

ствия в тех терминах, в каких их описывает теория перевода, но от этого ничего не меняется. Теория перевода может не только описывать действия переводчика постфактум, но и прогнозировать их. Речь идет не о строжайшей регламентации каждого шага переводчика. Теория перевода, вообще говоря, никого ни к чему не обязывает, она просто показывает сущность адекватного перевода и пути его достижения. Так, например, в элементарной фразе *Cigarette smoke affects your health to a large extent* один переводчик, возможно, переведет словосочетание *cigarette smoke* как «сигаретный дым», а другой – как «табачный дым», применив при этом прием генерализации, не подозревая о том, что именно так называется указанный прием в теории перевода. Знакомство переводчика с тем, что в теории перевода называют способами и приемами перевода, превращает их для него в психологическую реальность, и он может назвать и обосновать выбор того или иного способа и приема перевода еще до начала синтеза текста перевода.

Литература

1. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод. М.: Воениздат, 1980. 237 с.
2. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. М.: Воениздат, 1973. 280 с.
3. Комиссаров В. Н. Слово о переводе (очерк лингвистического учения о переводе). М.: Междунар. отношения, 1973. 215 с.
4. Мюллер В. К. Англо-русский словарь. М.: Русский язык, 1990.
5. Рецкер Я. И. Что же такое лексическая трансформация? // Тетради переводчика. Вып. 17. М.: Междунар. отношения, 1980. С. 72–84.

УДК 81.2

*Е. Ю. Комарова, М. А. Санталова (Пенза, Россия)
Пензенский государственный технологический университет*

Англоязычное медиапространство как источник этнических стереотипов о русских

В статье рассматриваются этнические стереотипы о России и русских в англоязычных средствах массовой информации. Особое внимание в медиапространстве направлено на культуру отмены, формирование негативного образа страны. В качестве материала исследования выступают комментарии в англоязычных СМИ («The Guardian», «The New York Times», «Politico», «The Washington Post»), а также блоги и форумы, посвященные обсуждению русской культуры.

Ключевые слова: медиапространство, английский язык, этнические стереотипы, отмена культуры, русофобия

Этнический стереотип – это образ страны или народа, представление об их национально-культурных особенностях. Кроме того, этнический стереотип характеризуется эмоциональной окрашенностью, стандартизацией образа в представлении конкретной этнической группы [8, с. 4]. Другими словами, эмоциональный компонент включает оценку и формирование чувств по отношению к объекту. В данной связи в современной политической обстановке в мире большое внимание привлекает «cancel culture» (культура исключения или отмены), связанная с формированием негативного образа современной России [3, с. 83].

В качестве материала нашего исследования мы взяли комментарии в англоязычных СМИ, а также блоги и форумы, посвященные обсуждению России и русских реалий. Следует подчеркнуть, что данные форумы и блоги находятся под пристальным контролем модераторов англоязычных изданий, поэтому сообщения, не соответствующие формируемому ими образу России, подвергаются цензуре – блокируются и удаляются [2, с. 57].

В первую очередь стоит напомнить, что ранее классические представления иностранцев о нашей стране были представлены такими беззлобными выражениями, как:

- ✓ В России невыносимо холодно.
- ✓ Русские никогда не улыбаются.
- ✓ Русские держат медведей в качестве домашних животных.
- ✓ В России все и всегда пьют водку [7, с. 21].

В современном медиaprостранстве всё ещё можно встретить отсылки к данным представлениям, и одним из наиболее распространённых видов отражения этнических стереотипов стали мемы. На тех картинках и в тех видеороликах, которые мы нашли в глобальной сети, изображены бутылки водки с разными надписями; медведи на такси, в домах, с балалайками; люди в летней одежде в окружении снега и т.д. [1].

Однако последние годы англоязычное медиaprостранство, особенно британские и американские СМИ, стремятся создать крайне негативный, враждебный, агрессивный образ России, например:

The Washington Post: «*There is a wolf at Interpol's door*». – Под словом «*wolf*» («волк») имеется в виду гражданин России, который мог стать угрозой международной организации.

Politico: «*The way to undermine a democracy, the Russians have reminded us...*». – Метафора «*to undermine a democracy*» («подорвать демократию») создает не лучшее представление о России.

The Guardian: «*Facebook removes Africa accounts linked to Russian troll factory*». – Фраза «*Russian troll factory*» («российская фабрика троллей») формирует образ страны, ведущей нечестную, грязную игру [5].

The New York Times: «...the Kremlin ... has waged a relentless campaign of repression, putting Russian citizens in jail for offenses as small as holding a poster...» – Конструкция «*A relentless campaign of repression*» («безжалостная кампания репрессий») отражает попытки создать образ жестокой, несправедливой судебной системы нашей страны.

Таким образом, англоязычные СМИ используют лексические средства, усиливающие эмоциональность речи и создающие яркие этнические стереотипы о России как о государстве [4, с. 75].

Результаты процесса формирования негативного образа России легко отследить в форумах, а также в блогах, обсуждающих новости. Наше особое внимание привлекли шутки и мемы о современной России и русских, поскольку в них наиболее лаконично и ярко представлены этнические стереотипы, связанные с нашей страной и ее национально-культурными особенностями.

В 2020–2022 годах в ответ на статьи о российской вакцине от коронавируса англоязычные пользователи обсуждали скорость её разработки и внедрения:

✓ *Americans worry that Russian vaccine will have microphones* («Американцы беспокоятся, что в российской вакцине будут микрофоны»);

✓ *After the Russian Vaccine* («После российской вакцины» – на рисунке молодой человек после приёма вакцины превращается в пожилого мужчину с седой бородой и в шапке-ушанке с советской красной звездой на ней);

✓ *Side effects of the Russian coronavirus vaccine* («Побочный эффект после русской вакцины от коронавируса» – на рисунке молодая девушка постепенно превращается в крупного, агрессивного на вид бурого медведя) [6].

Неудивительно, что при таких усилиях по формированию негативного образа русских своих сторонников также находит идея о том, что во всех мировых бедах виноваты русские. Американский писатель и историк Шон Мак-Микин убежден в том, что все мировые войны развязали русские: *By objective measures of territory conquered and war booty seized, Stalin was the victor in both Europe and Asia, and no one else came close* («По объективным показателям завоеванных территорий и захваченных военных трофеев Сталин был победителем как в Европе, так и в Азии, и никто даже не может с ним в этом конкурировать») [5].

Другой пример убежденности в мировом зле в лице России – шутки о бывшем президенте США Дональде Трампе, которого действующие американские политики усиленно пытаются унижить и которому пытаются предъявить обвинение в коррупционных связях с Россией: *Trump has asked Putin to prove that he never helps Trump* («Трамп попросил Путина подтвердить, что он никогда не помогает Трампу») [1].

В англоязычном блоге один пользователь написал такую шутку: *Napoleon attacked Russia but was stopped by the cold. Hitler decided to do the same but was also stopped by the cold. We're now confident we know why they invented global*

warming! («Наполеон напал на Россию, но был остановлен холодом. Гитлер решил сделать то же самое, но его также остановил холод. Теперь мы уверены, что знаем, почему они изобрели глобальное потепление!») [6].

Бесконечный объем сарказма и не самых блестящих шуток направлен на президента России Владимира Владимировича Путина, в которых он выставлен как диктатор, тиран и жестокий человек. Например, в следующем меме обыгрываются созвучные слова *peace* [pi:s] («мир, покой») и *piece* [pis] («кусочек, часть»): *Putin nowadays be like: all I want is peace. A piece of Ukraine* (букв.: «Путин сегодня может сказать: все, чего я хочу, – это мира. Кусочек Украины») [7].

Многозначность английского языка, как в случае со словом *occupation*, которое может переводиться как «занятость, работа», так и «оккупация, завоевание», также дает простор для отражения этнических стереотипов о русских: *Vladimir Putin is at an airport and is going through customs. Customs officer: Occupation? Putin: No, just visiting* (букв.: «Владимир Путин находится в аэропорту и проходит таможенный досмотр. Таможенник: “Род занятий?” Путин: “Нет, просто в гостях”») [3].

Еще один мем изображает президента России держащим наполненный каким-то напитком бокал, на котором сделана надпись: *4 things people can't choose: parents, nationality, appearance and the president of Russia* («4 вещи, которые люди не могут выбирать: родителей, национальность, внешность и президента России») [6].

Многие из рассмотренных нами комментариев носят злобный, агрессивный характер и отражают поверхностные представления о русской действительности. Тем не менее они являются ярким подтверждением успешности проводимой кампании по созданию негативного образа России.

В заключение приведем известное высказывание: «История всё расставит по своим местам». Несмотря на все старания модераторов новостных сайтов и авторов блогов, немало иностранцев, с уважением и вниманием относящихся к национально-культурным особенностям России. Что касается нашего отношения к происходящему, то, безусловно, стоит поддерживать формирование достойного образа нашей страны и по возможности выступать в медиапространстве с отстаиванием наших культурных ценностей и требованием уважать любую нацию в мире.

Литература

1. 10+ англоязычных новостных СМИ для изучающих язык [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/companies/puzzleenglish/articles/413971/> (дата обращения: 11.05.2023).
2. Амитрова М. В., Гусарова Ю. В., Нелюбина Е. А., Садчикова Я. В. Оптимизация процесса обучения иностранному языку за счет использования облачных технологий // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего. 2015. Т. 3. № 6(28). С. 54–58.

3. Комарова Е. Ю., Мягкова В. Ю. Неологизмы как отражение политической ситуации в мире // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 95-2. С. 82–85.
4. Куликова И. В. Развитие речемыслительных способностей студентов при работе с учебным гипертекстом на иностранном языке // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2014. № 4(9). С. 74–77.
5. Логинова А. С., Тарасенко В. В. Образ России в англоязычных СМИ // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира: материалы XII междунар. студ. науч.-практ. конф. (Комсомольск-на-Амуре, 22 апр. 2021 г.) / Амур. гуманит.-пед. гос. ун-т. Комсомольск-на-Амуре, 2021. С. 161–167.
6. Микроблоговая платформа «Medium» [Электронный ресурс]. URL: <https://medium.com/> (дата обращения: 15.05.2023).
7. Нелюбина Е. А., Амитрова М. В., Гусарова Ю. В. Языковые особенности интернет-дискурса // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 4(9). С. 21–23.
8. Федюковская М. Г. Роль этнопсихологических факторов в обучении британских студентов русскому языку: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. СПб., 1999. 18 с.

УДК 811.111

Е. Г. Котова (Орехово-Зуево, Россия)
Государственный гуманитарно-технологический университет

К вопросу об этимологии английской идиомы «свиньи могут летать»

В статье рассматривается английская идиома ‘when pigs fly’ как гиперболическая фигура речи в значении полной невозможности предстоящего действия. Особое внимание уделяется изучению ее происхождения и вариантам, существующим в разных языках.

Ключевые слова: этимология, фигура речи, идиома, адинатон, преувеличение

В настоящее время изучение фразеологического фонда любого языка представляет несомненный интерес для ученых-лингвистов с точки зрения лингвокультурологии. Фразеологическая картина мира является частью языковой картины мира, которая описана средствами идиоматики. Идиома, являясь комбинацией слов, «придает тексту оттенки смысла и усиливает речевое воздействие отправителей на получателей информации» [4]. Идиомы являются неотъемлемой частью любого разговорного языка. «Они не только украшают речь, делая её более яркой, эмоциональной и интересной для собеседника, но и являются бесценным источником сведений о культурно-исторических традициях народа-носителя» [2, с. 96].

Английская идиома «свиньи могут летать» — это юмористическое / ироничное замечание, используемое для указания на маловероятность какого-либо события или высмеивания доверчивости других. Во фразеологическом