Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный университет»

(СПбГУ)

УДК 811/1/.8

Рег № НИОКТР

АААА-А19-119022790060-9

Инв.№ 75322991

 УТВЕРЖДАЮ

 Начальник Управления

 научных исследований СПбГУ

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Лебедева

 « » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 г.

ОТЧЁТ

О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

Языковое моделирование имиджа России в СМИ Ибероамерики

(заключительный)

по гранту РФФИ

№ 19-012-00387 от 14.01.2019

Руководитель НИР,

профессор,

доктор филологических наук Н.Г. Мед

Санкт-Петербург

2022

**Реферат**

Основной целью данного проекта явилось исследование языковых механизмов манипулятивного воздействия на массовую аудиторию в ибероамериканских СМИ, репрезентирующих образ России.

При реализации проекта с целью выявления положительных/отрицательных имиджевых характеристик России в СМИ Ибероамерики был задействован **комплексный междисциплинарный подход, основанный на совокупности методов лингвистического анализа и методов смежных научных дисциплин**. Среди лингвистических методов были использованы метод сплошного отбора примеров, их систематизации и обобщения, описательно-аналитический, структурно-семантический, методы семантического, контекстуального и стилистического анализа, метод семиотического анализа при декодировании подтекстового смысла текста. Также были применены следующие методы смежных наук: прием сравнительной исторической оценки, метод критического дискурс-анализа, когнитивный (метод лингвокогнитивного анализа, конструирования базовых фреймов),лингвопрагматический, лингвокультурологический, лингвополитический методы.

**Научная новизна** данного исследования заключается в разработке комплексного подхода с опорой на междисциплинарную специфику. Впервые на материале СМИ Испании, Португалии и 20 стран Латинской Америки было осуществлено исследование образа России на основе всестороннего анализа и систематизации наиболее репрезентативных стратегий и тактик манипулятивного воздействия в СМИ Ибероамерики, а также языковых средств речевого манипулирования на фонетическом, морфосинтаксическом, лексико-фразеологическом и стилистическом уровнях испанского и португальского языков с учетом дискурсивных стратегий мелиорации и пейорации и экстралингвистических параметров языкового моделирования имиджа страны.

**Результаты исследования** будут способствовать дальнейшей разработке теоретических положений политической лингвистики, лингвоимиджелогии и интернет-лингвистики как новых направлений в современном языкознании и представляют научный интерес для смежных областей знаний (политологии, истории, социологии, культурологии, журналистики).

**Введение**

 **Актуальность** освещаемой проблематики обусловлена неоднозначностью отдельных общественно-политических процессов глобализации и их актуализации в зарубежном медиадискурсе, способствующей формированию современного имиджа России (ситуация на Украине, война в Сирии, отношения со странами Ибероамерики, с США, Евросоюзом,и пр.).Также актуальностьданного научного проекта обусловлена отсутствием теоретических работ в области лингвоимиджелогии в отечественных и зарубежных испанистике и португалистике, раскрывающих имидж страны посредством анализа манипулятивных тактик и стратегий политического дискурса, лингвистических средств воздействия на аудиторию в сочетании с факторами экстралингвистического характера, эксплицирующими оценочную составляющую имиджа страны.

 **Целью** исследования является выявление особенностей политической агитации, а также языковой репрезентации международного диалога, реализуемой посредством набора различных приемов стратегической коммуникации для создания идеологии многополярного мира, а также моделирования образа России в условиях геополитической, информационной и социальной напряженности (информационные и «гибридные» войны, принципы «черной риторики» и политика «постправды» как способ внушения идеологически правильных ценностных установок), а также описание специфики языковых средств осуществления манипулятивного воздействия, ответственных за формирование имиджа России в странах Ибероамерики. Исследование проводилось в рамках нового направления в лингвистике – лингвоимиджелогии- в русле качественного анализа данных (критический дискурс-анализ). Использование комплексного подхода с опорой на данные смежных наук (история, социология, политология, экономика, культурология, медиалогия культурология, теория информации и пр.) определило **научную новизну и значимость исследования**, поскольку позволило выявить и систематизировать наиболее распространенные тактики и стратегии манипулятивного воздействия на читательскую аудиторию в зависимости от применяемых речевых стратегий и тактик в СМИ Ибероамерики . Научная новизна исследования состоит также в анализе большого объема языкового материала, охватывающего СМИ Испании, Португалии и 20 стран Латинской Америки.

**Основная часть отчета по НИР**

**1**.За весь период работы над проектом участниками гранта было опубликовано 38 статей (4 -Web of Science), 34 статьи –РИНЦ). Участники гранта выступили с 28-ю докладами по тематике проекта на 14 международных научных конференциях и семинарах.

Исследование, проводившееся в 3 этапа, было направлено на выявление и анализ языковых средств манипулятивного воздействия, использующихся в ибероамериканских СМИ для характеристики внутриполитической ситуации в России **-1-ый этап** (реакция СМИ Ибероамерики на президентские выборы в России в 2018 г., на Чемпионат мира по футболу 2018 г.), для характеристики внешней политики России -**2-й этап** (ситуация на Ближнем Востоке, политический кризис в Белоруссии, ситуация на Украине, в Нагорном Карабахе, пандемия коронавируса, несуществующее российское вмешательство в выборы в США и других странах), для характеристики политических, научных экономических и культурных связей России и Ибероамерики -**3-й этап** ( изобретение первой в мире вакцины от коронавируса Спутник V, договоры на поставку вакцины в ряд стран Латинской Америки, проведение в Москве XII саммита глав и правительств БРИКС, проецирование русских заимствований на описание общественно-политической жизни стран Ибероамерики).

Исследование проводилось на материале СМИ 22-х стран Ибероамерики (Аргентина, Боливия, Бразилия, Венесуэла, Гватемала, Гондурас, Доминиканская Республика, Испания, Колумбия, Коста-Рика, Куба, Мексика, Никарагуа, Панама, Парагвай, Перу, Португалия, Пуэрто-Рико, Сальвадор, Уругвай, Чили, Эквадор). Всего было проанализировано около 2000 публикаций (новостные заметки, авторские колонки, аналитические статьи, рецензии, репортажи) на испанском и португальском языках. Полученные научные результаты позволили определить ключевые темы, связанные как с внутренней, так и с внешней политикой России, которые вызывают особый интерес в ибероамериканских СМИ, а также выявить положительные и отрицательные характеристики имиджа России в политическом дискурсе стран Ибероамерики и наиболее распространенные языковые средства манипулятивного воздействия на массовую аудиторию.

**2.** Исследованиеимиджа Россиивыполнено в рамках лингвоимиджелогии, нового направления междисциплинарного характера, развивающегося на стыке политологии, социологии, экономики, культурологии, медиалогии и лингвистики. Исследование языковых механизмов воздействия на массовую аудиторию в имиджевом политическом дискурсе было выполнено с учетом разного рода экстралингвистических параметров, включающих знания из области истории, политологии, социологии, экономики, культуры тех или иных стран и т.п.

Проведенное исследование показало следующее распределение имиджевых характеристик внутриполитического и внешнеполитического образа России в официальных СМИ Ибероамерики на оценочной шкале: положительно-оценочные (Куба, Венесуэла, Никарагуа), нейтрально-оценочные (Аргентина, Доминиканская Республика, Мексика, Португалия, Пуэрто-Рико, Сальвадор), умеренно-негативные (Боливия, Бразилия), преимущественно негативные (Колумбия, Гондурас, Панама, Эквадор, Коста-Рика, Парагвай, Уругвай, Чили), негативные (Гватемала, Испания, Перу), что обусловлено целым рядом экстралингвистических факторов, включающих исторически сложившиеся и существующие на данный момент дипломатические, экономические,культурные отношения, военно-техническое сотрудничество между Россией и той или иной страной Ибероамерики. Также учитывалось влияние США на страны Евросоюза, а также на страны Латинской Америки, так как США всегда считали латиноамериканские страны зоной своих национальных интересов. Были сделаны следующие выводы: Куба, Венесуэла и Никарагуа, проводящие независимую политику, являются основными стратегическими партнерами России в Латинской Америке, Аргентина в настоящее время также является важным стратегическим партнером России, Боливия находится в периоде восстановления дружественных отношения с Россией, Сальвадор также развивает дружественные отношения с нашей страной, Мексика является третьим по значимости торговым партнером России в Латинской Америке, Бразилия, несмотря на то, что является членом БРИКС, с приходом к власти ультраправого политика Ж. Болсонаро, в большей степени ориентируется на США; Перу является одним из ключевых партнеров США в Латинской Америке, Гондурас, Панама, Эквадор также находятся под сильным влиянием США. Важным торговым партнером Гватемалы, Колумбии, Коста-Рики, Парагвая и Уругвая тоже являются США. Испания, как член Евросоюза, является союзником США , Португалия, в отличие от большинства стран Евросоюза, последовательно выступает за нормализацию отношений с Россией. Также к важным экстралингвистическим факторам в репрезентации неоднозначного образа России в ибероамериканских СМИ следует отнести и сами средства массовой информации Ибероамерики, отражающие государственную политику или выполняющие идеологическую установку того или иного источника финансирования.

Вместе с тем проведенный анализ концепта «soft power», состоящего в использовании факторов, делающих имидж страны привлекательным, и особенности репрезентации «мягкой силы» России в дискурсе ибероамериканских СМИ, свидетельствует о смене аксиологического контекста, основанного на стратегии дискредитации, и формировании положительного образа России, связанного с успешным проведением чемпионата мира по футболу в 2018 г., с успехом вакцины «Спутник V», как одного из важнейших инструментов мягкого влияния России в Латинской Америке, со сферой сотрудничества России со странами Латинской Америки в области науки, торговли, промышленности, культуры, туризма, здравоохранения и энергетики.

Таким образом, интерпретация экстралингвистических факторов, связанных с восприятием России в странах Ибероамерики, получает отражение на языковом уровне в виде применяемых манипулятивных тактик воздействия, которые воплощаются в особом отборе морфосинтаксических и лексических средств испанского и португальского языков.

3.Главным фокусом данного исследования является коммуникативно-прагматический подход, характерный для политического дискурса и позволяющий изучать возможности языка манипулировать сознанием в зависимости от экстралингвистических условий порождения высказывания. Делается вывод о том, что отличительной чертой коммуникации в политическом дискурсе эпохи постмодерна является карнавальность (игровое переворачивание ценностей), императивное насилие над адресатом и виртуальность, состоящая в нейтрализации различий между объективным миром и его субъективным конструированием.

4.Важным ракурсом данного исследования является теория аргументации, широко используемая для анализа различных дискурсивных практик. Дискурсивная стратегия мелиорации имиджа России была рассмотрена в рамках теории аргументации как одного из важнейших приемов речевого воздействия, в частности, в аспекте практической аргументации, характерной для политического дискурса, поскольку ее целью, как правило, является не определение истины, свойственное теоретической аргументации, а убеждение адресата в правильности предложенного ему мнения. Исследованный языковой материал свидетельствует о прямой аргументации, в которой тезис обосновывается соответствующими аргументами. Среди целевых обоснований положительных оценок внешнеполитического имиджа России были отмечены военная и космическая мощь России, успешная внешняя политика в урегулировании международных конфликтов, гуманитарная помощь России другим странам в борьбе с пандемией коронавируса, создание первой в мире вакцины от коронавируса. Также имеются примеры положительных оценочных значений в характеристике российского лидера, среди которых выделяется положительная интеллектуальная оценка.

5.В ходе исследования с учетом основных дискурсивных стратегий мелиорации и пейорации, свойственных политическому дискурсу, были выделены следующие наиболее распространенные манипулятивные тактики воздействия на массовую аудиторию: приемы программирующей номинации, навешивания ярлыков, нагнетания, конкретизации, театрализации и креолизации, селекции информации, фабрикации фактов, фрагментарного цитирования, говорящие заголовки. манипулирование информацией (преобразование информации: преуменьшение, преувеличение или нарушение пропорций); избирательность (использование только выгодной для подчеркивания собственной точки зрения информации); особые способы подачи информации (информационная перегрузка, дробление информации, смешение фактов и мнения), прием фидеистического согласия.

6.Были выявлены следующие языковые приемы манипулятивного воздействия: эвфемизация и детабуизация клишированных формул *warspeak / doublespeak*, систематический повтор, гибридизация основ, риторическая диалогизация и генерализация, синонимическая аккумуляция, информационная маркировка / «тэгизация», эскалация батальной стратегической терминологии, стереотипизация мифа, программирующее нагнетание (повтор, перечисление, мультипликация ключевых онимов и КСТМ), терминологическое жонглирование, идеологическая модальность, провоцирующие аналогии, историческая аллюзия, детализирующая и игровая антитеза, синхронический и диахронический контраст, литотическое опровержение, восходящая и литотическая градация, зеркальный параллелизм, метафорическая рокировка**.**

7.Исследование языковых приемов манипулятивного воздействия проводилось в прагматическом аспекте с учетом фонетического, морфосинтаксического, лексико-фразеологического и стилистического уровней испанского и португальского языков.

Была проанализирована специфика образования и функционирования фонетических эвфемизмов с позиции реализации их смягчающего, а также манипулятивного потенциала при формировании положительного или отрицательного имиджа страны, основанных на различных модификациях фономорфологической формы стигматичных антецедентов (усечения, добавления, частичной замены, контаминации, гибридизации, фонетических искажений и каламбурных созвучий (паронимия, парономазия), словесной мимикрии, рифмы, аллюзии и т.п.

 Среди грамматических способов манипулятивного воздействия были выявлены примеры препозиции прилагательного для усиления негативного эффекта, нарушения временного согласования с целью большей актуализации сообщаемого, использование времен плана будущего с гипотетической модальностью для оценочного прогнозирования событий, использование местоименного пассива (без указания субъекта действия), способного формировать у адресата самые различные коннотации, конструкций с неопределенным субъектом для устранение личного мнения, предпочтение гипотаксических предложений, в которых отрицательное отношение к сообщаемым фактам эксплицируется как нечто устоявшееся и неоспоримое, композиционное построение, основанное на когерентной связности (дистантные повторы, усиливающие коммуникативное намерение адресанта), возможности актуального членения предложения, а именно изменение порядка слов с целью переноса коммуникативного центра высказывания.

Также было установлено, что важной композиционной особенностью текстов ибероамериканского политического дискурса являются локальная (когезия) и глобальная (когерентность) связность, реализующиеся в виде цепных и дистантных лексических повторов. В качестве основной характеристики, отражающей событийность периодических текстов, было отмечено выражение динамичности, проявляющейся в значимости глагольной составляющей как ядерного центра аргументно-предикатных структур газетных текстов. В частности, в зависимости от типа коннотации в значении субстантивной единицы при функционировании в классах глагола-предмета можно выявить положительную или отрицательную реакцию СМИ,отражающих внешнеполитический имидж России. В системе глагольных времен отмечается преимущественное употребление настоящего времени в константирующей функции и прошедшего времени (претерита) в фактологической функции. Использование аналитической формы пассива в настоящем времени , а также процесс вербализации в рамках деривационного типа (существительное → глагол) также являются маркерами выражения динамичности, в то время как процесс прономинализации свидетельствует о намерении адресанта создать у адресата впечатление о постоянстве, истинности, неизменности того или иного события. Наблюдения над порядком слов в ибероамериканских СМИ показало преобладание нормативного порядка (существительное-глагол-дополнение) в простых и сложных предложениях-высказываниях, что связано с отсутствием дополнительной эмоциональной и смысловой нагрузки и, следовательно, с намерением адресанта преподнести событие как не вызывающее сомнений в его истинности. Проблематика синтаксической (структурной) имплицитности на материале ибероамериканских СМИ характеризуется малоизученностью. В ходе работы над проектом был осуществлен анализ основных средств импликационной связности текстов латиноамериканских СМИ, освещающих вопросы экономического, культурного и политического сотрудничества РФ со странами Латинской Америки.Выявлена разновидность имплицитной связности, состоящая в текстовой целеустановке газетной статьи на информацию на основе пресуппозиции при минимальном воздействии на адресата. Данная пресуппозиция основана на существовании у читателей фоновых знаний о позитивности сотрудничества с Россией в отличие от негативного влияния США как центра однополярного мира, выступающего против развития контактов с Россией.

Синтаксическое построение заголовка в ибероамериканской прессе также является малоизученным феноменом. Были выявлены новые тенденции в построении заголовка и определены структурно-семантические и коммуникативно-прагматические параметры современного газетного заголовка (заголовок-хроника, заголовок-цитата, заголовок-бегущая строка, заголовок-резюме), а также проведена классификация по степени сложности логико-синтаксической структуры заголовка (простой заголовок и усложненный, сформированный из нескольких самостоятельных, логически построенных частей). Исследование семантической и психолингвистической составляющих заголовочного комплекса позволило выделить манипулятивные приемы, применяемые для привлечения внимания реципиента к газетному материалу (заголовок-оксюморон, заголовок-прогноз, заголовок-предупреждение, заголовок-зацепка за прецедентный феномен, игровой заголовок, заголовок-фразеологизм, заголовок-вопрос с имплицитным утверждением и др.).

Среди лексических приемов манипулятивного воздействия были выявлены наиболее частотные концептуальные метафоры, ключевые онимы, слова-идеологемы, слова-аффективы, инвективы, неологизмы, заимствования, аллюзии, ирония, прецедентные феномены, примеры языковой игры, цитация, использование лексики warspeak, служащих для формирования положительного/отрицательного образа России в ибероамериканских СМИ.

Одним из важных направлений проекта явилось исследование структурно- функциональных характеристик ключевых слов текущего момента (КСТМ) как средства манипулирования общественным мнением, позволяющих выявить тематические и ценностные доминанты в новостных репортажах о России в 2021 году в зависимости от актуализации «индекса напряженности» и «индекса аттракции». Были определены основные характеристики КСТМ в ибероамериканском политическом дискурсе, связанные с имиджем России (тенденция к компрессии и сжатой информативности, использование онимов, деонимов, апеллятивов, заимствований, неологизмов, жаргонизмов, исторических параллелей, распределение по актуальным семантическим доминантам, и т.п.). Исследование показало, что в 2021 году наряду с традиционными «военными» КСТМ широко используются КСТМ «мирной» направленности, отражающие успехи России, связанные с разработкой, применением и поставками первой в мире вакцины от коронавируса, что позволяет говорить о сочетании индексов напряженности и аттракции в языке СМИ Латинской Америки.

 Впервые на примере анализа статей СМИ Ибероамерики были исследованы вопросы, связанные с семантическим освоением русских заимствований в испанском языке. Анализ наиболее распространенных русских заимствований ( историзмов и советизмов) показал, что русские заимствования в испанском языке, проецируемые на события, происходящие в странах ибероамериканского ареала, получают дополнительные приращения смысла, отсутствующие в языке-доноре, и используются преимущественно для отрицательной характеристики политической и социальной ситуации в странах Ибероамерики, отражая существующие стереотипные представления об образе России и являясь эффективным способом воздействия на массовую аудиторию. Использование русских заимствований без дополнительных комментариев свидетельствует об их постепенной ассимиляции в языке-рецепторе.

Также на материале испанского языка в ибероамериканском политическом дискурсе был выявлен манипулятивный потенциал идиоэтнических фразеологизмов, а также фразеологизмов –калек из русского языка.

Исследование стилистического приема иронии в ибероамериканских СМИ позволило прийти к выводу о том, что ирония является распространенным дискурсивным (лежащим за пределами лексико-синтаксической организации текста) средством языковой агрессии, широко используемым журналистами, и обладает высоким манипулятивным потенциалом. Проведенный анализ иронического контекста показал, что он формируется путем использования разного рода лексических средств (инвективной и высокопарной лексики, агрессивных сравнений и метафор), использования импликатур и прецедентных феноменов. В качестве наиболее частотного стилистического приема, применяемого в дискурсивной стратегии мелиорации имиджа России в отношении вакцины против ковида, является прием антитезы**,** основанный на использовании лингвистических средств антонимии, положительно характеризующих научные успехи России в разработке вакцины, и отрицательных характеристик агрессивной позиции европейских государств, оказавшихся соперниками в гонке вакцин.

8. В рамках научного проекта также был проанализирован фрейминг (концепция оформления) как определенный способ подачи информации, одна из основных технологий манипуляции, используемых СМИ для влияния на общественное мнение).Фрейминг, отражаемый в структуре статьи и представляющей собой графическое единство заголовка, подзаголовка, лида (ведущего или главного абзаца) и основного текста, является важной технологией манипуляции, оказывающей влияние на общественное мнение. Медийное оформление, являясь центральной организующей идеей новостного контента, определяет тематику посредством отбора, акцентирования, опущения и уточнения информации. Таким образом, содержание новостных сообщений, а именно «горячих новостей» (заголовок, редакционная заметка, прилагаемая фотография) в зависимости от политики тех или иных СМИ, может оказывать влияние на мнение читателей.

9.Была рассмотрена проблематика реализации стратегий нейтральности и сенсационности в новостном дискурсе и применяемых в данных стратегиях языковых средств, используемых журналистами при освещении событий, связанных с Россией. Основными новостными событиями, освещаемыми прессой в 2020-2021гг., явились изобретение и использование российской вакцины «Спутник V», подписание договоров на поставку вакцины в ряд стран Латинской Америки, а также проведение в Москве XII саммита глав и правительств БРИКС (17ноября 2020 года). Отмечается высокий манипулятивный потенциал обеих стратегий, состоящий в привлечении внимания читателей и выработки у них соответствующей ценностной установки. Сенсационность, создаваемая посредством оценочной лексики, переноса смысловых акцентов, гиперболизации, навешивания ярлыков, риторических вопросов, иронии и других приемов и языковых средств, является мощным экспрессивным средством речевого воздействия. Однако стратегия нейтральности, лишенная положительной или отрицательной направленности, в силу ясности и простоты изложения и подкрепленная фактами и статистическими данными, придает тексту видимость объективности и внушает читателю доверие к представленной информации. Таким образом, был сделан вывод о том, что манипулирование, осуществляемое через информирование, обладает не меньшим воздействующим эффектом, чем экспрессивность.

10.Проведен анализ тематической направленности и языковых особенностей авторских статей колумнистов СМИ Ибероамерики, обладающих так называемым «корсарским патентом», а именно возможностью обсуждать любые вопросы, которые им представляются наиболее существенными и отражающими наиболее важные с их точки зрения события международной жизни. Преимущественно положительная имиджевая характеристика России относится к сфере сотрудничества России со странами Латинской Америки в области науки, торговли, туризма, борьбы с наркотрафиком, горной промышленности, здравоохранения и энергетики. Отрицательная оценка связана с имеющимся в России, по мнению авторов, нарушениями прав человека, в частности, с арестом А.Навального и борьбой с оппозицией. Большое внимание в авторских колонках в рамках оппозиции «свой-чужой» уделяется образу президента РФ В. Путина, который сравнивается со считающимися авторитарными лидерами следующих латиноамериканских стран: Фидель Кастро (Куба), Уго Чавес (Венесуэла), Николас Мадуро (Венесуэла), Даниэль Ортега (Никарагуа) и Эво Моралес (Боливия), и таким образом, Россия, наряду с Кубой, Венесуэлой, Никарагуа и Боливией, характеризуется как представитель чужого пространства. Отмечена ярко выраженная оценочная составляющая в авторских колонках в сравнении с новостными заметками.

 11.В рамках проекта на материале ибероамериканских СМИ было проведено исследование, относящееся к такому важному направлению в современной лингвистике и, в частности, к лингвоимиджелогии, как интернет-лингвистика.

Анализ комментариев интернет-пользователей ибероамериканского ареала в отношении гуманитарной помощи России, как составляющей ее внешней политики, другим странам во время пандемии, показал неуспешность манипулятивного воздействия, свидетельствующую о том, что массовая аудитория, на которую оно направлено, зачастую имеет другие целевые обоснования в своих дискурсивных тактиках, в данном случае направленных на мелиорацию образа России и ее внешней политики. Были проанализированы языковые особенности онлайновой личности испаноязычного коммуниканта, характеризующиеся широким использованием графемных средств (прописных букв) в целях повышения экспрессивности высказывания, большим разнообразием оценочных средств, свойственных разговорной речи, словообразовательной креативностью.

Также был проведен анализ такого важного компонента медийного дискурса как интернет-мем, получивший большое распространение в электронных СМИ Ибероамерики, и выявлены его основные характеристики, включающие полимодальность, прецедентность и имплицитность. Исследование интернет-мемов, характеризующих первую в мире российскую вакцину от коронавирусной инфекции Спутник V, показало, что адекватная интерпретация мема невозможна без фоновых знаний лингвокультурного контекста, причем именно сочетание визуальной и вербальной составляющих мема способствует достижению сильного экспрессивного воздействия на аудиторию и обеспечивает его виральность. Мем, будучи элементом языковой игры, одновременно становится важным средством привлечения внимания и усиления аргументации.

**Заключение**

Исследование языкового моделирования имиджа России в СМИ Ибероамерики проводилось с опорой на современные теоретические положения политической лингвистики и лингвоимиджелогии с учетом коммуникативно-прагматического подхода, характерного для современного политического дискурса, позволяющего изучить заложенные в языке возможности манипулировать сознанием в зависимости от экстралингвистических условий порождения высказывания (политический, исторический, культурный, социальный фон, характеристика участников коммуникации, жанровая принадлежность текста), метода критического дискурс-анализа, позволяющих выявить метафорические модели и стереотипы, формирующие ту или иную идеологию и ценностные установки отдельных политиков, тактик и стратегий речевого манипулирования, языковых механизмов воздействия на массовую аудиторию. Данная проблематика политического дискурса рассматривалась преимущественно на материале английского и русского языков**.** Системного исследования образа России в ибероамериканском политическом дискурсе ранее не проводилось.

Исследование языкового моделирования имиджа России в СМИ Ибероамерики, осуществленное в 3 этапа, позволяет сделать вывод о том, что лингвистические средства, формирующие образ России, отражают как повышение градуса тревожности/напряженности, обусловленного «ожившими» стереотипами времен холодной войны, так и позитивное влияние «мягкой силы» России, связанное с ее военной и космической мощью, с активной позицией России в урегулировании международных конфликтов, с научными достижениями, с продвижением экономического сотрудничества и с гуманитарной помощью нуждающимся в ней странах.

Инновационный характер проекта состоит в том, что он является первым междисциплинарным комплексным исследованием языкового моделирования имиджа России на материале испаноязычных и португалоязычных СМИ 22 –х стран Ибероамерики, включающим всесторонний анализ и систематизацию языковых механизмов воздействия на массовую аудиторию. В силу междисциплинарного характера исследования его результаты представляют интерес не только для лингвистов, способствуя дальнейшей разработке теоретических положений политического дискурса, лингвоимиджелогии, интернет-лингвистики, а также для историков, политологов, социологов, культурологов и журналистов.

**Публикации**

1. Анализ политического дискурса кубинской прессы (на материале выборов президента Российской Федерации в 2018.г.; Войку О.К. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, № 23, 2019, с.8-18; РИНЦ.

2. Анализ политического дискурса прессы Пуэрто-Рико при создании современного образа России; Войку О.К. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия. № 25,2020, с.66-78; РИНЦ.

3. Recognition of verbal manipulation in ibero-american articles disclosing the image of Russia; Voiku O. (СПбГУ); European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, Volume 97. Proceedings of the Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication (TILTM 2020), 24 - 25 April, 2020. London: European Publisher, 2020, p.346 -351;Web of Science.

4. Проблемы распознавания вербальной манипуляции в статьях, раскрывающих имидж России (на материале ибероамериканских СМИ; Войку О.К. (СПбГУ);Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения, сборник материалов IX Международной научной конференции. 2020. Москва, с. 156-158; РИНЦ.

5. Современная Россия в политическом дискурсе СМИ Боливии; Войку О.К. (СПбГУ); Доклады и материалы Четвёртого международного форума «Россия и Ибероамерика в глобализирующемся мире: история и современность, 1-3 октября 2019, СПб, Скифия-принт, 2020, с.1526-1531; РИНЦ.

6. Русские фразеологизмы в СМИ Латинской Америки;Войку О.К.(СПбГУ);Герценовские чтения. Иностранные языки, Сборник научных трудов. Санкт-Петербург, 2020, с.399-400; РИНЦ.

7. Россия vs Путин в СМИ Латинской Америки; Войку О.К. (СПбГУ);Древняя и Новая Романия. № 28, 2021, с.27-35;.РИНЦ.

8. «Корсарский патент» политического дискурса СМИ Боливии, Доминиканы, Пуэрто-Рико и Кубы; Войку О.К. (СПбГУ);Древняя и Новая Романия. № 27, 2021,с.20-37;РИНЦ.

9.Информационная война на поле сражения с COVID-19; Войку О.К.(СПбГУ); Взаимодействие языков и культур. VIII Международная научная конференция. Череповец, 22 -23 апреля 2021 г.,с.20-31;РИНЦ.

10.Президентские выборы в России как объект информационной волны в мексиканском медиадискурсе; Зернова Е.С. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, № 23. 2019, с.94-109; РИНЦ.

11.Лингвистическое моделирование внешнеполитического имиджа России в медийном пространстве Латинской Америки (на материале СМИ Венесуэлы, Мексики и Чили); Зернова Е.С. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №. 25, 2020, с.42-64;РИНЦ.

12. «Мягкая сила» России в зеркале ибероамериканской прессы; Зернова Е.С. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №. 27, 2021, с.45-56; РИНЦ.

13.Президентские выборы 2018 в России: приемы речевого манипулирования в СМИ Испании, Аргентины и Перу; Мед Н.Г(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, № 23, 2019, с. 135-160; РИНЦ.

14.Интернет-комментарий в СМИ Ибероамерики: к вопросу о результативности манипулятивного воздействия (на примере реакции на внешнюю политику России; Мед Н.Г. (СПбГУ) ); Древняя и Новая Романия**,** № 25, 2020, с. 101-115; РИНЦ.

15.Parameters of Language Modeling of the Image of Russia and its Leader; Med Natalia (СПбГУ); Proceedings of the X International Conference "Word, Utterance,Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects" (WUT 2020).European Proceedings of Social and Behavioural Sciencesб T. 86б European Publisher, 2020, р.953-961; Web of Science.

16. Дискурсивная стратегия мелиорации в языковом моделировании имиджа России и ее лидера (на материале СМИ Ибероамерики); Мед Н.Г. (СПбГУ);Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: сборник материалов IX Международной научной конференции. Москва, РУДН, 24–25 сентября 2020 г., в 2 ч., ч. 1. Москва, Российский университет дружбы народов, 2020, с.. 173-175;РИНЦ.

17. Discourse Strategy of Melioration of the Russian Foreign Policу; Med Natalia (СПбГУ); European Proceedings of Social and Behavioural Science, s EpSBS, Т. 97, 2020, р. 279-285;Web of Science.

18. Семантическое освоение русских заимствований в СМИ Ибероамерики; Мед Н.Г. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №27, 2021, с.230-245;РИНЦ.

19. Языковые стратегии формирования медийного имиджа России (на материале прессы Португалии; Николаева Е.С.(СПбГУ), Древняя и Новая Романия, № 24, 2019, с. 86-108;РИНЦ.

20.Имиджевые характеристики современной России в прессе Бразилии, Сальвадора и Никарагуа; Николаева Е.С.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, ,№23, 2019, с.170-194; РИНЦ.

21. Особенности лингвистического формирования образа России в современном газетном дискурсе Португалии и Бразилии; Николаева Е.С.(СПбГУ); Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения, сборник материалов IX Международной научной конференции, Москва, РУДН, 24–25 сентября 2020 г., с. 178-180; РИНЦ.

22.Имиджевые характеристики России через новостную видимость в масс-медиа (на материале прессы Бразилии, Португалии, Никарагуа и Сальвадора; Николаева Е.С.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №26, 2020, с.93-110; РИНЦ.

23. Ирония как средство языковой агрессии в текстах масс-медиа Бразилии; Николаева Е.С.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №25, 2020,.с.128-136; РИНЦ.

24. Нейтральность и сенсационность в новостном дискурсе (на материале статей о России в прессе Бразилии, Португалии, Сальвадора и Никарагуа); Николаева Е.С.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №27, 2021, с.79-91; РИНЦ.

25. Синтаксическое оформление газетного заголовка и его прагматическая направленность (на материале португалоязычной прессы); Николаева Е.С.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №28, 2021, с.59-70; РИНЦ.

26.Отражение внешней политики России в СМИ Латинской Америки (на материале периодических изданий Уругвая, Парагвая, Коста-Рики и Гватемалы; Соколова К.А. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия. №25; 2020, с. 142-153; РИНЦ.

27.Основные особенности политического дискурса в СМИ Латинской Америки, моделирующие отношение к последним президентским выборам в России (на материале периодических изданий Уругвая, Парагвая, Коста-Рики и Гватемалы); Соколова К.А. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия. №23, 2019, с. 208-224; РИНЦ.

28.Особенности дискурса СМИ, отражающие вопрос о развитии экономического, культурного и политического сотрудничества РФ со странами Латинской Америки (на материале периодических изданий Коста-Рики, Гватемалы и Парагвая); Соколова К.А. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия. №27, 2021, с. 246-264; РИНЦ.

29. Особенности лингвомедийного моделирования электоральной ситуации в России (на материале СМИ Панамы и Эквадора); Якушкина К.В. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия., №23, 2019,с. 234-260; РИНЦ.

30. Чемпионат мира по футболу 2018: особенности лингвомедийной репрезентации имиджа России (на материале иберо-американской прессы); Якушкина К.В. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, № 24, 2019, с.120-146; РИНЦ.

31.Особенности лингвомедийной репрезентации имиджа России в СМИ Гондураса и Колумбии (на материале выборов Президента РФ в 2018 году); Якушкина К.В. (СПбГУ); Романистика в эпоху полилингвизма: материалы Международной научно-практической конференции 17-19 октября 2019 г. , Москва, МГЛУ, 2021, с. 325-334;РИНЦ.

32.Основные приемы моделирования современного имиджа России в СМИ Латинской Америки; Якушкина К.В. (СПбГУ); Доклады и материалы Четвёртого международного форума «Россия и Ибероамерика в глобализирующемся мире: история и современность, 1-3 октября 2019, СПб, Скифия-принт, 2020, с.1009-1013. РИНЦ

33. Ключевые механизмы формирования имиджевых атрибутов современной России в СМИ Ибероамерики; Якушкина К.В. (СПбГУ); IХ Международная научная конференция «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка профессионального и делового общения», сборник материалов IX Международной научной конференции. Москва, РУДН, 24–25 сентября 2020 г. Часть I, Москва, РУДН, 2020, с.192-195;РИНЦ.

34. К вопросу о роли фактора политкорректности при формировании международного имиджа страны в СМИ Ибероамерики (на примере ЧМ-2018); Якушкина К.В. (СПбГУ) ; Герценовские чтения. Иностранные языки, сборник научных трудов, СПб., РГПУ им. А.И.Герцена, 2020, с. 323-325; РИНЦ.

35. К вопросу о фонетической эвфемизации медиаполитического дискурса (на примере Чемпионата Мира по Футболу 2018); Якушкина К.В. (СПбГУ); Материалы научной сессии. «Язык и действительность. Научные чтения на кафедре романских языков им. В.Г. Гака», сборник статей по итогам V международной конференции (25-27 марта 2020 года), Москва, МГПУ, Изд-во «Спутник», Т.5, 2020, с.451-455; РИНЦ.

36. Алгоритм и инструменты создания актуального внешнеполитического имиджа России в СМИ Гондураса, Колумбии, Панамы и Эквадора; Якушкина К.В. (СПбГУ); Древняя и Новая Романия, № 26, 2020, с.130-159; РИНЦ.

37. Key Image–building mechanisms of modern Russia KEYin Iberoamerican media; Iakushkina K. (СПбГУ); European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, Volume 97, . Proceedings of the Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication (TILTM 2020), 24 - 25 April, 2020, London, European Publisher, 2020, р.135-143; Web of Science.

38.Образ России в СМИ Гондураса, Колумбии, Панамы и Эквадора: регулирование матрицы восприятия посредством динамики КСТМ; Якушкина К.В.(СПбГУ); Древняя и Новая Романия, №28, 2021, с. 82-98; РИНЦ.