

## Языковые средства образа Германии и Великобритании в немецких и британских СМИ

*Прокофьева Ольга Владимировна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный областной университет, Москва, Россия

*E-mail: olya.prokofeva.99@mail.ru*

На сегодняшний день в современной лингвистике, этнолингвистике, политической лингвистике все более пристальное внимание уделяется вопросу вербализации образа какой-либо конкретной страны в лексико-фразеологической системе языка. Это связано с тем, что ситуация на международной арене постоянно меняется, благодаря чему меняется и образ каждой конкретной страны, выраженный лексико-фразеологическими средствами языка, что особенно наглядно видно на примере стиля прессы и публицистики.

Образ страны напрямую связан со стереотипами, к которым зачастую прибегают в средствах массовой информации. Различают две группы национально-культурных стереотипов: автостереотипы и гетеростереотипы. Автостереотипы отражают образ своего собственного народа, а гетеростереотипы - чужого. Автостереотипы, как правило, имеют позитивную окраску. Гетеростереотипы складываются при помощи сравнения чужой культуры со своей. Они далеко не всегда соответствуют действительности, а большинство из них обладают отрицательной коннотацией.

В рамках данного исследования были рассмотрены автостереотипы, которые находят свое отражение в текстах СМИ. Автостереотипы выражают самооценку народа, которая, как правило, является завышенной. Намного реже встречаются заниженная и нейтральная самооценка.

М.Н. Реутова отмечает, что для немецкого общества начала XX века были характерны такие качества, как: *Innerlichkeit* (ориентация на собственный внутренний мир), *Individualismus*, *Kindlichkeit* [Реутова, 2015].

В ходе исследования было выявлено, что образ Германии в немецких СМИ несколько изменился. Выяснилось, что в немецких СМИ образ Германии обладает и отрицательной оценкой. Среди наиболее употребительных слов и выражений можно выделить следующие: *Bürokratie*, *versagen*, *Kälte und Härte*, *Menschenverachtung*, *Rassismus*, *Organisieren*, *alles unter Kontrolle haben*, *Deutschland - Hort des Effizienz und Verlässlichkeit*, *gründlich gemacht*, *typisch deutsch - bis ins Kleinste ausgearbeitet*, *selbstzufrieden*, *Selbstzufriedenheit*, *Selbstzerfleischung*, *dominieren*, *Blamage*.

Данные примеры показывают, что немецкие автостереотипы далеко не всегда обладают позитивной оценкой. В немецких СМИ часто критикуются некоторые черты немецкого национального характера. Наиболее популярными автостереотипами в настоящий момент являются следующие: Германия - страна бюрократии, в Германии все еще существует расизм, немцы славятся своей дисциплинированностью, организованностью и работоспособностью.

Сложность анализа образа Великобритании в британских СМИ заключается в том, что Соединенное Королевство состоит из отдельных наций, некоторые из которых не считают себя британцами и противопоставляют себя им.

В исследовании нами были проанализированы статьи из газет *bbc.com*, *The Telegraph* и *theguardian.com*. В результате анализа мы пришли к выводу, что самыми популярными ассоциациями, которые отражают образ Великобритании в британских СМИ, являются следующие лексемы: *democracy*, *elite*, *luxuriousracism*, *arrogant*, *conceited*, *eccentricity*, *class*,

*deemed tolerant and multicultural, Politeness, pride, discrimination, political incorrectness, severe, sweet revenge, sceptic, love of a good joke, reserve, British humour.* Было выявлено, что в текстах британских СМИ данную нацию чаще всего связывали с консерватизмом, классовым неравенством, расизмом, дискриминацией, вежливостью, закрытостью, необычным британским юмором.

На основании анализа были выделены основные дифференциальные и интегральные признаки выражения образа Германии и Великобритании в немецких и британских СМИ. Среди интегральных признаков, характерных как для британской, так и для немецкой культуры, стоит выделить некую нетерпимость к мигрантам. Данный стереотип создается немецкими и английскими средствами массовой информации. При этом в Германии данная тема находится под запретом. Несмотря на это некоторые граждане все равно выражают свое открытое недовольство присутствием в стране мигрантов, за что и критикуются в средствах массовой информации.

Для Великобритании данный стереотип также оказался актуальным. Великобритания является одной из самых экономически развитых стран, что и привлекает мигрантов со всего мира. Однако правительство Великобритании такое положение дел не устраивает. При этом британское правительство прямой оценки сложившейся ситуации не дает. Однако в СМИ данная политика всячески критикуется.

Среди основных дифференциальных признаков, характерных только для немецкой культуры стоит назвать стремление к порядку и дисциплине, экономность и пунктуальность. Стремление к порядку и дисциплине также присутствует и в британской культуре. Однако оно выражено не так явно. Такие стереотипы, как экономность и пунктуальность и вовсе не характерны для образа Великобритании.

Кроме того, следует упомянуть типично немецкую бюрократию. Данный автостереотип наиболее часто упоминается в текстах немецких СМИ. Великобритания, напротив, не выделяется высоким уровнем бюрократии.

Что касается дифференциальных признаков, отличающих Великобританию от других стран, то здесь стоит назвать классовую разнородность общества, которая всячески подчеркивается в британских СМИ. Другой такой чертой, характерной для Великобритании, является консервативность. Несмотря на то, что Великобритания старается принимать различные новшества, эта страна все-таки сохраняет приверженность своим консервативным взглядам.

Таким образом, в результате сравнительно-сопоставительного анализа выяснилось, что при сравнении Германии и Великобритании преобладают стереотипные различия, которые подчеркивают уникальность этих стран.

### Источники и литература

- 1) Реутова М.Н. Немцы о самих себе: эволюция автостереотипов // Science Time. 2015. №4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nemtsy-o-samih-sebe..> (дата обращения: 15.08.2021).
- 2) BBC news: [сайт]. URL: <https://www.bbc.com/news>
- 3) DER SPIEGEL: [сайт]. URL: [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)
- 4) Tagesschau.de: [сайт]. URL; <https://www.tagesschau.de/>
- 5) The Daily Telegraph: [сайт]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/>