

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Образ В.В. Путина в англоязычном медиа-дискурсе

Автор: Пигарёва Юлиана Павловна

Руководитель: Ермоленко Галина Михайловна, кандидат филологических наук, доцент.

Сведения об организации-заказчике: ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет»

Актуальность темы исследования обусловлена значительно возросшим интересом к манипулятивному характеру массмедийного дискурса, а также необходимостью изучения роли СМИ в формировании картины мира вообще и образов политиков в частности.

Целью исследования является изучение роли англоязычных СМИ в формировании образа президента РФ В.В. Путина и способов создания данного образа.

На основе указанной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. дать характеристику медийному дискурсу;
2. очертить основные функции медийного дискурса;
3. определить роль медийного дискурса в создании образа современного политика;
4. выявить базовые суггестивные приемы, используемые в медийном дискурсе для создания в массовом сознании «нужного» образа;
5. дать оценку роли тропов в реализации манипулятивной функции медийного дискурса;
6. выявить и дать описание основным тропеистическим механизмам, используемым при создании образа В.В. Путина в текстах англоязычных СМИ;
7. охарактеризовать образ российского президента, создаваемый в англоязычных СМИ.

Теоретическая значимость заключается в выявлении и классификации

основных средств медиа-дискурса, используемых при создании портрета политического лидера. Результаты исследования делают возможным дальнейшее изучение функционирования лексических единиц в медийных текстах, что актуально при возрастающем интересе лингвистов к языку СМИ.

Практическая ценность состоит в том, что полученные в результате исследования данные могут быть использованы в теории и практике межкультурной коммуникации, стилистике и лексикографии.

В результате исследования были выявлены 6 доминант образа В.В. Путина в англоязычном медиа-дискурсе. 67% выявленных характеристик обладают негативной коннотацией. В 60% случаев в качестве инструмента для создания в сознании читателей «нужного» образа использовалась метафора.

Рекомендации: Исследование может быть расширено за счет увеличения числа примеров, иллюстрирующих полученные выводы.