

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ
ОБРАЗА КИТАЯ В БРИТАНСКИХ СМИ**

Коваленко Мария Павловна

Студент

*Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального
университета, Институт иностранных языков, Красноярск, Россия*

E-mail: mk92111@yandex.ru

В настоящее время СМИ являются мощным каналом коммуникации, предоставляющим широкой аудитории значимую информацию о мире и влияющим на ее сознание. Тексты массовой информации, или медиа-тексты, являются сегодня одной из самых распространенных форм бытования языка [1]. Проблемы воздействия языка на человека, его способ мышления и его поведение напрямую связаны со средствами массовой коммуникации. В современном мире СМИ занимают важное место в формировании у аудитории образа культуры отдельного государства. Основную актуальную социально значимую информацию жители большинства стран современного мира получают посредством тех или иных СМИ [2]. Цель нашего исследования – выявить и проанализировать лексические и визуальные средства репрезентации образа Китая через мультимодальные тексты британских СМИ. Проведенный нами анализ основывался на материале британских газет и журналов, таких как Daily Mail, Express, The Guardian, The Independent, London Daily, The Telegraph, The Sun, The Daily Mirror, The New Statesman.

Для достижения поставленной цели был проведен анализ лексических средств (слов и словосочетаний с оценочным значением, культуроспецифичных лексем, метафор и дейктических единиц). При анализе изображений учитывались такие аспекты как социальная дистанция между изображенными людьми и читателем (люди, изображенные на дальнем расстоянии, представляются незнакомцами, на близком – являются «одними из нас»); социальные отношения между изображенными людьми и читателем, при котором основное внимание уделяется углу, под которым мы наблюдаем за изображенным человеком (вертикальный угол характеризует различие во власти, взгляд на читателя свысока подразумевает проявление власти и превосходства над человеком, видение субъекта на уровне глаз означает равноправие); социальное взаимодействие (наличие/отсутствие взгляда изображенных людей на читателя) [3].

Проведенное нами исследование показало следующее: британские СМИ представляют КНР как государство, население которого характеризуется стремлением к саморазвитию, активной жизненной позицией, самобытностью, нестандартностью поступков и хорошим чувством юмора. Жители КНР изобретательны и жизнерадостны.

СМИ являются источником распространения устойчивых образов и стереотипов о жизни других стран и народов [1]. Сложившиеся представления англичан о жителях КНР получают свое развитие в текстах массовой информации. С помощью лексических и визуальных средств, используемых в данном жанре информационных текстов, в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира, отражается идеологическая модальность и национально-культурная специфика.

Литература

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. 2008. 203 с.
2. Ван Сюй. Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект): дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Санкт-Петербург, 2012. URL: <http://spbu.ru/files/upload/disser/jur/2012/avtoref-Van-suy.pdf> (дата обращения: 15.02.2014).
3. van Leeuwen T. New Tools for critical discourse analysis. NY.: Oxford University Press, 2008. 172 с.