

самой камеры, либо и то, и другое. Для усиления эффекта создаются симметричные кадры, чтобы зритель акцентировал больше внимания на исполнителе. Цвета в клипе и его концепт становятся «паспортом» или «визитной карточкой» всей песни.

Литература

1. Самутина Н. Музыкальный видеоклип: поэзия сегодня [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. 2001. № 6. URL: <http://www.iek.edu.ru/projects/ppnsamu3.htm> (дата обращения: 20.06.23).

2. Элитарное и массовое в искусстве. Дж. Кавелти о природе формульных повествований в искусстве (по работе «Формульные повествования как искусство и популярная культура») [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/2458473/page:21/#2458473> (дата обращения: 18.06.23).

Н. М. Приходченко, И. А. Овчинников
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Новосибирск, Россия
Научный руководитель Т. Д. Богачанова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, ФОРМИРУЮЩИЕ НЕГАТИВНЫЙ ОБРАЗ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ

Аннотация: Статья посвящена анализу языковых средств, которые формируют отрицательный образ России в современном мире. Становление образа страны – крайне долгий процесс, на который влияет множество различных причин, исторических, политических, культурных и многих других. Определённые языковые средства так же являются немаловажным фактором формирования мнения людей о той или иной стране. Целью данной работы становится выявление лексических языковых средств, используемых в отношении конкретной страны, в данном случае России, и рассмотрения их использования на конкретных примерах, взятых из различных иностранных изданий.

Ключевые слова: Государство, образ, лексические средства, эпитеты, метафоры, Россия.

Формирование образа любого государства является комплексным и крайне длительным процессом, на который влияет множество факторов как со стороны государства, образ которого создается, так и со стороны стран, которые оценивают свою выгоду от союза или конфронтации с той или иной державой. Сложно представить политическую сферу, политический дискурс

без участия масс-медиа, которые отвечают за передачу информации. Языковые средства, которые используются в масс-медийном пространстве [3], играют далеко не последнюю роль в том, как будут оценивать страну не только люди, но и другие государства.

Цель данной статьи состоит в выявлении языковых средств, направленных на формирование негативного образа страны России, а также анализ практической стороны вопроса.

Начнём с определения лексических средств. Это приёмы, используемые для подчёркивания определённых качеств обсуждаемого объекта, явления или человека [4]. К ним относят метафоры, гиперболы, эпитеты, антитезы, сравнения и т.д. Многие используют средства выразительности в своей речи, даже не замечая этого, но подобный инструмент в правильных руках может быть очень эффективен для донесения своих мыслей до аудитории, особенно, если речь идет о политическом дискурсе.

Само формирование негативного образа какого-либо объекта напрямую связано с функцией оценочности [1], которая очень ярко представлена в текстовом варианте носителей языка.

За долгую историю существования Российского государства множество различных факторов влияло на формирование её образа в сознании местного населения и жителей других стран. Это были политические, экономические и многие другие факторы, но ещё ни в одну из эпох не применялись настолько продвинутые информационные технологии для создания имиджа различных государств. В качестве примера использования лексических средств будут приведены цитаты из зарубежных изданий *The Independent*, *New York Times* и *the Washington Times* в русском переводе [5]. На мировой арене РФ всё ещё ассоциируют с СССР, и зачастую с временами холодной войны, когда противостояние СССР и США оказывало на мир значительное влияние: *«Политические показательные процессы, советский пережиток, похоже, возобновляются. На этой неделе Алексей Навальный, лидер оппозиции, предстал перед судом по сфабрикованным обвинениям в хищении древесины у государственной компании. Демонстрантам 6 мая прошлого года угрожают годами тюремного заключения или психиатрическим заключением, подобно наказаниям советской эпохи»* [6]. В данном случае при помощи эпитета *советский пережиток* проводится аналогия с советским прошлым, которое в западном мире отождествляется с тоталитаризмом и носит ярко выраженную негативную окраску. Так же в подобных статьях активно применяются метафоры: *«Российский диктатор*

Владимир Путин поет вам песню сирены, мистер и миссис, Америка, о том, как вы с ним вместе боретесь с глобальным терроризмом» [7]. В данном случае автор использует эпитет *Российский диктатор* тоже самое по отношению к президенту РФ и для достижения наибольшего эффекта сравнивает его с сиреной, завлекающей своим красивым пением к гибели. И конечно же невозможно обойти популярную метафору, благодаря которой Россия ассоциируется с медведем и которая довольно прочно укоренилась в сознании многих людей: *«К сожалению, для стран Европы, ряд их правительств укрепляет отношения с Россией Владимира Путина, что, по сути, сделает их заложниками Русского Медведя»* [8]. В данном случае метафора подчёркивает серьёзность той опасности, в которой себя подвергают правительства Европы, заключая сотрудничество с Россией. Данные примеры показывают, что лексические средства, применяемые для формирования негативного образа страны, правителя или другого представителя власти [2, с. 38] произрастают своими корнями не только из её настоящего, но и из исторического прошлого страны.

Подводя итог, можно сказать, что цель, поставленная в начале статьи, была достигнута. Нами было установлено, что наиболее частыми лексическими средствами выразительности в текстах политического характера являются метафоры и эпитеты, что было показано на представленных примерах. Суть их использования заключается в эффективном воздействии на читателя или слушателя через призму знакомых образов, сложившихся на протяжении многих веков или связанных с определёнными сторонами актуальной действительности государства, о котором идёт речь, для его убеждения в правильности написанного или сказанного.

Литература

1. Богачанова Т.Д. Актуализация отрицательной оценочной степени проявленности метаязыкового сознания в статьях и комментариях политического характера // Полилингвальность современной культуры: Сб. ст. Международной научной конференции в рамках I Международного научно-образовательного форума «Филологическая наука и образование в Кузбассе», Кемерово, 28–29 сентября 2022 года / Отв. ред. А.Г. Фомин. Кемерово, 2022. С. 56–79.

2. Богачанова Т.Д. Корреляция вторичных текстов и комментариев-метатекстов оценочной степени проявленности метаязыкового сознания // Актуальные вопросы лингвистики и литературоведения: Сб. научн. ст. по материалам Международной научной конференции памяти доктора филологических наук, профессора Л.А. Араевой, Кемерово, 03–05 февраля 2022 года / под общ. ред. Н.В. Мельник. Кемерово, 2022. С. 34–43.

3. Богачанова Т.Д. Метаязыковые факторы формирования оценочности (на материале интернет-комментариев политического характера) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 9(162). С. 122–130.
4. Горбатовский А.С. Лексические средства выразительности как языковые единицы моделирования культурного пространства в художественном тексте. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: лингвистика. 2021. №6. С. 38–43.
5. Романюк М.Ю. Лингвистические средства создания негативного медиаобраза «Русский мир» в англоязычных печатных СМИ // Актуальные проблемы лингвистики и современные методы преподавания иностранных языков. 2013. С. 106–113.
6. Corboy D. Rising Tensions with Russia // The New York Times, 18.04.2013.
7. Legge J. Vladimir Putin and the Boston Bombings // The Independent, 2.05.2013.
8. Rajter R. Russian Bear sets a trap // The Washington Times, 12.01.2006.

Д. В. Ралькова
Донецкий государственный университет, Донецк, Россия
Научный руководитель Н.Е. Гапотченко

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА ЗАМЕТКИ НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются главные характеристики языка прессы и анализируются особенности заголовков заметок французских СМИ в связи с их функциональной ролью.

Заголовок в СМИ, будучи коммуникативной единицей, кратко информирует читателя о содержании материала прессы, осведомляет о значении, характере и степени важности событий, отражаемых в тексте заметки. Такие характеристики текста заметки, как информативность и воздействие на читателя, наиболее ярко выражены в заголовках.

Ключевые слова: заметка, заголовок, статья, пресса.

Пресса, как главное средство информации и средство убеждения, всегда нацелена на массовую и разноплановую аудиторию. Читателей всегда необходимо увлечь и призвать к прочтению материала. Новостные издания преимущественно читают в условиях, когда трудно сосредоточиться: например, после рабочего дня либо же в дороге. Соответственно, возрастает необходимость структурировать информацию в статье либо заметке сжато, сохраняя основную информативность, даже если текст не будет дочитан до конца.

Чтобы повысить воспринимаемость информации читателем также не стоит забывать о том, насколько доступно изложена информация в тексте –