



NEWSPAPER HEADLINES AS A TOOL FOR LINGUISTIC MODELING OF POLICE IMAGE

V. Guzikova, V. Nesterova

The Ural Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation,
66 Korepin St., Ekaterinburg, 620017, Russian Federation

Abstract. *The article considers the issue of linguistic modeling of the image of the police in the newspaper discourse, in newspaper headlines in particular. This article is relevant and determined by the need to study the representation of reality in the media discourse and its linguistic manifestation. In addition, the media have recently paid close attention to the coverage of the activities of social institutions, especially with regard to law enforcement agencies. The authors describe the characteristics of the mass media discourse as one of the tools for implementing public power, organizing the activities of political and social institutions, and forming an image. The paper considers the specific features and functions of the newspaper discourse, and also considers the newspaper headline, which acts as a pragmatic component of a newspaper article contributing to the creation of information and social mediation between addressees and addressers in order to exert a regulatory influence on public opinion. The article focuses on the structural, semantic and stylistic analysis of the newspaper headlines that represent information about law enforcement agencies' activities in Russia and the United States. The authors divide the publications into neutral ("Arguments and Facts", "USA Today", "Wall Street Journal"), pro-government ("Newspaper. Ru", "Rossiyskaya Gazeta" and "Moskovsky Komsomolets", "Associated Press") and opposition newspapers ("Novaya Gazeta", "Kommersant", "The New York Times", "Washington Post"). In total, 60 newspaper headlines were analyzed in the period from September to December 2020. The results show that the texts of newspaper reports perform informative and pragmatic functions, and the newspaper headline is the key to understanding the author's position and intentions. Lexical, grammatical, and stylistic differences in the headlines of Russian and American newspapers devoted to the activities of law enforcement agencies were identified, as well as language techniques for exerting speech influence on the reader and linguistic modeling of the police image.*

Key Words: *media, mass media discourse, newspaper discourse, article headline, law enforcement agencies, linguistic modeling, image of a police officer*

ЗАГОЛОВКИ ГАЗЕТ КАК СРЕДСТВО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИЦИИ

В.В. Гузикова, В.Е. Нестерова

Уральский юридический институт МВД России,
620017, Россия, г. Екатеринбург, ул. Корепина, 66

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о лингвистическом моделировании образа полиции в газетном дискурсе, в частности в газетных заголовках. Данная статья носит актуальный характер и обуславливается необходимостью изучения репрезентации действительности в медиадискурсе, а также способов её языкового выражения. Кроме того, в последнее время СМИ уделяют пристальное внимание освещению деятельности социальных институтов, особенно это касается правоохранительных органов. Авторами описываются характеристики массмедийного дискурса как одного из инструментов реализации публичной власти, организации деятельности политических и социальных институтов и формирования имиджа/образа. В статье перечисляются специфические признаки и функции газетного дискурса, а также рассматривается газетный заголовок, который выступает в качестве прагматического компонента газетной статьи, способствует созданию информационного и социального посредничества между адресатами и адресантами с целью оказания регулятивного воздействия на общественное мнение. Основной упор в статье делается на структурно-семантический и стилистический анализ языковых средств заголовков газет, репрезентирующих информацию о деятельности правоохранительных органов в России и США. Авторами проводится деление изданий на нейтральные («Аргументы и Факты», «USA Today», «Wall Street Journal»), проправительственные («Газета.Ру», «Российская газета» и «Московский комсомолец», «Associated Press») и оппозиционные газеты («Новая газета», «Коммерсант», «The New York Times», «Washington Post»). В общей сложности в статье было проанализировано 60 газетных заголовков за период с сентября по декабрь 2020 г. По результатам исследования были сделаны выводы о том, что тексты газетных сообщений реализуют информативную и прагматическую функции, а газетный заголовок является ключом к пониманию авторской позиции и его интенций. Авторами были выявлены лексические, грамматические и стилистические различия заголовков российских и американских газет, посвящённых деятельности правоохранительных органов, а также языковые приёмы оказания речевого воздействия на читателя и лингвистического моделирования образа полиции.

Ключевые слова: СМИ, массмедийный дискурс, газетный дискурс, заголовок статьи, правоохранительные органы, лингвистическое моделирование, образ сотрудника полиции

1. ВВЕДЕНИЕ

Современное общество на протяжении уже длительного периода времени является информационным, где каждая сфера жизни и деятельности человека освещается средствами массовой информации (СМИ), массмедиа. Обладая огромными ресурсами, СМИ способны оказать влияние на социум, сформировать общественное мнение и идеологический фон, расставить определённые приоритеты, стереотипы и систему ценностей, способствовать продвижению языковой нормы и национальной культуры [4].

Массмедийный дискурс становится одним из ключевых инструментов реализации публичной власти, организации деятельности политических и социальных институтов и формирования имиджа/образа. В связи с этим можно утверждать, что существует определённая зависимость политических и социальных процессов от лингвистических особенностей медиасообщений.

Особо пристальное внимание СМИ уделяют освещению деятельности социальных институтов, особенно это касается органов внутренних дел (ОВД). Это связано в первую очередь с тем, что деятельность полиции направлена на обеспечение личной и общественной безопасности, защиту населения от различных угроз криминального характера. Для эффективного осуществления своей деятельности сотрудникам полиции необходимо заручиться поддержкой граждан и обеспечить общественное доверие, которое формируется различными способами. Одним из ключевых факторов, влияющих на отношение общества к ОВД, является положительный образ/имидж полиции.

Проблемная ситуация заключается в том, что в контексте стремительно меняющихся политических, экономических и социальных условий образ полиции постоянно подвергается критике со стороны населения, что зачастую обусловлено внутривнутриполитическими и внешнеполитическими событиями и реакцией общества на эти события и действия полиции. В современном обществе существует противоречивое отношение населения к сотрудникам правоохранительных органов и их деятельности. Такое отношение граждан обусловлено, в первую очередь, ошибочными, несоответствующими и недостоверными сведениями, освещёнными СМИ, которые зачастую, в своём стремлении привлечь читателей сенсационными фактами, нивелируют достижения полиции, сообщают о недостойном поведении отдельных сотрудников и их неправомерных действиях, представляют в прессе, художественной литературе и кино карикатурный образ сотрудника полиции, представляя тем самым в негативном свете всё ведомство и формируя негативный медийный образ полиции. В связи с этим актуальной задачей на данный момент является формирование посредством СМИ положительного образа правоохранительных органов, который позволит укрепить авторитет ОВД как важного социального института.

Актуальность данной научной статьи обусловлена необходимостью изучения языка массмедиа, в частности политического газетного дискурса на примере заголовков газет как средства и механизма речевого воздействия на общественное сознание при моделировании образа сотрудника полиции средствами СМИ.

Предметом исследования являются лингвистические особенности газетных заголовков.

Объектом исследования выступают газетные заголовки, посвящённые деятельности правоохранительных органов в России и США.

Цель статьи – анализ газетных заголовков российских и американских изданий и выявление взаимосвязи его идеологической позиции и языковых средств её выражения.

Для достижения поставленной задачи авторами статьи реализуются следующие **задачи**:

- описать характерные признаки газетного дискурса;
- рассмотреть газетные издания с позиции их принадлежности к нейтральным, проправительственным и оппозиционным изданиям;
- дать анализ структурным и стилистическим особенностям заголовков российских и американских газет.

2. МЕТОДОЛОГИЯ

Основным методом исследования авторами был выбран структурно-семантический и стилистический анализ языковых средств заголовков газет, репрезентирующих информацию о деятельности правоохранительных органов в России и США. В ходе исследования было проанализировано 60 заголовков статей таких ведущих российских и американских газет, как «Газета. Ru», «Российская газета», «Московский комсомолец», «Аргументы и Факты», «Новая газета», «Коммерсант», «The New York Times», «USA Today», «Washington Post», «Wall Street Journal» и «Associated Press». При выборе газет для проведения анализа авторы руководствовались такими критериями, как индекс цитируемости, место в национальном и мировом рейтинге, уровень доверия граждан к изданию. Сбор материала осуществлялся методом сплошной выборки в каждом из рассматриваемых номеров за период с сентября по декабрь 2020 год. Выбор данного отрезка времени обусловлен мировыми событиями, связанными со второй волной пандемии коронавируса. Как показывают результаты исследований экспертов международной организации Global Initiative Against Transnational Organized Crime, на фоне эпидемии меняются криминальные рынки, направившие свою незаконную деятельность на товары, непосредственно востребованные в пандемию (контрафактные аппараты ИВЛ или несуществующее медоборудование, тесты на коронавирус и прочее). По данным Интерпола масштабы преступлений в сфере экономики, включая различные финансовые онлайн-преступления, резко возросли. Разнообразные виды мошенничества по электронной почте также становятся более распространённым явлением в период перехода большинства компаний на дистанционную форму работы [9].

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Основные положения

3.1.1. Особенности массмедийного дискурса

Массмедийный дискурс привлекает всё больше внимания как отечественных (Т.Г. Доброклонская [4], М.Р. Желтухина [5], А.А. Кибрик [8], А.А. Негрышев [11], С.Н. Плотникова [12], Г.Г. Почепцов [13]), так и зарубежных исследователей (А. Бергер [17], Дж. Бигнелл [18], Н. Фэрклоу [19], Л. Монович [21], М. Монтгомери [22]). Язык СМИ представляет собой особое функционально-стилевое образование, обладающее способностью моделировать национальный язык, в результате чего происходит формирование идеологии, культурных ценностей, убеждений и мировоззрений конкретного народа. Следовательно, СМИ присуща национально-культурная специфика. Особенно это касается газетного дискурса, который является отражением состояния языка в современном социуме, а газетному тексту присущи субъективность, структурно-функциональная целостность и ориентация на восприятие и интерпретацию [2]. Современный массмедийный дискурс является неким синкретичным образованием, сочетающим в себе практически все остальные типы дискурса и оказывающим дифференцированное воздействие на широкую и социально-демографически недифференцированную аудиторию путём информирования и оценки сообщаемой информации [5].

Газетный дискурс как один из типов массмедийного дискурса представляет собой особое лингвистическое образование. Основной функцией газетного дискурса выступает создание информационного и социального посредничества, которое с целью оказания регулятивного воздействия на общественное мнение моделирует представления индивида о реальной действительности путём тщательной селекции информации и создания разнообразных концептов, образов, имиджей, стереотипов и установок, сообщаемых в явной или скрытой форме [11]. И. В. Арнольд также рассматривает газету с двух позиций: 1) как средство информации и 2) как средство убеждения [1]. Таким образом, в газетном дискурсе реализуются две дополнительные функции: информативная (информационно-содержательная) и прагматическая. При реализации прагматической функции на первое место выходят категории оценки и оценочности, которые, в свою очередь, являются доминирующей стилиевой чертой политического дискурса.

К основным специфическим признакам газетного дискурса можно отнести территориальную неограниченность, массовость, эмоциональность и экспрессивность, регулярность, оценочность, актуальность, информативность и разнообразие тематики, убедительность.

Газетный дискурс следует рассматривать как институционально-личностную разновидность дискурса, функционирующую в языке газетных текстов в определённой культурно-исторической ситуации и обладающую своей направленностью, определённым набором языковых средств и участниками [10].

Как было сказано выше, газетные публикации представляют собой не только информативный, но и прагматический вид текста. Особое место при анализе новостных сообщений отводится заголовку, который выступает в качестве прагматического компонента газетной статьи. Основной задачей заголовка является мгновенное привлечение внимания читателя и возбуждение интереса к статье. Поэтому заголовок не только является именем статьи и содержит информацию о содержании статьи, но также показывает отношение автора к поднимаемой проблеме и его оценку событий, выполняя тем самым оценочно-экспрессивную функцию, оказывая эмоциональное воздействие на читателя. Можно сказать, что, с одной стороны, за счёт стилистически сильной позиции заголовок способен выступать как самостоятельный языковой элемент, а с другой стороны, он тесно связан с остальными речевыми единицами, поэтому выступает в качестве полноценной части целого текста. Любой газетный заголовок обладает всеми свойственными газете характеристиками: жанровой палитрой, публицистичностью, оперативностью.

Существует несколько классификаций заголовков. Согласно М.И. Шостак, заголовки и приёмы их различения подразделяются на заголовок-сообщение, заголовок-хроника, заголовок-«бегущая строка», заголовок-констатация/резюме, заголовок-цитата, заголовок-интрига/сенсация, заголо-

вок-лозунг/призыв, обращение, заголовок-восклицание, стихотворный заголовок, составной заголовок, заголовок-вопрос [16].

По степени сложности или структуре выделяют простой заголовок, усложнённый заголовок и заголовочный комплекс. По цели эмоционального воздействия на аудиторию заголовки подразделяются на «интригующие», «страшные», «сногшибательные», «скандальные», «интимные» [6].

3.2. Деление газет на нейтральные, проправительственные и оппозиционные газеты

Разнообразие сформировавшихся ценностных ориентаций и установок в российском и американском обществе привело к созданию неоднородного информационного поля, где существует множество репрезентаций и интерпретаций одного и того же явления или события. В связи с этим все материалы общественно-политической тематики подразделяются на 1) **проправительственные**, направленные на поддержание власти в стране и обеспечение национальной безопасности за счёт формирования «здорового» медийного фона; 2) **оппозиционные**, основными задачами которых является дискредитация существующей власти за счёт интерпретации информации путём разоблачения мифов, ложных установок и манипулятивных технологий СМИ и 3) **нейтральные**, дающие общую оценку ситуации в стране [15].

В России к проправительственным газетам можно отнести следующие СМИ: «Газета.Ru», «Российская газета» и «Московский комсомолец». Еженедельник «Аргументы и Факты» позиционирует себя как нейтральные СМИ. Оппозиционные газеты представлены «Новой газетой», «Ведомостями» и «Коммерсантом» [14].

Что касается американской прессы, то, в первую очередь, стоит отметить, что все печатные и электронные СМИ в США работают на коммерческой основе, поэтому в стране нет деления на государственные и частные издания. Все без исключения американские СМИ позиционируют себя как хранители демократических норм и стремятся максимально объективно подавать новостные сообщения, чтобы избежать обвинений в поддержке той или иной партии. Формально деятельность печатных СМИ практически никем не контролируется, а отношения государства с прессой регулируются на основе первой поправки к Конституции, которая гарантирует её свободу и предоставляет защиту [7]. Однако несмотря на это, наметилась тенденция к разделению американской прессы на нейтральную, проправительственную и оппозиционную. Исходя из социально-политической направленности издания, рубрикации и тематики, характера подачи информации и её интерпретации, использования лингвистических средств репрезентации материала, можно провести следующее деление: нейтральную позицию занимают «USA Today», «The New York Times» и «Washington Post» относится к оппозиционной прессе, «Associated Press» и «Wall Street Journal» являются проправительственными изданиями.

Рассмотрим особенности информационной политики и лингвистические средства репрезентации новостных сообщений в каждой из выбранных нами газет.

3.2.1. Нейтральные газеты

Еженедельник «Аргументы и Факты» относится к общенациональной периодике, освещающей материалы федерального значения, местные новости, комментарии и прочее. Издание ставит перед собой цель объективного освещения и комментирования событий в большинстве случаев политических, и, несмотря на зачастую ироничную подачу информации, продолжает формировать мировоззрение читателей, создавая полисемичный образ России, способствующий ментальному единению [3]. Что касается информации о правоохранительных органах, можно отметить, что еженедельник публикует информацию как о деятельности полиции, так и об отъёхнутых сотрудниках. Заголовки в основном являются заголовками-фактами и выполняют номинативную и информативную функцию, не содержат экспрессивно-оценочных компонентов и характеризуются подбором нейтральных языковых средств репрезентации материала, без использования тропов и других фигур речи, например: «В Ставрополе по подозрению в убийстве задержан сотрудник полиции» [АиФ от 19.12.2020], «Полицейские спасли рыбака, который упал в озеро, помогая своей собаке» [АиФ от 20.12.2020], «В Архангельской области полиция изъяла более

б кг синтетических наркотиков» [АиФ от 21.12.2020]. Также в издании можно встретить заголовки-вопросы, которые всегда создают дополнительную семантику и призывают читателя к размышлению, например: «О каких способах интернет-мошенничества рассказали в МВД?» [АиФ от 21.12.2020].

В первой общенациональной ежедневной газете в США «*USA Today*» деятельности правоохранительных органов отводится достаточно много места. Основной упор делается на освещении как положительной информации о деятельности полиции, где заголовки преимущественно представляют собой усложнённые заголовки-факты, например: «*Police had an hour to stop a mom and her COVID-positive son from boarding a flight. They found them just in time*» [USA Today от 5.12.2020]; «*Orlando police and firefighters save family trapped in their car that landed in a pond. The Orlando Police Department and firefighters worked together to save a family of three trapped in their car after it landed in a pond upside down*» [USA Today от 15.12.2020]; так и негативных материалов, например: «*Minneapolis police kill man during traffic stop. Police in Minneapolis shot and killed a man during a traffic stop on the city's south side Wednesday night ...*» [USA Today от 31.12.2020]; «*Police inflict painful dog bites to get people to obey – even when they're already obeying*» [USA Today от 16.12.2020]; «*Police held man naked while looking for teens. 71-year-old Black man in South Carolina is suing police, saying they ordered him to stand outside his house naked at gunpoint*» [USA Today от 23.12.2020]. Заголовки также могут быть представлены сложными заголовочными комплексами, оформленными в виде заголовков-вопросов, резко критикующих деятельность офицеров полиции: «*Did Nashville police do enough to try to search bomber's home in 2019? Experts weigh in*» [USA Today от 31.12.2020]; «*How do we stop deadly police bias, use of force? Start by hiring only those with a true calling*» [USA Today от 31.12.2020]. Наряду с нейтральным тоном репрезентации информации в заголовках можно встретить такие лексико-стилистические приёмы, как **эпитеты** (*brutal attacks, deadly police bias, a true calling*), **иронию** (*Police inflict painful dog bites to get people to obey – even when they're already obeying*), **неологизмы** (*COVID-positive son*).

Главной задачей ежедневной американской деловой газеты «*Wall Street Journal*» является освещение американских и международных деловых и финансовых новостей. Также некоторые рубрики посвящены политическим и социальным событиям, например, много статей освещают вопросы пандемии коронавируса и затрагивают движение Black Lives Matter. По сравнению с другими крупными изданиями деятельность полиции США комментируется достаточно редко. Заголовки представляют собой крупные заголовочные комплексы, как правило, в разговорном стиле и без употребления каких-либо экспрессивных языковых средств, например: «*Minneapolis Police Release Footage They Say Shows Suspect Fired First*» [WSJ от 31.12.2020]; «*Police Say They Tried to Contact Nashville Bombing Suspect Anthony Warner After 2019 Warning ...*» [WSJ от 30.12.2020]. В следующих заголовках можно отметить такие стилистические приёмы, как **параллелизм**: «*Police Are Solving Fewer Murders During Covid-19 Pandemic. Homicide rates are rising and solve rates are falling, which police attribute in part to challenges coronavirus poses to investigations*» [WSJ от 26.12.2020]; **иронию**: «*Police Devote the Manpower Because Black Lives Matter. If black lives didn't matter when I was on the force, we would have needed about half as many officers*» [WSJ от 31.12.2020]; **метафоры**: «*Two Officers in Tamir Rice's Fatal Shooting Won't Face Federal Charges. Action closes probe into case that helped spark conversation on police use of force against Black Americans*» [WSJ от 29.12.2020]; **эпитеты**: «*A Local Police Chief Struggles to Bridge 2020's Bitter Divisions ...*» [WSJ от 11.12.2020]; **эвфимизмы**: «*Columbus, Ohio, Police Officer **Relieved of Duties** After Killing Black Man ...*» [WSJ от 23.12.2020]. В заголовке «*Three Generations on the Police Beat. Recently retired after 38 years in the NYPD, John McAuliffe says the force is 'demoralized.' He's no fan of Mayor de Blasio, and Black Lives Matter makes him see red*» [WSJ от 24.12.2020] можно обнаружить сразу несколько стилистических приёмов: **эллиптическую конструкцию** (*Three Generations on the Police Beat*), **метафоры** (*the force is 'demoralized'; Black Lives Matter makes him see red*), **аббревиатуру** (*the NYPD*), **иронию** (*He's no fan of Mayor de Blasio*).

3.2.2. Проправительственные газеты

Несмотря на то, что «*Российская газета*» ставит своей приоритетной задачей освещение информации, касающейся решений руководства страны, и её комментирование, она отличает-

ся широким разнообразием жанровой палитры и проблематики, включающей политическую и экономическую тематику, к которой примыкают социальная и культурная сфера, а также тему происшествий. С точки зрения лингвистики заголовки статей в «РГ», посвящённые деятельности ОВД, характеризуются сдержанностью, простотой, положительной или стилистически-нейтральной коннотацией, без употребления эмоционально-оценочных языковых средств репрезентации информации, построены в форме заголовков-фактов, например: «МВД: Убитая мужем нижегородка перед смертью обращалась в полицию» [РГ от 21.12.2020]; «В структуре МВД создаётся киберполиция» [РГ от 18.12.2020]; «МВД Беларуси и Росгвардия подписали соглашение о сотрудничестве» [РГ от 18.12.2020]; «Завершено следствие в отношении обвиняемых в мошенничестве полицейских» [РГ от 15.12.2020].

«Газета.Ru» характеризуется общим нейтральным тоном в освещении и комментировании вопросов, связанных с внутренней политикой. Заголовки новостных сообщений о деятельности полиции в большинстве случаев носят стилистически-нейтральный оттенок, например: «Полицейский в Егорьевске выжил после выстрела в грудь» [Газета.Ru от 20.12.2020]; «Наручники защитили полицейского от пули в Подмоскovie» [Газета.Ru от 19.12.2020]; «Подозреваемый в убийстве полицейский из Ставрополя признал свою вину» [Газета.Ru от 19.12.2020]. Однако в отличие от «РГ» в «Газете.Ru» можно встретить «усложнённые» заголовки с экспрессивными словами и выражениями, зачастую используемые в переносном и образном значении, например: «Постучали в дверь кувалдой: ОМОН провёл рейд по столичным барам» [Газета.Ru от 20.12.2020]. На первый взгляд может показаться, что автор статьи в заголовке использует **иронию**, употребляя слово «кувалда», которой оперирует ОМОН, однако при прочтении статьи становится понятным, что существительное «кувалда» используется автором в буквальном смысле: «... двери в одном из мест пришлось взломать кувалдой и ломом – внутри бар оказался полон». В заголовке «Силовики штурмом взяли квартиру в Москве, где мужчина ножом угрожал сожительнице» [Газета.Ru от 18.12.2020] можно проследить усиление **концепта «СИЛА»** за счёт употребления рядом стоящих существительного «силовики» и наречия «штурмом», что формирует у читателя образ сильного защитника, способного на стремительные и решительные меры, в лице сотрудников российской полиции.

Для ежедневной общественно-политической газеты «Московский комсомолец» характерны актуальность, злободневность и объективность подачи информации. Тема преступности и полицейской хроники в основном направлена на освещение повышения уровня преступности в стране, а также на расследование несчастных случаев, например: «В Шарлыке начальник отделения почтовой связи предложила взятку полицейскому» [МК от 21.12.2020]; «В Мурманске сотрудники полиции разыскивают девушку, подозреваемую в краже» [МК от 21.12.2020]; «Медногорский правозащитник приговорён к общественным работам за оскорбление местного аппарата власти» [МК от 21.12.2020]. Среди стилистически-нейтральных заголовков в «МК» встречаются заголовки с употреблением разговорной лексики, что является отклонением от стилистических норм литературного языка и своего рода фамильярностью, и, следовательно, имеет экспрессивно-оценочный характер, например: «Подполковника МВД после жалоб на ФСБ отправили из тюрьмы в психушку» [МК от 21.12.2020]. Заголовок «Пир во время чумы: власти, полиция и студенты усилят противодействие телефонным мошенникам» [МК от 21.12.2020] содержит **аллюзию** «Пир во время чумы», которая является отсылкой к четвёртой из маленьких трагедий А.С. Пушкина с одноимённым названием, что свидетельствует о реализации прагматических интенций автора статьи провести параллель между событиями, происходящими в маленькой трагедии А.С. Пушкина во время эпидемии холеры, и увеличением преступной активности в период пандемии коронавируса в 2020 году.

Особый интерес вызывает тот факт, что, несмотря на позиционирование себя как проправительственное издание, в газете «МК» в 2011 году вёлся блог криминального корреспондента Ивана Петрова, состоящий из четырёх обсуждений: «Кто продажнее легавых?» [МК от 3.05.2011]; «Сомнительные «МЕНТопосадки» или как суд богачей защищал» [МК от 5.05.2011]; «Что такое «кривулька» или как столичные сыщики план по раскрываемости выполняют. Часть 1: «Три гуся»»

[МК от 6.05.2011], «Что такое «кривулька» или как столичные сыщики план по раскрываемости выполняют. Часть 2: «Лавочка»» [МК от 19.05.2011]. Заголовки данного блога содержат в себе такие оценочно-экспрессивные языковые средства, как воровское *арго* «легалые» (полицейский), *контаминация* «МЕНТопосадки» (состоит из разговорно-сниженной лексики «мент», означающей сотрудника полиции, и существительного «посадка»), полицейский *жаргон* «кривулька» ((от слова «кривая») – нечестное статистически зафиксированное раскрытие преступления), *разговорное существительное* «сыщик». Интригующие и скандальные заголовки в форме вопроса и построение предложений с отличающимся порядком слов (стилистика, характерная для XIX в.) показывают ироничное авторское отношение к ситуации в целом и к сотрудникам полиции в частности, доведенное в статье до гротескности. Основной целью подобного рода заголовков является навязывание автором своих установок, оказывая тем самым речевое воздействие на массовое сознание читателей. Таким образом, наличие вышеописанного блога ставит под сомнение принадлежность «МК» к проправительственным СМИ, либо свидетельствует о смене редакционной политики издания.

Главной целью одного из крупнейших международных агентств «*Associated Press*» является беспристрастное освещение политических и социальных событий в стране и за рубежом. Деятельности правоохранительных агентств США посвящено достаточно много места на страницах издания, однако информация о деятельности полиции репрезентируется исключительно в нейтральном тоне, без резкой критики и оценки действий офицеров полиции. Так, лаконичные заголовки статей представляют собой констатацию факта и лишены экспрессивности, что является доказательством того, что газета реализует в первую очередь информативную, а не прагматическую функцию: «*AG's office finds no wrongdoing by former police chief*» [AP от 31.12.2020]; «*Former police officer sentenced in vehicular homicide case*» [AP от 30.12.2020]; «*New York police officer shoots, kills machete-wielding man*» [AP от 29.12.2020]; «*Police fatally shoot carjacking suspect after fatal burglary*» [AP от 29.12.2020]; «*Officer wounded, suspect killed in San Bernardino shooting*» [AP от 29.12.2020].

3.2.3. Оппозиционные газеты

Теперь перейдём к анализу заголовков газетных статей, посвящённых деятельности правоохранительных органов, в оппозиционной прессе.

Ежедневная общественно-политическая газета «*Коммерсант*» в большей степени направлена на освещение вопросов, связанных с экономическими конфликтами, кризисами и темпами роста российской экономики. Редакция газеты подчёркивает своё критичное отношение к политической ситуации в стране и публикует материалы о проблемах, возникших в сфере отношений между властью, обществом и бизнесом. Что касается материалов о деятельности полиции, можно наблюдать резкую критику в адрес правоохранительных органов. Основной упор делается на освещение информации, порочащей честь и достоинство российской полиции, например: «*УСБ обезопасили от начальника. Высокопоставленный сотрудник самарской полиции покинул свой пост*» [Коммерсант от 20.11.2020]; «*В современной России что-либо разрешают только полицейским или чиновникам. Дмитрий Дризе — об усилении полномочий российской полиции*» [Коммерсант от 09.12.2020]; «*Михаил Матвеев намерен взыскать деньги с полиции за дело о распространении фейка о коронавирусе*» [Коммерсант от 17.09.2020]; «*Вскрывай, стреляй, оцепляй. Госдума принимает поправки к закону «О полиции»»*» [Коммерсант от 09.12.2020]. Кроме простых заголовков и заголовков-фактов в газете можно выявить составные заголовки и заголовки-обращения (Вскрывай, стреляй, оцепляй), употребление *варваризмов* (фейк), *метонимии* («Полиция не увидела нарушений в действиях своих сотрудников...») и *каламбур* («УСБ обезопасили от начальника»), направленных на реализацию прагматической функции и интенций автора статей привлечь внимание читателей и высказать порицание действиям сотрудников полиции.

Редакция российской общественно-политической газеты «*Новая газета*» заявляет, что занимает нейтральную позицию и не выражает поддержку ни одной из конфликтующих сторон. Однако анализ статей свидетельствует о том, что в газете преобладают дискредитирующие правительство материалы и резкая критика исполнительной власти РФ. Так, например, статьи, по-

священные деятельности ОВД, характеризуются ироничными и саркастичными заголовками: «Выпил – не крал – в тюрьму» [НГ от 23.12. 2020]; «Ай-да следователь! Ай-да судья!» [НГ от 15.12. 2020]. Во всех приведённых примерах авторы используют **аллюзию** с отсылкой на фильмы о криминале. Заголовок «Выпил – не крал – в тюрьму» имеет отсылку к известному советскому фильму «Джентльмены удачи», к фразе главного героя Е. Леонова «Украл – выпил – в тюрьму ... Романтика!»; в заголовке «Ай-да следователь! Ай-да судья!» прослеживается явная связь с высказыванием из письма А. С. Пушкина своему другу П. Вяземскому, благодаря чему фраза стала крылатой и обозначает шутливое выражение радости от реализованного плана или выполненной работы. Однако в данном случае подобного рода аллюзия употребляется с противоположной целью – высмеять и уязвить.

Также в НГ можно обнаружить заголовки-вопросы: «Золотые дворняги. В Тюмени полицейские с лопатами атакуют некоммерческий приют для животных. Причина – в тендере на 30 млн рублей?» [НГ от 05.12. 2020]. Выражение ироничного отношения автора в данном заголовке осуществляется посредством употребления **оксюморона** «золотые дворняги». Заголовок «Руководящая роль дубинки. Госдума разрешила полицейским делать с россиянами всё что угодно» [НГ от 09.12. 2020] можно отнести к заголовку-сенсации, так как он, во-первых, состоит из двух частей: первая часть – констатация факта, вторая – комментарий, во-вторых, фразы «руководящая роль дубинки» провоцирует агрессивный настрой читателя по отношению к правоохранительным органам, которые теперь, по мнению автора, будут действовать только с позиции силы, а заявление о том, что «Госдума разрешила полицейским делать с россиянами всё что угодно» дискредитирует законодательную власть, которая закрепляет «произвол» исполнительной власти на законодательном уровне. Подобную цель преследует автор статьи «Насилие – это обязанность»: вице-губернатор Петербурга объяснил избиения сотрудников и посетителей бара во время ночного рейда силовиков» [НГ от 09.12. 2020]. Заголовок-цитата, содержащая **метафору** «Насилие – это обязанность», реализует прагматическую функцию и оказывает сильное эмоциональное воздействие на читателя.

Американская ежедневная газета *Washington post* уделяет особо пристальное внимание освещению национальной и международной политики, в частности вопросов, касающихся действий и решений американского правительства, Белого дома и Конгресса. Деятельность правоохранительных агентств США освещается достаточно широко с различных позиций и точек зрения, однако, большинство новостных сообщений посвящено неправомерному применению огнестрельного оружия офицерами полиции. Заголовки характеризуются простотой и лаконичностью и делятся на нейтральные и экспрессивно-оценочные. К нейтральным заголовкам можно отнести следующие: «Police officer charged with assaulting man not wearing mask» [WP от 30.12.2020]; «Police chief apologizes to Black man detained in Virginia» [WP от 22.12.2020]. Среди экспрессивно-оценочных заголовков особый интерес вызывают следующие: скандальный заголовок «As police unions endorse Trump, some worry officers displaying bias could be intimidating at the polls, affect voting» [WP от 31.10.2020]; заголовок-цитата «Lawyer: No charges for police in shooting death of Maryland man linked to anti-government “boogaloo” movement» [WP от 31.12.2020]; заголовок-резюме «Police officers should be guardians, not warriors. That could have saved Andre Hill’s life» [WP от 31.12.2020]. В выделенных заголовках можно отметить употребление таких стилистических приёмов, как **иронию** (... some worry officers displaying bias, could be intimidating at the polls, affect voting) и **аллюзию** (“boogaloo” имеет отсылку к ряду синглов и альбомов, выпущенных в 60-х гг., а также к двадцатому студийному альбому шотландской рок-группы Nazareth, вышедшему в 1998 году [20], это слово, которое позаимствовали члены Boogaloo Movement, стремящиеся к развязыванию гражданской войны в США). Категория **модальности** в заголовке «Police officers should be guardians, not warriors ...» выражает категорию оценочности и категоричную позицию автора относительно действий офицеров полиции.

Политика общенациональной ежедневной газеты *The New York Times* направлена на опубликование объективной информации об основных событиях, происходящих в стране и в мире, и на непредвзятое комментирование материалов. Лексика NYT характеризуется строгими прави-

лами литературного языка со сложносочиненными и сложноподчинёнными предложениями, употреблением разнообразных выразительных стилистических средств. Заголовки статей, посвящённых деятельности полиции, организованы как сложные заголовочные комплексы в виде констатации фактов, вопросов, цитат и в большинстве случаев освещают неправомерные действия офицеров полиции, например: «After Breonna Taylor Case, Louisville Police Face Precarious Next Chapter. An interim police chief has nearly finished her work, and the city is at a crossroads. Will a department handling one of the nation's most controversial police shootings win back the city's trust?» [NYT от 30.12.2020]; «Louisville Officer Who Shot Breonna Taylor Will Be Fired» [NYT от 30.12.2020]; «Minneapolis Police Fatally Shoot Man During Traffic Stop» [NYT от 31.12.2020]; «This Police Union Suspended 8 Members. Seven Are Black. The union in a small New Jersey city punished the officers after they expressed support for two chiefs, both of whom are also Black» [NYT от 31.12.2020]. Прагматическая функция в указанных выше заголовках реализуется посредством употребления различных экспрессивно-оценочных средств: **метафоры** (*Police Face Precarious Next Chapter; the city is at a crossroads; Our community is exhausted*), **эпитетов** (*most controversial police shootings*), **фразеологизмов** (*win back the city's trust; Opened Fire*), **метонимии** (*crowd of hundreds; The union in a small New Jersey city punished the officers*), **иронии** (*a magic remedy for misconduct*), **эллиптических конструкций** (*This Police Union Suspended 8 Members. Seven Are Black.*).

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, газетный дискурс представляет собой всю совокупность текстов, опубликованных в газете или журнале, отвечающих газетно-публицистическому жанру, который можно рассматривать как один из способов институционального общения, осуществляемого в социально-фиксированной и культурно-политической ситуациях. Различные типы СМИ (нейтральные, проправительственные и оппозиционные) используют разные способы репрезентации информации и тем самым создают неординарное информационное поле. В процессе производства текста газетного сообщения создаётся определённая модель, способствующая пониманию и интерпретации информации. Такие модели строятся авторами с помощью целесообразного выбора вербальных средств репрезентации материала и с учётом ценностных ориентаций адресатов.

Воздействие газетного дискурса является скорее не прямым и открытым, а косвенным и скрытым, а категория оценочности может носить интеллектуальный и эмоциональный, аргументированный и неаргументированный, социальный и личностный характер. Оценка, выражаемая в газетных текстах, определяется зачастую социальными и идеологическими факторами. Именно категория оценочности определяет характер функционирования языка газеты на лексическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом уровнях.

Тексты газетных сообщений реализуют две основные функции (информативную и прагматическую), а газетный заголовок является ключом к пониманию авторской позиции: делается ли акцент на информативной либо прагматической функции газетного сообщения. В процессе исследования были выявлены лексические, грамматические и стилистические различия заголовков российских и американских газет, посвящённых деятельности правоохранительных органов. В зависимости от их принадлежности к тому или иному типу проанализированные газеты используют различные способы оказания речевого воздействия на читателя и лингвистического моделирования образа полиции. Структурно-семантический анализ заголовков отобранных новостных сообщений позволил выявить существенную разницу в подходе к репрезентации материала в российских и американских газетах.

Так, заголовкам русскоязычных нейтральных и проправительственных изданий («Аргументы и Факты», «Газета.Ру», «Российская газета») присущ более консервативный характер подачи информации, а языковые средства репрезентации образа правоохранительных органов носят либо положительную либо стилистически-нейтральную коннотацию без реализации категории оценочности. Заголовки в основном представлены в виде заголовков-фактов без употребления экспрессивно-оценочных средств и реализующих информативную функцию. Особый интерес

в данной категории газет представляет газета «Московский комсомолец», принадлежность которой к проправительственным газетам ставится под сомнение в связи с наличием блога, резко критикующего деятельность полиции посредством употребления различных тропов и фигур речи с резко отрицательной коннотацией. Оппозиционные российские газеты («Новая газета», «Коммерсант») ставят своей основной задачей освещение плюрализма мнений. В газетных заголовках преобладают негативные оттенки субъектов, объектов, событий, которые освещаются с критической точки зрения. В отличие от нейтральной и проправительственной прессы, оппозиционные издания зачастую оформляют заголовки в виде заголовков-обращений, заголовков-вопросов и заголовков-сенсаций, направленных на реализацию прагматической функции и интенций авторов, резко критикующих исполнительную власть РФ. К наиболее часто употребляемым лексико-стилистическим средствам в данных газетах относятся аллегория, оксюморон, метафора, метонимия, варваризмы, каламбур и ирония.

Что касается американских газет, то главными отличительными чертами англоязычных газетных заголовков является их чрезмерная экспрессивность и употребление разговорно-фамильярного языка. Анализ структурных и языковых особенностей английских заголовков показывает, что прагматическая функция реализуется чаще, чем информационная за счёт употребления сложных эмоционально выразительных заголовочных комплексов, среди которых наиболее распространёнными являются заголовки-вопросы, заголовки-цитаты и скандальные заголовки. Независимо от типа издания большая часть материалов направлена на освещение неправомерных действий офицеров полиции в частности и правоохранительных агентств в целом. Наиболее распространёнными тропами и фигурами речи в англоязычных заголовках являются эпитеты, ирония, метафоры, сравнения, неологизмы, эвфемизмы, аллюзия. Кроме того в англоязычных заголовках можно встретить эллиптические конструкции, аббревиатуры и категорию модальности.

Авторы в данной научной статье не ставили перед собой задачу провести структурно-семантический и стилистический анализ языковых средств непосредственно текстов газетных статей. В связи с этим авторы в теоретической части не проводят разграничение между газетным и публицистическим стилем.

Перспективой дальнейшего исследования может стать анализ текстов газетных статей с целью выявления технологий, стратегий и тактик моделирования образа правоохранительных органов России и США в СМИ.

© Гузикова В.В., Нестерова В.Е., 2021

Список литературы

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. Изд-е 5-е, испр. и доп. Москва: Флинта: Наука, 2002. 384 с.
2. Грушевская Е.С. Языковые средства презентации системно-структурной организации события как глобальной категории политического газетного текста: диссертация ... кандидата филологических наук. Краснодар, 2010. 190 с.
3. Деева И.В. Типологические особенности еженедельника «АиФ» – информационно-ментального канала // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), Modern Research of Social problems. №3 (47), 2015. С. 216–225.
4. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. Москва: МАКС Пресс, 2013. 288 с.
5. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиа дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография [Текст] / М.Р. Желтухина. Москва: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
6. Заголовки: какие они бывают // Неофициальный сайт журфака КГУ [Электронный ресурс]. – URL: <https://kgu-journalist.ucoz.ru/publ/4-1-0-46> (Дата доступа: 24.02.2021).
7. Калягин Б.А. Характерные черты современной прессы США // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2011 [Электронный ресурс]. – URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2012/3/kharakternye-cherty-sovremennoy-pressy-ssha/> (Дата доступа: 20.02.2021).
8. Кибрик А.А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс [Текст] / А.А. Кибрик // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М.Н. Володиной. Москва: Академический проспект, 2011. С. 79-85.

9. Кондратьева И. Как пандемия влияет на преступность // Право.Ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://pravo.ru/story/220476/> (Дата доступа: 16.02.2021).
10. Луканина М.В. Газетный текст через призму теории коммуникации / М.В. Луканина // Вестник Московского Университета Москва: издательство МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2003. № 2. С. 123-133.
11. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях [Текст] Учеб. пособие / А.А. Негрышев. Владимир: ВГТУ, 2009. 144 с.
12. Плотникова С.Н. Дискурсивные технологии и дискурсивное оружие как реалии современной информационной эпохи [Текст] / С.Н. Плотникова // Технологизация дискурса в современном обществе: кол. монография / под ред. С.Н. Плотниковой. Иркутск: ИГЛУ, 2011. С. 6-44.
13. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г.Г. Почепцов. Москва: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. 352 с.
14. Россия: СМИ под контролем государства [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.eurotopics.net/ru/176694/россия-сми-под-контролем-государства> (Дата доступа: 16.02.2021).
15. Сизьмин М.А. Анализ контента российских СМИ с учётом требований национальной безопасности // Вестник Череповецкого государственного университета, 2013. №4. С. 73–77.
16. Шостак М. И. Журналист и его произведение: практическое пособие. Москва: ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.
17. Berger A. A. Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches // SAGE Publications Third Edition, 2013. 384 p.
18. Bignell J. Media Semiotics, An Introduction // Manchester: Manchester University Press. 2002. 240 p.
19. Fairclough N. Media Discourse: Language and Globalization // London: Routledge, 2006. 200 p.
20. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/boogaloo> (Дата доступа: 25.02.2021).
21. Monovich L. The Language of New Media // Cambridge: MIT Press, 2001. 354 p.
22. Montgomery M. Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach // London: Routledge, 2007. 246p.

References

1. Arnold, I. V. *Stilistika. Sovremennyyi angliiskii iazyk* [Stylistics. Modern English]: учебник для вузов. Изд-е 5-е, испр. и доп. Moscow: Flinta: Nauka, 2002. 384 p.
2. Grushevskaya, E.S. *Iazykovye sredstva prezentatsii sistemno-strukturnoi organizatsii sobytiia kak global'noi kategorii politicheskogo gazetnogo teksta*: Dis ... kand. filol. nauk [Linguistic means of presentation of the system-structural organization of an event as a global category of political newspaper text]: diss... Cand. filol. sciences. Krasnodar, 2010. 190 p.
3. Deeva, I.V. Tipologicheskie osobennosti ezhenedel'nika «AiF» – informatsionno-mental'nogo kanala [Typological peculiarities of the weekly «AiF» - information and mental channel] // *Sovremennye issledovaniia sotsial'nykh problem (elektronnyi nauchnyi zhurnal)*, [Modern Research of Social problems]. №3 (47), 2015. pp. 216-225.
4. Dobrosklonskaya, T.G. *Voprosy izucheniia mediatekstov: Opyt issledovaniia sovremennoi angliiskoi media rechi* [Issues of Media Texts Studying: The Experience of Modern English Media Speech Researching]. Moscow: MAKS Press, 2013. 288 p.
5. Zheltukhina, M.R. *Tropologicheskaya suggestivnost' mass-medial'nogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeistviia tropov v iazyke SMI* [Tropological suggestiveness of Mass Media discourse: on the problem of speech influence of tropes in Media language]: monografiia [Текст] / M.R. Zheltukhina. Moscow: In-t iazykoznaniiya RAN; Volgograd: Izd-vo VF MUPK, 2003. 656 p.
6. Zagolovki: kakie oni byvaui [Headings: what they are] // *Neofitsial'nyi sait zhurfaka KGU* [Electronic resource], kgu-journalist.ucoz.ru/publ/4-1-0-46 (Accessed 24.02.2021).
7. Kaliagin, B.A. Kharakternye cherty sovremennoi pressy SShA [Specifics of the modern US press] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*, 2011 [Electronic resource], vestnik.journ.msu.ru/books/2012/3/kharakternye-cherty-sovremennoy-pressy-ssha/ (Accessed 20.02.2021).
8. Kibrik, A.A. Diskursivnaia taksonomiia i mediinyi diskurs [Текст] [Discursive taxonomy and Media discourse] / A.A. Kibrik // *Iazyk i diskurs sredstv massovoi informatsii v XXI veke* / Pod red. M.N. Volodinoi. Moscow: Akademicheskii prospekt, 2011. pp. 79-85.
9. Kondrat'eva, I. Kak pandemiiia vliiaet na prestupnost' [How the pandemic affects criminality] // *Pravo.Ru* [Electronic resource], pravo.ru/story/220476/ (Accessed 16.02.2021).
10. Lukanina, M.V. Gazetnyi tekst cherez prizmu teorii kommunikatsii [Newspaper text through the prism of communication theory] / M.V. Lukanina // *Vestnik Moskovskogo Universiteta Moscow: izdatel'stvo MGU. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia*, 2003. № 2. pp. 123-133.
11. Negryshev, A.A. *Aspekty rechevogo vozdeistviia v novostiakh* [Aspects of speech influence in news] [Текст]. Ucheb. posobie / A.A. Negryshev. Vladimir: VGGU, 2009. 144 p.
12. Plotnikova, S.N. Diskursivnye tehnologii i diskursivnoe oruzhie kak realii sovremennoi informatsionnoi epokhi [Discursive technologies and discursive weapons as realities of the modern information age] [Текст] / S.N. Plotnikova // *Tekhnologizatsiia diskursa v sovremennom obshchestve: kol. monografiia* / pod red. S.N. Plotnikovoi. Irkutsk: IGLU, 2011. pp. 6-44.
13. Pocheptsov, G.G. *Kommunikativnye tehnologii dvadtsatogo veka* [Текст] [The 20th century communication technology] / G.G. Pocheptsov. Moscow: Refl-buk, K.: Vakler, 2001. 352 p.
14. Rossiia: SMI pod kontrol'em gosudarstva [Russia: Mass Media Under State Control] [Electronic resource], www.eurotopics.net/ru/176694/rossiya-smi-pod-kontrol'em-gosudarstva (Accessed 16.02.2021).

15. Siz'min, M.A. Analiz kontenta rossiiskikh SMI s uchotom trebovanii natsional'noi bezopasnosti [Analysis of Russian Media content taking into account national security requirements] // *Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013. №4. pp. 73-77.
16. Shostak, M. I. *Zhurnalist i ego proizvedenie* [Journalist and his work]: prakticheskoe posobie. Moscow: TOO «Gendal'f», 1998. 96 p.
17. Berger, A. A. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches* // *SAGE Publications* Third Edition, 2013. 384 p.
18. Bignell, J. *Media Semiotics, An Introduction*. Manchester: Manchester University Press. 2002. 240 p.
19. Fairclough, N. *Media Discourse: Language and Globalization*. London: Routledge, 2006. 200 p.
20. Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource], www.merriam-webster.com/dictionary/boogaloo (Accessed 25.02.2021).
21. Monovich, L. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press, 2001. 354 p.
22. Montgomery, M. *Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach*. London: Routledge, 2007. 246 p.

Сведения об авторах:

Гузикова Валентина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков Уральского юридического института МВД России. Сфера научных и профессиональных интересов: фразеология, лингвокультурология, германские языки. E-mail: guzikovav@mail.ru

Нестерова Валерия Евгеньевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков Уральского юридического института МВД России. Сфера научных и профессиональных интересов: массмедиа-ный дискурс, политический дискурс, лингвокультурология. E-mail: karaelan@mail.ru

About the authors:

Valentina V. Guzikova – Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Languages of the Ural Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation. Spheres of research and professional interest: phraseology, cultural linguistics, Germanic languages. E-mail: guzikovav@mail.ru

Nesterova Valeriya Evgenevna – Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages of the Ural Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation. Spheres of research and professional interest: mass media discourse, political discourse, cultural linguistics. E-mail: karaelan@mail.ru

* * *