

Омарова А.У.

Студентка 3 курса, факультет иностранных языков,

Дагестанский государственный университет

Россия, г. Махачкала.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ МЕДИОБРАЗА А. МЕРКЕЛЬ

Аннотация: В статье анализируются ключевые стилистические способы конструирования медиаобраза, которые встречаются в информационно-аналитических медиатекстах о А.Меркель из онлайн версии ежедневной британской национальной газеты «The Guardian» за период 2016-2020 гг. Эти медиатексты характеризуются наличием в них таких стилистических способов конструирования медиаобраза, как метафора, сравнение, эпитет, антитеза, риторический вопрос, перечисление, обособление, параллельные конструкции.

Ключевые слова: стилистические конструкции, эпитет, метафора, антитеза, риторический вопрос, сравнение, параллельные конструкции.

Annotation: The article analyzes the key language tools that are found in informational and analytical media texts about A. Merkel from the online version of the daily British national newspaper “The Guardian” for the period 2016-2020. These media texts are characterized by the presence in them of such stylistic methods of constructing a media image as a metaphor, comparison, epithet, antithesis, rhetorical question, enumeration, detachment, parallel constructions.

Key words: stylistics, stylistic constructions, metaphor, comparison, epithet, antithesis, rhetorical question, enumeration, detachment, parallel constructions.

Язык медиадискурса является важнейшим инструментом в создании политического образа. Согласно лингвистам Чубиной и Михайловской, язык медиадискурса – это социально обусловленная реализация национального

языка, где в той или иной степени отражается состояние всех его стилей и подстилей.

Т.Г. Добросклонская определяет язык медиадискуса, во-первых, как совокупность текстов, созданных и распространяемых СМИ; во-вторых, как устойчивую внутриязыковую систему, которая включает в себя определенный набор лингвостилистических средств; в-третьих, как особую знаковую системусмешанного типа с определенным вербальным и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, интернета [Добросклонская 2008: 18-19].

Язык медиадискурса отражает взгляды и мысли политиков и, таким образом, общий настрой народа. Этот факт вытекает из особенностей языка, семантических, лексических функций, используемых, в основном, в виде стилистических средств, с помощью которых, и создается медиаобраз политика в информационном потоке.

Либеральная газета «The Guardian» представляет своим читателям А.Меркель в двух противоречивых образах: «Top manager» и «Politician losing support».

Представления о политических деятелях за рубежом зачастую формируются благодаря их политическим портретам. Западные СМИ активно используют стилистические средства для изображения представителей политической элиты Германии.

Метафора, как одно из стилистических средств, подразумевает слово или словосочетание, характеризующее данное явление на основе переноса сходных признаков, присущих другому явлению. Иными словами, метафора – один из важных приемов формирования образа. Исследователь Е.О. Опарина считает, что метафора представляет собой мощный инструмент воздействия на эмоции и создание, способный фиксировать в языке и речи определенные образы предметов и явлений [Опарина 2000: 186-204].

Языковое воздействие для создания у общества или отдельного субъекта положительного или негативного мнения относительно того или иного политического явления – основная функция политической метафоры.

Метафора представляет уже готовый образ, штамп, поэтому она является наилучшим средством манипуляции. Также метафора нередко используется как способ установления нужных ассоциативных связей, навязывания определенных субъективных оценок.

Целью функционирования метафоры в медиадискурсе является создание образа, мнения, мировосприятия с помощью эмоционального и рационального воздействия.

В качестве иллюстрированного материала приведем некоторые примеры метафорического словоупотребления с положительной коннотацией: *She is our best pilot in the storm* (The Guardian, September 22, 2017).

In a crisis she still has the potential to knock heads together and forge a deal in the European council (The Guardian, October 30, 2018).

Представленные далее случаи метафоры имеют отрицательную коннотацию: *Her (Merkel's) performance has been a planetary disaster* (The Guardian, September 19, 2017).

She (Merkel) is of course an astute political operator, but her maneuvering space has shrunk (The Guardian, September 25, 2017).

Следующим стилистическим приемом конструирования медиаобраза является сравнение.

Сравнение – образное выражение, которое уподобляет явление или понятие другому явлению или понятию по общему для них признаку, чтобы прояснить его суть или открыть в нем нечто новое. В отличие от метафоры, сравнение выражается эксплицитно, при помощи союзов *like, as, as if*, а также глаголов *look like, resemble, seem* и др.

Например: *Unlike Trump, she (Merkel) has no malicious intent* (The Guardian, September 19, 2017).

The German chancellor is as unglamorous and reliable as a Miele washing machine (The Guardian, September 22, 2017).

Следует обратить внимание что параллельно с перечислением активно используются эпитеты.

Эпитет является одним из ярчайших примеров передачи субъективной оценки. Большая часть эпитетов, представленных в информационно-аналитических медиатекстах, по своей структурно-семантической композиции представлена простыми, двухкомпонентными эпитетами: прилагательного + существительное, реже глагольно-наречными в атрибутивной функции.

Например: unshowy life, bemused expression, austerity measures, paralyzed consent, brutal strategies, a shocking failure, a close-knit pro-Merkel faction, dirty deals, welcoming response, unreadable expression и тд.

Например: Her (Merkel's) bemused expression when she has to deal with him, that twinkle, that little shrug she gives (The Guardian, May 29, 2017).

Germany is moving on from the Merkel era (The Guardian, October 30, 2018)

Еще одним стилистическим приемом конструирования медиаобраза является антитеза.

Стилистический прием антитезы, довольно часто употребляемое в информационно-аналитических медиатекстах, строится по принципу контраста, резкого противопоставления понятий, положений, образов, состояний и проявляется в использовании языковых или контекстуальных антонимов.

Москвин В.П. выделяет два типа антитезы: простая, которая состоит из одной антонимической пары, и сложная – из двух и более пар. Последняя часто применяется в тексте при развернутой контрастной характеристике двух объектов [Москвин 2007: 52-53].

Например: She (Merkel) did not set out to destroy the agreement she helped to create (The Guardian September 19, 2017).

She (Merkel) knows the difference between a union of free democracies and a prison state (The Guardian, October 30, 2018).

Следующим наиболее распространенным стилистическим приемом является риторический вопрос.

Риторический вопрос представляет собой предложение, вопросительной по структуре, передающее подобно повествовательному предложению, сообщение о чем-либо. Таким образом, в риторическом вопросе имеется противоречие между формой (вопросительная структура) и содержание (значение сообщения).

Риторический вопрос нередко используется в том случае, если говорящий по каким-то причинам не может или не хочет высказать мысль прямо, хотя и нуждается в том, чтобы аудитория поняла, что она хочет сказать [Хазагеров, Лобанов 2004: 152]. Эффективность риторического вопроса в том, что он ненавязчиво навязывает нужную идею. Особенно высока эффективность риторического вопроса в состоянии напряженного ожидания, когда аудитория эмоционально возбуждена.

Sure, Merkel is a wholehearted pro-European, but where is her vision of a more democratic and social Europe? ... What would a Germany without Merkel look like? (The Guardian, November 23, 2016)

Angela Merkel, the «climate chancellor»? (The Guardian, September 19, 2017)

What does she (Merkel) really want? (April 11, 2019)

Другим часто используемым приемом является перечисление.

К смысловой функции перечисления добавляется и эстетическая, так как журналисты обращаются к нему не только как к испытанному средству логического изложения материала, но и как к яркому источнику речевой экспрессии. Как эмоционально звучит, например, перечисление однородных членов в таких примерах:

But there was always Minerva Merkel, the rock, pragmatic towards Russia, tough towards Greece, welcoming to refugees, tightfisted with money (The Guardian, November 23, 2017).

So God bless Mutti, Queen of the centre, the unexciting but unbreakable Miele of our times (The Guardian, September 22, 2017).

Следующим стилистическим приемом является обособление.

Одним из процессов усложнения структуры предложения является прием обособления членов предложения [Житниковская 41]. Обособленные члены и конструкции представляют собой своеобразные смысловые синтаксические единства внутри предложения, выделяемые средствами инверсии и интонации, – с целью придать более сильную выразительность содержащемуся в них понятию, образу, характеристике. Обособленные члены предложения обычно наполнены живой экспрессией, подчёркиваются логически и эмоционально [Виноградов 1980:76]. Обособление технически обеспечивается при помощи специальных пунктуационных графических средств – запятых, тире, точки запятой. Обособлению могут подвергаться как отдельные слова и словосочетания, так и целые высказывания, отдельные номинативные предложения.

Например: Angela Merkel – or leader of the free world as she is now to be known – did not wait long to see the back of Donald Trump before she made it clear that things have changed (The Guardian, May 29, 2017).

Germans have shown tremendous faith in Mutti – mummy – as Merkel is sometimes known, but she is getting towards her Grossmutter years now, and even Germans may become impatient for a break before 2021 (The Guardian, August 18, 2017)

Последним используемым способом стилистического конструирования медиаобраза являются параллельные конструкции.

В современном политическом дискурсе наибольшим спросом пользуются те стилистические средства, которые основаны на разного рода

повторах, среди которых наиболее востребованными являются параллельные конструкции [Федосеев 2018: 50]. В информационно-аналитических медиатекстах по изучаемой проблематике параллелизм используется с целью достижения более четкого изложения информации. Синтаксические конструкции можно считать параллельными при наличии трех необходимых условий: параллельные конструкции должны содержать одинаковое количество членов, должно быть одинаковое отношение членов внутри параллельных конструкций, одинаковый порядок слов во всех конструкциях. При несоблюдении одного из трех условий параллельности возникает неполный параллелизм [Курбанова 2008]. При полном параллелизме структура одного предложения полностью повторяется в следующих. Выразительный потенциал параллелизма обусловлен приемом повтора: повторяющийся элемент и повтор в целом создают экспрессивный эффект.

The person who, as German environment minister, brokered the first UN climate agreement, through sheer force or will? The chancellor who persuaded the G7 leaders to promise to phase out fossil fuels by the end of this century? (The Guardian, September 19, 2017).

Таким образом, использование проанализированных стилистических средств способствуют созданию как отрицательного, так и положительного образа А.Меркель, акцентируя внимание читателя на ее политические качества, черты характера, ее действия.

Использованные источники:

1. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ, 2013. №11.
2. Желтухина М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация // Язык, сознание, коммуникация. М., 2003. Вып. 23. С. 38-51.

3. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие. Омск, 2011.

4. Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь. Ростов на Дону: Феникс. 2007.

5. Федосеев Александр Алексеевич Фигуры речи в предвыборных агитационных текстах печатных СМИ // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. №2 (30).

6. Хочунская Л.В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. №2.