

Министерство образования и науки РФ
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Филологический факультет ТГУ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов IV (XVIII)
Международной конференции молодых ученых
(20–22 апреля 2017 г.)

Выпуск 18

Том 1. Лингвистика

Издательство Томского университета
2017

жанием исходного текста. Причем авторы подобных комментариев стремятся перейти к обсуждению политических процессов в стране и мире.

Таким образом, независимо от того, политический ли текст, или, напротив, текст неполитической направленности, оказавшийся в политизированном пространстве Интернета, интерпретируется в политическом аспекте, и при этом – по конфликтному сценарию.

¹ Баркович А.А. Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация. – М.: Флинта, 2016. – 288 с.

² Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань: Изд-во Казанского гос. университета, 2004. – С. 63–67.

³ Колокольцова Т.Н., Лутовинова О.В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: Флинта, 2016 – 328 с.

⁴ Голев Н.Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика // Тезисы Международной научной конференции. – Екатеринбург, 2011. С. 66–69.

⁵ Ким Л.Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста: теоретико-экспериментальное исследование: автореферат дис... д-ра филол. наук. – Кемерово, 2010. – 50 с.

⁶ Кишина Е.В. Интернет-комментарии к политическим текстам как объект описания обыденной лингвополитологии // Człowiek Świadomość Komunikacja Internet. Redakcja naukowa Ludmiła Szypielewicz. – Warszawa 2012. – С. 692-702.

⁷ Третьякова В.С. Конфликт как феномен языка и речи // Известия Уральского государственного университета. – 2003. – № 27.

Барашкова Д.Р., ТГУ, студент

Barashkova D.R., TSU, student

Репрезентация образа России в СМИ России, США и Индии

Representation of the image of Russia in the mass media of Russia, USA and India

Статья посвящена изучению репрезентации образа России в англоязычных (США, Индия) и русскоязычных печатных СМИ в период 2012–2013 годов. Выявляются и сравниваются национальные особенности языковой репрезентации образа.

This article studies the representation of the image of Russia in English (USA, India) and Russian print media in 2012 – 2013. National features of the language representation of the image are identified and compared.

Ключевые слова: дискурс СМИ, Россия, образ.

Keywords: mass media discourse, Russia, image.

Научный руководитель: Кашпур Валерия Викторовна, канд. филол. наук, доцент.

На современном этапе развития СМИ, осознавая степень их влияния на общество и его взгляды, актуальным представляется изучение специфики репрезентации образа России в СМИ России, США и Индии. Целью дискурса СМИ является «формирование общих мировоззренческих принципов»¹. СМИ непо-

средственно воздействуют на общественное сознание и на социальную практику. Изучение репрезентации образа России в СМИ разных стран позволит смоделировать национально-специфичные конструкторы.

Материалом исследования являются статьи англоязычных и русскоязычных газет, в которых упоминается Россия. Англоязычные СМИ представлены газетами Индии («The Times of India», «The Hindu» и «The Indian Express») и США («The Wall Street Journal», «The USA Today» и «The New York Times»). «Аргументы и Факты», «Известия», «Коммерсантъ-Daily» представляют русскоязычный источник материала. Данные газеты являются авторитетными ежедневными печатными изданиями с крупным тиражом. Они освещают события как общественно-политического, так и общенационального характера. Все источники доступны в интернет-версии. Для исследования привлекается актуальный материал 2012 – 2013 гг. Наша исследовательская гипотеза заключается в том, что образ России будет национально специфично представлен в СМИ трех стран.

Сбор материала осуществлялся методом сплошной выборки контекстов, содержащих лексическую единицу «Россия» в русскоязычных СМИ и «Russia/Russian» в англоязычных СМИ. Было проанализировано 20 источников на русском и 35 источников на английском языке. Общее количество словоупотреблений в русском языке: 109, в английском: 104.

Первичный анализ заключался в определении основных тематических направлений реализации образа России. Было выявлено два основных направления: внешняя политика и социальная жизнь в России, т.е. образ России на международной арене и образ России в пределах страны.

В рамках первого направления Россия рассматривается как участник отношений между странами. **В газетах США** Россия чаще всего (около 90%) упоминается в контекстах о ее взаимодействии с Соединенными Штатами, Западом, Сирией и Украиной. По отношению к Соединенным Штатам Россия, с одной стороны, представляется как противник. В статьях пишут об антиамериканской политике России (**Russian** anti-Americanism is likely to intensify). Однако, несмотря на напряженные отношения между этими странами, некоторые контексты указывают на то, что Россия и США пытаются найти общий язык (to find common ground with **Russia**). По отношению к Западу СМИ США представляют Россию как соперника Запада на Востоке. Россия находится в напряженных отношениях с Западом (traditional **Russian** suspicions of the West). По отношению к Сирии СМИ США изображают Россию как страну, помогающую Сирии своим, отличным от других стран, путем. Россия всячески поддерживает Сирию как в политическом, так и экономическом плане, защищает и оправдывает правительство Сирии, несмотря на позиции США (U.S. frustration with Mr. Putin has also been building over Moscow's support for Syrian President). По отношению к Украине создан образ России как угнетателя. Россия пытается контролировать Украину, пользуется ее слабостью (Germany's new foreign minister, accused Russia of taking advantage of Ukraine's economic weakness).

СМИ Индии упоминают Россию в основном в связи с самой Индией, отдельно можно рассмотреть тему продажи военного оружия. По отношению к Индии Россия всегда сотрудничает с ней и налаживает контакты (In that situation India and **Russia** show an example of responsible leadership and collective actions in the international arena). Россия является крупным поставщиком тяжелого оружия в Индию (India and **Russia** going to sign biggest-ever defence deal). Газеты также описывают большую военную подготовку и снаряжение России в целом.

Российские СМИ упоминают Россию в основном в тех же контекстах, что и СМИ США: связанных с США, Западом, Сирией, Украиной, дополнительно характеризуются отношения с Востоком. По отношению к США Россия представлена как их конкурент (Внешний долг **России** растёт. Зачем мы всё время занимаем, а свои деньги отдаём американцам на хранение). По отношению к Западу Россия представлена как дискредитируемая страна (И образ **России** искусственно ухудшают – в том числе для того, чтобы ослабить наши конкурентные преимущества в естественных для **России** областях). По отношению к Сирии Россия представлена как щедрый помощник: Россия безвозмездно помогает Сирии (...если бы не жёсткая позиция **России** в Совете Безопасности ООН, войска НАТО вторглись бы в эту страну уже в июле). Россия является другом Сирии. По отношению к Украине Россия представлена как страна, имеющая право влиять на нее (Никто даже в страшном сне и подумать бы не мог, что через сотню лет в центре материи городов русских будут происходить такие безобразия и **России** придётся отстаивать своё право на влияние в этой части русского мира). Россия не может наладить контакт с Украиной. По отношению к Востоку Россия представлена как влиятельная (И приоритет внешней политики России очевиден: быть лидером вместе с Китаем в построении мультиполярного мира) и щедрая страна (**Россия** простила Северной Корее долг в размере \$11 млрд).

В рамках второго направления рассматриваются аспекты социальной жизни в России.

СМИ США пишут о России как о стране с невысоким уровнем жизни, стране, в которой нарушаются права человека (The ban is part of a bill retaliating against a new American law aimed at punishing human rights abuses in **Russia**). В России ухудшается демографическая ситуация (**Russia's** Slavic population is dwindling, eaten away by declining life expectancy, rampant drug and alcohol abuse, and low fertility). **СМИ Индии** также пишут о России как о стране с не очень высоким уровнем жизни, но дающей хорошее образование (There are some fears about studying in Russia, but overall the education in the country is very good). **СМИ России** пишут о России как о сильной, преодолевающей все невзгоды стране, уровень жизни в которой повышается. (**Россия** не та страна, которая отстывает перед вызовами). В России высокий процент населения с высшим образованием (Среди наших граждан в возрасте 25–35 лет высшее образование имеют 57% – такой уровень кроме **России** отмечен всего в трех странах мира: в Японии, Южной Корее и Канаде).

Таким образом, первичный анализ материала показал, что образ России в рассматриваемых СМИ раскрывается в двух направлениях: Россия как участник международных отношений и Россия как страна с внутренними социальными закономерностями. Направления представлены в газетах всех трех стран. Как участник международных отношений Россия представляется противником с перспективой взаимопонимания (США), дружественной страной (Индия) и независимым игроком на внешнеполитической арене (Россия). В национальном социальном аспекте Россия представлена как страна с невысоким уровнем жизни (США, Индия), нарушитель прав человека (США), стабильно развивающаяся страна (Россия).

¹ Полонский А. Медиа-дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>

Бирт Е.А., ТГУ, студент

Birt E.A., TSU, student

Речевой жанр поста в социальной сети «Facebook»: к проблеме описания

Speech genre of Facebook's post: to the problem of description

В данной статье на основе анализа личных аккаунтов в социальной сети «Facebook» будут представлены особенности функционирования речевого жанра поста в социальных сетях. Описаны отличия личного поста от рекламного поста.

In this article features of the functioning of the speech genre of post in social networks will be presented. The presentation is based on the analysis of personal accounts in Facebook. Distinctions between personal and advertising posts are described.

Ключевые слова: пост, речевой жанр, Facebook

Key words: post, speech genre, Facebook

Научный руководитель: Эмер Юлия Антоновна, д-р филол. наук, доцент

Интернет-сервисы социальных сетей – важная коммуникационная составляющая Интернета. Многие русские и зарубежные исследователи посвятили свои работы изучению особенностей коммуникации в Интернете (Дж. Прайс, Е. Н. Галичкина, и др.). Актуальность данного исследования обусловлена концентрацией русскоязычных исследований на русских социальных сетях, в то время как Facebook всё ещё остается в стороне, хотя значительно отличается от русских основной аудиторией, контентом и интерфейсом и является источником большого научного интереса. Цель исследования – характеристика речевого жанра поста в социальной сети Facebook.

В данной статье под речевым жанром понимается совокупность письменных высказываний, обусловленных тематически, стилистически и ситуативно¹.