

4. Куликова И. В. Развитие речемыслительных способностей студентов при работе с учебным гипертекстом на иностранном языке // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2014. № 4(9). С. 74–77.

5. Сазонова Е. Д., Комарова Е. Ю. Школа поэтического перевода С. Я. Маршака // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. молод. ученых с междунар. участием: в 2 ч. (Комсомольск-на-Амуре, 21–23 нояб. 2022 г.) / редкол.: И. В. Цевелева (отв. ред.), Н. Э. Ракитина, Н. В. Малышева. Ч. 1. Комсомольск-на-Амуре: Комсомол.-на-Амуре гос. ун-т, 2022. С. 113–116.

6. Сонеты Уильяма Шекспира на английском языке [Электронный ресурс]. URL: <https://antrio.ru/sonety-uiljam-shekspir-na-anglijskom-jazyke> (дата обращения: 10.05.2023).

7. Ясаревская О. Н. Проектная деятельность – один из способов развития коммуникативной компетенции студентов (на примере иностранного языка) // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2015. Т. 3. № 6(28). С. 170–173.

УДК 81.42

Е. А. Чистюхина (Новосибирск, Россия)

Новосибирский военный ордена Жукова институт им. генерала армии

И. К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации

Медиаобраз В. В. Путина в англоязычных СМИ

Статья посвящена изучению особенностей формирования медиаобраза В. В. Путина в англоязычных СМИ. Автор отмечает значительную роль СМИ в манипулировании общественным сознанием. В результате анализа текстов, опубликованных на сайтах некоторых западных информационных агентств, автором выявлены направления и языковые средства создания медиаобраза президента России. Автор приходит к выводу, что англоязычные СМИ стремятся к формированию отрицательного медиаобраза В. В. Путина.

Ключевые слова: СМИ, медиаобраз, направления и языковые средства создания, отрицательный медиаобраз

В современном мире сложно недооценить роль СМИ. Они считаются одной из важных составляющих общественной жизни человека, им отводится роль «четвертой власти» в государстве, приписывается способность влиять на сознание широких масс. В связи с осложнением военно-политической обстановки в мире способность СМИ манипулировать массовым сознанием и задавать определенные установки все чаще используется для воздействия на политическое мировоззрение людей. Примером этому служат формируемые при помощи СМИ образы политических деятелей – так называемые медиаобразы. Именно медийные образы во многом способствуют формированию у аудитории представлений о политических лидерах [3, с. 21].

В исследованиях средств коммуникации и медиасреды встречаются различные подходы к определению медиаобраза. Чаще всего под медиаобразом подразумевают «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [5] или «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [1]. В узком значении «медиаобраз» – это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества. В широком значении «медиаобраз» – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве (профессиональными журналистами, блогерами, интернет-пользователями и т.д.) [2, с. 128]. Следовательно, под медийным образом политика следует понимать образ политического деятеля, формируемый СМИ. Медиаобраз часто имеет идеологическую составляющую [4, с. 185] и отражает господствующие в государстве цели и задачи по всем направлениям деятельности, в том числе военно-политической.

Проведение Российской Федерацией специальной военной операции на Украине приковало внимание всего мирового сообщества как к России, так и к президенту страны В. В. Путину. Первоначально нацеленная на денацификацию, денационализацию и демилитаризацию Украины, специальная военная операция обернулась противостоянием всему блоку НАТО, борьбой с однополярным миром и, как результат, защитой суверенитета, безопасности и территориальной целостности России. Таким образом, спустя год специальная военная операция признается войной между Россией и блоком НАТО, которая развернулась не только на поле боя, но и в информационном пространстве. Информационная война НАТО против России ведется в первую очередь с помощью СМИ, которые работают над конструированием нужного противникам России медийного образа как самой страны, так и ее президента.

В настоящей статье представлена попытка реконструировать медийный образ В. В. Путина и выявить языковые средства его формирования в англоязычных СМИ.

Проведенный анализ текстов СМИ, опубликованных на сайтах таких информационных агентств, как “The Guardian”, “The Times”, “The Daily Telegraph” и др., позволил выявить следующие направления создания медийного образа В. В. Путина: «Именования президента», «Отношение Запада к В. В. Путину», «Специальная военная операция», «Ядерное оружие», «Политический режим В. В. Путина», «Здоровье В. В. Путина».

Исследование показало, что англоязычные СМИ стремятся сформировать крайне отрицательный медийный образ президента Российской Федерации. С этой целью они используют различные лингвистические средства и стилистические приемы, среди которых слова с отрицательной эмоциональной окраской,

прилагательные, слова-усилители, метафоры, метонимии, различные временные формы глагола в активном и пассивном залоге, модальные глаголы и т.д. Рассмотрим примеры употребления некоторых из указанных средств формирования медиаобраза В. В. Путина в рамках выявленных направлений.

Наибольший интерес представляют пейоративные обозначения президента Российской Федерации, объединенные в направлении «Именования президента».

(1) *This whole system is built around a **vozdh**, a leader*

В приведенном примере существительное “*vozdh*” обладает отрицательной эмоциональной окраской и подчеркивает якобы тоталитарный характер управления страной.

На диктаторское, по мнению западных СМИ, правление в России указывают словосочетание (2) “*the Russian despot*” и существительное (3) “*dictator*”. Западные СМИ стремятся таким образом создать образ самовластного президента, тирана, попирающего чужие желания и волю.

Более того, президент России предстает в текстах англоязычных СМИ как агрессор и разжигатель войн: (4) *the aggressor*; (5) *the Russian warmonger*; (6) *Russia’s embattled president, Vladimir Putin*; (7) *an ever more menacing Russian leader*. В словосочетаниях (4) и (5) такой образ создается отрицательной семантикой слов “*aggressor*” и “*warmonger*”. В словосочетании (6) причастие II “*embattled*” выполняет функцию эпитета и указывает на то, что В. В. Путин находится в состоянии войны. Аналогичным образом в словосочетании (7) причастие I “*menacing*” с предшествующими словами-усилителями “*ever more*” способствуют созданию образа грозного диктатора.

Саркастически звучат такие обозначения Владимира Путина, как *genius leader*; *a superpower*:

(8) *'He knows that he will pass away in a limited time – and how is it possible for the world to carry on without him? Why should the world exist without **its genius leader Vladimir Putin**?' he asked sarcastically*

(9) *'You think **you're a superpower... and you're not**': Vladimir Putin now knows he's 'not invincible' after Ukraine losses, says UK defense secretary Ben Wallace*

В приведенных предложениях прослеживается желание принизить значение и роль Владимира Путина как в России, так и на мировой арене. В первом случае для этого используется эпитет “*genius*” в противоположном его семантике значении. Такой эффект достигается посредством употребления данного прилагательного в составе риторического вопроса. Во втором случае утверждение “*you're*” и одновременное отрицание “*you're not*” создают желаемый эффект.

Обратим внимание на примеры (10) – (13), выделенные в рамках направления «Отношение Запада к В.В. Путину»:

(10) *Putin **must lose** or he **will invade** other European countries*

(11) *Mr Wallace said that the conflict, which has turned a large part of eastern Europe into a warzone **needs** to end in defeat for Putin*

(12) *Vladimir Putin **has been offered surrender terms** by the West. In return, Putin and his cronies would avoid criminal charges over the war and be allowed to remain in power*

(13) *He told the paper that Ukraine **has been underestimated** and Russia **overestimated** at every step, but that the number of people Putin can 'shove into a meat grinder' is on his side.*

В анализируемых предложениях, с одной стороны, отражается желание Запада победить в войне на Украине. Западные СМИ стремятся создать образ Путина, проигравшего войну. Использование модальных глаголов “*must*” и “*need*” указывают на обязательность и крайнюю необходимость в том, чтобы Владимир Путин проиграл. Применение пассивного залога “*has been offered*” и словосочетание “*surrender terms*” указывают на якобы доминирующее положение Запада в войне на Украине. Доминирование Запада и Украины в войне подчеркивается параллельным употреблением глаголов “*to underestimate*” и “*overestimate*”, которые призваны опровергнуть сделанные ранее выводы и как следствие, превознести Украину и принизить Россию. С другой стороны, в приведенных примерах прослеживается страх Запада перед Владимиром Путиным. Употребление глагола “*to invade*” во временной форме Future Simple выражает уверенность в том, что В. В. Путин может захватить и другие страны.

Рассмотрим примеры (14) – (16), объединённые в направлении «Специальная военная операция»:

(14) *Putin **has lost a tremendous amount** of military capability, and they **have suffered a tremendous amount** of military loss*

(15) *Putin **has lost HALF** his tanks and will find it 'very difficult' to rebuild, Pentagon says*

(16) *half of Vladimir Putin's tanks **have been destroyed**.*

Представленные предложения демонстрируют стремление англоязычных СМИ сформировать образ Владимира Путина, потерпевшего поражение. Данный эффект создаётся употреблением глаголов “*to lose*” и “*to suffer*”, семантика которых отрицательна, во временной форме Present Perfect (*has lost*). Данная временная форма позволяет создать ощущение, что победа Украины достигнута, а поражение России совершенно очевидно, поскольку имеется множество фактов, подтверждающих ее неудачи.

В качестве следующего средства формирования отрицательного образа президента России является двукратное использование словосочетание “*tremendous amount*” в одном предложении. Существительное “*amount*” указывает на определенное количество чего-либо, в рассматриваемом контексте – военного потенциала и потерь. Однако в сочетании с прилагательным “*tremendous*”, обозначающим ‘very great; very good’, существительное “*amount*” указывает на огромные потери.

Еще одним средством подчеркивания проигрыша В. В. Путина является написание существительного “*half*” прописными буквами в составе словосочетания “***HALF his tanks***”. Таким образом зарубежные СМИ пытаются заострить внимание реципиента на значительных потерях российской армии.

В примере (16) глагол с отрицательной семантикой “*to destroy*” в форме Present Perfect Passive как будто подтверждает потери Владимира Путина.

Обратим внимание на примеры (17) – (22), выделенные в рамках направления «Здоровье В. В. Путина»:

(17) *his 'failing health'*

(18) *Putin is in 'very poor physiological health'*

(19) *the Russian warmonger is suffering from serious illnesses including cancer, Parkinson's disease and a schizoaffective disorder*

(20) *Putin's health is 'dramatically deteriorating'*

(21) *Since Russia invaded Ukraine, rumours have swirled that Vladimir has Parkinson's or even cancer*

(22) *'He knows that he will pass away in a limited time.*

Как видим, англоязычные СМИ стремятся сформировать образ якобы страдающего от смертельного недуга президента России. С этой целью в текстах используются слова с отрицательной коннотацией, главным образом прилагательные и причастия: “*failing health*”, “*poor physiological health*”, “*serious illnesses*”. Зарубежные СМИ не скупятся на употребление слов-усилителей, например, наречий “*very*”, “*even*” и “*dramatically*”. Неоднократно в текстах СМИ встречаются упоминания болезней, которыми якобы страдает президент России. Чаще всего называются рак (*cancer*), шизофрения (*a schizoaffective disorder*) и болезнь Паркинсона (*Parkinson's disease, Parkinson's*). Следует отметить, что глаголы с отрицательной семантикой “*to suffer*” и “*to deteriorate*” употреблены во временной форме Present Continuous. Данная временная форма позволяет подчеркнуть, что Владимир Путин будто бы болеет в настоящий промежуток времени. Интересным представляется использование глагола “*to pass away*” вместо “*to die*”. Таким образом авторы подобных высказываний в несколько завуалированной форме сообщают о мнимой скорой смерти президента.

Таким образом, проведенное исследование доказало, что СМИ являются мощным инструментом влияния на массовое сознание. В зависимости от поставленной цели они способны создавать как положительные, так и отрицательные образы политических лидеров. В свете последних событий западные информационные агентства стремятся сформировать отрицательный образ президента Российской Федерации. Владимир Путин предстает в текстах англоязычных СМИ как тиран, авторитарный правитель, который стремится контролировать не только свою страну, но и весь мир. По мнению Запада, В. В. Путин начал специальную военную операцию с целью завоевания мира, но он якобы

терпит много неудач, поэтому готов применить ядерное оружие. Еще одной причиной использования ядерного оружия является здоровье президента. Англоязычные СМИ пытаются внедрить в сознание массового реципиента идею о том, что Владимир Путин смертельно болен и готов «захватить с собой» в загробный мир всех живущих на Земле. В связи с этим перед отечественными СМИ стоит важная задача по формированию положительного медиаобраза президента страны как одного из способов противостояния информационной войне политического Запада против России.

Литература

1. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник Московского университета. 2007. № 4. С. 122–127.
2. Ермолаева С. Ю. Формирование медиаобраза В. В. Путина в современных зарубежных СМИ // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 8. С. 128–151.
3. Ермоленко Г. М. Медиаобраз В. В. Путина в текстах англоязычных СМИ // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2013. № 3(13). С. 21–28.
4. Линь Чуаньчжао. Анализ основных подходов к дискурсивной репрезентации деятельности политических лидеров // Российско-китайские исследования. 2020. Т. 4. № 2. С. 184–194.
5. Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.

УДК 81-23

*A. A. Shchipkova, D. V. Gorbunova (Kazan, Russia)
Kazan State Medical University*

Peculiarity of terminology translation in medical texts from English into Russian

Медицинский перевод помогает обмениваться профессиональной информацией. Аутентичные тексты содержат специфические термины, которые могут не иметь эквивалента в языке перевода, что в свою очередь вызывает трудности. Статья посвящена выявлению особенностей перевода терминологии в медицинском тексте с английского на русский язык, рассмотрению медицинской терминологии с точки зрения лексико-грамматических особенностей и систематизации наиболее часто встречающихся ошибок.

Ключевые слова: перевод, медицинская терминология, английский язык, русский язык, синонимия, межъязыковые омонимы, аббревиатуры

Medical translation helps to exchange the professional information. The authentic texts contain specific terms, which might not have an equivalent in the target language. In turn, it causes difficulties in translation. The article is devoted to identifying the features of the translation of termi-