



Title	Strategic Expressions of Journalists about the Annual Message of the Russian Presidents to the Federal Assembly : In comparison with the Headlines in Printed Newspapers
Author(s)	С у г и я м а , М а о
Citation	言語文化共同研究プロジェクト. 2018, 2017, p. 5-17
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/69898
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

Strategic Expressions of Journalists about the Annual
Message of the Russian Presidents to the Federal Assembly:
In comparison with the Headlines in Printed Newspapers
Mao SUGIYAMA

Abstract This study investigates how Russian journalists expressed about Russian presidential addresses to the Federal Assembly, which were given by Boris Yeltsin, Vladimir Putin and Dmitry Medvedev from 1994 to 2016. Headlines about presidential addresses were not divided among two broadsheets, “Независимая газета” (Nezavisimaya gazeta) and “Известия” (Izvestiya), and two tabloids, “Правда” (Pravda) and “Комсомольская правда” (Komsomolskaya pravda). Whereas, headlines were divided into two groups, one group is headlines about Yeltsin’s addresses and another group is Putin and Medvedev’s addresses. The result of this study shows us that headlines about Russian presidential addresses are not divided by types of the paper, but by the fact about whom journalists wrote in their articles.

Keywords Russian President, annual state-of-the-nation, Russian press, text mining, style of speech/discourse

Стратегические выражения журналистов о ежегодном послании
президентов России Федеральному Собранию
– Сравнение с заголовками в печатных газетах –
Mao СУГИЯМА

Graduate School of Language and Culture, University of Osaka
1-8 Machikaneyama-cho, Toyonaka, Osaka, 560-0043 Japan

Аннотация: В этом исследовании рассматриваются заголовки написанные российскими журналистами о заявлениях президентов России Федеральному Собранию которые были даны Борисом Ельциным, Владимиром Путиным и Дмитрием Медведевым в период с 1994 по 2016 год. Проанализированные в данном исследовании заголовки посланий президентов были взяты из таких газет как “Независимая газета”, “Известия”, “Правда” и “Комсомольская правда”. Заголовки были подразделены на две группы: первая группа заголовки посланий Ельцина, а вторая группа посланий Путина и Медведева. В результате данного исследования мы выяснили, что написание заголовков зависит от того, о ком написана статья, а не от вида газеты.

Ключевые слова: Президент России, ежегодное послание, пресса в России, анализ текста, стиль речи/ дискурса

1. Введение

Взаимоотношения средств массовой информации (далее СМИ) и политики является одним из важнейших вопросов в современной политической деятельности. Как известно, послание при вступлении в должность, новогоднее обращение и ежегодное послание президента России Федеральному Собранию оглашаются в СМИ: по телевизору, в печатных газетах, в интернете и так далее. Кроме подобной деятельности главы государства СМИ также оглашают информацию о переговорах с лидерами других стран, например, официальных переговорах с Америкой, Китаем, Японией и так далее.

Общественное мнение формируется на основе информации благодаря: 1) политическим элитам как источникам информации в СМИ: 2) СМИ, которые представляют информацию и ее толкования: 3) и обществу, которое интересуется публичными обсуждениями (Кавашима, Такешита и Серикава 2010). Печатные газеты так же как и другие средства передачи информации играют важную роль в создании общественного мнения. Хакамада (2012) написал статью о внутренних и международных делах страны, таких как демография, проблемы иммиграции и этнические проблемы в двух российских прессах “Независимая газета” и “Аргументы и факты”. Его ценное исследование дает нам представление о нынешнем положении СМИ в России.

В данном исследовании мы выясним тенденцию заголовков из четырех печатных газет о ежегодном послании таких президентов как: Борис Ельцин, Владимир Путин и Дмитрий Медведев. Это исследование даст нам понятие о том, как СМИ доносят сообщения главы государства народу.

Структура данной работы выглядит следующим образом. В главе 2 рассматривается образ печатных газет в России в 20 веках. В главе 3 описывается цель данного исследования. В главе 4 представляется информация об анализируемых газетах и метод данного исследования. В главе 5 обсуждается определение отношения заголовков между газетами со статистической точки зрения. Глава 6 содержит аргументы по стратегическим выражениям журналистов с качественной точки зрения. В главе 7 описываются выводы и поставленные задачи на будущее.

2. Печатные газеты в России в 20 веках

Иизима (2009) отмечает, что первая печатная газета была издана в России в 1703 году под предводительством Петра Первого. До этого времени техническая оснащенность для печати газет и грамотность народа были на низком уровне. Со второй половины 19 века, с развитием промышленности, а также движением народников система прессы в России стала активизироваться. Во время Советского Союза коммунистическая газета “Правда” и контролируемая государством газета “Известия” были

одними из главных печатных газет в стране. Так даже существует всем известный анекдот: какая разница между “Правдой” и “Известиями”? – В “Правде” нет известий, а в “Известиях” нет правды.

Находясь на вершине власти, Михаил Горбачев проводил многочисленные реформы, которые в дальнейшем повлияли на качество жизни граждан. Такие реформы дали возможность народу “право знать” не только новости, но и политические проблемы в России. Реформы проведенные Горбачевым стали основополагающими для начала развития демократической системы в России, а социальное движение и дало толчок свободе слова. С другой стороны такие все эти факторы привели к распаду Советского Союза. После распада политического строя, Борис Николаевич Ельцин стал первым президентом в России как новой страны. Как отмечает Гаврилова (2012), Ельцин использовал речевую стратегию самоидентификации и толкования, чтобы объяснить народу роль президента в новой стране.

27 декабря 1991 года был установлен новый российский закон о СМИ, составленный из 7 глав. А 1 сентября 2012 года вступили в силу поправки к данному закону о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Ельцин отметил, что свобода слова – один из главных элементов в демократической страны. Однако, в начале 90-ых годов экономика Россия сильно пострадала от экономического положения из-за “шоковой терапии”. Не только народ, но и газетные компании столкнулись с трудностями. Некоторые газеты стали переходить под контроль олигархов или государственных компаний, чтобы продолжить издание газеты. Как утверждает Смирнова (2017), пресса во время Советского Союза были монополизированы КПСС и государством, и использовались как инструмент пропаганды и агитации. То есть, при финансовой помощи олигархов, издательства вновь потеряли свободу слова.

3. Цель

Целью данного исследования является анализ выражений в заголовках посланий президентов РФ взятых из четырех печатных газет. Мы поставили следующие две задачи: 1) узнать есть ли разница оценок между газетами о каждом президенте: 2) есть ли характерная черта среди анализируемых газет. Рассмотрение выражений заголовков позволит наблюдать тенденцию оценки президентов в СМИ. В этом исследовании используются четыре газеты изданные в России: “Независимая газета”, “Известия”, “Правда” и “Комсомольская правда”. Анализируемые послания были сделаны следующими президентами: Б. Н. Ельцин, В. В. Путин и Д. А. Медведев. С целью сравнения выражений журналистов в газетах о каждом из президентов РФ, в этом исследовании рассматривались президентские мероприятия одинаковой

тематики. В президентском послании главы государства говорят о политике, положении России, отношениях с другими странами и тому подобное. СМИ обычно оглашают информацию о президентском послании перед началом и по его завершению. Если СМИ делится этой информацией заранее, то СМИ таким образом пытаются привлечь внимание читателей на обращение президента. Когда СМИ таким образом пишут статьи о послании после его завершения, СМИ могут оказывать влияние на читателей, передавая мысли президента и собственную оценку государственного управления как лидера страны.

В этом исследовании была выяснена разница в выражениях журналистов о каждом из президентов при помощи заголовки в четырех газетах.

4. Данные и метод

4.1. Послания президентов и пресса

Традиция ежегодного послания президента России Федеральному Собранию началось при правлении Ельцина в 1994 году. На сайте Конституции РФ в статье 84 роль послания определена следующим образом: обращения Президента к Федеральному Собранию в виде ежегодных посланий о положении в стране, об основных направлениях внутренней и внешней политики государства. Таким образом, в этих посланиях отображаются не только перспективы намеченные президентом, но и важные вопросы и проблемы, которые интересуют президента в данном году. Помимо обозначения последующего курса страны, президент также утверждает свою позицию как руководителя государства, а также оглашает свой девиз. Поэтому вербальное выражение является одним из важнейших инструментов для передачи намерений говорящего. Послание президента транслируется по телевидению, и таким образом россияне могут наблюдать выступление главы государства. Выступление президента освещается СМИ включая печатные издания и интернет медиа.

Газеты	Виды слов	Общее число слов
Независимая газета	591	800
Известия	412	550
Правда	205	273
Комсомольская правда	335	454

Таблица 1: Информация корпуса о заголовках

В данном исследовании были использованы четыре печатные газеты. Для сравнения выражений были взяты как материалы газет придерживающиеся официального курса таких как “Независимая газета” и “Известия”, а также популярные газеты

“Правда” и “Комсомольская правда”. Были проанализированы статьи касающиеся ежегодного послания президентов России Федеральному Собранию, а также на их основе был создан корпус, включающий в себя заголовки данных газетных изданий с 1994 по 2016. Также стоит отметить, что несмотря на то что президентский срок Ельцина как президента РФ длился с 1991 до 1999, система ежегодного послания была введена с 1994. Срок Путина как президента – первый и второй сроки продолжали с 2000 по 2007 г.г., третий и четвертый сроки с 2012 по 2018 г.г.(на данный момент). В данном исследовании мы использовали президентские послания до 2016 года. Срок Медведева как президента начался в 2008 и продлился до 2011. В таблице 1 указывается информация корпуса о заголовках. Последующие таблицы 2 и 3 указывают даты и количество статей в каждой из газет ¹. Благодаря информации о количестве статей можно узнать, на сколько читатели были заинтересованы тем или иным мероприятием, в данном случае это – ежегодное послание президента России к Федеральному Собранию. Как показано на таблицах 2 и 3, официальные газеты обращают внимание на выступления президентов больше, чем популярные газеты.

	Независимая газета	Итоги (файлы)	Известия	Итоги (файлы)
Ельцин	17/02/1994 (2) 23/02/1994 (1) 04/03/1994 (1) 05/03/1994 (3) 07/02/1995 (2) 18/02/1995 (2) 23/02/1996 (1) 24/02/1996 (1) 27/02/1996 (2) 06/03/1997 (1) 07/03/1997 (2) 11/03/1997 (1) 18/02/1998 (2) 30/03/1999 (2) 31/03/1999 (1)	24	26/01/1994 (1) 22/02/1994 (1) 25/02/1994 (2) 16/02/1995 (1) 17/02/1995 (1) 24/02/1996 (1) 07/03/1997 (2) 17/02/1998 (1) 18/02/1998 (1) 31/03/1999 (1)	12
Путин	06/07/2000 (1) 08/07/2000 (1) 15/07/2000 (1) 03/04/2001 (3) 04/04/2001 (1) 16/04/2002 (1) 18/04/2002 (2) 19/04/2002 (1) 12/05/2003 (1) 19/05/2003 (1) 12/05/2004 (1) 26/05/2004 (1) 27/05/2004 (3) 28/05/2004 (1) 20/04/2005 (1) 22/04/2005 (1) 25/04/2005 (1) 26/04/2005 (4) 28/04/2005 (1) 11/05/2006 (4) 27/04/2007 (3) 06/12/2012 (2) 12/12/2012 (2) 17/12/2012 (1) 04/12/2014 (1) 05-06/12/2014 (4) 08/12/2014 (1) 11/12/2014 (1) 04-05/12/2015 (2) 07/12/2015 (1) 08/12/2015 (1) 02-03/12/2016 (3) 05/12/2016 (2)	53	10/07/2000 (1) 04/04/2001 (4) 16/04/2002 (1) 19/04/2002 (3) 15/05/2003 (2) 17/05/2003 (2) 26/05/2004 (1) 27/05/2004 (3) 01/06/2004 (1) 25/04/2005 (4) 26/04/2005 (3) 27/04/2005 (1) 11/05/2006 (4) 12-14/05/2006 (4) 15/05/2006 (2) 27-29/04/2007 (2) 07/12/2012 (1) 13/12/2012 (5) 13/12/2013 (2) 05/12/2014 (5) 04/12/2015 (8) 07/12/2015 (2) 02/12/2016 (5) 06/12/2016 (1)	67
Медведев	06/11/2008 (2) 08/11/2008 (2) 14/11/2009 (1) 16/11/2009 (4) 17/11/2009 (1) 25/11/2010 (1) 29/12/2010 (1) 01/12/2010 (1) 02/12/2010 (1) 03/12/2010 (1) 06/12/2010 (2) 07/12/2010 (1) 23/11/2011 (2)	20	06/11/2008 (3) 11/11/2008 (1) 12/11/2009 (2) 13-15/11/2009 (1) 16/11/2009 (1) 26/11/2009 (2) 01/12/2010 (1) 02/12/2010 (1) 06/12/2010 (1) 23/12/2011 (2)	15

Таблица 2: Информация в официальных газетах

¹ Числа в скобках указывают количество статей.

	Правда	Итоги (файлы)	Комсомольская правда	Итоги (файлы)
Ельцин	24/02/1994 (1) 25/02/1994 (1) 15/02/1995 (1) 16/02/1995 (1) 28/02/1996 (2) 14-21/03/1997 (1) 04-06/02/1998 (1) 19/02/1998 (1) 24-26/02/1998 (2) 01/04/1999 (1)	12	14/02/1995 (1) 15/02/1995 (1) 17-20/02/1995 (1) 22/02/1995 (1) 24/02/1996 (1) 07-14/03/1997 (1) 18/02/1998 (1) 30/03/1999 (1) 31/03/1999 (1)	9
Путин	11-12/08/2000 (3) 05/04/2001 (1) 19-20/04/2002 (1) 20-21/05/2003 (1) 26-27/04/2005 (1) 28/04/2005 (1) 27/04/2007 (1) 13/12/2012 (1) 14-17/12/2012 (2) 13-16/12/2013 (1) 05-08/12/2014 (1) 04-07/12/2015 (2) 02-05/12/2016 (1)	17	08/07/2000 (1) 04/04/2001 (4) 18/04/2002 (1) 20/04/2002 (3) 17/05/2003 (3) 27/05/2004 (2) 26/04/2005 (1) 28/05/2005 (1) 11/05/2005 (4) 11-18/05/2006 (1) 15/05/2006 (1) 27/04/2007 (2) 04/05/2007 (1) 13/12/2012 (1) 14/12/2012 (1) 13/12/2013 (1) 17/12/2013 (1) 05/12/2014 (2) 06/12/2014 (1) 03/12/2015 (2) 04/12/2015 (3) 02/12/2016 (3)	40
Медведев	06/11/2008 (2) 13-16/11/2009 (3) 26-29/11/2010 (1) 02/12/2010 (3) 03-06/12/2010 (1) 10-13/12/2010 (1) 23-26/2011 (1)	12	06/11/2008 (3) 13/11/2009 (3) 01/12/2010 (6) 02/12/2010 (1) 23/12/2011 (6)	19

Таблица 3: Информация в популярных газетах

4.2. Анализ текстов со статистической точки зрения

Для наблюдения тенденции выражений заголовков в данном исследовании было использовано приложение “Casualconc”². Это приложение дает нам возможность наблюдать тенденцию текстов. Так например, при изучении частоты использованна определенных слов можно понять сухость и различие текстов. Этот способ анализа текста называется Correspondence Analysis (далее CA). Данный способ позволяет исследовать взаимосвязь между текстами. В результате анализа, мы получаем график, который позволяет визуально наблюдать отличие между категориями качественных переменных.

5. Определение отношений заголовков газет

Рисунки 1 и 2 показывают результаты CA. Рисунок 1 указывает отношение между газетами. Знак “П” в рисунке 1 означает газету “Правду”, “И” – “Известия”, “КП” – “Комсомольскую правду” и “НГ” – “Независимую газету”. Также “Е” означает “Ельцин”, “П” – “Путин” и “М” – “Медведев”. То есть, при написании “П-Е”, речь идет о корпусе ежегодного послания Ельцина.

² Это приложение создано Профессором Я. Имао. “Casualconc” – это приложение для анализа текстов, его можно использовать бесплатно.

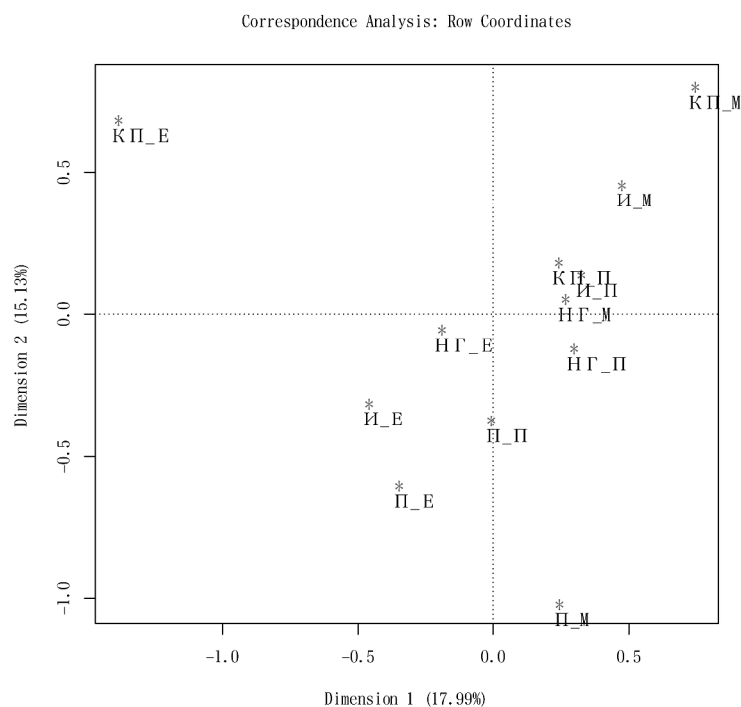


Рис. 1: Отношение между газетами

Результат в рисунке 1 можно разделить на две части по вертикальной оси. Левая часть – это группа газет о Ельцине, а правая часть – это группа газет о Путине и Медведеве. Отметим, что в данном исследовании было произведено деление президентов на группы, тогда как виды газет не учитывались. В результате мы видим, что заголовки о президентах из четырех газет не имеют различий. Заголовки о Ельцине расположены в отдельном кластере, и это связано с двумя факторами: 1) годы правления и 2) разница в отношении журналистов к президенту.

Рисунок 2 показывает слова, которые характеризуют определенную группу отношений между газетами, которые изображены на рисунке 1. Например, часто встречающимися словами в группе Ельцина были: послать, время и куда. А наиболее употребляемые слова в группе Путина и Медведева – мы, тема, дети, свободный и безопасность. Многие слова, в заголовках о Ельцине, были абстрактными. А слова, в заголовках о Путине и Медведеве, имеют конкретное отношение к политике.

6. Выражения о посланиях в заголовках обо всех президентах

Использование определенных слов указывает на мысль, которую хочет донести говорящий. Когда мы слушаем кого или читаем что-то, мы постоянно получаем информацию посредством из слов. Слова дают нам понимание благодаря самому

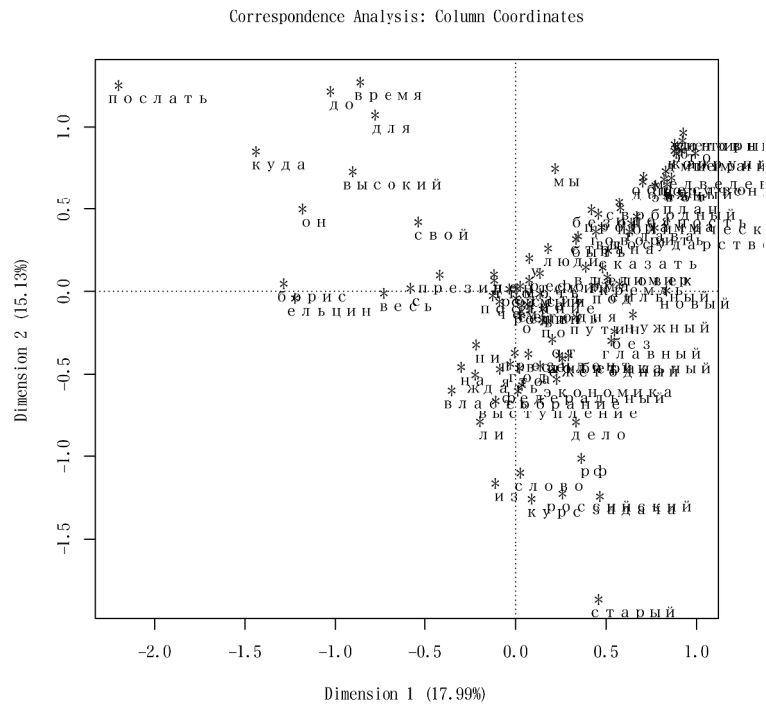


Рис. 2: Распространенные слова с результатом по отношению газет

значению слова. К тому же, словосочетаемость также оказывает влияние на слушателей и читателей. Когда употребляется словосочетание с положительным смыслом, это дает позитивное впечатление. А когда употребляется сочетание с позитивными словами, но после этого добавляются негативные слова, то это дает отрицательный оттенок. Таким образом, необходимо рассмотреть виды слов и их употребление в предложениях.

Газеты	Ельцин	негативные слова	позитивные слова
Известия		ни, не, терпение, плохой, проблема	решить, процветание, одолеть
Независимая газета		не, хуже,ни, хаос, анархия, противоречивый	лучше, свободно, выдержать
Правда		не, телега	спаситель, право
Комсомольская правда		никак,ни, отменить, борьба	высокий, привилегия

Таблица 4: Использование слов по отношению к Ельцину

Газеты	Путин негативные слова	позитивные слова
Известия	преждевременный, не, вымереть борьба, коррупция	добрее, эффективность, свобода, сильный, интересы, быстрее сбережение, новый, победить, великий, честный, прозрачный полезный, презрачный, успеха
Независимая газета	трудный, но, ни, протворечивый, невозможно, противника, убийство, война, подозрительно, оптимизма, слабый, коррупция	свободный, шаг, выполнительный, мир новый, добрый, сильный выживать, развиваться
Правда	но, не, уничтожить	хорошо, процветающий
Комсомольская правда	террорисы, разрушение но, уничтожить, прятаться	новый, зажиточный, сверхдержавы, угодно

Таблица 5: Использование слов по отношению к Путину

На таблицах с 4 по 6 показывается использование слов в отношении к каждому из президентов. На таблице 4 указываются слова, которые использовались в газетах о Ельцине. Там употребляются не только негативные слова, но и позитивные слова. Судя по этим словам нельзя утверждать, что все позитивные слова используются с позитивным смыслом. Например, в “Известиях” имеются такие позитивные слова, как ‘решить’, ‘одалеть’, но эти слова используются в заголовке с негативными словами, что создает отрицательное предложение: ‘ни одной проблемы не решить’, ‘надеется одолеть’. Кроме них в “Независимой газете” имеются такие выражения, как ‘не принесло’, ‘не выдержит’ и так далее.

Таблица 5 показывает использование слов о Путине. Интересно, что журналисты употребляют и позитивные слова и негативные слова одновременно. Однако, комбинации слов создают позитивное значение. Например, ‘уничтожить террористов’, ‘не должны прятаться’ и так далее.

Газеты	Медведев негативные слова	позитивные слова
Известия	не	умный, свободный, ответственный, бороться побеждать, лучший, достаток, сила, беспопосноть
Независимая газета	невозможно, ни, ошибка, разочарование	новый, сохранить, стабильность, оппутинизация, свободы, плюс, модернизация, инициативы, легкий
Правда	пропость	новый, успокойный, добиваться, забота, крупномасштабный
Комсомольская правда	враг, коррупция, не, стыдно, драк, расход	увеличить, новый

Таблица 6: Использование слов по отношению к Медведеву

Таблица 6 показывает использование слов по отношению к Медведеву. Здесь журналисты чаще используют положительные слова, чем отрицательные. Когда журналисты выражают негативное значение используя позитивное слово, отрицательное выражение производит особое впечатление. Например, ‘нет легкой жизни’ – это выражение дает нам понимание о том, что есть какие-то проблемы в жизни, но при этом они решаемы.

В заголовках статей о Ельцине были использованы как положительные слова, так и негативные, например: ‘хаос’, ‘хуже’, ‘никак’ и ‘плохой’. В заголовках статей о Путине имеются такие негативные слова, как ‘трудный’, ‘коррупция’, ‘прятаться’, но в то же время журналисты используют такие слова как ‘без’, ‘но’ и так далее, которые отрицают эти негативные значения. В заголовках о Медведеве можно наблюдать больше позитивных слов, чем отрицательных. Рассмотрим следующие примеры (1), (2) и (3).

(1) Борис Ельцин: НИ ОДНОЙ ПРОБЛЕМЫ НЕ РЕШИТЬ В УСЛОВИЯХ КОНФРОНТАЦИИ.

(“Известия”, 25 февраль 1994)

(2) Послание президента – большой шаг к “свободному обществу свободных людей”
Задача трудная, но выполняемая

(“Независимая газета”, 28 марта 2004)

(3) Добиваться реальной заботы о народе

(“Правда”, 3–6 декабря 2010)

Вышеуказанные примеры были взяты из заголовков газетных статей, где в примере (1) о Ельцине, (2) – о Путине и (3) – о Медведеве. Как показано в примере (1) журналист критиковал администрацию Ельцина, используя сильный акцент на словах: “ни одной проблемы не решить”. В примерах (2) и (3) журналисты использовали положительные выражения. Так в примере (2) журналист сначала написал, что эта задача трудная, но будет решена администрацией Путина. Пример (3) дает читателям понять ожидания к администрации Медведева можно положиться в оказании помощи россиянам. Как изложено выше, журналисты избегают использование критических выражений по отношению к Путину и Медведеву. Тогда каким образом журналисты пишут о президентах с критической точки зрения?

Наблюдение показывает, что журналисты используют специальные стратегии для выражения критики в сторону Путина. Рассмотрим эти стратегии в следующих примерах (4), (5) и (6).

(4) Как вам послание Путина?

(“Комсомолская правда”, 4 апреля 2001)

(5) Послание ждали год. А чего нам ждать от него?

(“Правда”, 19-20 апреля 2002)

(6) Послание президента России: Страна не вымрет...она просто уходит в отпуск

(“Известия”, 11 марта 2006)

Вышеизложенные примеры (4), (5) и (6) касаются посланий Путина. Журналисты использовали вопросительные предложения для написания некоторых заголовков. Использование данной стратегии дает читателям возможность поразмыслить о выступлении президента с критической точки зрения. Использование журналистами вопросов как в примере (4), дает возможность подтолкнуть читателей к тому, чтобы они вспомнили содержание президентского послания и понять понравилась ли им речь Путина. Пример (6) показывает стратегию умалчивания, которая создается использованием знаков трех точек. Журналисты используют эти знаки, чтобы выразить сомнение или недовольство к положению России без употребления отрицательных слов. Мы считаем, что подобные стратегические выражения играют важную роль не только для выражения мнения журналистов, но и для того, чтобы косвенно задавать вопросы читателям относительно президентских посланий.

7. Выводы

В данном исследовании была рассмотрена тенденция заголовков в разных газетах и оценки ежегодного послания каждого президента. При помощи статистического анализа, заголовки в газетах были разделены на две части: одна часть – заголовки о Ельцине, а другая – заголовки о Путине и Медведеве. В результате мы видим, что нет разницы оценки ежегодного послания президентов между газетами: в этом исследовании мы выяснили тенденцию официальных газет – “Независимая газета”, “Известия”, и популярных газет – “Комсомольская правда” и “Правды”. Слова, которые оказывают влияние на подразделение выглядят следующим образом. В группе Ельцина выделяются такие слова как: послать, время, куда и так далее. А в группе Путина и Медведева – мы, тема, дети, свободный, безопасность и так далее. Из этого следует, что журналисты пишут о посланиях Путина и Медведева используя более конкретные слова касаемые темы послания, нежели о посланиях Ельцина.

Качественное наблюдение показывает, что журналисты пишут о посланиях Ельцина с негативными словами, тогда как в заголовках о Путине журналисты меньше употребляют негативные слова. Конечно, в заголовках о Путине и Медведеве встречаются отрицательные слова, однако журналисты используют эти слова совместно с позитивными словами, чтобы произвести на читателей позитивное впечатление. А когда у журналистов есть сомнение или недовольство по отношению к политическому курсу, они используют вопросительные предложения и троеточие как символ молчания. Когда журналисты задают вопросы, они тем самым дают читателям возможность самостоятельно подумать над ответами на эти вопросы. А когда журналисты используют знак троеточия в качестве умалчивания, они таким образом могут выразить критику по отношению к посланию президентов без использования отрицательных слов.

В настоящее время журналисты не выражают свои сомнения и недовольства прямо, а выражают их косвенно при помощи различных стратегий. Дальнейшие задачи этого исследования – сравнить содержание статей в каждой из газет о ежегодном послании президентов, обращая внимание на использование слов, а также риторические выражения, чтобы более конкретно выяснить отношения между СМИ и политикой в России.

Благодарность

Это исследование было поддержано JSPS KAKENHI Grant Number JP 17 J 06350.

Литературы

Hakamada Shigeki (2012), *Rosia no masumedia ha naisai • kokusai jyousei wo ikani ronji houjite iruka* (How Russian media report internal affairs and international situations), *Aoyama journal of international politics, economics and business* 86, 107–146.

Ikuo Kawashima, Toshiro Takeshita, Youiti Serikawa (2010), *Media and politics*. Yuhikaku.

Yasuhiro Imao Osaka, Japan: Osaka University. Available from <https://sites.google.com/site/casualconc/> CasualConc (Version 2.0) [brackComputer Software] (2017).

Гаврилова М. В. (2012), “Некоторые черты речевого портрета первого президента России Б. Н. Ельцина”, “Теория политической лингвистики” 4(42), 17–22.

Смирнова О. В. (2017), “Печаные СМИ”, “Медиасистема России”, с.125–154.