

УДК 81'373:811.111

***ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ
СТЕРЕОТИПОВ В СМИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТРАН***

Спиридонова О.В

Магистрант,

*Национальный исследовательский Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва,*

Саранск, Россия

Аннотация

Цель данной статьи состоит в анализе лексических средств выражения и формирования этнокультурных стереотипов на материале новостных статей англоязычных стран. В результате исследования текстового пространства англоязычных СМИ на наличие лексических средств создания лингвопрагматического потенциала были выведены современные этнокультурные стереотипы о жителях России, Северной Кореи, Германии, Афганистана, арабских стран. Отбор языковых средств для исследования происходил методом сплошной выборки.

Ключевые слова: этнокультурный стереотип, гетеростереотип, этническая принадлежность, лексические средства, СМИ англоязычных стран, современный английский язык.

***LEXICAL DEVICES OF FORMING ETHNO-CULTURAL STEREOTYPES
IN THE MEDIA OF ENGLISH-SPEAKING COUNTRIES***

Spiridonova O.V.

Master's Degree Student,

N. P. Ogarev Mordovia State University,

Saransk, Russia

Abstract

The aim of the present article is to analyze the lexical devices of expression and formation of ethno-cultural stereotypes based on news articles of English-speaking countries. As a result of the study of the text space of the English-language media for the presence of lexical devices of creating linguopragmatic potential, contemporary ethno-cultural stereotypes about citizens of Russia, North Korea, Germany, Afghanistan, Arab countries. The selection of linguistic devices for the study is conducted using a sampling method.

Keywords: ethno-cultural stereotype, heterostereotype, ethnicity, lexical devices, mass media of English-speaking countries, contemporary English.

Средства массовой информации, как инструмент воздействия на сознание, являются неотъемлемым компонентом социальной сферы жизни. Специально отобранные языковые средства способны задать тональность транслируемой информации, способствуя формированию определенных представлений у реципиентов. Масс-медиа способствуют созданию стереотипных представлений о других этнических группах, вербализуемых посредством арсенала языковых средств. В данном исследовании мы рассмотрим лингвопрагматический потенциал лексических средств, формирующих этнокультурные стереотипы.

Проанализировав текстовое пространство англоязычных СМИ, мы можем предположить, что Северная Корея, а также Ирак, Иран, закреплены в массовом сознании англоязычного общества как страны с политическим режимом, поддерживающим терроризм и разработку оружия массового поражения. Такой образ нации основан на авторском термине *'axis of evil'* (*ось зла*) президента США Д. Буша, который употребил его в ежегодном обращении к Конгрессу 29 января 2002 года при упоминании перечисленных стран: *President George W. Bush describes Iraq, Iran and North Korea as an*

"axis of evil". (Президент Джордж Буш описывает Ирак, Иран и Северную Корею как «ось зла») [6].

Данное высказывание вызвало негодование со стороны К. Каррази, министра иностранных дел Ирана, негативно высказавшегося на этот счет, называя подобное поведение «высокомерным вмешательством» во внутренние дела Ирана [3]. Исходя из данных социологического опроса была выявлена тенденция народов мусульманских стран к скептическому отношению к политической деятельности запада, в частности, к самому президенту Д. Бушу. Узнав об этом, президент США дал распоряжение разработать информационно-пропагандистские программы с целью исправить негативную репутацию своей страны.

Однако ведение антитеррористической деятельности оказалось лишь прикрытием для реализации своих планов – размещения радиолокационных станций в Чехии и Польше, что позволило усилить пребывание подразделений вооруженных сил США в Европе. Было сделано предположение о том, американская противоракетная оборона в действительности направлена на ответный удар потенциальному нападению России, нежели на защиту от возможной угрозы со стороны стран, входящих в список оси зла [3].

Продолжая тему стереотипных представлений о жителях Северной Кореи как нации, политический режим которой несет в себе мировую угрозу, отметим также то, что в связи с этим они ощущают свое превосходство, как отмечают англоязычные журналисты. Вербализация данной идеи происходит посредством использования экспрессивно-оценочной лексики *showing off weapons* (*выставляя напоказ оружие*).

Showing off weapons, North Korea's Kim Jong Un vows to build 'invincible' military. (Выставляя напоказ оружие, Ким Чен Ын из Северной Кореи клянется построить «непобедимую» армию) [8].

Саму деятельность действующего президента Российской Федерации англоязычное СМИ расценивает как ориентированную на желание привлечь внимание к своей личности и получить освящение в прессе. Такое стереотипное суждение вербализуется в языке посредством фразового глагола *take clothes off (in public)*, в употребление которого автор статьи заложил не буквальное значение, а идиоматическое с негативной коннотацией – вести себя притворно с определенной целью. Более того, в той же статье The Guardian встречается синоним к данному выражению - *attention-seeking* (желание внимания): *Vladimir Putin is famous for **taking his clothes off in public**. The Russian leader's vaunting of his arsenal was mainly about **attention-seeking**, but dangerous developments are shaking up nuclear policy.* (Владимир Путин известен тем, что **ведет себя притворно на публику**. Хвастовство российского лидера оружием арсеналом было в основном направлено на привлечение внимания, но опасные события встряхивают ядерную политику) [7].

Создание искусственного образа В. Путина на публику с целью привлечения внимания акцентировано также американским агентством информации *arnews.com*, в одной из статей которого употреблено прилагательное со значением недостаточности *scant*: *Vladimir Putin paid **scant** attention to Fiona Hill, a preeminent U.S. expert on Russia, when she was seated next to him at dinners.* (Владимир Путин практически не обращал внимания на Фиону Хилл, выдающегося американского эксперта по делам России, когда она сидела рядом с ним за обедом) [5]. Та же идея переформулирована находит продолжение в следующем предложении текстового фрагмента статьи: *Putin's people placed her there by design, choosing a "nondescript woman," as she put it, so the Russian president would have **no competition for attention**.* (Окружение Путина направило ее туда намеренно, выбрав «невзрачную женщину», как она выразилась, чтобы у российского президента **не было конкуренции за внимание**) [5].

Афганистан является одной из беднейших стран мира, зависящей от иностранной поддержки, в связи с чем образ страны неразрывно связан в массовом сознании с нуждой. Выражение такого суждения в системе языка представлено прилагательным *poor* (бедный) в союзе с наречием с усилительным значением *desperately* (отчаянно). В текстовом отрывке выше представлено также идиоматическое выражение *on the brink of a disaster* (на грани катастрофы): *The U.S. has agreed to provide humanitarian aid to a desperately poor Afghanistan on the brink of an economic disaster...* (США согласились оказать гуманитарную помощь отчаянно бедному Афганистану, находящемуся на грани экономической катастрофы...) [9].

Образ Германии стереотипно связан с дорогими качественными автомобилями, при чем не только на уровне одного из мировых лидеров-производителей, но также владельца-ценителя такого авто. В качестве подтверждения этого стереотипа обратимся к статическим данным международного агентства новостей Reuters, согласно которому доля экспортируемых немецких автомобилей составила в 2017 году 18,3 процента [1]. Отметим, что автомобили оказываются самым экспортируемым из ФРГ товаром уже восьмой год подряд. Исходя из фактических данных, можем заключить об истинности стереотипного представления о немцах, как о любителях автомашин. Вербальное выражение такого стереотипа заложено в авторское прилагательное *car-loving Germany* (любящая автомобили Германия): *Electric vehicles divide opinion as car-loving Germany goes to polls* [4].

Неотъемлемым компонентом культуры восточных стран является курение кальянов, в связи с чем в массовом сознании арабы позиционируются как истинные ценители дымно покурить. Данный стереотип в языковой системе реализован посредством глагола *fume over* с семантикой «дым», однако имеет значение «возмущаться»: *Arabs fume over hoohah smoke ban*. (Арабы возмущены запретом на курение кальяна) [2].

Из всего вышесказанного следует вывод, что посредством отбора лексических средств масс-медиа способно направить реципиентов информации к определенным суждениям о представителях иных этнических сообществ. Проанализировав текстовое пространство англоязычных масс-медиа на наличие этнокультурных стереотипов, мы выявили следующие стереотипы: жители Северной Кореи изображены как нация, поощряющая терроризм и гордящаяся своим арсеналом оружия массового поражения: президенту Российской Федерации, В. Путину, свойственно желание получить как можно больше внимания к своей личности; образ жителей Афганистана ассоциируется с нуждой; немцы связаны с любовью к машинам; жители арабских стран изображены с курительными приспособлениями. Данные стереотипные суждения были реализованы посредством употребления оценочно-эмоциональной лексики, наречием с усилительным значением, фразовым глаголам с идиоматическим значением.

Библиографический список:

1. Автомобили остаются лидером немецкого экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: [dw.com/ru/автомобили-остаются-лидеором-немецкого-экспорта/a-42738882](https://www.dw.com/ru/автомобили-остаются-лидеором-немецкого-экспорта/a-42738882) (Дата обращения 19.01.2022)
2. Arabs fume over hoohah smoke ban [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.nbcnews.com/id/wbna36752296> (Дата обращения 20.01.2022)
3. China berates 'axis of evil' remarks [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://edition.cnn.com/2002/WORLD/asiapcf/east/01/31/china.bush/index.html?related> (Дата обращения 20.01.2022)
4. Electric vehicles divide opinion as car-loving Germany goes to polls [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL:

<https://www.theguardian.com/world/2021/sep/20/electric-vehicles-divide-opinion-as-car-loving-germany-goes-to-polls> (Дата обращения 19.01.2022)

5. Fiona Hill, a nobody to Trump and Putin, saw into them both [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://abcnews.go.com/Entertainment/wireStory/fiona-hill-trump-putin-80514321> (Дата обращения 17.01.2022)

6. President George W. Bush describes Iraq, Iran and North Korea as an "axis of evil" [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.history.com/this-day-in-history/bush-describes-iraq-iran-north-korea-as-axis-of-evil> (Дата обращения 19.01.2022)

7. Putin's nuclear slideshow reveals Russia's naked ambitions [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.theguardian.com/world/2018/mar/02/vladimir-putin-nuclear-weapons-russia> (Дата обращения 15.01.2022)

8. Showing off weapons, North Korea's Kim Jong Un vows to build 'invincible' military [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.nbcnews.com/news/world/showing-weapons-north-korea-s-kim-jong-un-vows-build-n1281300> (Дата обращения 19.01.2022)

9. Taliban says US will provide humanitarian aid to Afghanistan both [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://abcnews.go.com/US/wireStory/taliban-us-provide-humanitarian-aid-afghanistan-80507575> (Дата обращения 17.01.2022)

Оригинальность 94%