

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В БРИТАНСКОЙ ПРЕССЕ

Ласица Л.А.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Взаимодействие России и Великобритании играет важную роль для обеих стран, поскольку Великобритания является одной из ведущих стран, формирующих политику Запада по самым актуальным вопросам, а Россия представляет для европейцев сосредоточение политических, экономических и стратегических интересов. Успешность диалога этих двух стран зависит как от вектора внутреннего развития, так и от взаимного восприятия.

Для продуктивного сотрудничества России и Великобритании следует научиться преодолевать трудности, возникающие при взаимодействии разных культур, для чего необходимо иметь представление об образе партнера.

Интерес к изучению образа России в западном общественном сознании сохранялся всегда, но особо ярко проявился в 90-е гг. двадцатого века [1; 2; 3]. Данная тема неоднократно становилась предметом исследования диссертационных работ [4; 5].

В данной работе используется термин образ России – обобщенное представление о стране, создаваемое авторами газетных статей с целью наиболее полно раскрыть описываемое явление действительности.

Исследование проводилось на материале статей британских газет «The Guardian», «The Independent», «Telegraph», «Financial Times» и «The Times» (2011 – 2013 гг.), содержащих упоминание о России, так как эти газеты, представляют качественную прессу, имеют наибольший тираж и, следовательно, оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения.

Цель данного исследования – выявить основные лингвостилистические средства, используемые для создания образа России в статьях английских печатных СМИ.

На первом этапе работы мы установили, что основными смысловыми компонентами образа России являются: природные особенности (*суровость климата и связанные с этим проблемы*), морально-нравственные аспекты (*демографическая деградация; русское разгильдяйство, нерадивость, безответственность*) бытовые условия жизни россиян (*депрессивное состояние российской глубинки*), особенности внешней (*Россия - страны СНГ, бывшие республики СССР, Россия - страны БРИК, Россия - Западная Европа; Россия - США*) и внутренней политики (*автократия, фактическая однопартийность, преступный характер власти; отсутствие законности; коррупция и бюрократия*); личности (*тандем: Путин – Медведев; М. Ходорковский*); культура, искусство и архитектура (*конкурс талантов классической музыки имени П.И. Чайковского, Большой театр, собор Василия Блаженного*). Отметим, что в большинстве случаев, несмотря на то, что

говорится о достижениях России или ее успехах, в образ России представляется негативно.

На следующем этапе нашего исследования были проанализированы основные лингвостилистические приемы создания образа России на материале примеров из статей британских газет.

Самым распространенным приемом является метафора (33% от общего числа примеров). Она обычно определяется как скрытое сравнение, осуществляемое путем применения названия одного предмета к другому и выявляющее таким образом какую-нибудь важную черту второго (перенос на основе сходства).

Метафора является одним из видов троп. Тропами называются лексические изобразительно-выразительные средства, в которых слово или словосочетание употребляется в преобразованном значении.

Суть тропов состоит в сопоставлении понятия, представленного в традиционном употреблении лексической единицы, и понятия, передаваемого этой же единицей при выполнении специальной стилистической функции [6]. Примерами метафоры могут служить следующие цитаты.

«We have both embraced in the Geneva communiqué a common approach, so it's my hope that today we'll be able to dig in to that a little bit and see if we can find common ground». [The Times, 8 May 2013]

«With two of their members in prison (one on hunger strike), Pussy Riot have paid a heavy price for their principles» [The Independent, 28 May 2013].

Следующим по частотности выступает эпитет (32%) – лексико-синтаксический троп, который выполняет функцию определения, обстоятельства выразительного характера. Эпитеты всегда добавляют выражению экспрессивность [6].

Например:

«A remarkable set of family pictures showing the doomed Russian royal family's private moments has been found in the vaults of a remote Urals museum». [The Times, 9 May 2013]

«The decision is a significant victory for Mr. Browder» [The Independent, 26 May 2013].

«Scientists in Russia discover the body of a mammoth in Siberia, with perfectly preserved blood and muscle tissue» [The Guardian, 30 May 2013].

Также газетные статьи изобилуют различными сравнениями.

Сравнение (13%) – троп, который сравнивает несхожие сущности. Часто употребляются – *like, as, as though, as like, such as, as ... as, to resemble, to remind of* [6].

«He arrived at court wearing peasant clothes and mud-spattered shoes, and gave his occupation as a shepherd» [The Independent, 31 May 2013].

«In my kayak I paddled onto the lake, as slick as oil, the reflection so pure you could misread which half of the mirror image was which» [The Guardian, 31 May 2013].

Для противопоставления контрастных идей, основанных на антонимичности, используется такой прием, как антитеза (8,5%).

«I offered. He refused» [The Financial Times, 21 May 2013].

Метонимия (2,9%) - троп, который основан на реальных связях, на ассоциации по смежности. Она состоит в том, что вместо названия одного предмета употребляется название другого, связанного с первым постоянной внутренней или внешней связью. Эта связь может быть между предметом и материалом, из которого он сделан; между местом и людьми, которые в нем находятся; между процессом и его результатом; между действием и инструментом и т.д. [6].

«Sources told ABC News that Ibrahim Todashev was about to sign a statement admitting that he and Tamerlan Tsarnaev had been involved in the murders» [The Independent, 30 May 2013].

«Russian security officials said they had monitored a rapid increase in activity by the CIA in Moscow, as evidenced by the arrest and expulsion of Ryan Fogle, a US diplomat accused of trying to recruit a Russian intelligence officer» [The Financial Times, 15 May 2013.].

Этот прием нередко используется авторами, так как с помощью него можно использовать одно слово, вместо целой группы слов. А, как известно, в публицистическом стиле – краткость изложения является важной чертой.

Неоднократно встречается гипербола. Такой выбор приема не является случайным или ошибочным. При помощи него, текст обретает насыщенность высказывания. Гипербола (2%) – преувеличение, нацеленное на усиление смысла и эмоциональности высказывания [6].

«All eyes were on the pro-democracy demonstrations that were rocking Moscow» [The Financial Times, 20 May 2013].

«All around was searched and nothing was found» [The Guardian, 7 May 2013].

Некоторые статьи в газетных изданиях направлены не просто для донесения информации, но и предлагают поразмышлять или задуматься над какими-либо фактами/событиями, для чего задаются вопросы, которые не требуют ответа. Риторический вопрос (1%) используется для усиления смысла высказывания, для придания ему большей значимости.

«So, are politicians running a high risk in communicating on social networks?» [The Telegraph, 31 May 2013]

«Why not try to teach schoolchildren in the same way» [The Telegraph, 31 May 2013].

«How could a woman offend a man?» [The Independent, 31 May 2013]

«What would Lenin say, comrades?» [The Telegraph, 31 May 2013]

«Who else could have done it in such manner?» [The Telegraph, 7 May 2013]

Полисиндетон (0,5%) – намеренное увеличение количества союзов в предложении обычно между однородными членами. Данный стилистический приём подчеркивает значимость каждого слова и усиливает выразительность речи. [6]

«It is Russia's most important secular holiday, honoring the huge military and civilian losses of World War II and showing off the country's modern arsenal» [The Telegraph, 9 May 2013].

Некоторые газетные статьи полны парадоксов и противоречивостей. Самое стилистически удачное средство передачи противоположных по смыслу слов – оксюморон (0,5%) – троп, состоящий в соединении двух контрастов (обычно содержащих антонимичные семы). В основе лежит семантическая несочетаемость [7].

«*The case is comical, though it's a sad comedy*» [The Independent, 31 May 2013].

Существуют еще несколько приемов, которые употребляются, не так часто, как другие средства выразительности, однако при их помощи статья приобретает стилистическую окраску.

Эллипсис (0,5%) - намеренный пропуск слов, не влияющих на смысл высказывания.[6]

«*Equipped with 126 rooms, a large spa and a gourmet restaurant named after one of Russia's most celebrated rulers, it is likely to challenge the city's long-established hotel dames, such as the Grand Hotel Europe and the Hotel Astoria*» [The Telegraph, 1 May 2013].

Апозиопезис (0,5%) – внезапная остановка в речи, делающая ее незаконченной; прерывание одного предложения и начало нового [7].

«*The weaponry that is being provided ... has a profoundly negative impact on the balance of interests and the stability of the region and it does put Israel at risk*» [The Guardian, 31 May 2013].

«*Educating drivers about crosswalks... one at a time*» [The Times, 29 May 2013]

Анадиплосис (0,5%) – использование последних слов предыдущего предложения в качестве начальных слов следующего [7].

«*Time is the most precious treasure we have. We all have 24 hours a day, but we are all destroying this treasure, especially with electronics*» [The Guardian, 31 May 2013].

Частный случай метонимии, называние целого через его часть и наоборот – синекдоха (0,5%) [6].

«*It said the militants were Russian citizens who had received training in Pakistan*» [The Independent, 20 May 2013].

Далее, воспользовавшись статистической методикой, мы выявили те приемы, которые являются неслучайными, т.е. с большой вероятностью используются и в других газетах, т в статьях других авторов, не являются уникальными только для нашей выборки. Для этого мы воспользовались формулой

[среднее +1 « σ »], где « σ » – стандартное отклонение.

Таковыми приемами являются метафора, эпитет и сравнение, показатель их встречаемости превышает значение [среднее +1 « σ »]. Тогда как другие стилистические средства также используются в языке газет, однако вероятность их применения для создания образа России в других контекстах незначительна.

Итак, в рамках данного исследования были выявлены основные смысловые компоненты образа России в британской прессе, а так же

установлен комплекс лингвостилистических приемов наиболее часто используемых для его создания: метафора, эпитет, сравнение.

Список литературы

1. **Казнина, О.А.** Русские в Англии: русская эмиграция в контексте английских литературных связей в первой половине XX в.: монография / О.А. Казнина. – М. : Наследие, 1997. – 416 с.
2. **Павловская, А.В.** Стереотипы восприятия России и русских на Западе / А.В. Павловская // Россия и Запад: Диалог культур. – М., 1994. – С. 19-30
3. **Поздеева, Л.В.** Лондон - Москва. Британское общественное мнение и СССР. 1939-1945 / Л.В. Поздеева. – М. : Институт Всеобщей истории РАН, 2000. – 306 с.
4. **Ужегова, З.А.** Образ «новой» России на Западе: по материалам американской и британской прессы: дисс.... канд. культур. наук / З.А. Ужегова. – Москва, 1999. – 228 с.
5. **Соколов, В. М.** Формирование образа «новой» России в общественном сознании Великобритании в начале 1990-х гг. (на материале британской прессы): автореф. дисс... канд. культур. наук / В.М. Соколов. – Москва, 2010. – 21 с.
6. Словарь лингвистических терминов / под ред. Т.В. Жеребило. – Режим доступа: http://lingvistics_dictionary.academic.ru/4075/— 10.06.2013.
7. Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия. – Режим доступа: <http://www.megabook.ru/>— 10.06.2013.
8. *The Financial times*. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/uk>— 10.06.2013.
9. *The Guardian*. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/>— 10.06.2013.
10. *The Independent*. – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/>— 10.06.2013.
11. *The Telegraph*. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/>— 10.06.2013.
12. *The Times*. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>— 10.06.2013.