

Следующая периферийная группа лексем, вербализующих концепт «Человеческие отношения» в англоязычном сетевом художественном дискурсе, насчитывает 7 единиц, называющих участников взаимоотношений, – *friend, teenage son, wife, mom, children, loved one, no one*:

- *One friend, two faces. High school.*

- *Carl opened the oven and the chicken leapt out, apparently not done yet. The children sat at the table wondering when Mom would return.*

Последняя группа репрезентантов концепта «Человеческие отношения» объединяет лексемы, номинирующие атрибуты романтических связей, а именно – *flowers, roses, dance, dancing*:

- *You asked for flowers and I brought flowers. You asked for dancing and I danced. I asked for your love and you gave back the flowers.*

Таким образом, анализ материала показал, что в сверхмалых жанрах англоязычной сетевой литературы ключевой концепт «Человеческие отношения» репрезентируется четырьмя группами лексических единиц. Ядро концепта составляют лексемы, отражающие различные варианты взаимодействия в рамках выстраивания межличностных отношений. На периферии находятся лексические единицы, называющие эмоции, участников отношений и атрибуты отношений.

Литература

1. Зубченко И. Литература и сетература в Рулинете // Полярный вестник. 2007. №10 (Январь). С. 5–13.
2. Сергеева Е. В. Концепт-универсалия и художественный концепт: проблема классификации // Сибирский филологический журнал. 2006. №1–2. С. 63–69.
3. Черкунова М. В., Пономаренко Е. В. Малоформатные произведения сетевой литературы в контексте современной англоязычной цифровой коммуникации: системно-динамический подход // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27. №4. С.168–175.

А.А. Гаврилова
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Ю.С. Старостина

ВЕРБАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА КИТАЯ В СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПУБЛИКАЦИЙ *THE GUARDIAN*)

Аннотация. Целью настоящей статьи является выявление и систематизация вербальных средств, моделирующих идеологические установки о современном Китае в новейшей британской прессе. По результатам лингво-имагологической интерпретации аналитических публикаций издания «Гардиан» автором выделяется спектр релевантных когнитивов, а также идентифицируются и иллюстрируются способы их языковой репрезентации. По итогам

исследования фиксируется доминирующая медийная риторика в отношении Китая как иностранного государства.

Ключевые слова: лингвистическая имагология, образ страны, медиадискурс, британская пресса.

В настоящее время медиапространство занимает значительную часть в жизни общества, поскольку служит не только средством информирования населения о тех или иных событиях, но также является и ключевым источником формирования социальных, культурных и политических взглядов общественности. Китай, как динамично развивающаяся держава, находится в центре внимания зарубежных средств массовой информации, которые, исходя из собственных представлений, ценностей, опыта, интенций и социальных идей, моделируют образ страны. С помощью определенных языковых приемов и конструкций, используемых в англоязычной публицистике при описании Китая, формируется общая когнитивная сфера социального отношения к данной стране.

В связи со сказанным выше, представляется актуальным и возможным выявить и систематизировать вербальные средства, комплексно моделирующие спектр идеологических установок о Китае в новейшей британской прессе.

Многие отечественные и зарубежные исследователи в своих работах рассматривают понятие образа страны, его компонентов и способов его репрезентации в медиадискурсе. Так, И.С. Семененко считает, «образ страны – знаковая модель, опосредующая представления о национально-государственной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения» [3, с. 9]. Интерпретацию образа страны изучает наука имагология, которая развивается в различных дисциплинах, таких как культурология, лингвистика и др. Имагология – сфера исследований в разных гуманитарных дисциплинах, занимающаяся изучением образа «чужого» (чужой страны, народа и т. д.) в общественном, культурном и литературном сознании той или иной страны [2, с. 251]. С точки зрения лингвистики имагология изучает языковые особенности формирования и функционирования образа «чужого» в конкретном дискурсе [1, с. 56].

В ходе практического исследования нам удалось выделить шесть приведенных ниже идеологических установок, или когнитивных, моделирующих образ Китая с помощью набора определённых языковых средств и приемов в аналитических статьях издания *the Guardian*:

1) Китай стоит на пороге важного переломного момента, о чем говорится в контексте его лидирующей позиции и роли на мировой арене. Данная когнитивная тема представлена, прежде всего, на лексическом уровне и связана с частотностью использования словосочетания *a turning point* или его синонима *a tipping point*.

The issue though is less about the maths and more about why China is at a turning point [28.12.2021].

2) Китай рассматривается как сильная и могущественная держава, имеющая в приоритете экономическую, технологическую и военную мощь. Об этом говорит частотность использования лексемы *power* (*technological power, economic power, global power, great-powerness* и т.п.) в отношении Китая.

*In the 1960s and the 1980s, the Soviet Union – which had already stolen a march on the US in space technology – and later Japan, which was the rising economic force on the planet, would within 10 to 20 years overtake the United States to become the dominant **economic and technological power** [28.12.2021].*

3) В тесной связи с предыдущей установкой прослеживается и характерная черта соперничества Китая и Запада. В центре лексико-семантической репрезентации здесь находятся семантически однородные лексемы, которые чаще всего актуализируют данную когнитивную тему: *competition, confrontation, rivalry, schism, tension*.

*Beijing has not yet publicly acknowledged **confrontation** as a way forward, but it treats its competition with Washington as the new normal [22.04.2021].*

4) Китай предстает как страна с агрессивной внешней политикой, выступающая за наращивание влияния через инструменты «жесткой силы» и проявляющая интенцию получить мировое господство именно посредством достаточно радикальных методов. Эта установка проявляется на уровне лексики, например, при частотном использовании оценочного прилагательного с характерной отрицательной коннотацией *aggressive* как маркера политического курса страны.

*...China's economy and his government's **aggressive approach** to foreign technology companies [29.09.2021].*

5) В аналитических статьях The Guardian за последние месяцы Китай представлен как страна, вставшая на сторону России в украинском кризисе, что вызывает негативную оценку со стороны Запада, прежде всего США. Эта когнитивная тема выражается с помощью антонимии в первом примере, а также через идиомы, например, *do sth behind the scenes* в значении «делать что-то тайно, не привлекая внимания» во втором примере.

*While China **has abstained on** United Nations security council resolutions on the invasion, it **has sided with** Moscow rhetorically, echoing Russian talking points blaming Nato, and recycling conspiracy theories, and the Biden administration believes it has already decided to bail Russia out economically [18.03.2022].*

6) Китай – динамично развивающаяся держава, которая смогла в стремительном темпе нарастить свой экономический и военный потенциал. В данной установке акцентуализируется именно высокая скорость прогресса, маркируемая лексемой *growth*, а также оценочными единицами с положительной коннотацией в отношении интенсивного экономического роста Китая: *remarkable, miracle: Historically, China's **growth miracle** has been remarkable [28.12.2021].*

Таким образом, проанализировав с позиций лингвистической имагологии актуальные аналитические статьи издания the Guardian, при помощи которых у массовой англоязычной аудитории формируется специфичный

образ Китая как иностранного государства, мы выявили шесть установок, выступающих в качестве ведущих. В ходе исследования было обнаружено, что образ страны приоритетно моделируется за счет лексических средств, а именно языковых маркеров оценки, в то время как синтаксические средства могут играть вспомогательную роль. В настоящий исторический период в отношении Китая доминирующие позиции занимает негативная медийная риторика, в то время как позитивно-оценочные характеристики играют существенно меньшую роль в процессе моделирования образа страны.

Литература

1. Кожевникова Т. А. К вопросу о лингвистической имагологии // Иностранные языки в высшей школе. 2016. № 3. С. 56–62.
2. Ощепков А. Р. Имагология // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 251–253.
3. Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. 2008. № 5. С. 7–18.

А.А. Исаева
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Н.В. Панина

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КОРОЛЕВСКОЙ СЕМЬИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Аннотация. В статье освещается специфика коммуникативного поведения членов британской королевской семьи. Исследование базируется на анализе коллективного речевого портрета представителей семьи Виндзоров. В результате анализа выявлены такие особенности коммуникативного поведения представителей королевской семьи, как умеренная жестикуляция, сдержанное проявление эмоций, улыбка во время коммуникации, использование определенных слов-паразитов и неоправданный повтор при хезитации, эмфатическая интонация, разнообразие синтаксических конструкций и другие.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, коллективный речевой портрет, британская королевская семья, невербальные средства коммуникации, английский речевой этикет.

В рамках господствующей в лингвистике антропоцентрической парадигмы наблюдается возрастающий интерес к взаимодействию социального и индивидуального в речи индивида. В зависимости от принадлежности к той или иной социальной группе человек использует определенные вербальные и невербальные средства коммуникации, посредством которых формируются