

Орлова Олеся Геннадьевна

ОБРАЗ РОССИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Данная работа посвящена выявлению основных признаков образа России и средств их актуализации в современных зарубежных СМИ. Было выявлено, что наиболее частотные из них - средства выражения эмоциональной оценки (33 ед. в корпусе), средства создания стереотипности (23 ед.), средства, реализующие категориальную биполярную оппозицию "свой - чужой" (34 ед.). Среди геополитических стереотипов присутствуют следующие: "великая страна", патриотизм русских, Россия - Азиатская страна, "Россия - медведь" и др.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/7-1/41.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 7 (49): в 2-х ч. Ч. I. С. 146-149. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/7-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

FOOD NAMES IN THE TURKIC WRITTEN MONUMENTS OF THE GOLDEN HORDE PERIOD

Nurieva Fanuza Shakurovna, Doctor in Philology, Professor
Kazan (Volga region) Federal University
fanuzanurieva@yandex.ru

The article aims to study the food names in the language of the written monuments of the golden Horde period. The author introduces into the scientific circle the whole stratum of thematic and everyday vocabulary from the medieval literary works, presents new information on the adoption of the names of the cereals, leguminous and garden plants, names of the foods of animal origin, dairy products, beverages. The findings allowed concluding on the linguistic means of the old Tatar language for nomination of the objects of material culture. Food names belong to the most archaic vocabulary; Arabo-Persian borrowings are used as synonyms or form an exotic subgroup in the mentioned lexico-semantic group.

Key words and phrases: golden Horde; monuments; vocabulary; names; food; cereals; products.

УДК 811.111'42:32

Филологические науки

Данная работа посвящена выявлению основных признаков образа России и средств их актуализации в современных зарубежных СМИ. Было выявлено, что наиболее частотные из них – средства выражения эмоциональной оценки (33 ед. в корпусе), средства создания стереотипности (23 ед.), средства, реализующие категориальную биполярную оппозицию «свой – чужой» (34 ед.). Среди геополитических стереотипов присутствуют следующие: «великая страна», патриотизм русских, Россия – Азиатская страна, «Россия – медведь» и др.

Ключевые слова и фразы: образ России; способы актуализации; стереотип; признак русского мира; дискурс.

Орлова Олеся Геннадьевна, д. филол. н., доцент
Кемеровский государственный университет
orlovaog@mail.ru

ОБРАЗ РОССИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ[©]

Данная работа посвящена выявлению основных признаков образа России и средств их актуализации в современных зарубежных СМИ. В качестве материала использовались телевизионные передачи и также сайты. Всего для анализа отобрано 108 фрагментов текстов, в которых присутствует наименование страны – Россия, Российская Федерация и пр., наименования других русских и российских реалий и персоналий, а также сопровождающие их разнообразные средства и способы актуализации признаков России и русского мира.

В современной науке исследования образов России и русского представлены достаточно большим количеством работ. Так, например, Ю. А. Сорокин составил автопортрет русского человека, который состоит из пяти слоев; первый слой – супермелиоративный – включает такие качества, как гостеприимные, радушные, добрые, душевные, щедрые, открытые, доверчивые, талантливые, изобретательные. Второй и третий слои – субмелиоративные. Второй слой представляет качество «терпение»: терпеливые, неприхотливые, жизнестойкие, умеют приспосабливаться. К третьему слою относятся слова, выражающие «бунтарство»: неразбуженные, когда-нибудь взорвутся, упрямые, непредсказуемые, агрессивные, лихие, бунтари. Четвертый и пятый слои – гиперпейоративные, и в них представлены такие качества, как несчастные, отчаявшиеся, усталые, издерганные, серые, мрачные, закомплексованные, ленивые, безынициативные, ограниченные [10, с. 46].

По мнению Т. А. Голиковой, в этнический автостереотип русских входят такие характеристики, как беспечность, гостеприимство, доброжелательность, доброта, душевность, лень, общительность, отзывчивость, открытость, простота, пьянство, терпимость, трудолюбие, честность, отсутствие культуры, наглость, высокомерие, болтливость [2, с. 19].

В исследовании В. В. Воробьева представлено лингвокультурологическое описание черт русского национального характера на основе анализа различных текстов, в которых изучались словосочетания с лексемами русский, российский, великорусский. В итоге русскому человеку приписываются такие качества, как религиозность и противоречивость, широта души и соборность и др. [Цит. по: 1, с. 113].

В докторской диссертации В. К. Трофимова ментальность русского человека представлена множественностью качеств, среди которых отмечаются такие, как парадоксальность мышления, устремленность к абсолюту, сердечность, стойкость, свободолюбие, коллективизм, повышенная терпимость [11, с. 12].

Перечисленные выше результаты основаны на разных методологиях, но, в целом, наблюдается совпадение в выделении наиболее частотных признаков России и русского человека. Наше исследование было направлено на выявление стереотипов о России и русском, которые функционируют в американских медиа. Такой подход дает возможность сопоставить автопортрет и гетеропортрет русских и выделить важные

структурные элементы русско-американского дискурса. Так, в геополитическом поддискурсе американского публицистического дискурса мы выделили геополитические стереотипы: «Россия – источник “холодной войны”», «Россия агрессивна», «Россия – особая страна»; «Россия – огромная, великая страна». Среди политических стереотипов политического поддискурса нами выделены следующие: «в России ничего не меняется», «русские любят сильного правителя», «русские – несчастные и страдающие люди», «российская политика неразумна», «в России разруха», «в России нет свободы», «Россия – авторитарная страна», «русские политически неграмотны», «демократии в России нет». Социумные стереотипы – это стереотипы социокультурного дискурса о «коррупционности общества», «бедности», «преступности», «отсталости», «национализме». Эти стереотипы о России отражены также и в системе представлений о русском характере: склонность к аскетизму, противоречивость, патриотизм, консервативность мышления.

Бытовые стереотипы – это зачастую предметные символы этнокультурного происхождения. К ним мы относим такие стереотипы, как «баня», «дача», «самовар», «водка», «снег / зима», «тройка». «Русский медведь» – достаточно старый русский символ, за которым закреплены такие характеристики русских и России, как агрессивность и варварство [5, с. 335-337].

При сопоставлении образов русского мира, полученных при составлении автопортрета и гетеропортрета, созданного другой нацией, возникает разница, связанная с вектором оценивания. Русские, как правило, оценивают сами себя чаще положительно, нежели отрицательно; известно, что американцы склонны оценивать русских чаще негативно, нежели положительно или нейтрально.

В данной работе к изучению образа России мы подходим с позиций концептуальных исследований, Россию изучаем как концепт, имеющий признаковую структуру. К изучению зарубежных СМИ мы применяем дискурсивный подход, имея в виду, что изучаемый дискурс принадлежит по типу к политической коммуникации.

М. В. Пименовой предложено следующее понимание концепта и его признака. Концепт – это сложное представление о фрагменте мира или его части, выраженное группами признаков, которые, в свою очередь, в языке репрезентируются разными способами и средствами. Таким образом, структуру концепта формируют концептуальные признаки, отражающие категориальные, функциональные и ценностные знания некой культуры о мире [8, с. 10].

В корпусе анализируемых фрагментов текстов мы выделили группы языковых единиц, репрезентирующих то или иное средство актуализации образа России. Одной из таких групп языковых единиц являются средства, используемые в целях усиления выразительности политического языка. К ним мы относим средства выражения эмоциональной оценки (33 ед. в корпусе).

Поскольку основной целью политического дискурса через убеждение и побуждение к действию является захват и удержание политической власти, а главным средством влияния на общественное мнение служит оценка политических акторов и процессов, то чрезвычайно важно оценить степень насыщенности текстов оценочными средствами языка. Оценка может быть положительной и отрицательной, общей и частной (эстетической, утилитарной, моральной, интеллектуальной, нормативной, идеологической). Оценка делится по объектам оценивания, бывает неаргументированной и аргументированной. Российский политический дискурс отличается безапелляционностью и негативностью оценок. Такие же свойства оценки мы обнаруживаем в дискурсе современных американских СМИ: «...в американских фильмах русские изображаются или *дураками*, которые ничего не соображают, или *опасными шпионами*» [9].

Следующим средством усиления выразительности политического языка являются метафоры (6 ед.): «...Путин тоже хотел попасть в Западный клуб, однако он сильно разочаровался, потому что перед Россией продолжали *захлопывать дверь*» [Там же].

Прецедентные феномены (7 ед.), используемые в корпусе изученных текстов, описывают Россию и российские реалии и персоналии в негативных образах, хорошо знакомых не только американской, но и международной аудитории. Например, «Путину можно любить или ненавидеть, но никто не остается равнодушным <...> Западные СМИ ненавидят Владимира Путина, он *Дарт Вейдер* международной политики» [3].

Эвфемизмы (1 ед.) в политической речи используются в целях маскирования невыгодных политическим смыслам. Так, в эвфемизме «*отторгнуть “раковую болезнь” насильственного экстремизма*» [16] могут быть обнаружены смыслы начала военных действий.

Группой средств, противоположной средствам усиления выразительности политязыка, являются средства создания стереотипности (23 ед.). При восприятии текста с высокой степенью стандартности нет необходимости тратить усилия для его интерпретации. В таких текстах используется преимущественно общеупотребительная высокочастотная лексика. К числу рассматриваемых средств относятся также «стертые», потерявшие образность метафоры, превратившиеся в штампы. Соотношение между стандартностью и экспрессией зависит от политической эпохи, жанра, индивидуальности автора и множества других дискурсивных характеристик.

Под стереотипом в данной работе понимается признак концепта, репрезентируемый одними и теми же средствами языка. Этот признак отличается частотностью, национально-культурной спецификой и позицией терминала фрейма в структуре концепта [6, с. 46].

Основные виды стереотипов, встречающиеся в изучаемом корпусе фрагментов текстов, – геополитические, политические, социокультурные. Бытовые стереотипы в исследуемом дискурсе, который мы квалифицируем как политический, не встречаются. Среди геополитических стереотипов превалирует стереотип «Россия – великая страна», совмещающий в себе как признаки величия, так и больших размеров. Например, «...Путин хочет *“разрушить”* солидарность стран Запада и *восстановить величие России...*» [12]; «...такой политик,

президент большой и сильной страны, говорит честно и прямо, это как глоток свежего воздуха» [3]; *«...Россия самая большая страна в мире, очень богатая и с самым высоким уровнем образования»* [9].

Следующим по частотности является стереотип об авторитарности проводимой президентом В. В. Путиным политики и в целом о России как об авторитарной стране: *«Для западных политиков это усвоено, наверное, на генетическом уровне – Россия, причем с любым общественным строем и кто бы ее ни возглавлял – царь-батюшка, генеральный секретарь или президент – априори является империей зла»*, – сказал он газете *«Взгляд»* [16]. Также в текстах СМИ встречаются стереотипы о патриотизме русских, о том, что Россия – Азиатская страна, и в том числе агрессивная страна, а культура России – великая. Достаточно интересным является стереотип «Россия – медведь»; так, наиболее раннее упоминание этого образа в газете *«The New York Times»* относится к 1851 году. *«Все больше разочаровываясь в Западе, Россия сближается с Китаем. Могут ли медведь и дракон противостоять Западной гегемонии?»* [7].

Следующая группа языковых средств, актуализирующих образ России, представляет собой комплекс средств манипуляции, к которым мы относим, в том числе, и стереотипность политического дискурса, и такое свойство языка, как относительность политической лексики (2 ед.). Это свойство языка политического дискурса связано с тем, что агенты данного вида дискурса являются идеологически ангажированными, и, как правило, их идеологии вступают в противоречие друг с другом. *«...она ответила: “Конечно, мы поддерживаем дэскалацию. Но по большей части эскалации способствует российская сторона... и российские сепаратисты”...»* [14].

Цитаты в политическом дискурсе (2 ед.) выполняют функцию создания доверия и повышения убедительности текста. Таких употреблений цитирований в корпусе анализируемых текстов выявлено 2 ед. (напр., [15]).

Наиболее частотным средством манипуляции в изученном корпусе текста является пресуппозиция (18 ед.). О. Л. Михалева отмечает, что пресуппозиция может эффективно использоваться для навязывания адресату мнений и точек зрения говорящего [4]. Благодаря таким качествам пресуппозиции, говорящим может быть инициировано и проведено любое утверждение, выдано за общеизвестное новое, которое впоследствии может стать стереотипом, в том числе необъективным (или предвзятым) мнением [5, с. 360].

Наиболее частотный признак образа России, актуализируемый в виде безусловного – военного вмешательства в дела Украины. *«Однако, учитывая все более масштабное военное вмешательство России на востоке Украины, совершенно ясно, что необходимо усилить военную помощь Украине...»* [13].

Самой большой группой языковых средств, актуализирующих признаки образа России, является группа, реализующая категориальную биполярную оппозицию «свой – чужой» (34 ед.). Россия в данной оппозиции занимает сторону «чужой» по отношению к «Америке». *«Владимир Путин и Россия готовы противостоять воле Запада и Вашингтона»; «холодная война на самом деле никогда не заканчивалась»; «страх»* [9].

Таким образом, посредством анализа основных способов и средств актуализации образа России в современных зарубежных СМИ мы можем не только описать эти способы и средства, но и систематизировать важнейшие признаки концепта, репрезентированные при помощи языка. Это следующие признаки: глупость, изолированность, опасность, величие, большие размеры, авторитарность, патриотизм, азиатскость, «медведь», агрессивность, империалистические намерения. Образ России в современных зарубежных СМИ является образом, живо откликающимся на актуальные геополитические события: события на Украине актуализировали прецедент «холодная война» и стали причиной очередного витка негативизации образа страны.

Список литературы

1. Березович Е. Л. Язык и культурная традиция. Этнолингвистические исследования. М., 2007. 600 с.
2. Голикова Т. А. Психолингвистическая концепция исследования этнического сознания: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 2005. 50 с.
3. Кто он, президент Путин? [Электронный ресурс]: CrossTalk с Питером Лавеллем от 6 ноября 2014 г. URL: <http://doc.rt.com/filmy/kto-on-prezident-putin/> (дата обращения: 10.01.2015).
4. Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дисс. ... к. филол. н. Иркутск, 2004. 18 с.
5. Орлова О. Г. Дискурсивная теория стереотипа: дисс. ... д. филол. н. Кемерово, 2013. 388 с.
6. Орлова О. Г. Стереотипы о России и русских. Кемерово, 2011. 154 с.
7. От Запада к Востоку [Электронный ресурс]: CrossTalk с Питером Лавеллем от 17 сентября 2014 г. URL: http://partizzan1941.ucoz.ru/load/novosti_i_politika/crosstalk_ot_zapada_k_vostoku/14-1-0-20970 (дата обращения: 10.01.2015).
8. Пименова М. В. Душа и дух: особенности концептуализации. Кемерово: ИПК «Графика», 2004. 386 с.
9. Русофобия по-американски [Электронный ресурс]: CrossTalk с Питером Лавеллем от 25 сентября 2014 г. URL: <http://doc.rt.com/filmy/rusofobiya-po-amerikanski/> (дата обращения: 10.01.2015).
10. Сорокин Ю. А. Речевые маркеры этнических и институциональных портретов и автопортретов // Вопросы языкознания. 1995. № 6. С. 43-53.
11. Трофимов В. К. Истоки и сущность русского национального менталитета (социально-философский аспект): автореф. дисс. ... д. филос. н. Екатеринбург, 2001. 43 с.
12. <http://inosmi.ru/russia/20141204/224696456.html#ixzz3NIXFcd5k> (дата обращения: 10.01.2015).
13. <http://inosmi.ru/russia/20141204/224696456.html#ixzz3NIXLiZc> (дата обращения: 10.01.2015).
14. <http://ok.ru/politicheskoeshow/topic/62913012255606> (дата обращения: 10.01.2015).
15. <http://www.utro.ru/articles/2014/10/27/1219013.shtml> (дата обращения: 10.01.2015).
16. <http://www.vz.ru/politics/2014/9/24/707299.html> (дата обращения: 10.01.2015).

THE IMAGE OF RUSSIA IN FOREIGN MASS MEDIA

Orlova Olesya Gennad'evna, Doctor in Philology, Associate Professor
Kemerovo State University
orlovaog@mail.ru

The article is devoted to the identification of the main features of the image of Russia and the means of their actualization in modern foreign mass media. It has been revealed that the most frequent of them are the means of expressing emotional assessment (33 units in the corpus), the means of stereotyping (23 units) the means implementing the bipolar categorical opposition "one's own – somebody else's" (34 units). Among the geopolitical stereotypes there are the following ones: "great country", patriotism of the Russians, Russian – the Asian country, "Russia – bear" and so on.

Key words and phrases: image of Russia; ways of actualization; stereotype; feature of the Russian world; discourse.

УДК 821.161.1

Филологические науки

Статья посвящена гораццианскому сюжету «прощания с книгой» и его трансформации в «прощальной элегии» российского поэта XVIII века – С. Яворского. В послании Горация «К своей книге» создается метафорический образ книги-«непослушного ребенка», желающего освободиться от опеки автора-«отца». В творческом наследии Яворского сюжет изменяется в согласии с переходным этапом российской культуры, в тексте «встречаются» две библиометафоры: книга-«дитя» и Вечная книга-«судия», амбивалентным предстает и образ автора: в нем есть черты младенца, трепещущего перед судом Бога, и заботливого родителя, подготовившего кров своему детищу – библиотеке.

Ключевые слова и фразы: феномен книги в античной культуре; феномен книги в российской культуре XVIII века; метафорические образы книги и автора; метафора книга-«дитя»; метафора Вечная книга-«судия».

Проданик Надежда Владимировна, к. филол. н., доцент
Омский государственный педагогический университет
omsk.nadezhda@mail.ru

ПОЭТИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ «ПРОЩАНИЯ С КНИГОЙ», МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ КНИГИ И АВТОРА В ТВОРЧЕСТВЕ ГОРАЦИЯ И С. ЯВОРСКОГО[©]

В России XVIII век стал временем, когда перед читателем распахнулись двери в мир европейской литературы. Уже к середине XVIII – началу XIX века круг чтения российского библиофила был достаточно широк и включал в себя произведения не только писателей-современников, таких как Радклиф, Руссо, Дидро, Гете, но и тексты античных авторов. К примеру, в журнале «Женская библиотека» за 1764 год среди наиболее популярных имен назывались Гомер и Гораций [2, с. 113]. Книги прочно вошли в каждодневную жизнь дворянина; как утверждал в своих дневниковых заметках страстный библиоман XVIII века – А. Т. Болотов, собрание библиотеки сделалось для него «первейшей драгоценностью», а книги стали «...всегдашними и наилучшими <...> друзьями и собеседниками» [3, с. 48, 241].

Стоит отметить, что в сходной культурной ситуации, когда общество проявило повышенный интерес к книгам, в свое время оказался и Гораций. В Риме на границе I века до н.э. сложилось новое отношение к чтению: книга перестала быть только хранилищем текстов, «люди перешли к чтению как внутреннему поиску и способу уйти в себя...» [7, с. 21]. Чтение было настолько важным умением для римлянина, что выступило условием личной славы, свидетельством тому – римские эпитафии. В них с гордостью сообщалось, насколько начитан покойный: «Ты, что поспешно идешь по узкой тропиночке, путник, / Остановись, я прошу, и не презри надгробие наше... / Лириков я прочитал, прочитал творенья Гомера...» [14, с. 118].

Вполне закономерно, что в данный период римской культуры складываются новые отношения между автором и книгой, это подтверждают поэтические письма Горация к Меценату, в частности, «Письмо XX» из Книги первой, где и появляется сюжет «прощания с книгой». Обусловлено возникновение этого сюжета многими причинами: одна из них состояла в том, что после опубликования своего труда авторы утрачивали права на текст, «чьей-либо собственностью опубликованное однажды <...> уже не считалось» [6, с. 12]. Книготорговцы, в свою очередь, распоряжались текстами в зависимости от коммерческого спроса: если сочинение не продавалось в Риме, то его отправляли в провинцию (Утику или Илерду, о которых Гораций упоминает в своем послании Меценату). Каковы же основные смыслы гораццианского «прощания», какими чертами в нем наделены образы книги и автора? Как трансформировался гораццианский текст и его образность в элегии российского поэта – Стефана Яворского? Поиск ответов на эти вопросы определил стратегию нашего исследования.

В России «Письмо XX. К своей книге» Горация было более известно в переводе Антиоха Кантемира (характер перевода дословный, максимально близкий к оригиналу):