

**Концепт РОССИЯ в американском и российском масс-медийных дискурсах  
(на материале печатных СМИ)**

**Сорокина Ольга Ивановна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: olgasorokina999@gmail.com*

Цель дипломной работы заключается в том, чтобы проанализировать концепт РОССИЯ и его вербализацию в качественной прессе США и России. Из данной цели вытекают следующие задачи:

- дать характеристику данного концепта, определить его структуру;
- рассмотреть особенности актуализации концепта РОССИЯ при сопоставлении культур;
- выявить особенности вербализации концепта на основе сопоставления языковых данных;
- рассмотреть образ страны в когнитивном и дискурсивном ракурсах.

В ходе исследования рассмотрены такие важные понятия, как концепт, образ страны и имидж страны. Одним из наиболее полных объяснений понятия «концепт» нам кажется трактовка советского и российского лингвиста, доктора филологических наук, профессора Елены Самойловны Кубряковой: «Концепт - оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квант знания. Самые важные концепты выражены в языке» (Кубрякова, 1996, с. 90-92).

При определении понятий «образ страны» и «имидж страны» мы придерживаемся трактовки известного научного деятеля в области теории коммуникации и имиджа Э. А. Галумова. Исследователь отмечает, что «образ страны» и «имидж страны» являются «комплексом объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т.д.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития российской государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в стране. Это - база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных действий ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром» (Галумов, 2005, с. 28).

Для решения поставленных задач в работе используется комплекс **методов исследования**: метод классификации, контекстуальный и концептуальный анализ.

В американских СМИ прослеживается негативное отношение к России как к государству. Так, в приведенном ниже примере используется лексема *aggression*, имеющая негативную коннотацию, которая полностью отражает восприятие действий России в рамках событий в Украине странами Запада, а в частности - США: «*In response to the aggression, the United States has initiated tough economic sanctions and isolated Russia*» [*New York Times*, "Confronting Russia Holds Peril for U.S.", June 15, 2015].

С помощью сравнения *as a pale copy of the old Soviet Union - "a gas station masquerading as a country"* автор статьи создает негативный образ России, которая все еще живет при СССР. Следовательно, в мышлении реципиента создается образ неразвитой страны, которая находится далеко позади США и других стран: «*The instinct among many in America,*

*including more than a few politicians, is to see Mr. Putin as a thug and Russia as a pale copy of the old Soviet Union — "a gas station masquerading as a country", as Senator John McCain, Republican of Arizona, is fond of saying» [New York Times, "Confronting Russia Holds Peril for U.S.", June 15, 2015].*

В то же время, в российских СМИ показаны результаты опроса населения России, где сказано, что русский народ одобряет политику В.В. Путина: *«Рейтинг Путина, по данным этого опроса, - 85%, значит, перечисленные ответы давали практически те же люди, что выражали одобрение его деятельности. Известно, что одобряется в основном и главным образом его линия во внешней политике. Под его, как считают, руководством Крым сделался нашим, а Россия тем самым вернула себе статус великой державы. И вот более двух третей заявляют, что горды Россией в части ее политического влияния в мире (68%, из них 22% - «очень»)* [Ведомости, «Россияне гордятся историей, армией, спортом, наукой и искусством и не видят ничего славного в экономике и системе социальной защиты», 07 декабря 2015].

В ходе исследования была проанализирована вербализация государственного, военного, национального, культурного, религиозного и спортивного аспектов в перечисленных газетах и журналах. Из анализа можно сделать вывод о том, что в целом, концепт РОССИЯ в американских газетах и журналах характеризуется наличием негативной окраски, что показывает страну как агрессора, который стремительно набирает силы для того, чтобы захватить не только Европу, но и США. Лишь в некоторых случаях Россия представляется как демократическая и свободная страна. И, напротив, в российских газетах концепт РОССИЯ приобретает позитивную окраску. Россия представляется как страна, которая может противопоставить себя агрессорам извне и готова к решительным действиям.

### Источники и литература

- 1) Галумов Э.А. Имидж против имиджа. – М.: Известия, 2005. – 551 с.
- 2) Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 245 с.