

Образ России в американских средствах массовой информации в 2012-2014 гг.

Куркина Евгения Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: janealex7@mail.ru

С развитием науки и техники, в XXI веке людям открылись всевозможные источники информации. Посредством интернета и гаджетов можно за несколько секунд найти ответы на любые вопросы, при этом не покидая дома. Тем не менее, процесс познания человеком мира как и прежде подразумевает знакомство с другими культурами и странами. За долгие века люди получили достаточное количество знаний о разных регионах, составили определенные образы, создали стереотипы. У разных народов сложилось четкое распределение на понятия «свой» и «чужой». Все это стало результатом образования новой научной дисциплины - имагологии. Это слово происходит от латинского *imago* (изображение, образ, отражение) [1]. Имагология - научная дисциплина, имеющая предметом изучения образы «других», «чужих» наций, стран, культур, инородных для воспринимающего субъекта. Образ «чужого» изучается как стереотип национального сознания, т.е. как устойчивое, эмоционально насыщенное, обобщенно-образное представление о «чужом», сформировавшееся в конкретной социально-исторической среде [2]. Данная работа является имагологической, так как посвящена выявлению образа России, который формируется посредством американских СМИ. США и РФ - два крупнейших игрока международной арены. За несколько веков контакта друг с другом динамика взаимоотношений между странами не отличалась устойчивостью. Дружественные отношения сменялись вражескими, и наоборот. В настоящее время страны по-прежнему продолжают взаимодействовать, однако их отношениях как и прежде не являются стабильными. В связи с этим выявление образа России в масс-медиа США представляется особенно важным. СМИ выбраны в качестве неслучайно. В настоящее время они являются «третьей силой», охватывающей все сферы жизни современного человека и формирующей общественное сознание. Основными источниками для данной исследовательской работы стали электронные версии «The New York Times» и «The Wall Street Journal» - двух самых влиятельных изданий США, придерживающихся разных политических взглядов. Хронологические рамки исследования - май 2012 - март 2014. Выбор данного временного периода обусловлен тем, что с мая 2012 года начался третий срок президентства Владимира Владимировича Путина. Это событие вызвало бурную полемику со стороны Запада и, соответственно, повлияло на отношение к России в целом. Последующая политика, проводимая президентом, также определяла формирование соответствующего образа страны. Верхняя граница исследования ограничивается мартом 2014 года в связи с тем, что в последствии свое распространение получил украинский кризис, приведший к резкому ухудшению отношений между США и РФ и, как следствие, отрицательно сказавшийся на представлении американцев о России. В связи с этим работа над материалами СМИ с мая 2012 года (начало пересмотра отношения США к России) по март 2014 года (обострение конфликта между государствами) представляется наиболее интересной, так как с их помощью возможно проследить трансформацию образа России в американской прессе с начала конфликта и вплоть до окончательного ухудшения отношений. Выбранная для изучения тема актуальна тем, что посредством выявления образа «чужого» (т.е. образа России в американских СМИ), нам представляется возможность не только взглянуть на Россию глазами представителей другой культуры, но и охарактеризовать сам воспринимающий субъект (американцев),

лучше понять особенности его национального самосознания, выявить главные ценности этого субъекта. Знание особенностей другой культуры позволяет избежать неудач в межкультурной коммуникации и может способствовать благоприятному развитию отношений между представителями разных культур. Работа состоит из введения, двух глав основной части, заключения и списка используемой литературы. В первой главе представлены теоретическая часть, понятийно-терминологическая база; рассматриваются такие ключевые понятия имагологии, как «имидж», «образ», «стереотип», «дискурс»; объясняется значение СМИ, описывается их роль в современном мире; указываются факторы, влияющие на формирование имагологических образов. Во второй главе представлен анализ работы над материалами американских СМИ, выявляющий составные элементы образа России. Перечисляются знаковые события 2012-2014 гг. и анализируются особенности их освещения в выбранных изданиях. Главными сенсациями изучаемого периода стали инаугурация В.В. Путина, оппозиционные выступления (А. Навальный, Pussy Riot), акт Магнитского, «дело Сноудена», проведение Олимпийских игр 2014 в Сочи. К основным выводам работы можно отнести то, что не только внешне, но и внутренне политические действия российского правительства находят отражение в американских СМИ. Являясь приверженцами демократических взглядов, американцы выступают за поддержание и распространение демократии не только на территории США, но и во всем мире, в том числе и в России. Несмотря на это, российское общество пока не полностью перешло на демократический путь. Образ России, изображенный в американской прессе, изображает ее страной, не поддерживающей стремление к народоправству; страной, сохранившей в себе пережитки монархизма и не желающей бороться с ним.

Источники и литература

- 1) В. Б. Земсков “На переломе: Образ России прошлой и современной в культуре, литературе Европы и Америки (конец XX – начало XXIв.)”
- 2) Е.В. Папилова “Имагология как гуманитарная дисциплина”, “Вестник Московского Государственного Гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. Филологические науки”, Выпуск №4, 11, стр. 31