

**Образ Индии в статьях медиапортала "Вести.Ру" в сентябре-декабре 2014 г. и
сентябре-октябре 2015 г.**

Смородинников Владимир Александрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
иностраных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной
коммуникации, Москва, Россия
E-mail: vladimir108@rambler.ru

В современном мире язык СМИ становится не только средством коммуникации и хранения информации, но и эффективным методом воздействия. СМИ в условиях глобализации и открытого доступа к информации стремятся воздействовать на глобальную аудиторию и уже стали основным источником информации о мире для подавляющего числа людей на Земле. Они способны формировать образ культур и представления народов друг о друге, продвигая или извращая имидж стран.

Что касается России и Индии, характер отношений двух стран всегда, и особенно в последние несколько лет, оставался доверительным и плодотворным. Однако, согласно гипотезе, представленной в этой работе, российские СМИ формируют образ, не соответствующий характеру реальных международных отношений.

Нельзя не заметить, что выбор портала федерального значения, финансируемого из государственного бюджета не случаен. Это один из самых популярных порталов страны, который содержит все новостные материалы радиостанций и телеканалов ВГТРК. Продукты ВГТРК доступны бесплатно каждому жителю РФ при наличии функционирующих телевизора, антенны и радио.

Эта работа ставит целью определить характер образа Индии, представляемого порталом Вести.Ру в 2014 и 2015 гг. Для проведения исследования были выбраны два периода: сентябрь-декабрь 2014 и сентябрь-октябрь 2015 гг. Для этого были выполнены такие задачи, как сбор текстового медиаматериала, посвященного теме, проведение контент-анализа (количественного и качественного), лингвокультурологического исследования текстов статей и выявление основных тенденций в представлении образа Индии.

Теоретической базой послужили исследования в области имагологии в работах Муха В.Н, Гравера А.А., Папиловой Е.В. и имиджелогии в материалах С.Королевой, К.Гаджиева, Гринберг Т.Э. Необходимо было также освоить методологию лингвокультурологического подхода к анализу медиатекстов, которая наиболее подробно описывается в работах Т.Г.Добросклонской и В.В.Воробьева.

Практическая часть работы была проведена на материале 378 статей, связанных Индией, из которых 171 статья посвящена Индии, а в остальных есть хотя бы однократное упоминание названия страны. Наиболее часто освещаемые темы, связанные с природными катаклизмами, несчастными случаями, казусами и т.п., я объединил в одном разделе "общество". В нем Индия представлена перед читателем или зрителем как страна с непредсказуемыми погодными условиями, приводящими к гибели десятков тысяч жителей, с высоким уровнем бедности, с неубывающим влиянием предрассудков в социальной и духовной жизни, таким государством, судьба женщин которого тяжела и в обществе, и в семье. Вторым по количеству статей стал раздел "экономика", куда были включены статьи, связанные с микро- и макроэкономической ситуацией в Индии, и который формирует впечатление об Индии, как об активно развивающейся и успешной стране. Похожий положительный образ формируется статьями разделов "международные отношения", в

который входят статьи, повествующие о роли и действиях Индии на мировой арене и о российско-индийских отношениях, и "военное дело", в котором публиковались в том числе статьи о российско-индийских учениях и закупках из России для армии Индии. Неоднозначным оказался раздел "технологии", в который были включены статьи об инновационных новинках и научных разработках в Индии. Неоднозначность проявляется в представлении характера технологий, внедряемых международными компаниями в Индии. В Индии акцент делается на дешевые технологии, что связано с бедностью населения.

Таким образом, у аудитории портала Вести.Ру мог сложиться двойной образ Индии благодаря выявленному неожиданному контрасту между характером информации в разделе "общество" и остальными разделами. С одной стороны, Индия - отсталая страна нескончаемых катаклизмов с высоким уровнем бедности, где с российскими туристами нередко происходят несчастные случаи и где женщины становятся жертвой насилия, предрассудков и жестоких социально-духовных норм. С другой стороны, Индия - государство, заключающее многомиллиардные контракты с Россией, успешно развивающаяся технологически и экономически, конкурирующая с Китаем по ряду критериев. Квантитативный анализ позволил увидеть, как на портале формируется тематика статей и образ страны в целом.