

МИНОБРНАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как  
инострannого

**«Образ Республики Казахстан в публикациях интернет-версии  
«Российской газеты»**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 4 курса 432 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики

Ветровой Анастасии Андреевны

Научный руководитель  
зав. каф., док. филол. н., доцент  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

А.Н. Байкулова  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой русского языка,  
речевой коммуникации и  
русского как иностранного  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

А.Н. Байкулова  
инициалы, фамилия

Саратов  
2019

**Введение.** Данная работа посвящена анализу языковых средств формирования образа Республики Казахстан в российских СМИ на примере правительственного издания «Российская газета».

СМИ являются одним из важнейших институтов общества, а также площадкой для максимально быстрого информирования населения. Они оказывают влияние практически на все сферы общественной жизни, включая политику, экономику, образование и религию.

Сегодня СМИ не только предоставляют информацию, но и формируют мнение о событии или факте. В век цифровых технологий человеку довольно сложно находиться вне поля информационного потока: газеты, телевидение, радио и присоединившийся с недавнего времени Интернет дают людям возможность оставаться осведомленными.

Поскольку наше исследование строится на материалах интернет-версии «Российской газеты», отметим, что в современных условиях глобализации осуществляется переход так называемых традиционных СМИ «в электронное пространство сети Интернет, способствующей оперативности передачи данных, особенно новостных, благодаря ее техническим возможностям» (Баженова 2013).

Актуальность работы определяется тем, что СМИ как инструмент воздействия на аудиторию, а также способ манипуляции общественным мнением, формирующим языковые вкусы общества, находится в зоне пристального внимания лингвистов. Исследованием языка СМИ занимаются такие лингвисты, как: М.А. Кормилицына, О.Б. Сиротина, Г.Я. Солганик, Т.Г. Добросклонская, Д.Н. Шмелев. Понятие семантической доминанты изучают Е.В. Падучева, Г.Г. Полищук. Над изучением электронных видов СМИ работают такие исследователи, как: М.М. Лукина, И.Д. Фомичева, В.Г. Костомаров, Г.Н. Трофимова.

Объектом исследования является речь журналистов в интернет-издании «Российской газеты», а именно тексты, в которых, так или иначе, упоминается Республика Казахстан.

Цель исследования заключается в том, чтобы с помощью лингвистического анализа материалов «Российской газеты» выявить особенности представления в ней образа Казахстана.

Для того чтобы достичь поставленной цели, предстояло выполнить ряд задач:

- 1) изучить существующую научную литературу по теме;
- 2) собрать материал — высказывания о Казахстане в интернет-версии «Российской газеты»;
- 3) выявить семантические доминанты, которые позволяют представить образ современного Казахстана;
- 4) провести анализ речевых средств, используемых для формирования образа Казахстана;

Материалом исследования послужили 55 статей интернет-версии «Российской газеты» за 2018-2019 годы, в 35 из них упоминался Казахстан.

Для достижения поставленной цели в ходе исследования были использован дискурсивный метод.

**Основное содержание работы.** В первой главе «СМИ и их роль в формировании образа государства» показано, что средства массовой информации, передавая социальную, политическую и культурную информацию, включаются в процедуру социально-политической коммуникации, формируя определенную картину мира в сознании адресата.

Это самая мощная сила воздействия на общество, средство быстрой передачи информации во все уголки мира, а также самое эффективное средство провоцирования человеческих эмоций, способное воздействовать наилучшим образом.

В СМИ, в том числе и электронных, находят свое отображение события, происходящие в различных странах. М.А. Кормилицына отмечает,

что «средства массовой коммуникации являются одним из важнейших общественных институтов, оказывающих решающее влияние на формирование не только взглядов, представлений общества, но и норм поведения его членов, в том числе и речевого поведения. Это мощный инструмент воздействия на аудиторию и средство манипуляции общественным сознанием». Сегодня каждая страна пытается сформировать свой образ на политической арене, поскольку он является ключом для формирования общественного мнения, а также инструментом влияния на социальную практику. Формирование образа страны в языковом сознании происходит с помощью вербальных средств и экстралингвистических факторов.

Средства массовой информации играют значительную роль в формировании образа страны. Позитивный образ государства превращается в важнейший фактор успешного проведения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности.

Республика Казахстан – бывшая республика Советского Союза, традиционный сосед и партнёр. После развала СССР она приобрела независимость, и нам интересно, как формируется образ этой республики сегодня в проправительственной прессе – «Российской газете». Но нужно принимать во внимание события последнего времени (смену президента Н. Назарбаева) в данной стране.

Образ страны мы исследуем при помощи семантических доминант. Семантическая доминанта понимается как совокупность речевых способов, которые подчиняют себе текстовые компоненты. При исследовании образа страны выделяются его составляющие, в которых мы находим семантические центры – семантические доминанты, реализующиеся с помощью различных языковых средств и речевых приемов, используемых автором. Нами была предпринята попытка применить концепцию Г. Г. Полищук о роли семантических доминант при анализе художественных текстов к изучению медиатекстов.

Во второй главе «Образ Республики Казахстан, представленный через семантические доминанты» проводится анализ семантических доминант, раскрывающих образ Казахстана в интернет-версии «Российской газеты». Мы решили рассмотреть данное издание, поскольку оно является проправительственным, а значит, показывает отношение правительства России к Казахстану, передаёт новейшую информацию о связях двух стран. В изучении материалов интернет-версии «Российской газеты» есть преимущество: интернет-версия оперативно предоставляет информацию, для неё характерна гипертекстуальность, что облегчает поиск статей о Казахстане.

Прежде чем анализировать материал сайта, мы просмотрели статьи за период 2018-2019 гг. Для нас важно было определить, какие темы, связанные с Казахстаном, освещаются в издании. Поиск производился при помощи ключевых слов: *Казахстан; Нурсултан Назарбаев, Астана*. В результате были выявлены темы (микротемы), в которых так или иначе был представлен образ Казахстана. Анализ показал, что преобладающее большинство тем связано с внешней и внутренней политикой, с международными отношениями России и Казахстана. На наш взгляд, это объясняется направленностью издания.

Первая семантическая доминанта политической составляющей образа Казахстана в «Российской газете» — «партнерство». В «Российской газете» эта доминанта проявляется в публикациях, связанных с внешней политикой, сотрудничеством между государствами.

Эта доминанта имеет речевое выражение. Так, например, журналисты часто используют словосочетание: *стратегический партнёр*. Стратегический партнёр – это очень важный для государства партнёр, с которым можно выстраивать долгосрочные отношения. На сотрудничестве с ним государство строит свою стратегию. Характерно, что Казахстан представлен в «Российской газете» не просто как стратегический партнёр, а как *крупнейший стратегический партнер*:

Символично, что именно в Москве, столице **крупнейшего стратегического партнера** Казахстана, организована тематическая выставка в рамках мероприятий празднования 20-летия Астаны, - подчеркнул Аскар Мамин» (РГ, 26.09.2018). Прилагательное в превосходной степени **крупнейший** подчёркивает значимость Казахстана для Российской Федерации. Позитивный характер отношений между Российской Федерацией и Республикой Казахстан наблюдается и через отношение к президенту Нурсултану Назарбаеву: *Никто из казахстанских политиков не обладает такой известностью, как Назарбаев, который выстроил **хорошие отношения** и с Москвой, и с Пекином, и с Вашингтоном* (РГ, 19.03.2019). В заслугу Назарбаеву ставится то, что он укрепил международные связи: отношения с Москвой оцениваются как *хорошие*.

Семантическая доминанта «дружба» направлена на отражение в СМИ дружеских отношений между странами. Её можно соотнести с доминантой «партнерство», поскольку «дружба» и «партнерство» обычно связаны единым контекстом. Важно, что журналисты используют положительно-окрашенную оценочную лексику в превосходной степени (местоимение *самый*, наречие *наиболее* с качественными прилагательными): *«Казахстан всегда нацелен на развитие **самых добрососедских, самых лучших, самых взаимовыгодных** отношений между нашими странами, - заверил глава правительства Казахстана. - Уверен, что формат, который сегодня существует, будет продолжен с точки зрения достижения **наиболее эффективной** работы между нашими странами»* (РГ, 25.04.2019).

Следует отметить и то, что журналисты часто используют однокоренные слова с корнем *друж*: *Будем работать с новой властью **дружественной** страны и, конечно же, искренне желаем успеха Президенту Республики Казахстан Касым-Жомарту Кемелевичу Токаеву!* (РГ, 10.06.2019); *Этот узел из гвоздя символизирует **нашу дружбу, дружбу народов, дружбу Казахстана и России**», - прокомментировал подарок Цырульников* (РГ, 09.11.2018). Используется приём градации: слово *дружба*

повторяется трижды, что не может не оказать воздействие на читателя, который должен усвоить, что Казахстан и Россия – *дружественные страны*. И эта дружба искренняя: *искренне желаем успеха*.

«Российская газета» большое внимание уделяет личности президента Республики Казахстан, поскольку президент неотделим от страны. Часто в статьях используется такое устойчивое словосочетание, как *глава республики*: *На совместном заседании двух палат в присутствии сложившего с себя полномочия главы республики Нурсултана Назарбаева* (РГ, 20.03.2019).

В статьях можно часто увидеть слово *лидер* с качественными прилагательными: *В Казахстане состоялись внеочередные президентские выборы, первые, в которых не участвовал бессменный лидер страны Нурсултан Назарбаев* (РГ, 09.06.2019). Доминанта «президент» неразрывно связана с именем Нурсултана Назарбаева, он правил страной почти 30 лет.

Тема независимости часто появляется на страницах «Российской газеты». Поэтому нами была выделена семантическая доминанта «независимость». Обратимся к этой семантической доминанте. Она раскрывает образ Казахстана как самостоятельного и независимого государства. Сегодняшний процветающий Казахстан сопоставляется с развитием Петербурга при Петре I: *Суверенный Казахстан получил новую столицу. И развивалась она, как в свое время Петербург при Петре I* (РГ, 05.07.2018). *Но я думаю, что в связи с тем, что Казахстан приобрел совершенно другой статус. Он стал самостоятельным государством, и это решение ознаменовало собой как раз именно это обстоятельство* (РГ, 05.07.2018). Подчёркивается новый статус Казахстана после развала СССР.

В результате проведённого исследования можно сделать ряд выводов: специфика «Российской газеты» имеет политическую направленность, так как является изданием Правительства Российской Федерации. Поэтому тематикой статей о Республике Казахстан является внешняя и внутренняя политика, что свидетельствует о высокой заинтересованности, меньше журналисты пишут о культуре и экономике.

**Заключение.** Понятие «образ страны» — отражение представления о государстве в СМИ. Средства массовой информации являются одним из важных инструментов формирования образа страны. Они способны повлиять на мировоззрение адресата, навязать ему определенную оценку того или иного события, сформировать и подвергнуть корректировке различные образы.

Целью исследования выступил анализ языковых средств: семантических доминант в публикациях о Казахстане в интернет-версии «Российской газеты».

Были решены следующие задачи:

- была изучена существующая научная литература по теме исследования;
- собран материал — высказывания о Казахстане в интернет-версии «Российской газеты» объемом в 36 статей;
- выявлены 4 семантические доминанты: «партнерство», «дружба», «президент», «независимость»;
- проведен анализ речевых средств, используемых в формировании образа Казахстана;

В рамках исследования проанализировано 36 статей о Казахстане в интернет-версии «Российской газеты».

Мы рассмотрели четыре семантические доминанты: «партнерство», «независимость», «дружба» и «президент». Во всех примерах доминанты имели положительную коннотацию.

Стоит отметить, что с 2016 года в новостях стала появляться информация об отказе Казахстана от кириллицы и переходе на латиницу. Но эти статьи единичны. Казахстан постепенно выстраивает свою политику, направленную не только на отношения с Россией, но и с другими зарубежными странами.

В «Российской газете» мы увидели положительный образ прошлого, настоящего и будущего Казахстана. Развитие республики мыслится в

единстве с Россией. Сам Казахстан предстаёт как важнейший стратегический партнёр России, дружественная ей республика, близкий по своей истории и устремлениям народ, с которым выстраиваются добрососедские отношения. В текстах «Российской газеты» отсутствует негативно окрашенная лексика в характеристике Казахстана, отношений с ним. Авторы статей нацелены показать положительные стороны государства.