

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА КНР В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

СМИ представляют собой один из основных способов формирования и закрепления социальных, политических и культурных идей. В то же время СМИ – это самое эффективное средство передачи и выражения общественного мнения. Перемены в межгосударственных отношениях стран англоязычного мира и Китайской Народной Республики находят свое отражение в использовании определенных лексических средств при освещении событий в таких изданиях, как «The Daily Telegraph», «New York Times» и «The Guardian», которые занимают первые места по показателям тиражей.

Предполагаемая потеря лидирующего положения США в качестве мощнейшей ядерной державы на фоне нарастающей военной мощи КНР является основной причиной формирования образа этого государства в коллективном сознании американцев как потенциального соперника или врага, усиление которого угрожает мировому балансу: *China's aggressive military modernization, China as a looming military foe, China's military spending threatened the security balance in Asia*. Эмоциональная составляющая используемых лексем оказывает влияние на уровень восприятия читателей, заставляя их испытывать чувство сильного страха, отвращения и негодования.

СМИ стран-союзниц США Великобритании и Австралии придерживаются проводимой ею политики, однако оказываются в большинстве случаев более сдержанны при создании образа КНР: *Australia and Britain see China as a country of great opportunities, but we shouldn't be blind to the ambition that China has... and we've got to ensure that any form of malign intent is countered* («Britain to sail warship through disputed South China Sea». The Guardian, February 2018). Несмотря на наличие лексем, имеющих некоторую стилистическую окраску, предметно-логическая составляющая их значения доминирует над оценочным компонентом, а сама подача материала позволяет читателям сформировать собственное мнение.

Проведя анализ лексических стилистических средств, использованных в англоязычном медиадискурсе, мы получили их примерное процентное соотношение. В 52 % случаев использовались лексические единицы, которые дают стране определенную оценку. Из них чаще встречались эпитеты (51 %) и метафоры (37 %). Менее популярными оказались гиперболы (6 %), метонимия (5 %) и идиомы (1 %). Количество лексических единиц, создающих положительную и отрицательную оценку объекта составило 25 и 19 % соответственно. Оставшиеся единицы не содержат определенной положительной или отрицательной оценки объекта.

Таким образом, анализ сообщений англоязычных СМИ позволил установить, что различные средства выразительности помогают формировать в сознании представителей англоязычного мира представление о КНР как о стремительно развивающемся государстве, непревзойденном лидере на территории Азии и претенденте на роль нового блюстителя мирового порядка.