

Секция «Журналистика»

Россия как объект информационного внимания в современной американской периодической печати (на материале газеты «The New York Post»)

Серёда Виктория Владимировна

Студент

Ставропольский государственный университет, Факультет филологии и журналистики, Ставрополь, Россия

E-mail: victoriaghost91@mail.ru

Сегодня зарубежные СМИ активно освещают события политико-экономической, культурной жизни нашего государства. Важным для построения продуктивного диалога государств является вопрос о том, как воспринимают друг друга представители разных культур. Это и обуславливает актуальность данного исследования.

Восприятие России и ее граждан заметно неодинаково и зависит от региональной принадлежности государства: «Достаточно позитивный образ России характерен для стран СНГ и стран третьего мира, при этом в несколько меньшей степени — для Латинской Америки и Ближнего Востока (однако в странах Ближнего Востока образ России значительно более позитивен, чем образ США). Заметно более негативен образ России в странах Запада (при этом, в несколько меньшей степени в США, Канаде и Великобритании). Для стран Восточной Европы характерна очень сильная вариация (скажем, в Болгарии образ России — выражено позитивен, а в Польше — выражено негативен)» [1, с. 3].

В ходе работы нами был проанализирован образ России как объекта информационного внимания в американском ежедневном издании «The New York Post». Нами была рассмотрена сущность имиджа государства, персоны, которые наиболее часто упоминаются изданием, особенности подачи публикаций.

Материалы, в которых Россия выступает в качестве объекта информационного внимания, встречаются достаточно часто — с периодичностью каждые 3-5 дней. Причем в переломные моменты для государства, дни катастроф и прочих важных событий — количество и периодичность публикаций увеличивается.

Анализ показал, что большая часть материалов формирует мрачный и враждебный имидж, отсылает к СССР, царизму, чернобыльской катастрофе. В журналистских текстах говорится о нищете, коррупции, разваленном сельском хозяйстве, отсутствии современной технической базы, политическом «беспределе».

В то же время были выявлены и рассмотрены публикации об улучшении взаимоотношений с Россией, о «потеплении» между государствами и важности сотрудничества.

Главные информационные поводы в газете за выбранный для анализа период времени (июль — декабрь 2010 года) — летние торфяные пожары, действия России в области ядерной политики, русский «шпионаж», подписание контракта с «Дэвилз» хоккеистом Ильей Ковальчуком, предстоящие выборы президента России в 2012 году.

Главные темы, которые поднимает газета за июль-декабрь 2011 года, — крушение теплохода «Булгария», авиакатастрофа самолета Як-42 с хоккейной командой «Локомотив», предстоящие президентские выборы, ядерная политика России, протест российского народа против результатов выборов в Государственную Думу.

Персоны, которые упоминаются газетой «New York Post» чаще всего: президент Д.А. Медведев, премьер-министр В.В. Путин, «шпионка» Анна Чапман, хоккеист Илья Ковальчук, «продавец смерти» Виктор Бут, политик и бизнесмен Михаил Прохоров. Через призму этих людей раскрывается сущность образа России: тандем политических лидеров с «царскими» амбициями, обилие шпионов и продавцов оружия.

Таким образом, область информационного внимания охватывает события политики и экономики, меньше ориентируясь на культурные и спортивные темы. Часто в основу материалов ложатся события, связанные с различными бедствиями, катастрофами, что создает негативный имидж России.

Немаловажную роль в формировании образа нашей страны в американской газете также играют заголовки – простые и заключающие в себе «интригующую» эмоциональную окраску. Большая часть проанализированных заголовков – простые, по цели эмоционального воздействия на аудиторию – «интригующие». В заголовках часто рисуется враждебный и мрачный образ России, хотя зачастую само содержание текстов может носить нейтральный характер.

Литература

1. Кобзева С., Халтурина Д. и др. Количественный и качественный анализ имиджа России в мире // Полис. 2009. №9.