

## Метафора «железного занавеса» в российском медиа-дискурсе

Научный руководитель – Хорошилов Дмитрий Александрович

*Грибанова Александра Георгиевна*

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

*E-mail: gribanovasasha@gmail.com*

На сегодняшний день существует множество различных способов трансляции исторического знания. К ним относятся: семья, культура, школа, СМИ [7]. Однако можно предположить, что благодаря своей доступности и распространённости, именно средства массовой информации оказывают особое влияние на конструирование социальной реальности, представлений, и «образа мира» [1;2].

Одним из центральных способов конструирования образа какого-либо события в СМИ являются языковые или риторические средства, обладающие не только лексическим стилем, но так же определённой организацией подачи информации [3]. Такие риторические средства как метафоры и фигуры речи облегчают процесс социального познания, так как они структурируют информацию, дают готовую интерпретацию описываемого события. Метафора, как один из часто используемых оборотов речи, позволяет доступно и быстро донести до аудитории определённое новое знание. При этом в ней заложена не только фактическая информация об объекте, но еще и субъективная оценка.

Стоит заметить, что интерес исследователей привлекает то какое влияние оказывают новые, образованные в конкретной ситуации, языковые средства, а так же дискурс, в котором используются общепринятые метафоры и фигуры речи.

В рамках данного исследования была рассмотрена метафора «железного занавеса» в российском медиа-дискурсе. «Железный занавес» - часто встречающаяся историческая метафора, относящаяся к периоду правления И. В. Сталина, обозначающая информационный, политический и пограничный барьер, возведенный СССР. Современные политические события служат причиной для частого использования данной метафоры в различных газетных изданиях. Обращение к ней связано с иллюстрацией отрицательных взаимоотношений между несколькими государствами. Однако благодаря тому, что события «железного занавеса» относятся к прошлому, СМИ имеют возможность, с помощью этой метафоры, модифицировать представления, закладывать новые ассоциации и управлять процессом конструирования социальной реальности о различных объектах [5]. Это исследование направлено на применение накопленных знаний о конструировании социальных представлений к проблеме освещения и использования историко-политического дискурса в СМИ.

Целью данного исследования является анализ российского медиа-дискурса для определения способов конструирования социальных представлений с помощью метафоры «железного занавеса», а так же описание возможных социальных представлений, которые могут сформироваться.

В качестве метода в исследовании был использован дискурс-анализ в традиции Дж. Поттера и М. Уэзерелл. Инструментом анализа является интерпретативный репертуар - набор понятий, используемый для описания социальных действий и событий, выстроенных вокруг специфических метафор и фигур речи [6].

Процедура исследования:

1. Отбор материала. Сбор материала заключался в обзоре интернет-источников (статей, публикаций и пр.), отобранных на предварительном этапе исследования.

2. Первичный анализ текстов. Из всего отобранного материала были выбраны те, в которых наиболее ярко была отражена метафора «железного занавеса».

3. Развернутый дискурс-анализ отобранных образцов текста и их интерпретация.

В качестве теоретической выборки были выбраны статьи из самых цитируемых российских газетных изданий (Коммерсантъ, Аргументы и факты, Газета РБК, Новая газета, Ведомости), информационных агентств (РИА Новости), радиостанций (Эхо Москвы) и интернет ресурсов (Газета.ru, Лента.ru) по результатам медиа-рейтинга российских СМИ.

Обобщив полученные данные, можно сделать следующие выводы:

1. В проанализированном медиа-дискурсе исторические данные используются для подтверждения суждений и мотивов автора, описываются только те факты, которые будут конструировать конкретное, негативное, социальное представление об описываемом объекте. Так большинство проанализированных источников, упоминая «железный занавес», говорят исключительно о нем с позиции Черчилля, который в свою очередь считал, что сам «занавес» - это способ СССР установить свой контроль и предлагал «на основе военной силы найти взаимопонимание с Россией» [4]. Однако российский медиа-дискурс использует ее относительно политики европейских государств, а так же США. Благодаря тому, что внимание читателя концентрируется на данной позиции, любое описываемое событие, в контексте метафоры «железного занавеса», наделяется характеристиками, которые вкладывал Черчилль: образ государства-врага, отделяющийся от остальных «занавесом».

2. Говоря о риторических средствах, стоит заметить, что в медиа-дискурсе используется определенная устоявшаяся система обозначений, которая понятна большинству. Описывая советскую страну «под железным занавесом» СМИ используют риторические средства с негативной коннотацией: «отставание от цивилизации», «жизнь на отдельном острове», «катастрофическая отсталость», «собственная неэффективность». В целом отсутствуют ситуативные образования и жаргонизмы, понятные некоторому меньшинству.

3. Медиа-дискурс представлен доминирующей позицией. Метафора «железного занавеса» используется, как способ создания негативного образа оппонента. Альтернативный дискурс, противопоставляющийся доминирующему, полностью отсутствует.

### Источники и литература

- 1) Андреева, Г.М. Психология социального познания: Учеб. пособие для высших учебных заведений. 3-е изд. перераб. и доп. / Г.М. Андреева – М.: Аспект Пресс, 2005. С.303.
- 2) Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов./ Н.Н. Богомолова – М.: Аспект Пресс, 2008. С. 191.
- 3) Ван Дейк, Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации./ Т. Ван Дейк – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2014. С. 344.
- 4) Злобин Н.В. Неизвестные американские архивные материалы о выступлении У. Черчилля 5.III.1946 // Новая и новейшая история. 2000. No. 2.
- 5) Окунева И.О. Виды и Роль метафоры в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады. // Психологическая лингвистика. 2010. No. 4. С. 135-145.
- 6) Potter J. Discourse analysis and constructionist approaches: theoretical background. In: J.T.H. Richardson (Ed.), Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences. Leicester: BPS Blackwell, 1996. pp. 125–140.

- 7) Савельева И.М. Социальные представления о прошлом. 5 фактов о том, как люди помнят прошлое и почему изучение прошлого гораздо важнее, чем мы привыкли считать // ПостНаука: <http://newyouthpolicy.org/ru/worldnews-ru/223-sotsialnye-prestavleniya-o-proshlom>