

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Московский государственный лингвистический университет»
(ФГБОУ ВО МГЛУ)
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Moscow State Linguistic University»
(MSLU)
ЕВРАЗИЙСКИЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ-ФИЛИАЛ

Кафедра романской филологии

Клочкова Оксана Сергеевна

**СХОДСТВО И РАЗЛИЧИЕ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ РОССИИ И
США ФРАНКОЯЗЫЧНЫМИ СМИ**

Выпускная квалификационная работа студента группы ЕАЛИ9-8-45

Направление подготовки/ специальность: 45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль): Теория и методика преподавания иностранных языков
и культур

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент кафедры
романской филологии Степанова Н.П.

(ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Заведующий кафедрой: доктор филологических наук, доцент Литвиненко Т.Е.

(ученая степень, ученое звание, ФИО)

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой теоретической и прикладной лингвистики
(наименование выпускающей кафедры)

доктор филологических наук, профессор Казыдуб Н.Н.

(ученая степень, ученое звание, ФИО)

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Иркутск 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РОССИИ И США.....	6
1.1 Роль СМИ в составлении общественного мнения.....	6
1.2 Представление о России во Франции: Исторический аспект.....	10
1.3 Представление о США во Франции: Исторический аспект.....	14
ГЛАВА 2. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РОССИИ И США ВО ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	24
2.1 Россия на страницах французских СМИ.....	24
2.2 США на страницах французских СМИ.....	28
2.3 Основные средства репрезентации представления России во франкоязычной прессе	33
2.3.1 Представление внешней и внутренней политики России.....	34
2.3.2 Образ политического лидера страны.....	38
2.3.3 Представление экономической сферы России.....	41
2.3.4 Представление социокультурного аспекта России	43
2.4 Основные средства репрезентации имиджа США во франкоязычной прессе.....	45
2.4.1 Представление внешней и внутренней политики США.....	46
2.4.2 Образ политического лидера страны.....	48
2.4.3 Представление экономической сферы США.....	50
2.4.4 Представление социокультурной сферы жизни США.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	58

ВВЕДЕНИЕ

«Для западного культурного человечества Россия все еще остается совершенно трансцендентной, каким-то чуждым Востоком, то притягивающим своей тайной, то отталкивающим своим варварством. Даже Толстой и Достоевский привлекают западного культурного человека, как экзотическая пища, непривычно для него острая», – писал Н. Бердяев в 1915 году [6, с. 9]. Он ярко охарактеризовал одну из устойчивых тенденций западного восприятия России. Можно увидеть также указание на то, что на Западе сложился особый образ, функцией которого является преломление российских реалий. То, как Россия воспринимается людьми других культурных регионов, в частности, людьми Запада, позволяет взглянуть на неё со стороны, под новым углом зрения. Знание особенностей того, что думают о нас другие, важно для практических целей: без такого знания невозможно полноценное общение и сотрудничество [29, с. 167].

Актуальность темы настоящего исследования определяется современной языковой ситуацией, важностью изучить и проанализировать языковые средства для составления имиджа России и США на современном этапе, который характеризуется сложностью, множественностью участников и комплексной зависимостью. На фоне социально-политических вопросов ярко выражен национальный конфликт между двумя сверхдержавами – Россией и США, которые постоянно борются за мировое лидерство. На международной арене Россия и США занимают неодинаковые позиции по многим спорным (международным) вопросам. Россия не одобряет некоторые действия США, она также возражала против любого силового воздействия на Иран и Ирак. Москва сохраняет военно-техническое сотрудничество с зарубежными странами, поставляет вооружение в Украину и в Сирию, признает ИГИЛ террористической организацией. Россия выражает явное недовольство проявлениям «дружеских устремлений» государств СНГ к НАТО, отрицательно относится к увеличению американского влияния в Украине и в Сирии. И, нако-

нец, Россия проводит внутреннюю политику, которая очевидным образом раздражает США.

Проблема представления страны тесно связана с феноменом информационных войн. Последние информационные войны против России начатые западными государствами имеют свои хронологические рамки, охватывающие период с 2013 по 2016 г. Избранный период изучения имеет ряд экономических и политических особенностей, связанных с военным конфликтом на Украине, присоединением Крыма, после которого начались антироссийские санкции, и последним военным конфликтом в Сирии.

Информационная война предполагает «нападение» – создание негативного образа России в зарубежных сми, и «защиту» с противоположной целеустановкой – создание положительного образа России в отечественных средствах массовой коммуникации [21, с. 383]. В первую очередь данная проблема относится к политологии, социологии, истории и журналистики. Но прежде всего, факт наличия информационной войны репрезентируют именно средства языка. Отсюда следует, что задача лингвистики состоит в сборе, анализе и обобщении соответствующего языкового материала. Лингвистическое исследование средств массовой информации сопоставляет языковые системы и речевые стратегии, используемые в различных культурах, и «вычисляет» возможные эффекты от использования этих средств в конкретных обстоятельствах массового воздействия [1, с. 114].

Цель исследования состоит в анализе языковых средств, которые используют франкоязычные СМИ для создания представления России и США.

Объектом исследования являются представления Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки.

Предметом исследования выступают языковые средства, с помощью которых образы России и США создаются в современных французских СМИ.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) изучить роль средств массовой информации в современном обществе;
- 2) рассмотреть понятие «информационная война»;
- 3) изучить исторический аспект взаимоотношений России и США с Францией;
- 4) определить сферы современной российской и американской действительности, освещаемые во франкоязычной прессе;
- 5) проанализировать тексты французских новостных веб-сайтов для выявления элементов образа России и США.

Для проведения анализа были использованы следующие методы: анализ и синтез научной литературы, компонентный анализ и метод контекстуального анализа.

Источниками фактического материала являются отдельные статьи сайтов французских газет за 2013-2016 гг.: *Le Monde* - <http://www.lemonde.fr/>, *Les Echos* - <http://www.lesechos.fr/>, *L'Humanité* - <http://www.humanite.fr/> и *Le Figaro* - <http://www.lefigaro.fr/>

Практическая значимость заключается в анализе материалов французских электронных СМИ за период 2013 – 2016 гг. и в выявлении элементов образа России и США. Исследование способствует определению имиджей США и России, пониманию специфики взаимодействия и представления мировых лидеров, а также выявление особенностей средств языка, описывающих франко-американские и русско-французские отношения.

Дипломная работа состоит из оглавления, введения, двух глав, заключения и библиографического списка.