также понимали комплекс ассоциаций, установленных в данном языковом обществе, образующих сопутствующие лексическому значению рациональные и эмоциональные компоненты.

О.С. Ахманова, как и многие другие исследователи, говорила о коннотации как о добавочном значении лексемы, сопровождающих ее смысловых или стилистических окрасках, что употребляются вместе с ее главным значением и нацелены на обозначение каких-либо эмоциональных, оценочных и экспрессивных дополнительных значений[Блакар, 1987: 28].

Для определения признаков коннотации можем обратиться к Алефиренко Н. Ф. В своей работе «Спорные проблемы семантики» она выделяет следующие признаки:

- А) Признак дополнительности к денотативному аспекту значения;
- Б) Вторичность коннотации по отношению к денотации;
- В) Выражение эмоциональной, экспрессивной и оценочной информации»[Александрова, 2002: 124].

Несмотря на это, наличие всех выше перечисленных черт недостаточно для того, чтобы определить языковой статус коннотации, предполагающий прежде всего обозначение типа отношения коннотации к смысловой структуре фразеологизмов и слов.

1.2. Объекты анализа и методы медиадискурса

Перед началом исследования особенностей дискурса СМИ и способов выражения оценочности следует, прежде всего, погрузиться в теоретическую базу и изучить понятие термина «дискурс».

Дискурс является неотъемлемой частью междисциплинарного изучения. На сегодняшний день известно множество работ в различных областях гуманитарных наук (например, социология, психология, политология, этнография, литературоведение и т.д), изучающих дискурс. Это говорит о широкой популярности понятия. Однако, из-за большой популярности, понятие «дискурс» не имеет общепринятого определения.

Так, голландский лингвист Т. Ван Дейк утверждает, что рамки понятия дискурса также расплывчаты, как и рамки понятия языка, общества, идеологии. Исходя из этого мы можем сделать вывод, что дискурс может пониматься как высказывание, текст или речь в зависимости от целей отдельных исследований и принадлежности учёных к различным научным школам [Залевская, 2000: 31].

Стоит отметить, что несмотря на широкое распространение термина «дискурс» и отсутствия общепринятого определения, в современной лингвистике можно выделить два основных взгляда на данное понятие.

В первом случае дискурс можно понимать, как речь, вписанная в коммуникативную ситуацию. При написании исследовательских работ множество исследователей пользуются определением Н.Д. Арутюновой, по которому «Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь»». Представляется

возможным предположить, то вышеупомянутое определение приобрело большую популярность среди исследователей за счёт своей ясности, краткости и метафорической выразительности, благодаря которой абстрактный термин «дискурс» становится наглядно понятным. Также стоит отметить, что дискурс также определяется «текст, взятый в событийном аспекте», «речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)», а также как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами»[Блакар, 1987: 42].

Иначе говоря, дискурс представляется «когнитивно, психологически, социально, культурно и т.д. значимым «событием»», который нельзя отделить от контекста, а также центральное положение в котором занимают адресант и адресат коммуникации.

Голландский исследователь Т. Ван Дейк говорит о том, что под термином «дискурс» следует понимать сложное единство языковой формы, значения и действия, которое лучше всего отражают понятия коммуникативного события или коммуникативного акта. По его словам, «дискурс выходит за рамки текста или самого диалога. К дискурсу, несомненно, относится говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики и другие аспекты социальной ситуации»[Залевска, 2000: 32].

В своих работах Н.Д. Арутюнова поддерживает точку зрения Т. Ван Дейка, упоминая неразрывную связь дискурса и прагматической ситуации, «которая привлекается для определения связности дискурса, его коммуникативной адекватности, для выяснения его импликаций и пресуппозиций, для его интерпретации»[Блакар, 1987: 48]

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что существует несколько основных пунктов, на которых акцентируют внимание исследователи при определении дискурса:

1. Неразрывная связь дискурса и контекста;
2. Наличие двух коммуникантов и целенаправленность речевого поведения говорящего;
3. Гиперо-гипонимические отношения между понятиями дискурса и текста.

В лингвистике также встречается и другое понимание дискурса, проистекающее из концепции французского историка, социолога и лингвиста Мишеля Фуко, и нашедшее своё отражение в работах исследователей германо-австрийской школы дискурсивного анализа. Так, М. Фуко понятие «дискурс» трактует как «интегративная совокупность текстов, связанных семантическими (содержательно-тематическими) отношениями и/или объединенных в коммуникативном и функционально-целевом отношении»[Солганика, 2005: 136].

В данном (функциональном) подходе часто понятие «дискурс» сочетаются с определениями (например, политический дискурс, рекламный

дискурс, дискурс СМИ и т.д.), поскольку объектом научного интереса становится не дискурс вообще, а определенные типы дискурса, которые объединяют общие языковые черты, особенности тематики или стилистики.

При проведении эмпирических исследований в данном русле критерием отбора текстов выступает принадлежность текста к какой-либо общественной практике, области знаний либо сфере общественной коммуникации[Солганика, 2005: 112]. Тип дискурса определяется по тому, в какой сфере деятельности человека он осуществляется и с целями какой сферы деятельности человека он согласуется.

Таким образом, «дискурс» с рассматриваемой точки зрения – это «языковое выражение (языковой коррелят) определенной общественной практики, упорядоченное и систематизированное особым образом использование языка, за которым стоит идеологически и исторически обусловленная ментальность», т.е. языковые особенности отдельного дискурса и составляющих его текстов определяются идеологией, стоящей за ним[Арутюнова, 1985: 53].

Дискурс может определяться не только сферой человеческой деятельности, но и другими критериями, именуемыми дискурсообразующими характеристиками. Так, дискурс определяют по типу субъекта коммуникации, который может быть, как индивидуальным (например, дискурс определенного политика), так и групповым, коллективным (например, дискурс партии или общественного движения) или же абстрактным[Ильичева, 2015: 263].

Особенности субъекта коммуникации легли в основу классификации исследователя В.И. Карасикова, который выделял два типа дискурса. Институциональный, или статусно-ориентированный дискурс представляет собой общение в рамках заданных статусно-ролевых отношений, при этом говорящий выступает как представитель той или иной социальной группы. Институциональный дискурс определяется на основании двух признаков: цель и участники общения. Второй тип – это персональный, или лично-ориентированный дискурс, когда субъект коммуникации выступает как личность со своим внутренним миром, подразделяется на бытовое (разговорная речь) и бытийное общение, представленное произведениями художественной литературы [Розенталь, 2003: 38].

Исследователи также различают следующие типы дискурса:

1. Степень информативности и фатичности;
2. Степень эмоциональности и рациональности;
3. Степень формальности общения (бытовое или официально-деловое общение);
4. По каналу передачи информации (устный или письменный дискурс) и т.д.

После краткого описания двух основных подходов к рассмотрению дискурса к лингвистике мы пришли к выводу, что целесообразным будет рассмотрение дискурса и как текста (в широком смысле этого слова) в неразрывной связи с экстралингвистическим контекстом, и как совокупности тематически соотнесенных текстов. Мы полностью разделяем мнение

В.Е.Чернявской, что вышеуказанные подходы дополняют и не противоречат друг другу, позволяя видеть и анализировать проблему с двух точек зрения. Лишь совокупность пониманий термина «дискурс» даст нам возможность для комплексного изучения и рассмотрения объекта нашего исследования.[Солганика, 2005: 7].

После проведения исследования понятия «дискурс» мы можем приступить к освещению связанного с ним дискурса СМИ.

Прежде всего необходимо определить граница термина «средства массовой информации». Средства массовой информации (СМИ) изначально созданные для распространения и донесения информации до широких масс, стали играть ключевую роль в современном мире, а первоначальная функция – информирование – отошла на второй план. Термин СМИ (средства массовой информации), позаимствованный из французского языка, был введен в обиход в 1970-х годах и послужил заменой существовавшей на тот момент формулировке «средства массовой коммуникации» (СМК). В термине СМИ подчёркивается однонаправленность воздействия прессы, радио и телевидения, что исключает обратную связь, взаимодействие между отправителем информации и её получателем.[Солганика, 2005: 122].

В своих работах британский публицист Томас Карлейль ассоциирует СМИ с «четвёртой властью» (наряду с законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти), и эта удачная метафора получила широкое распространение. Такое обозначение отражает огромное влияние СМИ, которые с помощью текстов воздействуют на общественное мнение и

«способствуют тем самым наилучшей реализации целей субъектов социальных интересов»[Якушина, 2003: 40].

В конце XX века в мире произошла четвёртая информационная революция, характерной особенностью которой стало широкое распространения личных компьютеров и интернета. Четвёртая информационная революция означала переход от постиндустриального общества к новой формации –информационному обществу. Это «общество, в границах которого в отраслях экономики начинает преобладать производство и распространение информации»[Кожемякина;Полонского;Ходеева, 2014: 21].Основным ресурсом нового общества становится информация, а главная задача –производство информации и коммуникации.

Теоретической базой концепта «информационного общества» послужили работы таких известных учёных, как Р. Карц, Й. Масуда, М. Порат, Т. Стоуньер и др. Американский исследователь У. Мартин понимает под информационным обществом «развитое постиндустриальное общество». По мнению исследователя, «информационное общество можно определить как общество, в котором качество жизни, так же как перспективы социальных изменений и экономического развития, в возрастающей степени зависят от информации и её эксплуатации. В таком обществе стандарты жизни, формы труда и отдыха, система образования и рынок находятся под значительным влиянием достижений в сфере информации и знания»[Скворцова, 2012: 12].

Таким образом, на новом этапе научно-технического прогресса информация и коммуникация играют ключевую роль, а информатизация общества происходит посредством СМИ, понимаемых в широком смысле как радио, пресса, телевидение, интернет, а также электронные СМИ. СМИ как основной канал передачи информации получают особый статус и оказывают воздействие на все стороны общественной жизни, однако их функционирование сводится не только к передаче информации, но и к её интерпретации, оценке и комментированию.[Синепупова, 2006: 171]. Выбор информации, осуществляемый СМИ, определяет, какие новости дойдут до конечного получателя, а, следовательно, какие темы будут формировать повестку дня. Массмедиа «совершают выбор, когда из миллиона событий на страницу попадают только сотни. Выбор должен опираться на определенные ценностные фильтры»[Ризель, 1980: 201]. Как точно замечает А. Моль, «то, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества»[Сергеева, 1983: 36].

На сегодняшний день мы можем найти целый ряд терминов для обозначения рассматриваемого коммуникативного пространства используемые как синонимы: «дискурс СМИ», «медиадискурс», «дискурс масс-медиа», «массмедиаальный дискурс», «медийный дискурс» и др. В рамках данной работы мы остановили свой выбор на формулировке «дискурс СМИ», получившей на сегодняшний день наиболее широкое распространение в лингвистических исследованиях. Следует отметить, что коммуникация в сфере массовой информации происходит посредством

текстов, получающих своё значение при взаимодействии с экстралингвистическим контекстом. Если понимать дискурс как текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, логичен вывод, что совокупность текстов СМИ можно определить как дискурс СМИ.[Чернявская, 2006: 14].

Обратимся к определениям дискурса СМИ, предложенным различными авторами. М.Р. Желтухина понимает дискурс СМИ как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте; он представляет собой действие, участвует в социокультурном взаимодействии и отражает механизмы сознания коммуникантов». В понимании Е.А. Кожемякина дискурс СМИ – «тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность в масс-медийном пространстве»[Нестерская, 2002: 61]. Т.Г. Добросклонская определяет дискурс СМИ следующим образом: «это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия». Согласно Е.С. Абрамовой, дискурс СМИ – «социально детерминированный процесс производства, воспроизводства, объективации и трансляции в массмедийных текстах социально значимых содержательных форм, обнаруживающих особенности общественного сознания и

массмедийной (называемой в современной теории и публицистической) картины мира»[Ильичева, 2015: 184].

Дискурс СМИ неоднороден как по структуре, так и по всему циклу производства и функционирования текстов в различных СМИ. В связи с этим А.А. Кибрик говорит о необоснованности использования понятия «дискурс СМИ», отмечая чрезмерное многообразие медийных контекстов. Однако многие исследователи приводят ряд характеристик, присущих дискурсу СМИ. [Романова, 2008: 8]. В качестве дифференциальных признаков С.С. Борисова выделяет: фасцинативность, spectacularность, мультимодусность, медиальность, аксиологичность, прагматичность, экспрессивность, жанровость, субъективность, интерактивность. Основными функциями являются: воздействующая, познавательная, культурная, творческая, экспрессивная, регулятивная, гедонистическая, интегративная, которые далее раскрываются рядом субфункций[Васильева, 1982: 30]. В качестве характерных свойств дискурса СМИ Г.Я. Солганик определяет эмоциональность, оценочность и силу воздействия[Сергеева, 1983: 56], а также массовость, общедоступность и актуальность.

Общими свойствами также обладают тексты, передаваемые по определенному каналу передачи информации или же модусу – различают дискурс печатных (письменных) и устных СМИ. В рамках исследования особое внимание уделялось дискурсу печатных СМИ в связи с постоянством формы и, следовательно, удобством обработки материала.

Как уже упоминалось ранее, дискурс СМИ ориентирован на воздействие, а одним из наиболее эффективных способов речевого воздействия, используемого журналистами, является оценка. Оценка является антропоцентрическим феноменом, так как она выражает отношение человека к некоторому фрагменту действительности и появляется лишь во взаимодействии человека и действительности. Е.М. Вольф определяет оценку как «один из видов модальностей, которые накладываются на дескриптивное содержание языкового выражения»[Вольф, 1989: 216]. Также оценка понимается как «общественно закреплённое отношение носителей языка к внеязыковому объекту, к фактам речи и языка», одним из которых может быть человек. Другими словами, зачастую и субъектом, и объектом оценки становится человек[Блакар, 1987: 16].

С помощью такого компонента, как оценочность, мы всегда выражаем свое отношение со значением мелиоративности или пейоративности. После того, как мы сравнили то, что обозначает названная нам единица с нашей привычной картиной мира, мы показываем свое отношение с одним из названных значений[Скворцова, 2012: 4]. Изучив определение оценочности, мы можем предположить, что наша любая деятельность как личности имеет обозначение в лексических единицах, которые содержат в себе какие-либо выводы из нашего познавательного процесса и наше отношение к реальности, которую мы познали. То есть мы можем сказать, что компонент оценки является необходимым компонентом семантики значения лексической единицы.

Исследователями определяются разные типы оценок. Е.М. Вольф говорит о таких оценках, как абсолютная или сравнительная, эмоциональная («иррациональная, эмоционально-экспрессивная, чувственная» – Н.В. Данилевская 2005) и рациональная (в других источниках упоминается также как «логическая» - Н.В. Данилевская 2005, Т.В. Романова 2008) [Ярцевой, 1982: 24]. Эмоциональная оценка базируется на чувствах субъекта по отношению к объекту, рациональная – на мнении, в основе которого лежит интеллектуализированное отношение. В отличие от Н.В. Данилевской, Е.М. Вольф не отождествляет эмоциональную и экспрессивную оценки, выделяя последнюю в отдельную категорию и определяя её функцию как усиление эмоционального воздействия на собеседника, увеличение перлокутивного эффекта высказывания. Другими видами оценок являются ингерентная (языковая, узуальная) и адгерентная (речевая, окказиональная) оценки (учитывается влияние контекста на реализацию семантики оценочных единиц), эксплицитные (открытые) и имплицитные (скрытые) (последние выводятся читателем самостоятельно из текста). Также существуют общие и частные оценки: например, частнооценочными прилагательными считаются дескриптивные прилагательные с оценочным компонентом (умный, красивый), т.е. в объекте выделяется некоторый признак, которому даётся оценка, а общеоценочные прилагательные – те, в которых отсутствует конкретизация каких-либо признаков (хорошо/плохо) [Литвин, 2017: 171].

Необходимо отметить, что отсутствие оценочности в текстах дискурса СМИ недостижимо. Осуществляя выбор слов и фрагментов

действительности, журналист, так или иначе, оценивает ситуацию, даже если он осуществляет этот выбор неосознанно и не руководствуется определёнными установками на искажение действительности или её представление под определённым углом.

Таким образом, можно прийти к выводу, что «главное назначение ценностных суждений в том, чтобы оказывать влияние», а оценочность лежит в основе речевого воздействия и является характерной особенностью дискурса СМИ. Данное утверждение касается как аналитических, так и информационных жанров СМИ: в обоих случаях наблюдается оценочное конструирование действительности [Арутюнова, 1985: 136].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

Таким образом, в Главе 1 была проанализирована теория значения слова. В данной главе мы проанализировали различные подходы к описанию слова, а также изучили коннотативный компонент в семантике слов. Также в главе были выявлены особенности СМИ и способы выражения оценочности.

На основе вышеперечисленного материала были сделаны следующие выводы:

1) На протяжении длительного периода значение слова было одним из наиболее сложных вопросов в различных областях науки. На сегодняшний день исследователи так и не пришли к единому мнению, разделившись на два лагеря (тех, кто настаивает на отказе от объединения в психолингвистику все ранее о значении слова и тех, кто за);

2) Для того, чтобы определить и зафиксировать значение слова как значение индивида, исследователи выделили четыре подхода, которые, по их мнению, должны были поставить точку в исследовании значения слова (ассоциативный, параметрический, индикативный, ситуационный);

3) Для полного понимания особенностей дискурса СМИ мы проанализировали теоретическую базу и изучили понятие термина «дискурс», из чего мы смогли сделать вывод, что не существует единого метода определения дискурса (каждый исследователь опирается на один из перечисленных в параграфе 1.2 пункте);

4) После проведения анализа теоретической базы вышеизложенной терминологии мы приступили к выявлению особенностей дискурса СМИ. Во

время анализа материала мы пришли к выводу, что дискурс СМИ неоднороден как по структуре, так и по всему циклу производства и функционирования текстов. Дискурс СМИ ориентирован на воздействие, а одним из наиболее эффективных способов речевого воздействия, используемого журналистами, является оценка.

Так же при анализе теоретического материала мы пришли к выводу, что отсутствие оценочности в текстах дискурса СМИ недостижимо, поскольку при осуществлении выбора слов и фрагментов действительности, журналист оценивает ситуацию, даже если он осуществляет этот выбор неосознанно и не руководствуясь определенными установками на искажение действительности или её представления под определенным углом.

ГЛАВА II. ИЗМЕНЕНИЕ В СООБЩЕНИЯХ СМИ В РАЗНЫХ СТРАНАХ ВО ВРЕМЯ ЭПИДЕМИИ

Средства массовой информации определяются в политическом аспекте как «совокупность множества каналов распространения информации, направленных к самой широкой общественности, социальны группам и государствам с целью оперативного информирования их относительно событий и явлений в современном мире и конкретных странах». Следовательно, определяя место СМИ в системе политических коммуникаций, мы можем выделить два аспекта. По мнению Т.Г. Добросклонской, СМИ представлены, во-первых, как посредник, медиатор между властью и обществом, доносящий политические идеи в массы; и во-вторых, как активный участник политического процесса, обладающий своей интерпретацией политических событий, формирующий общественное мнение и оказывающий влияние на политическую жизнь. В настоящее время язык современного политического медиадискурса сложился благодаря активной медиатизации политических коммуникаций с помощью информационных технологий. В связи с этим возросла роль СМИ как инструмента создания современной, актуальной и детально отражённой в материалах картины мира [Залевская, 2000: 53].

Одной из основных проблем взаимодействия информационных ресурсов власти и общества является столкновение информационных потоков. Их главной задачей является целенаправленное формирование общественного мнения. То, к каким результатам приводит этот процесс, зависит не только от

того, какие СМИ функционируют в поле коммуникации, но и от технологий осуществляемого воздействия. Поэтому, формирование общественного мнения и взглядов на международные политические события у большинства населения происходит именно на основе информации, представленной СМИ.

В данном диалоге более успешной оказывается апелляция не к разуму толпы, а к её эмоциям, что отражается в образном и экспрессивном характере текстов политического медиадискурса, что подразумевает определённое воздействие на сознание реципиента. Поясним, что если в традиционной лингвистике под «текстом» понимается «объединённая смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность», то в сфере масс-медиа текст выходит за эти рамки знакового уровня, представляя собой более сложный комплекс из языковых, графических, звуковых, визуальных и других уровней в зависимости от конкретного канала массовой информации [Дроняева, 2003: 52]. Благодаря этому происходит расширение и совершенствование возможностей целенаправленного воздействия на граждан, в связи с чем возникает конкуренция субъектов формирования общественных мнений (т.е. СМИ), кто представит информацию более ярко, броско и актуально, оперируя вышеназванными компонентами. Как итог, люди получают составленные и подобранные тексты, картинки и видеоряды, которые лишь интерпретируют фактическую информацию. Это важно, поскольку функционирование СМИ предполагает не столько отражение настоящей действительности, сколько её интерпретацию, которая создаёт определённый

идеологический фон. Такое информационное и психологическое давление более эффективно воздействует на общественное мнение, нежели административное, государственное и силовое принуждение, потому что рядовой гражданин весьма ограничен в проверке достоверности получаемой информации в СМИ, а значит становится более уязвимым для манипулирования сознанием и дезинформирования [Дроняева, 2003: 94].

Многие исследователи признают, что манипуляция – скрытое воздействие, о котором объект манипуляции не должен ничего знать. Согласно С. Фаеру, «для достижения успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться». Основами манипулирования, в частности, политического, относятся мифы и стереотипы, которые внедряются в массовое сознание. Мифы – своеобразные системы, которые входят в общественное сознание благодаря какому-либо конкретному реальному основанию и создают «политическую сказку» – принимаются большинством на веру без какого-либо критического осмысления. Стереотипы – устойчивые представления о действительности, приводящие к весьма упрощённым оценкам и суждениям за счёт склонности большинства к упрощённому мышлению и стремлению выразить абстрактные понятия через конкретные образы. Благодаря стереотипам и мифам не только происходит изменение общественного мнения, но и возникает искажение действительности за счёт

создания некоей псевдореальности, являющейся основой манипулирования [Ильичева, 2015: 218].

Нас особо интересует такой вид воздействия, как суггестивное воздействие, которое осуществляется посредством языковых средств. С его помощью есть возможность не только скорректировать информацию, которую знает субъект воздействия, но и целиком поменять его картину мира. К примеру, суггестивным воздействием объясняется возможность вербовки в террористические организации (запрещённые в России), избрание определённого политика на должность президента страны, национальные столкновения, вооружённые конфликты и т.д. «Масс-медиа в современном обществе играют уже не чисто вспомогательную роль, но становятся мощнейшим самостоятельным геополитическим фактором, способным совершать сильное влияние на исторические судьбы народов» [Дроняева, 2003: 3].

Для осуществления желаемого воздействия, СМИ приходится оперировать специальными знаниями в области социальной психологии, социологии, политологии, менеджмента, теории и практики коммуникации. Особая роль последнего обусловлена тем, что манипуляция общественным мнением реализуется непосредственно в текстах СМИ.

Активное использование СМИ приёмов психологического манипулирования, в частности «языка вражды» как средства суггестивного воздействия на читателя, насыщенных эмоциональным содержанием и основанных на пренебрежении, устрашении, разжигании фанатизма к лицам

других культур, подвергает общество высокотехнологичному мобилизационному воздействию

2.1. Начало пандемии в Китае

Для написания данного параграфа выпускной квалификационной работы нами были проанализированы новостные сводки британских и американских СМИ начиная с декабря 2019 года.

Основной источник, с помощью которого происходил анализ новостных сводок из США – газета «The New York Times», «The Washington Post», «Fox News». Основной источник, с помощью которого происходил анализ новостных сводок из Великобритании – газета «The Guardian», «The Daily Telegraph» и «The Daily Mail». Для удобства отслеживания нами было принято решение разделить новостные сводки на три этапа: 1) Начало пандемии (декабрь 2019 – апрель 2020), 2) Разгар пандемии (май 2020 – октябрь 2020), 3) Стабилизация (ноябрь 2020 – март 2021).

Новостное освещение в США и Великобритании о вирусе COVID-19, как и во многих странах начиналось практически идентично. По началу всё началось с нескольких коротких статей в недельных сводках газет о возникшей ситуации в КНР, позже эта ситуация набрала обороты по мере того, как она влияла экономику и здравоохранение, и в конечном итоге эта новость затмила все другие новости. До сих пор в топе многих газет США и Великобритании ежедневно появляются новости о влиянии новой коронавирусной инфекции на различные сферы жизни.

Для написания данного параграфа выпускной квалификационной работы нами были проанализированы новостные сводки британских и американских СМИ начиная с декабря 2019 года.

Основной источник, с помощью которого происходил анализ новостных сводок из США – газета «The New York Times», «The Washington Post», «Fox News». Основной источник, с помощью которого происходил анализ новостных сводок из Великобритании – газета «The Guardian», «The Daily Telegraph» и «The Daily Mail». Для удобства отслеживания нами было принято решение разделить новостные сводки на три этапа: 1) Начало пандемии (декабрь 2019 – апрель 2020), 2) Разгар пандемии (май 2020 – октябрь 2020), 3) Стабилизация (ноябрь 2020 – март 2021).

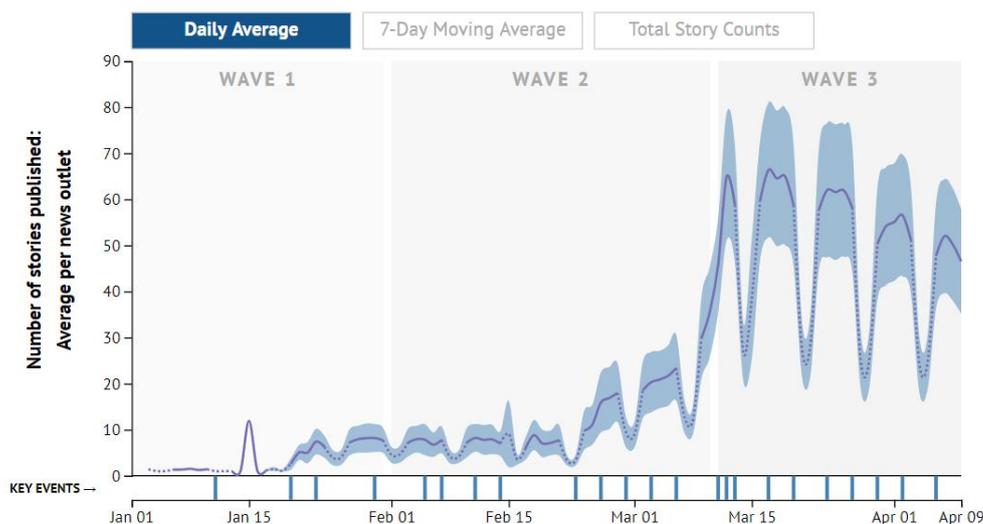
Этап №1. Начало пандемии

Для исследования начального этапа освещения СМИ новой коронавирусной инфекции мы возьмем за основу исследование «The shape of the coronavirus news story», в которой отражается активность американских СМИ в первые 100 дней начала пандемии.

Для демонстрации статистики просим обратить внимание на рисунок №1. Так, за начальный этап пандемии в США было опубликовано более 125 696 новостей, связанных с коронавирусом[Media Cloud Explorer]. Первая волна, отраженная на рисунке №1, демонстрирует появление новостных сводок в газетах США о распространяющемся в Ухане и других регионах Азии вируса COVID-19. Во время второй волны (февраль) новостные сводки США, по большей части, гласили о медленном распространении новой

коронавирусной инфекции за пределами Китая. Третья волна (в марте) вызвала массовое распространение новостей, когда была объявлена всемирная пандемия COVID-19.

Рисунок 1. Новости США: освещение COVID-19 в течение первых 100 дней 2020 года.



В начале 2020 года многочисленные новостные издания США писали о распространении загадочной пневмонии в Ухане, столице китайской провинции Хубэй. Правительство КНР выступили с официальным заявлением о распространении вируса на территории государства, однако после этого у журналистов появилось только больше вопросов, на которые правительство не смогли дать ответ.

Прорыв произошел 11 января, когда шанхайские ученые опубликовали полный геном нового коронавируса. Когда Китай объявил о первой смерти от коронавируса на территории государства, врачи из других азиатских стран подтвердили, что люди за пределами Китая болеют тем же заболеванием. За неделю было диагностировано более десятка новых случаев заболевания в

Южной Кореи, Японии, Японии и Таиланде. История о коронавирусе стала очень популярной в Соединенных Штатах, когда подробности появились в государственных СМИ, таких как New York Times, Washington Post, Fox News и CNN.

В первую неделю февраля к росту новостей о неизвестном вирусе добавилась еще одна история, тронувшая все население Земли. 34-летний офтальмолог из Уханя Ли Венлинг, который предупреждал о возможном катастрофическом распространении загадочного вируса, похожего на атипичную пневмонию, в декабре 2019 года умер от коронавируса. The New York Times был одним из первых новостных сайтов США, опубликовавших данную новость. Странность ситуации заключается в том, что незадолго до своего заболевания Ли Венлинг выступил с сообщением о том, что новая инфекция может вызвать пандемию во всем мире, за что власти Китая сделали выговор врачу за распространение слухов в популярной китайской социальной сети Weibo.

После этого история о коронавирусе начала набирать обороты, и еще один резкий всплеск освещения новостей о новой коронавирусной инфекции произошел 11 февраля, когда ВОЗ назвала заболевание, вызванное новым коронавирусом: COVID-19. Название было выбрано намеренно, чтобы не заклеить какое-либо географическое место, животное или группу людей.

Также пресса сообщала о расистских инцидентах, связанных с COVID-19 по всему миру. В Китае люди из Ухани стали объектами дискриминации. Китайские рестораны и малые предприятия в США, Канаде,

Австралии и Великобритании были бойкотированы. В кампусах американские и китайские студенты азиатского происхождения столкнулись с расовой враждебностью со стороны сокурсников в социальных сетях и на уроках.

В американской газете «The Washington Post» первая статья о нахождении новой коронавирусной инфекции на территории КНР датируется 9 января 2020 года. Так, в статье Джерри Ши «Призрак возможного появления нового вируса из центрального Китая вызывает тревогу по всей Азии», автор делится переживаниями насчёт того, что правительство Китая пытается скрыть факт о том, что происходит на территории Китая [Italy makes masks mandatory outdoors as it extends state of emergency to 2021].

«Videos from Wuhan showed the market barricaded in recent days and guarded by police wearing surgical masks.»

Исходя из данного отрывка у реципиентов должно складываться ощущение, будто правительство КНР намеренно пытается скрыть часть информации от зарубежных стран.

«The emergence of a new illness out of China has carried echoes of the severe acute respiratory syndrome (SARS) epidemic, which infected more than 8,000 people, killed 774 and sparked mass panic as it spread across more than two dozen countries over eight months after starting in China in November 2002.»

Также журналист Джерри Ши предполагает, что правительство КНР не распространяется о реальной обстановке в государстве из-за того, что в 2002 году на территории КНР произошла вспышка респираторной инфекции

SARS, которая сразила больше 80000 человек и распространила массовую панику, распространившуюся в более, чем в двух десятках стран. Таким образом, журналист неосознанно даёт неутешительный прогноз, предполагая, что неизвестный вирус может нанести такой же ущерб обществу, как SARS в начале XXI века.

Однако, к концу января, ситуация начала набирать обороты. Так, 29 января, в газете The New York Times вышла статья «Beware the Pandemic Panic» по поводу беспокойства журналистов насчёт «коронавирусной истерии». В статье журналист Фархад Манджоу (специализирующийся на обозревании общественного мнения) выразил беспокойство о начале паники среди населения[Italy returns to strict lockdown for Easter].

«What worries me more than the new disease is that fear of a vague and terrifying new illness might spiral into panic, and that it might be used to justify unnecessarily severe limits on movement and on civil liberties, especially of racial and religious minorities around the world.»

При анализе данной статьи можно понять, что автор обеспокоен быстрым распространению коронавирусной инфекции в китайской провинции Хубэй и считает, что правительство КНР, которое выступило с официальным заявлением о нахождении вируса на территории своего государства и его успешном сдерживании, пытается «замолчать» данную ситуацию и предотвратить распространение паники во всем мире.

«So far, the Wuhan coronavirus is not much more frightening than the outbreaks of other recent coronaviruses like SARS in 2003 or MERS in 2012, each of which killed fewer than a thousand people around the world.»

Также журналист добавляет, что причиной беспокойства населения является «страх перед неизвестностью», ведь ранее, до вспышки коронавируса, в мире распространялись такие опасные вирусы, как SARS (2003 год) и MERS (2012 год).

По мнению Фархата Манджоу, реакция правительства Китая на острую обстановку на территории государства, обусловлена больше политическими соображениями, нежели эпидемиологическими.

«Already, China's response appears to be driven by political considerations more than epidemiological ones».

В статье приводится цитата Л.О.Гостина (журналиста американской газеты «The Washington»), по мнению которого, все действия по ограничению распространения коронавирусной инфекции правительство Китая делало ради того, чтобы «получить дополнительную поддержку народа и предотвратить панику среди населения».

«“They're doing it because people who are in political leadership always think that if you do something dramatic and visible that you'll gain popular support,” -Lawrence O. Gostin»

Исходя из вышеперечисленной цитаты можно понять, что журналист отрицательно оценивает все попытки правительства КНР предотвратить распространение опасного вируса.

К концу февраля пресса начала делать мрачные прогнозы о неизбежном распространении COVID-19 в США и его влиянии на и без того перегруженную систему здравоохранения страны.

Ко второй неделе марта все новостные агентства США и Великобритании освещали историю с COVID-19. Многие из данных агентств подвергались жесткой критике со стороны китайской общины за провокационные «антикитайские высказывания». Так, автор статьи «The virus of fear and anxiety: China, COVID-19» многие некорректные «антикитайские высказывания» со стороны медийных личностей Европы и выразил опасения насчёт мнения китайское общественности [Specter of possible new virus emerging from central China raises alarms across Asia].

«One commentator approvingly cited the Falun Gong-backed paper Epoch Times, which had alleged that COVID-19 was “concocted by the Chinese Communist Party,” and endorsed wild conspiracy theories about COVID-19 being a deliberate Chinese Communist Party plot.»

«Bronwyn Bishop, a former member of the Australian Parliament for 30 years, also confidently claimed on Sky that the virus was a Chinese biological weapon.»

Так, в статье американских журналистов Армстронга и Хильдебрандта под названием «Вирус страха и тревоги в КНР», журналисты осветили новость о возвращении несовершеннолетних граждан США на родину как «Китайские дети остаются дома». Также в статье присутствует выражение «Chinese Virus Panda-monium», где слово «Панда» выделена желтым цветом,

намекая на расистские несоответствия с европейским народом. Подобные выражения вызвали гнев среди членов китайской общины, а некоторые активисты и вовсе создали петиции для того, чтобы авторы данных статей принесли извинения китайской общественности [Italy makes masks mandatory outdoors as it extends state of emergency to 2021].

Также стоит отметить, что широкой критике со стороны китайской общины подвергся популярный американский новостной источник «The Daily Telegraph». Так, по мнению китайской общины, с марта 2020 года в данном источнике вышли статьи, которые были «полны невежества, предрассудков и высокомерия».

«The stories adopted a combative tone, aiming to insult rather than engage. In response to the Consulate-General's statement that the Communist Party of China adopted a "people-centred philosophy" in its handling of the pandemic virus.»

The Daily Telegraph не извинились перед китайской общественность, а наоборот, жёстко ответили на данное обвинение. В ответ на фразу из петиции о том, что китайском коммунистическая партия принимает все решения по борьбе с коронавирусной инфекцией на основе «философии, ориентированной на людей» журналист Т. Блэр ответил:

«Blair replied, «Please tell us more about your 'people-centred philosophy' and how many bullets it requires»» .

Таким образом, демонстрируя подобные цитаты, рецензент демонстрирует неодобрение к официальным заявлениям представителей The Daily Telegraph.

2.2. Всплеск пандемии в Италии

При сравнении новостных сводок о ситуации с коронавирусной инфекцией в Китае и Италии можно понять, что эмоциональный тон журналистов меняется.

При обозревании ситуации в Италии многие европейские новостные агентства обеспокоены положением населения. Также во многих статьях об увеличении числа заразившихся можно встретить упоминание необходимости термина «журналистская этика». Так, американский журналист в недельной сводке новостей The New York Times сообщает, что: «Сегодня, как никогда, важна журналистская этика, и журналист несет ответственность за четкое и сбалансированное сообщение о том, что происходит и как себя вести. То, как население реагирует на чрезвычайную ситуацию, зависит от того, как о ней рассказывается».

Специфику новостных статей о всплеске коронавирусной инфекции на территории Италии рассмотрим на примере разнообразных международных новостных форумов.

Так, на новостном портале The Guardian мы просмотрели множество статей иностранных журналистов с конца 2019 года до начала 2021 года и с полной уверенностью можем заявить, что эмоциональный тон журналистов

об обозревании ситуации в Италии прослеживается совершенно иначе, нежели в Китае. Единственное, что схоже между новостями об Италии и Китая – это частое обсуждение действий правительств о борьбе с COVID-19. Только в ситуации с Китаем журналисты больше осуждают действия правительства, а в Италии на каждое ограничение добавляют цитату государственных служащих о том, что это необходимо для их здоровья и таким образом правительство заботится о своих гражданах.

Для подтверждения вышеизложенного заявления можно рассмотреть статью «Italy imposes draconian rules to stop spread of coronavirus» [Battling the «pandemic of misinformation»], где после перечисления всех вводимых запретов приводится отрывок из речи главы службы гражданской защиты Италии Джузеппе Конте:

«We have adopted a decree to protect the health of Italians, which is our priority and which ranks first in the list of constitutional values.» He urged people to “have faith in the political and scientific institutions, which are doing everything possible.»

Журналист Андже́ла Джуффри́да (автор вышеупомянутой статьи) всеми силами придерживается так называемой «журналистской этики» и старается успокоить своих читателей демонстрируя, что власти Италии бросили все государственные силы на предотвращение распространения вируса и население страны может быть уверено в вводимых ограничительных мерах.

«Italian authorities have implemented draconian measures to try to halt the coronavirus outbreak in the north of the country, including imposing fines on anyone caught entering or leaving outbreak areas.»

На новостном портале EURONEWS, на котором также часто обозреваются ситуация с коронавирусом в странах Европы, журналисты также придерживаются журналисткой этики и помимо констатирования фактов о необходимости введения дополнительных мер со стороны государства из-за быстрого роста числа забеливаемых.

«The country's healthcare system has also been aggressive with its response, including testing passengers on arrival from high-risk countries — and even from its own island, Sardinia.»

Вышеупомянутое заявление можно найти в статье Рэйчел Кеннеди «Italy makes masks mandatory outdoors as it extends state of emergency to 2021».

В новостных статьях от агентства BBC журналисты также поддерживают Италию и называют все вводимые дополнительные меры по ограничению распространения коронавирусной инфекции «необходимыми и эффективными». Так, в статье от 3 апреля 2021 года «Italy returns to strict lockdown for Easter» прослеживается одобрение журналистов об оперативной работе здравоохранения Италии [Battling the «pandemic of misinformation»].

В статье упоминается то, что несмотря на многие вводимые ограничения по передвижению по регионам у населения остаётся возможность встретить Пасху в кругу своей семьи (в виде исключения) и в случае необходимости, могут сходить на церковную службу. Журналист подчеркивает, что все

ограничения в Италии «действуют как надо», несмотря на то, что на сегодняшний день в Европе происходит новый всплеск заболеваемости.

«The Italian government also announced it was placing 70,000 extra police officers on surveillance nationwide, in order to enforce the lockdown rules.»

Также было подчеркнуто, что для того, чтобы следить за порядком государством Италии было установлено наблюдение по всей стране в виде 70 000 дополнительных полицейских, которые будут обеспечивать соблюдение правил безопасности.

« Because the progress recorded by the campaign for vaccines finally gives a glimpse of a different horizon that will allow us to gradually return to normal».

В конце автор статьи даёт оптимистические прогнозы по окончанию развития коронавирусной инфекции и добавляет цитату министра внутренних дел Италии Лучана Ламоргезе «Прогресс в кампании вакцинирования даёт своих успехи и в скором времени у нас появится представление о другом горизонте, который позволит нам постепенно вернуться к нормальной жизни».

Также мы считаем необходимым привести в пример новость о том, что для поддержания «боевого» духа у населения новостной источник BBC сделал репортаж об итальянских медицинских сёстрах, которые в знак поддержки населения записали песню «Надежда». Свой поступок медсёстры объясняют тем, что хотели поднять настроение всему медицинскому персоналу и населению, для поддержания духа.

Таким образом, можно сделать вывод, что все европейские и американские новостные агентства поддерживают действия Итальянского правительства и пытаются вселить в своих читателей «боевой дух» для борьбы с COVID-19. Примечательно, что во всех вышеперечисленных новостных обзорах/статьях журналисты подбирают мультимедийный ряд с использованием фотографий, на которых изображены государственные лица в масках и соблюдающие введенные ими же правила (социальное дистанцирование и т.п.)[Italy's Covid nurses record song of hope].

Несмотря на множество статей о вводимых Италией новых запретов на передвижение населения, на новостных портал Европы и Америки можно встретить статьи, которые демонстрируют и положительное влияние вирусной инфекции. Так, в марте 2020 года на новостном портале Global News Меган Рэй опубликовала статью, в которой содержались положительное влияние вируса на природу Италии[Battling the «pandemic of misinformation»].

« Amid the bad news following the outbreak of the novel coronavirus pandemic, some things happen to be looking up in Italy. »

Журналист подчеркивает, что на фоне всех плохих новостей, связанных со вспышкой коронавирусной инфекции, некоторые вещи в Италии начинают улучшаться. Так, из-за отсутствия большого туристического потока, к итальянскому побережью и в Венецианский канал вернулись дельфины и стаи рыб, воды отчистились, снизился уровень загрязнения воздуха, а природа и вовсе «нажала на кнопку перезагрузки».

«Wildlife that typically kept away from the Italian coast and Venice canal appears to have returned, thanks to a lack of tourism and docking cruise ships.»

2.3. Пандемия в США и Европе

С ситуацией обзора новостными агентствами о новой коронавирусной инфекции на территории США дела обстоят хуже. Как упоминалось ранее, журналисты за рубежом обзревают новости исходя из геополитических факторов и таким образом мы столкнулись с проблемой отбора новостных сводок для анализа эмоционального тона. С одной стороны, журналисты поддерживают американское правительство и выражают обеспокоенность эмоциональной стабильности американцев. С другой стороны, журналисты обвиняют правительство в США в введение несвоевременных мер по сдерживанию вируса COVID-19. Таким образом в США произошел так называемый «кризис данных», о котором упоминает в своей статье американский журналист Эми Максмен. Но почему он произошел?

Основной причиной «кризиса данных о коронавирусе в США» Эми Максмен высказывает свою негативную точку зрения следующим высказыванием:

«Political meddling, disorganization and years of neglect of public-health data management mean the country is flying blind.»

В своей статье на европейском новостном форуме Nature журналист сравнивает поведение правительств Южной Кореи, Сингапура, Новой Зеландии и США и утверждает, что на примере данных стран США

значительно проигрывает в качестве предотвращения распространения инфекции. Также Максен утверждает, что большой всплеск заболеваемости среди населения произошел из-за несвоевременной работы новостных агентств об информировании населения о мерах предотвращения заболеваемости.

«By contrast, the United States offers vanishingly few details on how the disease is spreading, even as people increasingly socialize and travel, and authorities reopen schools and businesses.»

В своей статье Эми Максен критикует действия системы здравоохранения и отзывается о ней, как о «неразвитой», поскольку департамент здравоохранения США отказываются демонстрировать в свободном доступе документы о течении заболеваемости на территории государства.

«However, the surveillance system has run into problems at several levels during the pandemic. The result is that a lot of data, such as information on where people were exposed to the coronavirus, are missing. And the data that do exist are made public only slowly.»

Эмили Остер, журналист Washington Post не придерживается мнения Эми Максен и сравнивает нападки подобных журналистов с «нападением стаи акул».

«When it comes to covid-19, however, this preference — and the media's tendency to indulge it — presents a real danger. It warps our thinking about the

pandemic and may be leading us toward irrational decisions that can cause lasting harm.»

По её мнению, после подобных статей происходит искажение представления населения о реальной обстановке в США, что вселяет панику и ведёт общественность к иррациональным решениям. Так, в своей статье «How the media has us thinking all wrong about the coronavirus» от 25 августа 2020 года журналист размышляет о влиянии подобных статей с критикой действий правительств на сдерживание COVID-19 на эмоциональное состояние населения.

«Because of the overwhelming bias in what gets reported about covid-19, the public lacks essential context for making reasoned, well-informed decisions.»

Несмотря на критику журналистов, придерживающихся иного мнения, Эмили Остер поддерживает их высказывания о недостаточном информировании общественности и призывает правительство к изменению системы оповещения населения и демонстрации открытой статистики о том, как тем или иные меры повлияли на сдерживание распространения вируса COVID-19.

Также на новостных порталах Европы можно проследить тенденцию о распространении ложных новостей об обстановках в странах Европы с ситуацией COVID-19. Данная проблема освещается в статье журналиста Кристины Пацзанзе в новостном источнике Гарварда.«Battling the ‘pandemic of misinformation’»». По мнению журналиста, подобные статьи, в которых

искажаются настоящие факты, мешают работе отделов здравоохранения государств и вводят читателей в заблуждение.

Так, в своей статье «Battling the ‘pandemic of misinformation’» Кристина Пацзанзе приводит цитату генерального секретаря ООН Антонио Гутерриша, который сообщает, что на сегодняшний день с появлением нового вируса коронавирусной инфекции появилась также «пандемия дезинформации», где многочисленные новостные источники делятся неподтвержденной информацией о способах лечения и распространении вируса COVID-19 среди государств.

« A phenomenon that has not gone unnoticed as nearly two-thirds of Americans said they have seen news and information about the disease that seemed completely made up, according to a recent Pew Research Center study. »

Так, в этап первой волны заболеваемости на просторах интернета появился ряд статей, которые имели большую популярность среди американцев. После прочтения которых, две трети от общего числа населения США заявили, что видели новости о том, что новый вирус является лишь политической выдумкой.

«The sheer volume of COVID-19 misinformation and disinformation online is “crowding out” the accurate public health guidance, “making our work a bit more difficult”. »

Огромный объем дезинформирующих статей о COVID-19 на новостных порталах «вытесняет» настоящие рекомендации общественного здравоохранения и усложняет работу по борьбе с вирусом.

«Mainstream media coverage has added to the problem, analysts say.»

Журналист опасается, что во многих крупных новостных агентствах репортеры и редакторы, не прошедшие подготовку в области медицины или общественного здравоохранения, были переназначены для освещения разворачивающейся пандемии и изо всех сил пытаются освоить сложную научную терминологию, методологию исследования, а затем выявлять, а также проверять, список надежных источников. Поскольку многие из них еще недостаточно осведомлены, чтобы критически и авторитетно писать о науке, они иногда могут слишком сильно полагаться на традиционные ценности журналистики, такие как баланс, новизна и конфликт.

«In doing so, they lift up outlier and inaccurate counterarguments and hypotheses, unnecessarily muddying the water.»

Тара Сетмайер, научный сотрудник Института политики весной 2020 года и бывший директор по связям с общественностью Республиканской партии, заявила, что то, как поступает Fox News и других европейские СМИ, поддерживающие Трампа, выходит далеко за рамки дезинформации. Будь то преуменьшение взглядов правительственных экспертов на смертоносность COVID-19, обвинение Китая или поощрение протестов против введения жестких ограничений, финансируемых республиканскими политическими группами, все это является частью «активной кампании дезинформации».

«Then there is the problem of political bias. This has been especially true at right-leaning media outlets, which have largely repeated news angles and

viewpoints promoted by the White House and the president on the progress of the pandemic.»

Организации общественного здравоохранения должны осуществлять эффективное наблюдение за коммуникациями в социальных сетях, чтобы отслеживать, какие слухи, идеи и проблемы больше всего беспокоят общественность, что понимают и неправильно понимают о различных заболеваниях и методах лечения, а также о том, какие мифы распространяются или активно пропагандируются в обществе. И у них должна быть стратегия, чтобы противостоять дезинформации.

«Many cognitive biases get in the way of even the best truth-seeking strategies, so perhaps we could all benefit from a little more intellectual humility in this time of such great uncertainty.»

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Таким образом, на основе всего вышеизложенного материала, можно сделать вывод, что СМИ зарубежных стран комментируют ситуацию с коронавирусной инфекцией в зависимости от многих факторов. К таким факторам можно отнести: 1) Отношения страны, где располагается новостное агентство с КНР; 2) Положение страны в глобальном геополитическом порядке; 3) Степень плюрализма в государственной основе журналистики новостных агентств.

Таким образом, то, как различные сегменты европейских СМИ сообщают об успехах Китая с борьбой COVID-19, больше говорит об их собственных страхах и тревогах, а также об их политических, идеологических и культурных позициях, чем о реальности того, как китайский народ переживает COVID-19.

Несмотря на различия между различными секторами СМИ в Европе, с помощью данной главы мы можем сделать несколько наблюдений. Во-первых, в их репортажах о Китае наблюдается сближение не только между общественными и коммерческими СМИ, но также между либеральными и консервативными СМИ. Повсеместно наблюдается высокий уровень неблагоприятных сообщений о Китае в связи с COVID-19, а благоприятные сообщения либо преуменьшаются, либо не учитываются. Несмотря на успех Китая в борьбе с пандемией, о чем свидетельствует стремительно сокращающееся число инфекций и смертей, европейские СМИ

не обращали внимание на это достижение и продолжали хвалить действия правительства в других странах Азии (Южной Корее, Сингапуре и Тайване).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблема изучения особенностей речевых портретов стран в международных новостных сводках англоязычных СМИ затрагивает большой набор дисциплин, куда входят такие научные направления, как: психолингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика, невербальная коммуникация, которые изучают речь и речевое поведение с разных сторон.

При исследовании понятия «дискурс» в первой теоретической главе нами был сделан вывод, что средства массовой информации (СМИ) изначально созданные для распространения и донесения информации до широких масс, стали играть ключевую роль в современном мире, а первоначальная функция – информирование – отошла на второй план. Исследователь Т. Карлейл ассоциирует СМИ с так называемой «четвертой властью» и эта удачная метафора получила широкое распространение, поскольку подобное обозначение отражает огромное влияние СМИ, которые с помощью текстов воздействуют на общественное мнение.

На сегодняшний день информация и коммуникация играют ключевую роль. СМИ как основной канал передачи информации получают особый статус и оказывают воздействие на все стороны общественной жизни, однако их функционирование сводится не только к передаче информации, но и к её интерпретации, оценке и комментированию. Выбор информации, осуществляемый СМИ, определяет, какие новости дойдут до конечного получателя, а, следовательно, какие темы будут формировать повестку дня.

При исследовании новостных сводок англоязычных СМИ о ситуации с COVID-19 мы пришли к выводу, что отсутствие оценочности в новостных сводках СМИ недостижимо. Осуществляя выбор слов и фрагментов действительности, журналист, так или иначе, оценивает ситуацию, даже если он осуществляет этот выбор неосознанно и не руководствуется определёнными установками на искажение действительности или её представление под определённым углом.

При исследовании новостных сводок СМИ о начале коронавирусной инфекции в КНР, Италии, США и Европе нами было отмечено то, что несмотря на практически одинаковое течение роста заболеваемости в вышеупомянутых странах, журналисты совершенно по-разному их освещали.

При освещении ситуации в КНР журналисты делали упор на политику государства и упрекали правительство за «закрытость» информации и отсутствие своевременных мер. Также, во многих статьях можно встретить упоминание о вирусе SARS, который в начале XXI века отнял жизни сотен китайских граждан.

При анализе новостных сводок о ситуации в Италии журналисты наоборот, больше сопереживали гражданам Италии и хвалили правительство за скорость реагирования. В подобных сводках было максимально минимизированы отрицательные новости. Так, например, в паре с новостями о росте смертности выходили статьи о восстановлении итальянской флоры у берегов Венеции или репортаж о медсестрах, которые записали песню для поддержки медицинского персонала.

При освещении ситуации в США многие журналисты жаловались на неосведомленность населения и его нежелание поверить в смертельно-опасную угрозу. Нами было отмечено множество статей, в которых журналисты сообщают о том, что большая часть населения США не верит в существование коронавируса и обвиняют Китай в попытке подорвать экономику Америки.

Таким образом, после анализа множество новостных сводок, мы сделали вывод, что зачастую журналисты освещают ситуацию в зависимости от их геополитического отношения к той или иной стране. Чаще всего европейские журналисты подвергают правительство КНР жесткой критике, когда европейское правительство хвалят.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимова И. И. Способы выражения имплицитной информации художественного дискурса (на материале произведений В. Набокова): автореф. дисс. к. филол. н. – М.:, 1997. – 44 с.
2. Александрова О.В. Когнитивно-прагматические особенности построения Дискурса в средствах массовой информации // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: сб-к научным трудам. Рязань: изд-во Рязан. гос. пед. ун-та им. СЛ. Есенина. – 2002. – 124 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 12 с.
4. Арутюнова Н.Д. Об объекте общей оценки. – Вопр. языкознания. 1985. – №3. – С. 17–136.
5. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
6. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального воздействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 16-48.
7. Бельчиков Ю.А. О культурном коннотативном компоненте лексики / Язык: система и функционирование. – М.:, 1988. – С. 30–35.
8. Володина М.Н. Язык СМИ –основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / под ред. М.Н. Володиной. –М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 9-31.

9. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи. – М, 1982. – 30 с.
10. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Высшая школа, 1985. – 279 с.
11. Вольф, Е.М. Эмоциональные состояния и их представление в языке // Логический анализ языка. Проблемы интенциональных прагматических контекстов. – М.: 1989. – 216 с.
12. Говердовский В.И. История понятия коннотации // Филологические науки, – No2. – М.: Наука, 1979. – С. 83–86.
13. Дейк ван Т.А. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989а. – 142 с.
14. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: автореф. дис. канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2004. – 23 с.
15. «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. –Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – 21 с.
16. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс: теория и методы изучения // «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». I Междунар. науч.-практ. конф.

Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: сб. науч. работ –Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 48-57.

17. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта; Наука, 2008. – 263 с.

18. Дроняева Т.С. Информационный подстиль // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., отв. ред. М.Н. Володина: – МГУ, 2003. – С. 3-94.

19. Залевская А.А. Введение в психоллингвистику. М., 1999. Гл. Значение слова и возможности его описания: Учебное пособие / Г.В. Лазутина. – М., 2000. – С. 31-53.

20. Ильичева Н. В., Махонина А. А. Реферирование иноязычного текста как один из способов развития общепрофессиональных компетенций студентов Воронежский государственный университет // научный журнал Вестник. – Воронеж, 2015. – No1. – С. 184–263.

21. Иссерс О.С. Речевое воздействие : учеб. пос. –2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.

22. Кибрик А.А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ» // Жанры и типы текста в научном и массмедийном дискурсе: сб. науч. тр. –Вып. 6 / отв. ред. А.Г. Пастухов. –Орёл: ОГИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. – С. 6-11.

23. Клушина Н.И. Власть, СМИ и общество (стратегии и тактики формирования общественного мнения) // Язык СМИ и политика. – М.:

Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – С. 262-283.

24. Кремих И.И. Отрицательный оценочный компонент в семантической структуре слова // Прагматика слова: сб. науч. тр. – М.: МГПИ им. В. И. Ленина, 1985. – С. 28–40.

25. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учебное пособие. – М.:, 2000. – 208 с.

26. Лингвистический энциклопедический словарь В.Н. Ярцевой. – Москва, 1982. – 24 с.

27. Литвин О.В. Оценочный компонент прагматического значения неономинаций в современных медиатекстах. Вестник Приднестровского университета. Издательство: Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко (Тирасполь). 2017. – 171 с.

28. Нестерская Л.А. Языковые средства формирования оценочности в современной публицистике // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2002. – Вып. 21. – 61 с.

29. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь трудностей. – 3-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2003. – 38 с.

30. Романова Т.В. Модальность. Оценка. Эмоциональность : монография. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2008. – 8 с.

31. Ризель Э.Г. К вопросу о коннотации // Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. – М.:, 1980. – 201 с.

32. Синепупова О.С. Оценочная «картина мира» в публицистическом тексте (на материале печатных СМИ): автореф. дис. канд. филол. наук. – М., 2006. – 201 с.
33. Сергеева Л.А. Коннотативное значение как объект лингвистического анализа // Исследования по семантике: Общие вопросы семантики. – Уфа, 1983. – 171 с.
34. Скворцова Е.В. Лексико-семантические аспекты асимметрии положительной и отрицательной зон оценки (на материале русского и английского языков): автореф. дис. канд. филол. наук. – Орел, 2012. – С. 36-56.
35. Хидекель С.С., Кошель Г.Г. Оценочный компонент лексического значения слова // Иностранные языки в школе, 1981. – С. 4-12.
36. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта; Наука, 2006б. – 136 с.
37. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учеб. пособие/ МГУ им. М.В.Ломоносова, филол. фак.; Отв. ред. М.Н. Володина Текст. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 14 с.
38. Язык современной публицистики: сборн. статей / под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Флинта Наука, 2005. – 230 с.
39. Якушина Р.М. Динамические параметры оценки: (На материале современного английского языка): дис. канд. филол. наук. – Уфа, 2003. – С. 7-136.

40. Ягубова М.А. Культурно-речевой аспект оценочной лексики Текст // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2000. – 40 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Italy's Covid nurses record song of hope // BBC NEWS. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-56440491> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

2. Italy returns to strict lockdown for Easter // BBC NEWS. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p09cn158> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

3. Beware the Pandemic Panic // Farhad Manjoo. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/01/29/opinion/coronavirus-panic.html> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

4. «Chinese virus pandamonium» // Herald Sun. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://mumbrella.com.au/criticism-over-downright-offensive-and-unacceptable-race-discrimination-news-corp-coronavirus-headlines-615148> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

5. Specter of possible new virus emerging from central China raises alarms across Asia // Gerry Shih, Lena H. Sun. [Электронный Ресурс] – Режим доступа:

https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/specter-of-possible-new-virus-emerging-from-central-china-raises-alarms-across-asia/2020/01/08/3d33046c-312f-11ea-971b-43bec3ff9860_story.html – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

6. Italy makes masks mandatory outdoors as it extends state of emergency to 2021 // Kennedy Rachael. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.euronews.com/2020/10/08/italy-makes-masks-mandatory-outdoors-as-it-extends-state-of-emergency-to-202-1> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

7. Media Cloud Explorer // [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://explorer.mediacloud.org/> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

8. Why the United States is having a coronavirus data crisis // Maxmen Amy. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.nature.com/articles/d41586-020-02478-z> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

9. How the media has us thinking all wrong about the coronavirus // Oster Emily [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/08/25/how-media-has-us-thinking-all-wrong-about-coronavirus/> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

10. Battling the «pandemic of misinformation // Pazzanese Christina. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2020/05/social-media-used-to-spread-create-covid-19-falsehoods/> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

11. Italy imposes draconian rules to stop spread of coronavirus // The Guardian. [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/23/italy-draconian-measures-effort-halt-coronavirus-outbreak-spread> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).

12. The virus of fear and anxiety: China, COVID-19, and the Australian media // [Электронный Ресурс] – Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2059436421988977> – Загл. с экрана. (Дата обращения: 08.21.2020).