

УДК 81' 27 : 070 (73)

Тарасенко Татьяна Петровна

кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры прикладной лингвистики и новых информационных технологий Кубанского государственного университета
tarasenkotp@mail.ru

Tarasenko Tatiana Petrovna

Candidate of Philological Science, Senior Lecturer of the Department of Applied Linguistics and Information Technology of Kuban State University
tarasenkotp@mail.ru

ОБРАЗ РОССИИ В ЗАГОЛОВКАХ РУССКОЯЗЫЧНОЙ АМЕРИКАНСКОЙ ГАЗЕТЫ «НОВОЕ РУССКОЕ СЛОВО»

Рассматриваются основные тенденции представления России в современном американском масс-медийном дискурсе, доказывається, что концептуализация образа России в заголовках американских СМИ представлена односторонне и содержит негативную информацию, направленную на дискредитацию России. Стратегия умолчания является одной из важных черт создания анализируемого дискурса.

Ключевые слова: дискурс, фрейм, слот, языковая картина мира, манипулятивная речевая стратегия.

Проблема воздействия языка на человека, его способ мышления и его поведение напрямую связана со средствами массовой информации. Информирова человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. СМИ давно стали одной из властных структур в современном обществе. Неслучайно в период предвыборной кампании 1996 года бывший президент России Б.Н. Ельцин назвал их «второй ядерной кнопкой». Разница с первой в том, что второй ядерный чемоданчик не в руках у президента.

Для каждого государства важно, как воспринимается его образ и его народ за рубежом. Образ России в Америке освещается, прежде всего, публицистами.

Представленная статья посвящена исследованию образа России в дискурсе американских СМИ, особенно культурологическому влиянию русского политического и социального контекста на русскоязычных американцев.

Русскоязычные газеты за рубежом представляют особый политический дискурс, так как ориентированы, прежде всего, на наших соотечественников, по разным причинам оказавшихся за рубежом, на эмигрантскую читательскую аудиторию, судьбу которой лёгкой не назовёшь. Бродский, например, утверждал, что покинуть родину – это всё равно что войти в «новую инкарнацию».

Писатель Василий Аксёнов заметил, что «эмиграция мало чем отличается от присутствия на собственных похоронах». Эмигранты, дескать, сносят на погост собственное «я»: оно просто-напросто выбрасывается на свал-

THE IMAGE OF RUSSIA IN THE HEADLINES OF THE RUSSIAN-LANGUAGE AMERICAN NEWSPAPER "THE NEW RUSSIAN WORD"

The article examines the main characteristics of the representation process of Russia in the American mass media discourse. The research proves that the image of Russia, conceptualized in the headlines of American mass media, tends to be rather single-sided and contains negative information, the purpose of which is to discredit Russia. The strategy of preterition is established to be one of the main features of the analyzed discourse.

Key words: discourse, frame, slot, linguistic world view, manipulative speech strategy.

ку, и всякий эмигрант – суть порожняя раковина, которую посему следует начинить чем-нибудь заново.

В Америке эту миссию заполнения опустевшего ментального пространства русских эмигрантов вот уже сто лет выполняет одна из международных русскоязычных газет – «Новое Русское Слово» (НРС), отметившая в апреле 2010 года столетний юбилей, на котором отмечалось, что НРС позволяла русской эмиграции держать незримую связь с далекой родиной, став своеобразным мостом через Атлантику, она сплотила вокруг себя талантливых представителей русскоязычной американской диаспоры, отражала все периоды исканий, радостей и горестей эмигрантов. На её страницах печатали свои творения Куприн и Пастернак, Бродский и Солженицын, Набоков и Довлатов. Газета всегда выражала независимое мнение, неподвластное влиянию Советского Союза или правительства США. Валерий Вайнберг, директор и главный редактор издания, всерьёз называет «Новое русское слово» (НРС) единственным уцелевшим учебником русской истории. Маленькое хрустальное яблоко газете в подарок от мэра Нью-Йорка – в знак признания, что за сто лет существования газете «Новое Русское Слово» удалось прочно закрепиться в Большом Яблоке, как часто называют Нью-Йорк. Президент РФ назвал НРС в своём приветствии по случаю юбилея газеты «одним из наиболее авторитетных периодических изданий русского зарубежья». «Новое русское слово» помогло «нескольким поколениям читателей сохранить родной язык и национальное самосознание», – отметил он. «Сегодня газета служит укреплению духовных и гуманитарных связей миллио-

нов соотечественников с исторической Родиной», – говорится, в частности, в послании Д.А. Медведева.

Таким образом, сегодня газета по-прежнему считается флагом иммигрантской прессы, хотя она и переживает нелегкие времена. Заметим, что это «центральная» ежедневная русская газета в Америке. Распространяется она во многих странах мира, а также в Москве и других крупных городах России. География её читательской аудитории широка, поэтому неудивительно, что именно её дискурс послужил эмпирическим материалом для исследования способов формирования современного образа России в Америке. Выборка материала охватывает публикации 2010 года. Всего проанализировано 480 статей.

Выявить основные тенденции развития русскоязычного американского политического дискурса, проанализировать его концептуальную составляющую, определить его роль в формировании «образа России» позволяет применение такого метода, как контент-анализ – изучение массовых источников, содержащих однородную информацию по изучаемой проблеме.

Под дискурсом мы, вслед за В.Е. Чернявской, понимаем «тексты в неразрывной связи с ситуативным контекстом: в совокупности с социальными, культурно-историческими, идеологическими, психологическими и другими факторами, с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом, обуславливающим особую – ту, а не иную – упорядоченность языковых единиц разного уровня при воплощении в тексте» [1, с. 77–78].

Заголовок – это своеобразный элемент дискурса, имеющий двойную природу. С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящая «над» ним и перед ним. Поэтому заголовок воспринимается как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определённую самостоятельность. С другой стороны, заголовок – полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного текста (началом, серединой, концовкой), вместе с которыми он составляет архитектуру текста. Эта «двойственная природа заголовка» позволяет считать его частью дискурса и определяет многие его особенности.

Анализируя заголовки, мы используем понятие «фрейм» (первоначально термин ввёл Марвин Минский), изучаемое в рамках когнитивной науки, которая занимается исследованием способов организации, представления, обработки и использования знаний. Фрейм рассматривается нами с позиции

Е.Г. Беляевской, т.е. в качестве «комплекса знаний об обозначаемом, фиксируемого в языковом коде» [2, с. 82].

Рассмотрим фрейм ОБРАЗ РОССИИ в заголовках статей анализируемого издания. Газетный заголовок в совокупности с графическими эффектами, нелинейным синтаксисом (супраграфемикой) представляет собой квинтэссенцию информационного потока своего времени. Г. Лазутина даёт следующее определение информационного потока: «Массовые информационные потоки – сами продукты, сами тексты, то есть наполнение коммуникационных каналов» [3, с. 94]. Хороший заголовок является предметом стилистического искусства, средством организации внимания, воздействия, своеобразной рекламой размещённого под ним «продукта», служит выражением авторского отношения к теме материала, является отражением исторического и социального развития общества. Информация, заключённая в заголовке, может присутствовать в имплицитном и эксплицитном виде. Таким образом, заголовок становится как бы «головой» материала, предварительным пояснением к тексту и может служить целям нашего исследования.

Согласно М. Минскому, фрейм можно представлять себе в виде сети, состоящей из узлов и связей между ними [4, с. 17]. Такие узлы учёные называют слотами или терминалами. В фрейме «образ России» в анализируемом издании содержатся следующие слоты: Россия и другие государства; современная Россия: экономика, политика; Россия – преступный мир; свобода слова, демократия в России; русский язык на постсоветском пространстве; история России; спорт; культура и искусство; наука.

1. Слот «Россия и другие государства». Из заголовков видно, как складываются отношения России с другими государствами. В названиях используется манипулятивная речевая стратегия, которая реализуется в основном с помощью приёмов подсознательного стимулирования, маскировочных техник, выстраиванием новой модели мира. Это скрытое воздействие с опорой на стереотипы, чаще всего – это интрига, насмешка, намёк. Рассмотрим эти заголовки: заголовок-резюме «Россия становится для французов всё более чужой»; фальшиво-сенсационный, эпатажный заголовок «Батька» и «Медведь» окончательно побили горшки?» с использованием фразеологизма создаёт широкий коннотационный фон при краткости формы для получения экспрессивных, запоминающихся стилистических оттенков, а употребление прозвищ вместо имени направлено на имперсонализацию первых лиц государства, достижение комического эффекта; политическая аллюзия заголовка «СНГ как геополитический при-

зрак» вызывает недвусмысленные ассоциации с первой фразой из «Манифеста Коммунистической партии», написанной К. Марксом и Ф. Энгельсом: «Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма». Этот прецедентный текст служит для всякого рода парафразов, в нашем случае это замена слова «коммунизм» на СНГ. Цель данной трансформации – охарактеризовать Содружество Независимых Государств как призрачное явление, представляющее потенциальную угрозу, и в то же время реализовать тактику иронической насмешки. Продолжают этот ряд заголовки, представляющие интригу: «Из России без любви», «Миллион на изучение российско-украинских разночтений», «Россия спасла Латвию от деградации»?; и, наконец, заголовок-каламбур с негативной аллюзией «Цепкие узы дружбы с Китаем» содержит иронию благодаря языковой игре, в основе построения которой лежит паронимическая аттракция – звуковое сходство (цепкие / крепкие узы) и эксплуатация языковой неоднозначности. Чтобы обозначить «второй смысл», понять эту неоднозначность, читатель должен прочитать статью, включиться в эту языковую игру.

Эти заголовки свидетельствуют не только об их оценочно-негативной позиции по отношению к России, но и о характере жёсткой борьбы за место под массмедийным солнцем, где заголовок выполняет и брокерско-дилерскую функцию: «продать» материал во что бы то ни стало, для чего используется весь арсенал словесного мастерства: жаргонизмы, фразеологизмы, прецедентные тексты, каламбур, ирония и др.

Однако на страницах газеты не замалчивается факт потепления отношений с Соединёнными Штатами Америки. Несмотря на значительное расхождение во взглядах по многим вопросам внешней политики, отношения между Россией и Соединёнными Штатами Америки изменились, спустя годы непонимания и противостояния делаются первые шаги к установлению плодотворного сотрудничества, это отражено в различных по тональности заголовках: сдержанного «Хиллари в Белокаменной»; оптимистичного, демонстрирующего решимость, «К договору готовы!» (на фоне изображения рукопожатия президентов России и Америки); нескрывая восторженного ввиду долгожданной активизации России в Афганистане «Неожиданные союзники» (на фоне флага России и НАТО); передающего неотвратимость исторического факта «К глобальной перезагрузке» и, наконец, позитивно-уважительного по отношению к российскому президенту «Дмитрий Медведев – герой дня».

2. Слот «Современная Россия: экономика, политика» – представлен заголовками: «Жизнь в Путинляндии» – иронично-насмешливый заголовок с аллюзией на безраздельный монополизм власти в России и на её

настоящего хозяина; «Россия и коррупция: кто кого?» – в такой постановке вопроса заложено сомнение в предпринимаемых Россией усилиях по борьбе с обозначенным злом; «Бывший оружейный гигант закупает оружие», «Любовь Орлову» продали за долги», «Служащие Черноморского флота объявили голодовку» – в этих заголовках посыл на бедственное положение российской экономики, отчаяние народа; «Как Москва изменилась до неузнаваемости» – эмоциональное воздействие заголовка достигается аллитерацией; «Москва – столица излишеств во всём» – как проводник к тексту этот заголовок формирует вывод, который должен сделать читатель; «Новый договор по СНВ – это одностороннее разоружение» – помимо вывода заголовок содержит некий сверхсмысл, отражающий подозрительность, недоверие по отношению к России и страх американцев быть обманутыми; «Танец смерти» в России» – зловещая метафора, вызывающая ассоциативные связи с насилием, агрессией, крушением, несправедливостью; «Назад в СССР? Это ещё бабушка надвое гадала» – синтаксически сложный заголовок, несомненно, он привлечёт внимание читателя, поскольку использование риторического вопроса и прецедентного текста создаёт интригу и содержит уверенность в необратимости социально-политических процессов в России.

Во многих заголовках заметно лидерское, императивное воздействие, которое проявляется эксплицитно, без маскировки, ультимативно, не скрывается установка на доминирование в отношениях, используется суггестивная речевая тактика: «Напоминание Москве: не лезьте на нашу территорию»; «Верните обломки на родину!» (о необходимости возвращения польской стороне обломков самолёта Ту-154, на котором под Смоленском разбилась делегация страны во главе с президентом); «Ленина пора сдавать в архив» (пример деканонизации, связанной с фигурой В.И. Ленина, обладавшей священным статусом в советский период); на общем фоне откровенно пренебрежительного отношения ко всему, что связано с Россией, звучит умильно-сакральное: «Боже, Сохрани Америку!».

3. Позиционирование Российской Федерации как мира тотальной преступности – это следующий слот: «Киберпират» Мальцев и его команда»; «Арестована ещё одна Анна»; «Жаркое лето на криминальной «русской улице»; «Кто и за что убивает российских перебежчиков в США и Канаде»?; «Внуку русского режиссёра грозит смертная казнь»; «Испанская вотчина российской мафии»; «Прокуратура о муках российского лётчика»; «В логове российской мафии», «В хаосе Дагестана гибнут полицейские», «По обвинению в инсайде»; «Russian mob – иных уж нет, а те далече...»; «Молодые, но не зелёные» с подзаголовком «Банда хакеров из России и Молдавии обчистила банковские счета

американцев». В этих заголовках используется лексика с агрессивным прагматическим потенциалом: пират, арестовать, криминальный, убивать, перебежчик, смертная казнь, мафия, банда, обчистить, прокуратура, логово, муки, гибнуть, обвинение. В них заключена общая стратегия дискредитации России, реализующаяся в частных стратегиях обвинения, оскорбления, насмешки, запугивания русскоязычных американцев. Цель такой стратегии – вызвать отторжение, отмежевание от страшного мира с названием Россия, сделать Россию синонимом вселенского зла, преступности. Эти заголовки имеют тот надсмысл и ту эмоциональную окраску, которые, по мнению авторов, наиболее точно передают интенцию самого материала.

4. В структуру фрейма ОБРАЗ РОССИИ входит слот «Свобода слова, демократия в России», здесь авторы используют заголовки-ассоциации: «Свобода слова под ударом»; «Свободе слова мешают заборы»; «Кризис в российских СМИ», заголовки-хроники: «Горбачёв предсказывает распад России, если в стране не будет восстановлена демократия»; «В России сажают за курительные смеси». Восклицивание, вопрос, многоточие в так называемых игровых заголовках выполняют эмоционально-экспрессивную роль, способствуют установлению с читателем психологического контакта: «Свобода слова? Не в России», «Свобода слова в российских глубинках – есть ли она?». В названиях статей – интенциональное (намеренное) речевое воздействие на читателя, которое осуществляется посредством манипуляции. Актуализируется мысль о том, что в России ничего не изменилось, это страна с тоталитарным режимом.

5. Слот «Русский язык на постсоветском пространстве». В заголовках о положении русского языка подчёркивается неприязненное отношение бывших советских республик к русскому языку (укрепление позиций которого, как известно, имеет для России стратегическое значение): «Грузия воздвигает барьеры для русского языка»; а востребованность языка английского передаётся каламбурно-кощунственным цитированием прецедентного русского текста: «Великий и могучий английский язык»; если читатели заинтересуют следующие статьи с интригующими заголовками: «Глобальный русский», «Латышей дискриминируют»; «Перевод с украинского», то они прочитают много неуважительного о русском языке.

6. Терминал «История России». Различные факты истории в заголовках газеты также не формируют позитивный имидж России. Например, они напоминают о заслугах Америки в Великой Отечественной войне: «Ленд-лиз: Американская помощь в войне»; выражают сомнение в существовании такого направления в со-

ветский период, как шестидесятники, ставя под сомнение значение творчества Андрея Вознесенского – «А были ли шестидесятники?»; тиражируют лексику периода холодной войны – «Самолёт-шпион нужен и после «холодной войны», содержат напоминание читателю о том, что Советский Союз – это «империя зла», которую победили экономически американские кибервойны «Кибервойны и «империя зла».

7. Слот «Спорт». В каждом номере газеты уделяется внимание спорту. Один из заголовков красноречиво передаёт отношение американцев к ответственному и долгожданному для россиян событию – зимней олимпиаде в Сочи: «НХЛовцы в Сочи не поедут». Такое построение заголовка демонстрирует один из критериев манипулирующего воздействия: играя на интересах, потребностях или опасениях адресата, автор-манипулятор может удерживать адресата в пределах своих возможностей и влиять на него. Цель эмоционального заголовка-антитезы, содержащего полярные семантические лексемы – «Триумф США, провал России» – передать читателю восторг и удовлетворение автора по поводу блестящего успеха США и неудачи России.

Этот слот, как и слот «Культура» не допускает активных манипулятивных воздействий на читателя, двусмысленной трактовки событий или замалчивания фактов победы/поражения, успеха/неуспеха, поэтому заголовок «Россия вышла в лидеры» – это констатация неотвратимого факта победы России.

8. Слот «Культура и искусство». Россия – страна высокой культуры, и обойти её успехи, признанные всем миром, не представляется возможным. В заголовке «Вулкан вулкану не помеха» – метафоричное сравнение выступлений оркестра под управлением Валерия Гергиева с исландским вулканом. Речевая тактика восхищения – «повышения» образа России отражена и в других заголовках: «Сразу хочется в Петербург»; «Сергей Дягилев – «второй после бога» в балете»; «В защиту Андрея Вознесенского»; безусловно, что и интригующее название статьи «Какое отношение к Шопену имеет Путин?» привлечёт внимание читателя.

9. Слот «Наука». Многие заголовки отражают тему истощения научного потенциала России, непризнанных российских гениев, предпринимателей, обретших в Америке мировое признание и славу. Например, статья «Один графен на двоих» сообщает о лауреатах Нобелевской премии по физике, двух коренных россиянах Андрее Гейме, уроженце Сочи, и Константине Новосёлове, уроженце Нижнего Тагила, которые изобрели уникальный материал графен, прочный и способный проводить электрический ток. В заголовке-каламбуре автор

играет со словом, используя созвучные лексемы графен/графин, тем самым порождая двусмысленные ассоциации, пародийность, проявляя лингвистическую некорректность (заголовок не соотносится с научной информацией, заложенной в тексте, звучит диссонансом со смыслом статьи). В погоне за игривой развязностью автор нарушает этические нормы.

В результате проведенного исследования представляется возможным сделать вывод об основных концептуальных векторах высказываний о России, а следовательно, и способах её восприятия в той части общества, картина мира которого формируется под влиянием СМИ.

В заголовках газет, представляющих образ России в дискурсе русскоязычной американской газеты «Новое русское слово», присутствует усиление разговорного начала, что приводит к победе экспрессии над стандартом, используются языковые средства, которые являются маркерами стратегического замысла и тактических задач создателей медиатекстов. Функция индикаторов речевых тактик выявляется при анализе характерных признаков самого высказывания, которые определяют тип речевой стратегии. На семантическом уровне маркерами речевой тактики в исследуемом материале являются особенности обозначения участников коммуникации, обозначение событий, действий, характеристик коммуникативной ситуации и отношений между участниками. В создании образа России, в основном, уже в заголовках используется речевая стратегия дискредитации России – «понижение» статуса страны. При этом стилистические параметры слов свидетельствуют о негативной ценностной ориентации адресанта информации и воздействуют на установки реципиента. Определению речевой тактики способствуют показатели чрезмерности, максимализма в оценках как выражающие общее положение дел, что является сигналами

конфронтационных речевых тактик обвинения, иронизирования, умаления статуса, престижа России.

Возможно, публикации НРС объективно освещают те проблемы, которые заявлены в их заголовках, но нельзя не заметить, что все они освещают негативные события и создают впечатление, что в России в настоящее время беззаконие и разруха, а русскоязычные в Америке – это в основном преступники. Мир русского эмигранта заполняется страхами, недоверием, уверенностью в неполноценности своей исторической Родины и убеждением в том, что решение о разрыве с родиной – правильное.

В заключение также следует отметить, что одной из мощных возможностей поддержки русскоязычного населения за рубежом является существование СМИ на русском языке как носителей общей культурной основы и национально-духовных ценностей. И от того, на каком уровне развит этот социальный институт, будет во многом зависеть сохранение этого национального, культурного единства русского зарубежья с Россией, как носительницей этих основ.

Но в современном дискурсе русскоязычной американской газеты «Новое русское слово» содержится достаточно негативный образ России, так как события, происходящие в стране, освещаются односторонне. Фрейм ОБРАЗ РОССИИ является ограниченным, он не включает весь комплекс знаний о ситуации или объекте, существующий в данном социуме.

Стратегия замалчивания позитивных событий в России и возведение российских проблем в ранг национальной характеристики является одной из важных черт создания исследуемого дискурса СМИ, что наглядно проявляется в заголовках газеты. Отсутствует позитивная информация о России, в газете почти нет места освещению событий, вызывающих национальную гордость россиян.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Чернявская В.Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М., 2006.
2. *Беляевская Е.Г.* Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах: Когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова: дис. ... д-ра филол. наук. М., 1991.
3. *Лазутина Г.* Основы творческой деятельности журналиста. М., 2001.
4. *Минский М.* Фреймы для представления знаний: пер. с англ. / под ред. Ф.М. Кулакова. М., 1979.