

П. Лушникова

НОМИНАТИВНЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА МИГРАНТА В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

(на материале англоязычных медиатекстов)

Целью данной работы является исследование номинативных средств, используемых при создании образа мигранта в зарубежных СМИ на английском языке, и оценка влияния созданного образа на мнение общественности. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что миграция является одной из главных проблем современного мира, в то время как СМИ активно способствуют формированию общественного мнения о данном явлении.

Материалом исследования послужили англоязычные статьи, опубликованные на новостных сайтах «The Guardian», «Deutsche Welle», «The Wall Street Journal». В ходе исследования было выявлено 140 лексических единиц, включающих адъективные и вербальные средства, которые используются для репрезентации образа мигранта. Для дальнейшего анализа данные средства были организованы в лексико-семантические группы.

Адъективные средства были распределены по следующим группам: «Происхождение мигранта», «Пол и возраст», «Профессиональные навыки», «Уязвимый статус мигранта», «Факторы миграции», «Виды миграции», «Временной показатель», «Демографический прирост». Анализ показал, что в статьях практически отсутствуют оценочные прилагательные. В основном адъективные средства обозначают происхождение, возраст, пол мигранта, в то время как миграция описывается с помощью прилагательных, отражающих ее *факторы* или *виды*. Обилие прилагательных, описывающих

происхождение мигрантов, указывает на то, что сегодня проблема миграции носит глобальный характер. Прилагательные группы «Демографический прирост» указывают на масштабность явления. Наличие группы «Уязвимый статус мигранта» свидетельствует о том, что мигранты более подвержены риску и могут столкнуться с правовыми препятствиями и неопределенностью своего статуса.

Вербальные средства были распределены по следующим лексико-семантическим группам: «Проявление положительного отношения к мигрантам», «Проявление отрицательного отношения к мигрантам», «Действия, совершаемые мигрантами», «Интеграция мигрантов в общество». Анализ глаголов показал, что есть люди и организации, которые стараются оказать помощь и поддержку мигрантам, однако есть и те, кто проявляет отрицательное отношение к ним.

Таким образом, авторитетные СМИ используют нейтральную лексику при описании миграционных процессов, чтобы передавать факты и информировать читателей. Избегая оценочных слов, они стремятся создать терпимое и толерантное отношение к мигрантам и представить объективную картину.