

**Образ России на страницах "The New York Times"**

**Боярченко Полина Борисовна**

*Студент (бакалавр)*

Таганрогский институт управления и экономики, Факультет психологии и социальных коммуникаций, Таганрог, Россия

*E-mail: nana77@mail.ru*

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 14-18-00014)*

Образ определенной страны в зарубежных СМИ - достаточно популярный предмет политологических, социологических, лингвистических и культурологических исследований. Научный интерес к данной проблеме обусловлен тем, что средства массовой коммуникации, безусловно, играют большую роль в формировании картины мира, особенно - по отношению к зарубежным государствам. Вопрос формирования образа, борьба за интерпретацию и смысл происходящего в конкретной стране накаляется вместе с обострением политической ситуации в мире.

Исследование проблем языкового воздействия медиатекстов имеет свои научные традиции и историю. В первую очередь, это работы зарубежных и отечественных ученых в области теории коммуникаций (McLuhan M., McQuail D., Назаров М.М., Федотова Л.Н. и др.) и теории речевого воздействия (Beard A., Ван Дейк Т.А., Паршин П.Б., Пирогова Ю. К., Стернин И.А. и др.).

Существуют разнообразные классификации совокупности приемов и средств языкового воздействия. В рамках данных тезисов обозначим контур классификации, сформулированной отечественным лингвистом А.А.Даниловой. Так, на уровне слова автор выделяет следующие лексико-грамматические способы воздействия на аудиторию: синонимия, эвфемизация, изменение ассоциативного поля, упрощение, введение исторических параллелей, овеществление, метафора, штампы, модальность, пассивизация и другие. На уровне предложения и текста - это повтор, параллельные конструкции, градация, приемы формальной логики, композиция и др. [1].

В этой связи следует выделить воздействие так называемой качественной прессы, так как в ее целевую аудиторию входят образованные, социально и политически активные слои населения. Для нашего исследования мы выбрали ежедневную газету "The New York Times", основанную в 1851 году, одно из самых уважаемых и крупных американских периодических изданий, с тиражом 780 тыс. экземпляров и онлайн версией.

Для оценки актуального образа России на страницах этой газеты было решено обратиться к публикациям в течение временного отрезка один месяц. Нами были проанализированы статьи в онлайн версии газеты в феврале 2015. Публикации этого периода можно разделить на несколько тематических блоков: экономический кризис и девальвация национальной валюты, Минское соглашение и убийство Б.Немцова.

В журналистике заголовков, наряду с "лидом" и концовкой - важнейшие структурные элементы текста. Значимость заголовка обусловлена тем, что вероятность его прочтения - более 90% [2]. У заголовка две функции - информативная (сообщить, о чем статья) и контактная (вызвать интерес к немедленному прочтению). По форме заголовки подразделяются на номинативные и предикативные. Номинативный заголовок - это неполное предложение, например, существительное и прилагательное или два существительных. Предикативный заголовок - это полное предложение [2].

Приведем примеры из нашего анализа заголовков некоторых статей, посвященных России, опубликованных в онлайн версии "The New York Times" за указанный период времени.

1. "Russia Outlines Prescription to Bolster Its Ailing Economy, but Experts Scoff" [5]. Название статьи можно перевести как "Россия прописывает лечение своей больной экономике, но эксперты усмеваются". Данный заголовок - предикативный. В нем используются сразу несколько приемов языкового воздействия: синонимия - выбор такой синонимической единицы, которая придает высказыванию оценочный характер - выбран глагол *scoff* (англ. - насмеяться, осмеивать, глумиться, презрительно усмеяться), а не, скажем, другие глаголы, отражающие скептическую оценку экспертов, как *doubt/question*. На уровне предложения используется прием переноса смыслового акцента - заранее делается неблагоприятный прогноз для попыток восстановления экономики, согласно "экспертам", они обречены на провал.

2. "Making the Most of Minsk" [3] - "Извлечь максимальную пользу из Минского соглашения" - в этом заголовке использован прием аллитерации - повторение одинаковых или однородных согласных в предложении, придающее ему особую звуковую выразительность.

3. "Boris Nemtsov, Putin Foe, Is Shot Dead in Shadow of Kremlin" [4] «Борис Немцов — враг Владимира Путина застрелен в тени Кремля». Этот заголовок показателен с точки зрения языковой манипуляции. Во-первых, присутствует синонимия, выбор существительного "foe" (враг), в то время, как в других изданиях в публикациях на ту же тему можно было встретить слова "critic", "opponent". Но самое главное в этом заголовке, безусловно, - метафора "in Shadow of Kremlin". Метафора - очень эффективный прием языкового воздействия, он задействует механизмы ассоциативного мышления и создает устойчивый образ в сознании реципиента. Несмотря на то, что выражение "in the shadow of" имеет значение "рядом с чем-либо", тем не менее, очевидно, что в данном контексте - это метафора. Кремль использован как символ политической власти в России, следовательно, данная метафора указывает на причастность российской власти к совершенному преступлению.

Итак, манипулятивное воздействие на массовую аудиторию наиболее концентрировано проявляется на уровне заголовков, где используются различные фонографические, лексические, грамматические и синтаксические приемы. На основе анализа использования приемов языкового воздействия можно сделать вывод о коммуникативной политике того или иного издания. Отношение издания "The New York Times" к внешней и внутренней политике в России негативное. В ходе проведенного анализа публикаций (заголовков и полных текстов статей) за февраль 2015 года, нами была выявлена отрицательная динамика, совпадающая с общей тенденцией отрицательного медийного образа России в западных медиа. В заключение нужно отметить, что развитие медиакомпетентности массовой аудитории помогает избежать манипулятивного воздействия медиатекстов.

### Источники и литература

- 1) Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. - М.: Добросвет, Изд-во КДУ, 2009. - 234с.
- 2) Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. с.96
- 3) Karatnycky A. Making the Most of Minsk <http://www.nytimes.com/2015/02/20/opinion/a-closer-look-at-the-ukraine-cease-fire-agreement.html>.

- 4) Kramer, A. Boris Nemtsov, Putin Foe, Is Shot Dead in Shadow of Kremlin <http://www.nytimes.com/2015/02/28/world/europe/boris-nemtsov-russian-opposition-leader-is-shot-dead.html>.
- 5) MacFarquhar, N. Russia Outlines Prescription to Bolster Its Ailing Economy, but Experts Scoff <http://www.nytimes.com/2015/02/03/world/europe/russia-details-plans-to-bolster-its-economy-but-experts-scoff.html>.

**Слова благодарности**

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 14-18-00014)