



Репрезентация феномена Covid-19 в англоязычных новостных текстах / Семенихина Жанна Михайловна / Ленинградский Государственный Университет им. А.С. Пушкина / semjanna@yandex.ru

Аннотация/Abstract

В последнее время новостной дискурс развивается наиболее динамично и отражает особенности использования языка, как средства воздействия на читательскую аудиторию. Настоящая статья посвящена изучению вербальных средств, описывающих пандемию Covid-19 в англоязычной печатной прессе. Актуальность исследования связана с проведением тщательного анализа новостного контента, в период распространения коронавирусной инфекции в первой половине 2020 года. При этом внимание фокусируется не только на формальных лингвистических признаках газетного текста, но и на внешних экстралингвистических факторах его порождения, что представляется особенно важным для исследования социально значимых событий, затрагивающих как отдельные страны, так и глобальный мир в целом. Цель исследования состоит в выявлении специфики языковой репрезентации новостного события Covid-19. Реализация поставленных задач была достигнута путем анализа различных печатных источников новостного дискурса. В качестве основного метода исследования в данной статье выступает дискурс анализ, опирающийся на принцип функционализма, а также фреймово-слововая классификация метафорических моделей. В результате исследования был выявлен целый ряд особенностей лингвистического оформления новостных сообщений о пандемии коронавируса и сделано заключение, что одним из основных средств воздействия на читателя выступает метафора. Она является важным и распространенным приёмом языковой манипуляции и способна надолго оставаться в памяти массового адресата. Анализ англоязычных новостных текстов показал, что глобальное событие Covid-19 репрезентируется англоязычному сообществу посредством метафорической модели "Пандемия – это война". Данная модель включает в себя три фрейма и ее столь широкое использование объясняется сходством с боевыми действиями в борьбе всего мира против эпидемии.

Введение/Introduction

Новостные тексты являются основным каналом передачи информации и среди событий, регулярно освещаемых прессой в текущий период, находится распространение коронавирусной инфекции в мире и борьба с ней. Сложившаяся ситуация существенно влияет на языковую картину мира, что обуславливает актуальность и интерес к формирующемуся концепту КОРОНАВИРУС. Изучение эмпирической базы выявило целый ряд особенностей лингвистического оформления новостных сообщений о пандемии коронавируса и позволило сделать заключение, что одним из основных средств воздействия на адресата выступает метафора. Проведённый анализ показал, что журналисты экспрессивно и эмоционально описывают факты масштабного распространения коронавируса, прибегают к метафорам войны и тем самым заявляют о серьёзности проблемы, формируют ощущение неизвестности, страх, панику у читательской аудитории.

Методы и материал исследования/ Methods & Materials

Материалом исследования служат новостные сообщения широкополосных англоязычных периодических изданий: "The Times", "Daily Express", "The New York Times", "The Wall Street Journal", "International New York Times", "USA Today Weekend", относящиеся к марту, апрелю, маю 2020 года. В работе применялись методы функционального, дискурсивного и фреймового анализа. Цель настоящего исследования - проанализировать вербальные средства, репрезентирующие феномен Covid-19 англоязычному адресату.

Результаты/Results

В ходе исследования выявлены и проанализированы метафоры, посредством которых формируется медиаобраз Covid-19. На основе фреймовой классификации выделяем следующую метафорическую модель: пандемия коронавируса – это война. Война – явление социальное, один из способов взаимодействия внутри общества, чрезвычайно агрессивный метод решения конфликта. Однако, война, как историческое явление, характерна для любого общества и времени. Война, понятный образ, укоренившийся в подсознании людей ещё в древности. Новое явление Covid-19 представлено в новостных текстах с помощью военной метафоры.

Актуальность и значимость (результатов) исследования

Выполненный анализ позволяет выделить несколько фреймов к сценарию "пандемия коронавируса – это война".
Фрейм 1. "Военные действия", который включает слоты: объявление войны, убийство множества людей, битва, интервенция, атака, прорыв, военные потери, оборона, мобилизация. Военные действия переданы и представлены такими лексемами как *declare, kill, fight, combat, attack* в контексте борьбы с опасной инфекцией. Действия коронавируса атрибутируются следующей семантикой лексем *global, extraordinary, increasing, brutal*. Весь мир является передовой, линией фронта.

Фрейм 2. "Субъекты военных действий", включает слоты: лидер военного времени, дезертир, военные, медицинский персонал, вождь государства, враг. В данном фрейме характеризуются участники войны, их действия, а также лица, косвенно относящиеся к военным действиям. Коронавирус мыслится как враг, убийца, противник. Лидеры государств, врачи, армия выполняют функцию защитников, наделяются признаками героев.

Фрейм 3. "Военные объекты (типы вооружения, место, дислокация)", включает слоты фронт, военный госпиталь, комендантский час, дислокация. Лексические наименования, употребляемые в фрейме, характеризуют ту часть пространства *front, frontline, an emergency military hospital* и тот вид деятельности *cluster, curfew, dislocation*, которые являются наиболее значимыми при противодействии эпидемии и опасными для тех, кто вовлечён в этот процесс.

Выводы/Conclusions

Проведенное исследование позволяет сделать выводы о том, что новостные сообщения занимают особое место в информационном поле, в силу своей высокой социальной значимости и отличаются продуманностью и тщательным отбором языковых единиц. Анализ англоязычных новостных текстов показывает, что глобальное событие Covid-19 репрезентируется англоязычному сообществу посредством метафорической модели «Пандемия – это война». Данная модель включает в себя такие фреймы как: военные действия, субъекты военных действий, военные объекты, а её широкое использование объясняется сходством боевых действий, их характера и результата с борьбой всего человечества против эпидемии: коронавирус представляется всеобщим врагом, с которым все страны ведут непримиримую войну.

Литература/References

- Монографии и учебные пособия
1. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 312 с. [Teun A. van Dijk. 1989. *Language. Cognition. Communication*. Moscow: Progress Publ.].
 2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва. 2008. 203 с. [Dobrosklonskaya, Tatyana G. 2008. *Medialingvistika: sistemniy podkhod (Medialinguistics, systematic approach to learning the language of mass media)*, Moscow. 2008].
 3. Лакофф Дж., Джонсон М., Метафоры, которыми мы живем: пер.с англ./ под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. 2-е изд. М., 2008. 512 с. [G. Lakoff, M. Johnson. 2008. *Metaphors We Live By*. 2nd ed. Moscow.].
 4. Телия В.Н. Метафора в языке и тексте/ под ред. В.И. Телия. – М.: Наука, 1988. – 176 с. [Telia, Veronika N. 1988. *Metafora v yazyke i tekste (Metaphor in the language and text)*, Moscow: Nauka.].
 5. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Урал. гос.пед.ун-т, 2003. [Chudinov, Anatoliy P. 2003. *Metaforicheskaja mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikacii (Metaphorical mosaic in modern political communication)*, Ekaterinburg: Ural. gos. ped. univer.].
 6. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): моногр. / Урал.гос.пед.ун-т. Екатеринбург, 2001. – 238 с. [Chudinov, Anatoliy P. 2001. *Rossija v metaforicheskom zerkale: kognitivnoye issledovaniye politicheskoy metaforoy (1991-2000) (Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor 1991-2000)*, monogr. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. univer.].
- Статьи в периодических изданиях, сборниках трудов конференций, монографиях, сборниках и т. д.
1. Шапшай Н.И. Новостные материалы в региональных СМИ: структурные и жанровые особенности // Вестник Московского Университета. Сер. Журналистика. 2009. №3. [Shapshay, Natalya I. 2009. *Novostnyye materialy v regional'nykh SMI: strukturnyye i zhanrovyye osobennosti (News materials in regional media: structural and genre features)*. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 3: Zhurnalistika (The Bulletin of Moscow State University, the series "Journalism")*, 3].
- Словари и энциклопедии
1. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб., 2000. [Kuznetsov, Sergey A. 2000. *Bol'shoy talkovyy slovar' russkogo yazyka (Large Explanatory Dictionary of the Russian Language)*. Saint Petersburg: Norint].
 2. Краткий словарь когнитивных терминов/ Е.С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. М.: МГУ, 1996. с.188 [Kubryakova, Elena S. 1996. *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov (Concise Dictionary of Cognitive Terms)*. Moscow: MGU].
 3. Лингвистический энциклопедический словарь/ Гл. ред. В. Н. Ярцева, - М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1990. – 685 с. [Yarzeva, Viktoriya N. 1990. *Lingvisticheskiy ensiklopedicheskiy slovar' (Linguistic Encyclopedic Dictionary)*. Moscow: Sovetskaya ensiklopediya].