

Секция «Лингвистика: Когнитивные и лингвокультурные аспекты иноязычной коммуникации»

## Вербализация образа российского футбольного болельщика в англоязычных средствах массовой информации

Научный руководитель – Коцюбинская Любовь Вячеславовна

*Смирнова Яна Станиславовна*

*Студент (бакалавр)*

Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург,  
Россия

*E-mail: yanuska\_1397@bk.ru*

Накануне одного из самых грандиозных спортивных событий — чемпионата мира по футболу 2018 года — многие английские болельщики отказались от поездки в Россию. Существенное влияние на их решение о бойкоте главного международного соревнования оказали британские СМИ, старательно формировавшие из российского футбольного болельщика образ врага.

Актуальность настоящего исследования обусловлена возрастанием в жизни современного общества роли средств массовой коммуникации. Масс-медиа уже давно можно рассматривать не только как источник информации, а также как инструмент формирования определенного общественного мнения. С помощью различных стратегий они создают определенные образы, формируют мировоззрение, закрепляют в общественном сознании некие понятия и стереотипы. Чемпионат мира по футболу 2018 года стал ярким примером того, как СМИ повлияли на общественное мнение англоязычного социума.

Цель данного исследования заключается в выявлении образа российского футбольного болельщика, сформированного британскими СМИ накануне и во время ЧМ-2018 и повлиявшего на поведение британского общества.

Объектом работы выступают статьи британских средств массовой информации, посвященные теме российских болельщиков на ЧМ-2018, опубликованные за период с февраля по июль 2018 года.

Предметом исследования являются вербальные средства, используемые британскими СМИ для манипуляции сознанием адресата.

Материалом исследования послужили статьи крупных британских СМИ (BBC, Daily Express, Daily Mail, Daily Mirror, The Guardian, The Independent, The Sun).

В процессе работы был применен комплекс методов, таких как анализ словарных дефиниций, кейс-метод, контекстуальный анализ и критический анализ дискурса.

В дискурсе СМИ «речевое воздействие выступает в качестве социально ориентированного общения и предполагает изменение в структуре социума или стимуляцию прямых социальных действий через воздействие на психику членов данного социума» [Радибурская, Самыличева 2013: 162].

Как правило, «образ врага» формируется на основе различных манипуляционных стратегий. Успешность создания такого образа во многом зависит от следующих тактик: создание круга «чужих», фантомной угрозы и полной демонизации врага [Чернявская, Молодыхенко 2017: 136]. Используя представленные стратегии, СМИ целенаправленно создают определенный имидж «врага» посредством вербальных средств.

Одним из самых эффективных средств речевого воздействия является заголовок. Он отражает главную мысль, заложенную в статье, привлекает внимание читателя, влияет на дальнейшее отношение к теме, поэтому обычно насыщен различными лексическими средствами. Рассмотрим один из заголовков британских статей, посвященных теме российских болельщиков на ЧМ-2018.

*World Cup 2018 ULTRAS: Bloodthirsty hooligans vow murder ahead of Russia championship*  
[Daily Express, 17.04.2018]

Нередко СМИ Великобритании при упоминании российских фанатов употребляли такие лексические единицы, как *Russian ultras* и *hooligans*. Английское слово *ultra* означает «an extreme supporter of a football club, often one who is part of an organized group that may also have extreme political opinions», а слово *hooligan* — «a violent person who fights or causes damage in public places». Более того, второе слово употреблено в сочетании с резко негативным прилагательным *bloodthirsty* для усиления воздействия на реципиента. Данные лексические единицы обладают отрицательной коннотацией, поэтому они негативно влияют на британских болельщиков. Словосочетание *vow murder* в отношении фанатов дает нам понять, что в заголовке описывается исходящая угроза «чужих» для круга «своих».

Проведенное исследование показало, что британские средства массовой информации на протяжении долгого времени упорно пытались выставить российского болельщика врагом и главной угрозой для безопасности англоязычных фанатов. Данная информационная кампания оказала огромное влияние на решение болельщиков из Великобритании не посещать ЧМ-2018 в России.

### Источники и литература

- 1) Рацибурская Л. В., Самыличева Н. А. Специфика воздействия в современном медийном словотворчестве // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-vozdeystviya-v-sovremennom-mediynom-slovotvorchestve> (дата обращения: 21.10.2018).
- 2) Чернявская В.Е., Молодыченко Е.Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе: учебник для магистратуры. М.: ЛЕНАНД, 2017.