



Медийный образ как совокупность топосов

Коцюбинская Л.В., Кашицина В.И., ГАОУ ВО ЛО «ЛГУ имени А.С. Пушкина»

l.kocubinskaya@lengu.ru, v.kashitsina@lengu.ru

Аннотация/Abstract

СМИ в последнее время становятся единственным источником информации для подавляющего большинства, поэтому их роль в формировании образа реальной действительности неуклонно растет. Так, появилась объективная необходимость в изучении сущности медийного образа как феномена, порожденного СМИ. Данное исследование посвящено рассмотрению медийного образа «Авиакатастрофа под Тегераном», репрезентированного американскому и канадскому читателю. Лингвокультурные смыслы раскрываются в пространстве медиатекста за счёт использования топосов – тем, проблем и сюжетов. На основании этого был проведен контент-анализ выявленных топосов и сделаны выводы о сходствах и различиях в репрезентируемых медиаобразах историко-политического события.

Введение/Introduction

Роль средств массовой информации трудно переоценить. Они являются мощнейшим средством формирования образа реальной действительности.

Цель настоящей работы – выполнить сопоставительный анализ медиаобраза «Авиакатастрофа под Тегераном», репрезентированного американскому и канадскому читателю. Выбор этих лингвокультурных сообществ обусловлен тем, что в свете данной трагедии, учитывая экстралингвистические факторы, Америка и Канада рассматриваются как участники бинарной оппозиции «свой – чужой».

Методы и материал исследования/ Methods & Materials

Материалом для исследования служат статьи о трагедии под Тегераном, опубликованные в печатных изданиях, а также на сайтах информационных агентств Америки и Канады: The New York Times, The Washington Post, USA Today, The Wall Street Journal, Cable News Network (CNN), CBS News, The Globe and Mail, Montreal Gazette, Ottawa Citizen, Winnipeg Free Press. Статьи отбирались методом произвольной выборки в период с января 2020 года по март 2020 года. Общее число публикаций составляет 30 статей.

Методология исследования основана на контент-анализе, который находит широкое применение в исследованиях политической коммуникации. Н.Н. Богомоловой и Т.Г. Стефаненко усматривают специфику контент анализа в его процедуре, предусматривающей подсчет частоты и объема упоминаний тех или иных смысловых единиц исследуемого текста [Богомолова, Стефаненко 1992: 18].

Единицей анализа в настоящем исследовании служит топос. В современных лингвистических исследованиях, по утверждению В.А. Садиковой, топос рассматривается как понятие близкое к понятию «тема» [Садикова 2009: 75].

Результаты/Results

Топос	Количество проанализированных источников	Количество единиц
США vs Иран / USA vs Iran	30	27
Печальная судьба компании Boeing / Sad fate of Boeing		9
Вражда с Россией / Feud with Russia		4
Надежный производитель / Reliable manufacturer		14
Утрата / Loss		15
Террористическая угроза / Terrorist threat		7
Канада и Иран: дипломатические отношения / Diplomatic relations of Canada and Iran		7
Канада как образовательная площадка для студентов из Ирана / Canada as an educational platform for students from Iran		3

Актуальность и значимость (результатов) исследования

В американском медиадискурсе в большей степени преобладает топос «США vs Иран / USA vs Iran», поскольку напряженные отношения между двумя странами стали причиной анализируемой авиакатастрофы. Примечательно, что топос «Вражда с Россией / Feud with Russia» также представлен здесь. Таким образом, несмотря на непричастность российской стороны к произошедшему, американские СМИ все же затрагивают тему отношений России и США и говорят о возможном опосредованном участии российской стороны в анализируемом медиасобытии. Топос «Надежный производитель / Reliable manufacturer» представлен как в американских, так и в канадских СМИ. США как страна производитель компании Boeing не может не защищать свои интересы, поэтому приводит большое количество доводов в пользу надежности и комфортности перелетов на авиалайнерах данной компании. Преобладающими топосами в канадских СМИ являются топосы «Утрата / Loss» и «США vs Иран / USA vs Iran». Первый топос объясняется тем фактом, что большое количество пассажиров на борту авиалайнера были гражданами Канады, поэтому данную авиакатастрофу можно считать национальной трагедией. Однако несмотря на то, что Канада – пострадавшая сторона, канадские СМИ не делают веских заявлений в сторону Ирана и не предъявляют прямых обвинений. Канадский медиадискурс отличается нейтральностью освещения данного медиасобытия.

Выводы/Conclusions

Таким образом, несмотря на пересечение некоторых топосов в американских и канадских СМИ, репрезентируемые медиаобразы «Авиакатастрофа под Тегераном» имеют различия. Происходит расстановка акцентов, которые задают определенный прагматический потенциал статей.

Литература/References

1. Садикова В.А. Топика: история, теория, практика: Монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. 188 с.
2. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ: спекпрактикум по социальной психологии. М.: Изд-во МГУ, 1992. 60 с.