

**Н. Л. Колесникова**  
г. Москва

## ДИПЛОМАТИЯ ВАКЦИН В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТ СМИ

*Аннотация.* В статье исследуются риторические, лингвостилистические и манипулятивные средства в медиатекстах англоязычных электронных СМИ для выражения идеологической модальности и формирования общественного мнения в отношении вакцинальной дипломатии стран-производителей вакцин против COVID-19.

*Ключевые слова:* медиатекст, риторические приемы, оценочная модальность, семантика текста.

## VACCINE DIPLOMACY IN THE INTERNET MEDIA COMMUNICATIVE CONTEXT

*Abstract.* The paper examines rhetorical, linguistic, stylistic and manipulative means in media texts of English language electronic media to express ideological modality and shape public opinion regarding vaccine diplomacy of the countries producing vaccines against COVID-19.

*Key words:* mediatext, rhetorical means, evaluative modality, semantics of text.

Интернет СМИ сегодня, в особенности новостные, не столько отражают реальность, сколько конструируют ее, создавая определенный медиаобраз реальности, формируя таким образом у аудитории определенное восприятие окружающей действительности.

В данном исследовании анализируются риторические, лингвостилистические, и манипулятивные приемы [2 с. 11] в медиатекстах на тему вакцинальной дипломатии на сайтах информагентств Reuters, Euronews и электронных версий газет New-York Times и Global Times и выявляется их значение в формировании модальности, отражающей позицию издания.

Медиа мониторинг англоязычных интернет СМИ, проведенный в период с августа 2020 года по ноябрь 2021 года, свидетельствует, что понятие «вакцинная дипломатия» из сферы здравоохранения распространилось на сферу политики и понимается как внешнеполитический инструмент для достижения геополитических целей. Неудивительно, что предметом пристального внимания СМИ стали такие акторы, как Китай, Россия, Европейский Союз, США, Индия.

Активное освещение вакцинальной дипломатии начинается в августе 2020 года в связи с выходом на международную арену российской вакцины Спутник-V. Так на ленте Reuters появляются заголовки, в формулировках которых прослеживается оценочная модальность в диапазоне от отрицательной до положительной, формируемая такими риторическими приемами, как оценочная лексика и семантика текста. При этом, агентство не выносит собственные оценки, но ссылается на высказывания или позиции третьих лиц.

В публикациях The New York Times этого периода [3] намерения Китая снабжать вакциной другие страны интерпретируются как использование мягкой силы для усиления геополитического влияния, что передается оценочной семантикой и риторикой текста: «...страна пустила в ход весь арсенал сил и средств для восстановления пошатнувшихся связей и завоевания друзей в соседних с Китаем регионах.»

В публикациях Euronews регулярно прослеживается желание внедрить в сознание читателя мысль об ограниченных возможностях России и Китая и попытке использовать продажу вакцин за рубеж для достижения внешнеполитических целей [4]. В то же время в одной из статей президент Франции Э. Макрон «посоветовал Западу следовать вакцинальной дипломатии Китая и России в Африке и на Балканах» [5].

Таким образом авторы манипулируют сознанием читателей, используя приемы дискредитации в первом случае, и подмены понятий во втором: то, что неприемлемо в действиях России и Китая, достойно применения членами Большой семерки.

Наряду с критикой вакциной дипломатии Китая и России интернет СМИ критикуют и так называемый «вакцинный национализм» богатых стран. Так, *The New York Times* выделяет категорическое нежелание администрации Д. Трампа участвовать в программе ВОЗ КОВАКС и «пропаганде на каждом углу вакцинного национализма» [6]. Политика США кардинально меняется с приходом к власти Дж. Байдена: «В национальных интересах Америки не уступать главное преимущество «мягкой силы» авторитарным соперникам, таким как Россия или Китай... Небогатые страны будут помнить кто и когда пришел им на помощь, и первыми это сделали Россия и Китай» [7]. Здесь, как и в публикациях *Euronews*, происходит подмена понятий и, кроме того, имплицитно передается ирония автора: Россия и Китай успели использовать ситуацию, а США опоздали.

Надо отметить, что *Euronews* активно освещает не только вакцинную дипломатию России и Китая, но и работу ЕС в этом направлении [8]. При этом, наряду с критикой выделяется и положительная оценка, но не действий, а благих намерений: поставив восточных соседей с низкими доходами и членом Восточного партнерства «в конец очереди», ЕС обещает им помощь.

На фоне все новых волн пандемии по всему миру в интернет СМИ все чаще появляются статьи об отсутствии сколько-нибудь значительных результатов вакцинной дипломатии России и Китая, о необходимости новых подходов к глобальной вакцинации. Ответом этой критике служит интервью с экспертом по вопросу распространения вакцин, опубликованное в интернет издании *Global Times* [9], отражающем позицию Китая. Газета использует интерпретационную стратегию аргументации, апелляции к фактам и экспертному мнению, создающим реальную медиакартину действий Китая.

Проведенный медиамониторинг англоязычных интернет СМИ позволил выявить особенности в освещении событий, связанных с вакцинной дипломатией, характеризующие их медиapolитику.

Анализ и сравнение публикаций показывает, что и информативная, и воздействующая функции проявляются во всех случаях, однако коммуникативная интенция журналистов направлена на создание разных медиакартин вакцинной дипломатии основных акторов: всестороннее освещение проблемы на страницах *Reuters*, *The New York Times* направлено на отражение реального положения вещей, в то время как в беспристрастных, на первый взгляд, публикациях *Euronews* используются манипулятивные техники, направленные на нивелирование значения роли России и Китая, создание их отрицательного образа.

Приведенные примеры демонстрируют, что *Reuters*, *The New York Times* следуют сформулированным ими или этическим принципам: сохранять

независимость и свободу от предвзятости при сборе и распространении информации и новостей. Риторическая модальность медиатекста находит имплицитное выражение в целевой установке на воздействие на массового читателя посредством логичности аргументации, апелляции к фактам, критическим мнениям участников процесса, и эксплицитное – в использовании лексики нейтральной или оценочной семантики, стилистических приемов, что в конечном счете формирует критическое, но не обязательно и не всегда отрицательное общественное мнение и создает объективную медиакартину вакцинной дипломатии.

Информационный канал EuroNews в своей работе провозглашает принцип неукоснительной беспристрастности, который даёт возможность читателям формировать собственное мнение. Тем не менее, анализ его новостных материалов свидетельствует о том, что они носят манипулятивный характер [1] используя эксплицитные лингвистические средства (экспрессивная и оценочная лексика, лексика негативной идеологической модальности, отрицательные коннотации, стилистические приемы), имплицитные риторические приемы пропаганды: фильтрация информации и ее интерпретация, отбор односторонней информации, искажающей реальное положение дел, замалчивание положительных фактов, способа и содержания оценки события, определенное структурирование текста. При этом цель манипуляции общественным мнением – формирование устойчивого отрицательного стереотипа Китая и России.

Подводя итог, надо сказать, что освещение одних и тех же событий в интернет СМИ с разных, иногда противоположных позиций, конструирует разные, временами противоположные медиакартины того, что происходит в реальной жизни.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика. – М. Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 952 с., 2012.
2. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. С. 11.
3. From Asia to Africa, China Promotes Its Vaccines to Win Friends [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/09/11/business/china-vaccine-diplomacy.html?searchResultPosition=22> – (дата обращения: 12.09.2021)
4. Have Russia and China got enough COVID-19 vaccines to sell abroad? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/2021/02/18/have-russia-and-china-got-enough-covid-19-vaccines-to-sell-abroad> – (дата обращения: 18.08.2021)
5. COVID-19: G7 leaders boost vaccine commitment to poorer countries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/2021/02/19/covid-19-g7-leaders-to-boost-vaccine-commitment-to-poorer-countries-in-covax-programme> – (дата обращения: 15.08.2021).

6. With First Dibs on Vaccines, Rich Countries Have ‘Cleared the Shelves’ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/12/15/us/coronavirus-vaccine-doses-reserved.html> – (дата обращения: 10.08.2021).
7. The Era of Vaccine Diplomacy Is Here [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2021/02/28/opinion/covid-vaccine-global.html> – (дата обращения: 10.08.2021)
8. Has the EU's vaccine rollout lost Brussels support in poorer nations? <https://www.euronews.com/2021/01/21/has-the-eu-s-vaccine-rollout-lost-it-support->[Электронный ресурс]. – Режим доступа:among-poorer-countries – (дата обращения: 07.08.2021)
9. China to become biggest global provider of COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globaltimes.cn/page/202108/1231387.shtml> – (дата обращения: 14.08.2021)

#### REFERENCES

1. Solganik G.Y. Yazyk SMI I politika. – М. Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta; Fakul'tet zhurnalistiki MGU imeni M.V. Lomonosova. – 952 s., 2012
2. Tsuladze A. Bol'shaya manipulyativnaya igra. М.: Algoritm, 2000. s. 11
3. From Asia to Africa, China Promotes Its Vaccines to Win Friends [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/09/11/business/china-vaccine-diplomacy.html?searchResultPosition=22> – (дата обращения: 12.09.2021)
4. Have Russia and China got enough COVID-19 vaccines to sell abroad? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/2021/02/18/have-russia-and-china-got-enough-covid-19-vaccines-to-sell-abroad> – (дата обращения: 18.08.2021)
5. COVID-19: G7 leaders boost vaccine commitment to poorer countries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/2021/02/19/covid-19-g7-leaders-to-boost-vaccine-commitment-to-poorer-countries-in-covax-programme> – (дата обращения: 15.08.2021)
6. With First Dibs on Vaccines, Rich Countries Have ‘Cleared the Shelves’ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/12/15/us/coronavirus-vaccine-doses-reserved.html> – (дата обращения: 10.08.2021)
7. The Era of Vaccine Diplomacy Is Here [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2021/02/28/opinion/covid-vaccine-global.html> – (дата обращения: 10.08.2021)
8. Has the EU's vaccine rollout lost Brussels support in poorer nations? <https://www.euronews.com/2021/01/21/has-the-eu-s-vaccine-rollout-lost-it-support->[Электронный ресурс]. – Режим доступа:among-poorer-countries – (дата обращения: 07.08.2021)
9. China to become biggest global provider of COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globaltimes.cn/page/202108/1231387.shtml> – (дата обращения: 14.08.2021)