



DOI 10.22363/2618-897X-2023-20-4-617-626  
EDN: YAYUUF

Научная статья

## Лингвомедийное конструирование события «пандемия COVID-19» в новостном дискурсе Великобритании и Франции

Б.Е. Ломакин 

Национальный исследовательский технологический университет МИСИС,  
Российская Федерация, 19049, Москва, Ленинский пр-т, д. 4  
✉ [borislomakin3@gmail.com](mailto:borislomakin3@gmail.com)

**Аннотация.** Рассмотрены языковые средства, используемые для конструирования образа события в медийной картине мира. Дан обзор наиболее значимых трудов отечественных ученых, посвященных медийной картине мира, предложено определение лингвомедийного конструирования события как процесса формирования образа события в медийной картине мира, включающего анализ информации о реальном событии, интерпретацию фактического материала, написание медиатекстов на соответствующую тему, размещение и функционирование медиатекстов в глобальном медиaprостранстве. Описана методика анализа материала — информационных и аналитических медиатекстов британской и французской качественной прессы, посвященной началу распространения коронавируса в мире, ограничительным мерам и вакцинации против него, путем выделения лексико-семантической сетки текстов и анализа структуры текстов. Описаны результаты исследования. На основании анализа материала показано, что информационные и аналитические медиатексты можно разделить на небольшое количество (до шести) логически взаимосвязанных и иерархически структурированных тематических блоков. Выявлены различия аналитических информационных медиатекстов. Сравнение лексического обеспечения одних и тех же тематических блоков в медиадискурсах разных стран показывает наличие межкультурных различий. Отмечается, что при описании пандемии нередко использовалась милитаризованная лексика, проводящая параллель между борьбой с заболеванием и военными действиями.

**Ключевые слова:** лингвомедийное конструирование события, медийная картина мира, медиатекст, медиадискурс, качественная пресса, лексическое обеспечение события, межкультурные различия, COVID-19

**История статьи:** поступила в редакцию 08.08.2023; принята к печати 22.09.2023

**Конфликт интересов:** отсутствует

© Ломакин Б.Е., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

**Для цитирования:** Ломакин Б.Е. Лингвомедийное конструирование события «пандемия COVID-19» в новостном дискурсе Великобритании и Франции // Полилингвильность и транскультурные практики. 2023. Т. 20. № 4. С. 617–626. <https://doi.org/10.22363/2312-8127-2023-20-4-617-626>

Research Article

## Linguomedial Reconstruction of an Event: COVID-19 Pandemic Coverage in British and French Quality Press

Boris Ye. Lomakin 

National University of Science and Technology “MISIS”,  
4 Lenin prospect, Moscow, 19049, Russian Federation  
✉ [borislomakin3@gmail.com](mailto:borislomakin3@gmail.com)

**Abstract.** The article looks at linguistic units applied for creating an image of an event. The first section of the article dwells on the most important works of Russian scholars in the field under investigation. Here, the term “linguomedial reconstruction of an event” is introduced and defined as the creation of an image of an event in mass media, including the analysis of information, its interpretation, creating media texts, and their positioning and functioning in media space. The second section describes in detail the analysis of informational and analytical media texts from British and French quality press dedicated to the Coonavirus pandemic: spread of the new virus, measures taken by the authorities, and vaccination. The analysis was conducted on lexical (identification of key lexical components of the texts) and suprasegmental (identification of key structural elements of the text) levels. The third section contains the results of the study. It was found out that both informational and analytical media texts consist of roughly equal number (usually less than 6) of topic-based sections (TBS). Analytical texts explore each topic more fully than informational ones; besides, the former include such topic as ‘expert opinion’. Seemingly, the larger is the volume of articles describing certain topic, the higher position this topic takes in news agenda. Any TBS may be characterized with a particular set of words and expressions — its lexical base. The lexical base of the TBS differs between cultures; the study shows that British quality press media prefer words describing actions and deeds, while French ones pay more attention to emotional response to the event. Besides, it was noted that military lexical units were widely used in pandemic new coverage, thus conceptualizing anti-coronavirus measures as military actions.

**Key words:** linguomedial reconstruction of an event, media worldview, media text, media discourse, quality press, lexical basis of an event, intercultural differences, COVID-19

**Article history:** received 08.08.2023; accepted 22.09.2023

**Conflict of interests:** none

**For citation:** Lomakin, B.Ye. 2023. “Linguomedial Reconstruction of an Event: COVID-19 Pandemic Coverage in British and French Quality Press”. *Polylinguality and Transcultural Practices*, 20 (4), 617–626. <https://doi.org/10.22363/2312-8127-2023-20-4-617-626>

## Введение

В настоящее время исследование медийной картины мира представляет собой перспективное, но пока еще недостаточно разработанное направление в развитии современной медиалингвистики. Медийная картина мира понимается как фрагментарное и ракурсное семиотико-виртуальное изображение реальности, продуцируемое средствами массовой информации [1]. Отмечались такие особенности медийной картины мира, как мозаичность, идеологизация, политизация; подчеркивалось, что ее воздействие на индивида неразрывно связано с ранее полученными им в процессе социализации сведениями о мире [1]; указывалось, что ее элементы обладают характерными чертами триллера и реалити-шоу и поэтому апеллируют к широкой публике [2].

На сегодняшний день существуют различные подходы к описанию медийной картины мира и выделению ее базовых элементов: в концепции В.Д. Мансуровой единицами медийной картины мира являются различные виды образов, складывающиеся в медиасобытие [3]; в концепции И.В. Рогозиной это особые когнитивные структуры, так называемые медиакогнитивные типы, объективируемые в аудио-, видеографических структурах — медиафреймах [4]; Е.Н. Ежова разграничивает образы-символы и образы событий [1]; З.И. Резанова и группа исследователей из Томского университета фокусируют свое внимание на медиаконцептах как средствах трансформации и формирования общественного сознания [5]. Дальнейшее развитие теории медийной картины мира связано с именем основателя отечественной медиалингвистики Т.Г. Добросклонской, предложившей концепцию «лингво-медийного конструирования события», т. е. воссоздания «события-факта в СМИ, результатом которого является формирование медиобраза события, основанного на сумме его различных медиарепрезентаций в виде конкретных медиатекстов» [6. С. 108–109].

Цель исследования — рассмотреть данный процесс в межкультурном аспекте, сравнив способы лингвомедийного конструирования события в качественной прессе Великобритании и Франции. Для достижения этой цели были рассмотрены информационные и информационно-аналитические статьи, посвященные пандемии COVID-19 — ключевому событию современной истории, нашедшему свое отражение в многочисленных медиатекстах, посредством которых во многом осуществлялось информирование населения разных стран.

## Материалы и методы

Материалом для исследования поставленной проблемы послужили 180 статей, опубликованных в качественной прессе Великобритании (Guardian, BBC, The Independent) и Франции (Le Monde, Le Figaro, La Libération) в период с 21 декабря 2020 г. по 13 марта 2021 г., при этом каждое СМИ представлено

30 статьями: 10 из них посвящены первым случаям заражения коронавирусом в Китае и Европе (I, the spread of coronavirus pandemic), 10 — ограничительным мерам (II, coronavirus restrictions), 10 — вакцинации против COVID-19 (III, anti-coronavirus vaccination). В рамках указанных выше цифр отбор статей производился случайным образом. Анализ отобранных статей проводился в соответствии с коммуникативно-прагматическим методом: были выделены лексико-тематические сетки текстов, основанные на ассоциативных связях, после чего методом подсчета частотности были отобраны те слова, которые встречались в более чем 50 % исследованных статей (темообразующие слова). Особое внимание при анализе уделялось и структуре медиатекстов, каждый из которых был разбит на тематические блоки (ТБ). Данные об объеме медиатекстов приведены в табл. 1.

Таблица 1 / Table 1

**Объем информационно-аналитических медиатекстов  
коронавирусной тематики (слов) /  
Word count of analytical media texts describing coronavirus pandemic (words)**

Тема / Topic	Guardian	BBC	The Independent	Le Monde	Le Figaro	La Libération
I	700–1500	700–1400	—	800–1400	600–1000	600–1200
II	800–1600	900–1800	500–1200	600–1300	700–1300	600–1200
III	400–1400	400–1200	230–1300	500–1400	280–1200	500–1800

## Результаты и обсуждение

Статьи, посвященные *первым случаям заражения коронавирусом*, включают в себя следующие ТБ: «количество случаев заражения», «исследования коронавируса», «информация о коронавирусе», «действия властей», «реакция общественности», «действия ВОЗ», «мнения экспертов», «возможные последствия», «эпидемия 2003 года». Нужно отметить, что с увеличением числа случаев заражения коронавирусом растет и количество медиатекстов на эту тему, доля информационно-аналитических статей среди них возрастает, статьи о коронавирусе появляются на первых полосах, а в некоторых СМИ появляется отдельная рубрика, посвященная COVID-19; это свидетельствует о том, что коронавирусная тематика занимает все более высокое место в новостной повестке дня. Учитывая, что представления общества о том, какие события в данный момент обладают наибольшей важностью, формируются средствами массовой информации [7], а набор событий, освещаемых в СМИ,

отражает потребности лингвокультурного сообщества [8], можно с уверенностью говорить о значимости пандемии в общественной повестке дня даже на начальном этапе.

В рамках данной темы наиболее широко освещались коронавирусная статистика (число заражений и смертей), действия властей (в первую очередь Китая и зарубежных стран) и ВОЗ. Менее распространенными, но также ключевыми ТБ стали истории отдельных зараженных (внимание СМИ привлекали главным образом первые случаи заражения и смерти пациентов с коронавирусом) и эпидемия Сарс-ковида 2003 г., с которой в январе 2020 г. часто сравнивали эпидемию COVID-19. В то же время клинические исследования нового коронавируса, информация о семействе коронавирусов, реакция общественности и возможные последствия освещались в СМИ в целом довольно скупо; хотя научным исследованиям в анализируемых публикациях уделялось мало внимания, ТБ «мнения экспертов» встречается весьма часто. Такую иерархию ТБ можно объяснить степенью их интереса для публики: стремительное распространение неизвестной болезни и борьба с ней властей КНР вписывается в постмодернистскую новостную картину мира. Следует подчеркнуть, что такая картина характерна именно для января 2020 г., когда проблема коронавируса непосредственно не затрагивала большинство европейских стран.

В ходе анализа материала были составлены списки темообразующих слов в английских СМИ (1): *authorities, case, check, commission, confirm, contact, fear, fever, hospital, infect, kill / die, market, outbreak, pneumonia, quarantine, Sars, screening, spread, symptom, test, transmit, treat*; и во французских СМИ (2): *annoncer, autorités, cas, confirmer, contaminer, crainte, détecter, épidémie, état de santé, inquiet, isolement, marché, mesure, mort, Nouvel An, pneumonie, se propager, risque, scientifique, SRAS, symptôme, vigilant, voyager*. Их сопоставление показывает, что для английских СМИ более характерны слова, связанные с обнаружением новых случаев COVID-19 и лечением заболевших (*check, screening, contact, transmit, test, treat, hospital*), а для французских — слова, указывающие на эмоциональные реакции по отношению к происходящему (*inquiet, risque, vigilant*).

В статьях, посвященных *ограничительным мерам* в Китае и странах Западной Европы, встречается по сравнению с предыдущей рассмотренной группой статей гораздо больше ТБ. Наибольшее внимание СМИ привлекли ограничительные меры (транспортные ограничения, закрытие учреждений, отмена мероприятий и правила, обязательные для населения во время действия режима локдауна), количество случаев заражения, позиция властей, мнения экспертов и реакция общественности. В то же время в статьях данной тематики крайне скупо освещаются исследования вируса и меры поддержки населения; в них также содержится мало общей информации о коронавирусе, однако часто присутствуют ссылки на материалы, в которых эти сведения

представлены более подробно. Структура темы «ограничительные меры» в британских и французских СМИ несколько отличается: в первых более подробно освещается привлечение полиции для обеспечения соблюдения карантинных мер и система штрафов, которые могут последовать за их нарушение; французские СМИ, в свою очередь, уделяют больше внимание истории карантинных мер. Иерархия ТБ объясняется их актуальностью для реципиента, при этом ТБ выстраиваются в логическую цепочку: причина (количество случаев заражения) — следствие (позиция властей; ограничительные меры) — интерпретация событий (мнения экспертов) — реакция общественности. Последние два элемента этой цепочки направлены на формирование общественного мнения по отношению к принятым властями мерам и, таким образом, обеспечивают регулятивную функцию медиатекстов, побуждая читателя действовать определенным (социально одобряемым) образом [9].

В список темообразующих слов в английских СМИ вошли (3): *avoid, ban, cancel, case, check, close, concern, confirm, crisis, crowd, death toll, die, kill, emergency, enforce, essential, fine, gather, handle, hospital, infect, isolate, leave, lockdown, mask, measure, outbreak, police, quarantine, restrict, shop, shut, spread, stay at home, stop, transport, travel, warn, work*. Он длиннее перечня (1) почти в два раза, что обусловлено большей сложностью темы, ее структурным разнообразием и повышенной значимостью в новостной повестке дня. Девять слов, а именно *case, check, confirm, die, kill, infect, outbreak, quarantine, spread*, фигурируют в обоих списках; это согласуется с тем, что ТБ «количество случаев заражения» является одним из ключевых в структуре темы «ограничительные меры».

Список ключевых слов, используемых для описания данной темы во французской прессе, несколько короче, и включает следующие 29 слов (4): *annoncer, annuler, autoriser, cas, confiner, contaminer, contrôle, crise, déplacement, distanciation sociale, épidémie, essentiel, éviter, fermer, inquiet, interdire, limiter, masque, mesure, mort, se propager, quarantaine, réduire, rester chez soi, risque, suspendre, transmettre, transport, voyage*. Этот список ненамного длиннее перечня (2), приведенного выше; в них совпадают 10 слов, а именно: *annoncer, cas, contaminer, épidémie, inquiet, mesure, mort, se propager, risque, voyage*. Как и в случае британских СМИ, они относятся к ТБ «количество случаев заражения», однако два из них — *inquiet* и *risque* — связаны с восприятием ситуации и эмоциональной реакцией на нее.

При сравнении перечней (3) и (4) обнаруживается, что в британских СМИ более распространены слова, описывающие реализацию антикоронавирусных мер (*check, enforce, fine, police, restrict, warn*), связанные с ними реалии повседневной жизни (*crowd, gather, shop, work*) и борьбу с эпидемией (*emergency, handle, hospital, isolate, stop*), а во французской — интерпретацию происходящего (*inquiet, risqué*) и конкретные действия властей (*annoncer, autoriser, contrôle, limiter, réduire, suspendre*). Первые две группы слов, получивших

в британской прессе более широкое распространение, служат для лексического обеспечения ТБ «полиция и локдаун; штрафы за нарушения», которая, как уже отмечалось, сравнительно редко присутствует во французской прессе.

Самыми популярными ТБ в группе статей, посвященных *вакцинации против COVID-19*, оказались «позиция властей», «одобрение вакцины для использования» и «начало вакцинации». Менее подробно в СМИ освещались такие ТБ, как «антивакцинаторство», «производство вакцины», «количество случаев заражения» и «вакцинация знаменитостей»; промежуточное положение занимают ТБ «исследования вакцины и ее эффективность», «трудности вакцинации», «реакция общественности», «мнения экспертов». Нельзя не подчеркнуть, что, как и в случае темы «ограничительные меры», ТБ связаны между собой причинно-следственными отношениями: «исследования вакцины и ее эффективность» — «одобрение вакцины для использования; позиция властей» — «начало вакцинации» — «трудности вакцинации» — «реакция общественности».

В английских СМИ было выявлено 25 темообразующих слов, связанных с вакцинацией (5): age, approve, concern, criticism, deliver, distribute, effective, fight, first, hospital, immune, jab, manufacture, priority, produce, protect, risk, rollout, safe, sceptic, test, trial, vaccine, volunteer, vulnerable. Этот список примерно равен по длине перечню (1), но короче перечня (3). Общих ключевых слов для всех трех списков не выявлено.

В список темообразующих слов, характерных для французских СМИ, также вошли 25 слов (6): âgé, autoriser, campagne, critique, effet secondaire, efficace, essai, immunité, injection, inquiet, lancer, lent, livrer, lutter, méfier, mort, premier, produire, protéger, reservoir, risque, sécurité, vaccine, volontaire. В списках (2), (4) и (6) присутствуют три общих ключевых слова: inquiet, mort и risque. Сравнение перечней (5) и (6) показывает, что в британской прессе более распространены слова, относящиеся к организации прививочной кампании (distribute, hospital, priority, rollout, test, vulnerable), а во французской — слова, демонстрирующие настороженное отношение французов к вакцинации (effet secondaire, lent, méfier, mort).

Следует отметить, что в статьях, посвященных теме ограничительных мер и вакцинации против COVID-19, присутствует лексика, связанная с социокультурным концептом «милитаризация» (contain, die, fight, kill, victim, vulnerable; combattre, contenir, lutter, mobiliser, mort, guerre, rival, victime, vulnérable). Это свидетельствует о том, что указанные темы реализуются в языке средствами когнитивной метафоры: борьба против COVID-19 уподобляется военным действиям [10]. Использование такой лексики представляет собой одно из важнейших средств речевого воздействия в медиатекстах коронавирусной тематики, направленных на перестройку категориальной структуры не только индивидуального, но и коллективного сознания.

## Выводы

Проведенный анализ показывает, что в процессе лингвомедийного конструирования события происходит создание тематических блоков, повторяющихся в различных медиатекстах. Для каждого события можно выделить ключевой тематический блок (в первой группе статей — «количество случаев заражения»; во второй — непосредственное описание ограничительных мер; в третьей — организация вакцинации против COVID-19), с которым так или иначе связаны все остальные. Один и тот же тематический блок может использоваться при описании разных событий (к примеру, блок «количество случаев заражения» так или иначе присутствует во всех трех рассмотренных группах статей), что во многом обеспечивает единство медийной картины мира.

Как правило, количество тематических блоков, задействованных в одном медиатексте, сравнительно невелико (от 1 до 5–6). Аналитические медиатексты отличаются от информационных прежде всего глубиной раскрытия тематических блоков, а также наличием блока «мнения экспертов». Большинство блоков характеризуются небольшим устойчивым набором слов и словосочетаний, с помощью которых осуществляется лексическое обеспечение медиасобытия; этот набор для каждого блока свой, хотя одни и те же слова могут входить в лексическое обеспечение разных блоков. Наборы слов и словосочетаний, характерных для определенного блока, оказываются очень схожими в британской и французской прессе, однако в первой более распространены слова, описывающие конкретные действия властей и простых граждан, а в последней — слова, описывающие общее впечатление от ситуации и эмоциональную реакцию на нее. Можно предположить, что в основе этих различий лежат более глубокие межкультурные различия, связанные с более высоким индексом индивидуализма и более низким индексом фемининности в британской корпоративной культуре по сравнению с французской<sup>1</sup>.

Было отмечено, что чем важнее место, которое занимает тема в новостной повестке дня, тем больше на нее пишется аналитических статей, причем их объем также возрастает (для французской прессы это явление менее характерно, чем для британской). Увеличение объема статей является важным средством организации иерархии тем в новостной повестке дня наряду с такими приемами, как размещение статьи на первой полосе, размещение ссылки на статью в социальных сетях, создание специальных разделов на сайте для наиболее популярных статей (*most read, les plus lus*).

Тот факт, что в некоторых крупных массмедиа существует отдельная рубрика, посвященная коронавирусу, свидетельствует о выделении

<sup>1</sup> Hofstede Insights: Country Comparison. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/> (дата обращения: 25.12.2022).

пандемии в отдельный медиатопик; при этом не все статьи коронавирусной тематики, опубликованные в таких изданиях, размещены именно в этой рубрике. Распределение статей по рубрикам подчиняется географическому, жанровому и тематическому принципам; в последнем случае медиатексты коронавирусной тематики нередко попадают в рубрики, соответствующие сферам общественной жизни, затронутым пандемией (здравоохранение, наука, международные отношения).

### Список литературы

1. *Ежова Е.Н.* Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции // Вестник Воронежского гос. ун-та Сер.: Филология. Журналистика. 2011. № 1. С. 132–135.
2. *Zheltukhina M.R., Klushina N.I., Ponomarenko E.B., Vasilkova N.N., Dzyubenko A.I.* Modern media influence: mass culture — mass consciousness — mass communication // *XLinguae*. 2017. No 4. С. 96–105.
3. *Мансурова В.Д.* Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2002.
4. *Рогозина И.В.* Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект. М.: Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2003.
5. Картины русского мира: современный медиадискурс / З.И. Резанова, Л.И. Ермоленкина, Е.А. Костяшина и др.; ред. З.И. Резанова. Томск: ИД СК-С, 2011.
6. *Добросклонская Т.Г.* Лингвомедийное конструирование события в новостном дискурсе // *Медиалингвистика*. Вып. 8. Язык в координатах массмедиа. СПб: Медиапапир, 2021. С. 108–112.
7. *Пастухов А.Г.* Agenda setting, или Установление повестки дня в медиатексте // *Медиатекст: стратегии — функции — стиль*. Орёл: Орловский государственный институт искусств и культуры, 2010.
8. *Пантина О.А.* Экспрессивная перспектива англоязычного новостного дискурса: на материале газетных текстов о природных катастрофах: дисс... канд. филол. наук. СПб, 2018.
9. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Современная английская медиаречь. М.: Флинта, 2008.
10. *Мясникова Л.В.* Интерпретация языка аудиальных и аудиовизуальных СМИ в дискурсивном аспекте: дисс. ... канд. филол. наук. Орск, 2014.

### References

1. Ezhova, E.N. 2011. Media Worldviews: Classification, Functionality, Transmission Channels. *Proceedings of Voronezh State University Bulletin. Series: Philology* 1:132–135. Print. (In Russ.).
2. Zheltukhina, M.R., N.I. Klushina, Ponomarenko, E.B., N.N. Vasilkova, and Dzyubenko, A.I. 2017. Modern media influence: mass culture — mass consciousness — mass communication. *XLinguae* 4: 96–105.
3. Mansurova, V.D. 2002. *Journalistic Media Worldview as Social Determination Factor*. Barnaul: Altai State University Publishing House. Print. (In Russ.).
4. Rogozina, I.V. 2003. *Media Worldview: Cognitive and Semiotic Approach*. Moskva-Barnaul: Altai State University Publishing House. Print. (In Russ.).
5. Rezanova, Z. I, Ermolenkina, L.I., Kostyashina, E.A. et al. 2011. *Russian Worldviews: Modern Media Discourse*. Tomsk: ID SK-S publ. Print. (In Russ.).

6. Dobrosklonskaya, T.G. 2021. "Linguomedial Reconstruction of an Event in News Discourse". *Medialinguistics* 8: 108–112. (In Russ.).
7. Pastukhov, A.G. 2010. Agenda Setting in Media Text. In Grishaeva, L.I., Pastukhov, A.G., Chernyshova, T.V. (eds) *Media Text: Strategies, Functions, and Style*. Orel: Orel State Institute of Culture publ. Print. (In Russ.).
8. Pantina, O.A. 2018. Expressive Potential of English News Discourse: Analysis of News Texts about Natural Disasters. Candidate Thesis. Saint-Petersburgh. Print. (In Russ.).
9. Dobrosklonskaya, T.G. 2008. *Media Linguistics: Systematic Approach to Media Language Studies*. Modern English Media Discourse. Moscow: Flinta. Print. (In Russ.).
10. Myasnikova, L.V. 2014. Audial and Audiovisual Massmedia Language Interpretation: Discursive Aspect: Candidate Thesis. Orsk. Print. (In Russ.).

### **Сведения об авторе:**

*Ломакин Борис Евгеньевич* — ассистент кафедры иностранных языков и коммуникативных технологий, Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС». E-mail: borislomakin3@gmail.com  
ORCID: 0009-0009-9023-2676  
eLibrary SPIN-code: 2810-2582  
Author ID: 1135864

### **Bio Note:**

*Boris Ye. Lomakin* is an assistant lecturer in the Department of Foreign Languages and Communicative Technologies, National University of Science and Technology MISIS. -mail: borislomakin3@gmail.com  
ORCID: 0009-0009-9023-2676  
eLibrary SPIN-code: 2810-2582  
Author ID: 1135864