

**В. П. Новикова, Н. Е. Кунина**  
Челябинск, Россия

### ОБРАЗ ЕВРОСОЮЗА: МЕТАФОРЫ ПЕРЕМЕН

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена анализу способов создания вербальных образов Евросоюза, остро нуждающегося в реформах. Для достижения данной цели проводится когнитивный анализ концептуальных метафор, участвующих в создании образа Европы (Евросоюза) в британских СМИ: были отобраны тексты из ведущих британских журналов «The Economist», «The Spectator» и газет «The Financial Times», «The Guardian», «The Independent» за период 2017—2018 гг. С помощью дискурсивного анализа выявляются и анализируются коммуникативные стратегии, используемые журналистами, позволяющие делать выводы о приоритетных для них функциях при формировании медиаобраза Европы. Авторы медиатекстов прибегают к стратегии аргументации и запугивания, пытаются доказать необходимость реформирования Евросоюза, представляя грядущие сценарии изменений в виде протекционистских, ожидающие Европу, из недавно вышедших книг (образы Европы, совершающей самоубийство, Европы, ставшей исламской империей, континента, который трещит по швам). Проведенный анализ помогает сделать вывод, что метафоры помогают и журналистам, и читателям сделать более наглядными сложнейшие процессы, происходящие внутри одного из крупнейших политико-экономических образований современности — Евросоюза, формируя у читателей определенные образы и стереотипы.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** медиадискурс; концептуальные метафоры; коммуникативные стратегии; образ Евросоюза; медиалингвистика; медиатексты; средства массовой информации; СМИ; политическая метафорология; метафорическое моделирование; метафорические модели.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:** Новикова Вера Павловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и методики обучения английскому языку, факультет иностранных языков, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет; 454080, Россия, г. Челябинск, пр-т Ленина, 69; e-mail: veranovik@mail.ru.

Кунина Наталья Ефимовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и методики обучения английскому языку, факультет иностранных языков, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет; 454080, Россия, г. Челябинск, пр-т Ленина, 69; e-mail: kulinane@cspu.ru.

Европа с ее историей, стремлением к региональной интеграции всегда привлекала всеобщее внимание. Не стали исключением и наши дни, когда Евросоюз сталкивается с эпохальными вызовами. В насыщенном событиями информационном пространстве наиболее выпукло проявляется манипулятивная природа и специфические черты, демонстрирующие власть языка — способность воздействовать на массовое сознание. СМИ задают в наши дни видение (образ) любого государства или экономическо-политического объединения. В ходе нашего исследования мы ставили целью провести анализ способов создания вербальных образов Европы, формируемых в рамках медиадискурса Великобритании. Эмпирическую базу исследования составили тексты британских печатных СМИ, посвященные оценке современного состояния Евросоюза, его взаимоотношений с Великобританией и другими странами, его места на современном политическом и экономическом ландшафте, отобранные из ведущих британских журналов «The Economist», «The Spectator» и газет «The Financial Times», «The Guardian», «The Independent» за период 2017—2018 гг. Данная статья посвящена одному из сценариев, в рамках которого образ Евросоюза представлен в медиадискурсе наиболее ярко, Работа выполнена при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева» по договору на выполнение научно-исследовательских работ от 04.06.2018 г. № 1/332.

а именно сценарию реформирования ЕС, международного образования, сочетающего в себе признаки международной организации (межгосударственность) и государства (надгосударственность), однако формально не являющегося ни тем, ни другим.

Дискурс — это вербализованная (в форме устных и письменных текстов) речемыслительная деятельность, включающая как лингвистические, так и экстралингвистические компоненты [Красных 2003].

Согласно Е. А. Кожемякину, медиадискурс — это деятельность речемыслительного характера, проводимая в пространстве массмедиа, обусловленная социокультурными факторами и направленная на обсуждение определенной темы [Кожемякин 2010: 16]. Понятия «медиадискурс» и «медиатекст», относящиеся к основным формам, в которых существует язык СМИ, представляются основополагающими в исследовании медиалингвистики, целью которой является изучение того, каким образом функционирует язык в сфере массовой коммуникации [Добросклонская 2008: 34].

Философский энциклопедический словарь трактует «образ» как форму рассматриваемого объекта, отраженную в человеческом сознании. Познание «образа» подразделяется здесь на две ступени: чувствен-

ную, куда входят ощущения, восприятия и представления, и мыслительную, к которой относятся понятия, суждения, концепты, теории. Первично образ представлен без каких-либо предубеждений и существует без каких-либо искажающих его факторов. Знаковые модели, действия, язык являются формой воссоздания образа [Философский энциклопедический словарь 1982: 446].

Понятие образа в медиадискурсе обозначается термином «медиаобраз». Медиаобраз чаще всего определяется либо как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак 2012: 95], либо как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [Богдан 2007: 124].

Т. Н. Галинская, рассматривая понятие «медиаобраз» в узком значении, определяет его как эпизоды реального мира, отраженные в профессиональных журналистских текстах, включающих в себя миропонимание, ценности, психологические качества и политические взгляды автора текста; в широком значении — как образ действительности, создаваемый во всех текстах медиапространства, которые могут принадлежать как профессиональным журналистам, так и обычным интернет-пользователям [Галинская 2013]. Метафоры, будучи мощным языковым средством концептуализации действительности, активно используются в языке СМИ для создания образов политиков, социальных, политических, экономических проблем и различных государств.

Н. Н. Клочко в своей статье «Образы Европы в современных национальных дискурсах (на примере антропоморфной метафоры)» по метафорическому следу воссоздает образы разных регионов объединенной Европы [Клочко 2006]. Образы европейских политиков рассматривались Е. А. Слободенюк в диссертационном исследовании «Создание образа британского и немецкого политика в современном медиадискурсе Великобритании в аспекте оппозиции „свой — чужой“» [Слободенюк 2015]. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа России в современном немецком медиадискурсе был исследован в диссертации К. В. Костиной [Костина 2011].

Использование автором образного переноса способствует мгновенному выделению адресатом главной мысли из всего потока информации и, что закономерно, облегчает понимание основной идеи медиасообщения, что особенно важно для представления сложных социальных явлений, к которым относится, в частности, реформа Евросоюза.

Поскольку СМИ имеют определенные социальные, политические, идеологические установки, обуславливающие типы реагирования, фильтрации событий, отбор материала, его подачи и трактовки, изучение коммуникативных стратегий методами критического дискурс-анализа позволяет сделать выводы о ценностях, пропагандируемых тем или иным изданием.

Просуществовав более 60 лет, Евросоюз столкнулся с большим количеством проблем, ригидностью своих институтов, недовольством граждан: *The danger, as Jan-Werner Müller, a professor at Princeton, has written, is that “the EU comes across as imperialist in aspiration and impotent in practice”* (The Economist). — ...Евросоюз ведет себя как империалист в своих стремлениях и немощный человек на деле.

Пессимистическая тональность, ирония, намеки дискредитируют образ Евросоюза:

*On 25 March, Europe will celebrate, but its future will be made of small steps rather than big dreams. — 25 марта Европа будет праздновать юбилей, но ее будущее будет заключаться в искусстве маленьких шагов, а не грандиозных планов.*

*Grand visions or wishful thinking?* (BBC) — Грандиозные планы или самообман?

О необходимости реформ говорят все: от главы Еврокомиссии Жан-Клода Юнкера до простых обывателей. Теме реформ ЕС посвящены страницы многих британских газет: *The answer, as our special report argues, is to pursue, more formally than now, an EU that is far more flexible* (Economist). — Ответ, согласно нашему специальному докладу, заключается в том, чтобы добиться существования Евросоюза, который бы поддавался большему реформированию.

*Rome must also be the start of a new chapter* (BBC). — Встреча в Риме должна стать началом новой главы.

Большое количество антропоморфных метафор используется для того, чтобы показать, как неловко Европа чувствует себя в новой роли: *It is a confidence-sapping thought for an institution which has grown accustomed to seeing itself as the high table of European politics and grown used to the idea that it is an institution that other countries are desperate to join. — Это очень унижающий сценарий для института, который привык видеть себя во главе стола европейской политики и привык к тому, что все хотят вступить в его ряды.*

Выбор пути реформирования остается пока неопределенным, противоречивым и непредсказуемым:

*Some call for more powers for the parliament, some for more powers for the council, or for a greater role for national parliaments, or for the use of EU-wide referendums — ideas that pull in very different directions* (Guardian). — *Некоторые требуют предоставить более широкие полномочия парламенту, другие — совету, третьи требуют отдать бразды правления национальным парламентам и больше использовать общеевропейские референдумы. Все эти предложения тянут ЕС в разные стороны.*

Пытаясь облегчить понимание проекта будущей Европы для простых граждан, политики и журналисты прибегают к различным метафорам как мощному средству концептуального воздействия на общество.

Одна из предложенных реформ — это большая интеграция Германии и Франции, задуманная еще «отцом-основателем» Евросоюза Жаном Монне. Интеграция должна совершиться при помощи крупномасштабных мер, за счет так называемого «большого скачка» (*take a further bold leap towards ever closer union* (Economist)); пространственная метафора), нацеленного на перезапуск проекта, представленного в виде механизма (*to relaunch the project* (Economist)). Пытаясь аргументировать именно такую стратегию, авторы прибегают к протекционалистским метафорам в отношении Евросоюза (*it speaks with one loud voice*), используют стратегию запугивания, которая реализуется благодаря тактике «навешивания ярлыков», противопоставления концептов «мы» (свои) и «они» (чужие), а также тактике намеков, когда автор завуалированно выражает свою мысль через подтекст:

*The traditional response of EU-enthusiasts to such challenges is to press for a bold leap towards closer union. The euro needs this if it is to succeed, they argue. Equally, they say, more powers ought to shift to the centre to allow the EU to strengthen its external borders and ensure that it speaks with one loud voice to the likes of Mr. Putin and Mr. Trump* (Economist). — *Традиционно еврофилы отвечают на вызовы времени, призывая к более тесной кооперации. Евро нуждается в этом, если он намерен преуспеть. Кроме того, еще больше полномочий должно перейти к центру, чтобы позволить ЕС укрепить свои внешние границы и убедиться, что он выступает единым фронтом против таких, как господа Путин и Трамп.*

*So if we want to have our future in our own hands we have to have a strong Europe. If not we will become an appendix of Russia, of the United States, of Mexico, of China, of Brazil, of India.* — *Если мы хотим, чтобы наше буду-*

*щее было в наших руках, нам нужна сильная Европа. Если мы этого не хотим, мы станем придатком России, США, Мексики, Китая, Бразилии, Индии.*

Пространственная метафора используется для представления будущего Европы в виде «концентрических кругов», соответствующих трем уровням интеграции (схема, предложенная французским премьер-министром Эдуардом Балладюром). Концепция «твердого ядра», отраженная в документе, представленном немецкой партийной фракцией на рассмотрение в парламент (Bundestag) в сентябре 1994 г., перекликающаяся с концепцией Балладюра, также всё чаще звучит в английской прессе при упоминании единой «франко-германской» стратегии в отношении будущего Евросоюза. Однако более популярной стала концепция многоуровневой интеграции, которая, как полагают, в большей степени соответствует понятиям «дифференциация» и «гибкость». Дифференцированный подход к разным странам представлен метафорически как «варьируемая геометрия» (*The British preferred the term “variable geometry”*), «Европа разных скоростей» (*A true multi-speed, multi-tier Europe would be far more ambitious*), а также Европа *à la carte* (*Europe à la carte, Pick and Choose* — гастрономическая метафора). Еще не успев начаться, эти реформы вызывают опасения: *There will be plenty of hiccups and plenty of disagreements about strategy. That is hardly surprising because basic issues of national sovereignty are at stake* (Guardian). — *Данная стратегия, безусловно, вызовет множество сомнений и противоречий. Это очевидно, так как на карту поставлена независимость государств.*

Гастрономическая метафора (*a la carte*) используется и для того, чтобы подчеркнуть нынешнюю ситуацию с Великобританией, которая в результате Брэксита не будет пользоваться особыми правами в Евросоюзе, а будет вынуждена столкнуться с суровой реальностью: *...but we must be honest with each other too: the days of UK cherry-picking and a Europe à la carte are over* (Guardian). — *...мы должны быть честны друг с другом: времена, когда Соединенное Королевство могло выбирать вишенки на торте и заказывать любое блюдо из меню, прошли.* Прогнозируя сценарий реформирования Европы, придерживающейся более гибкой политики, авторы продолжают дискредитировать образ Евросоюза, критикуя его бюрократический аппарат с помощью иронии и преувеличения:

*That means a changed mindset more than*

*changed treaties: in the language of Eurocrats, accepting a menu that is a la carte, not prix fixe. This is anathema in Brussels, where the idea that you can pick and choose the bits of the EU that you like is frowned upon, but it is what Europeans increasingly want. — В большей степени это означает изменение мировоззрения, а не соглашений: говоря языком еврократов, согласие на меню а la carte, а не на комплексный обед. Для Брюсселя это подобно анафеме, так как одно упоминание того факта, что вы сможете выбрать Евросоюз по отдельным кусочкам, воспринимается неодобрительно, но именно в этом нуждаются европейцы.*

Сценарий «выжидательной позиции» также не исключается, однако он всё больше и больше подвергается критике с помощью стратегии аргументации:

*Given the challenges facing the union, muddling through may no longer be the safest option. — Принимая во внимание те проблемы, которые стоят перед Союзом, стратегия „авось справимся“ вряд ли сработает.*

Вызывает интерес и точка зрения, согласно которой все испытания, посланные Европе, должны быть использованы как основание для более радикальных, революционных реформ: *To the greatest and most strident cynics, Europe as we've known it is long gone, having buckled to the treble-menace of terrorism, political correctness and mass immigration, whereas for the optimists, these crises are an opportunity for radical reform, even revolution, rather than despair (Independent). — По мнению самых отъявленных циников, Европа в том виде, в котором мы ее знали, давно перестала существовать, погрязнув в проблемах терроризма, политкорректности, массовой иммиграции, в то время как оптимисты видят в этих кризисных ситуациях возможность радикальных реформ и даже революции, а не отчаяния.*

Возможные пессимистические сценарии, ожидающие Европу, представлены в многочисленных книгах, вышедших за последнее время как в жанре утопии, так и антиутопии. Художественные образы Европы, совершающей самоубийство, Европы, ставшей исламской империей, континента, который трещит по швам, переключаются с образами, создаваемыми СМИ:

*Douglas Murray argues in The Strange Death*

*of Europe that Europe, through mass immigration and the sociopolitical changes that come with it, is effectively committing suicide. — Дуглас Мюррей пытается доказать в своей книге „Странная смерть Европы“, что Европа из-за иммиграции и социополитических изменений, которые последовали вслед за ней, просто совершает самоубийство.*

Подводя итог, можно отметить, что авторы прибегают к стратегии аргументации и запугивания, пытаются доказать необходимость реформирования Евросоюза, представляя грядущие сценарии изменений в виде протекционалистских, пространственных, гастрономических, механических метафор. Являясь ключевым элементом категоризации языка, мышления и восприятия, способная совмещать в себе абстрактное и конкретное, метафора помогает и журналистам и читателям сделать более наглядными сложнейшие процессы, происходящие внутри одного из крупнейших политико-экономических образований современности — Евросоюза, формируя у читателей определенные образы и стереотипы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2007. № 4. С. 124.
2. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике [Электронный ресурс] // Вестн. ОГУ. 2013. № 11 (160). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-mediaobraza-i-problema-ego-rekonstruktsii-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 26.09.2018).
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). — М.: Наука, 2008. 264 с.
4. Клочко Н. Н. Образы Европы в современных национальных дискурсах (на примере антропоморфной метафоры) // Современная политическая лингвистика. — Екатеринбург, 2006.
5. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (83). С. 13—21.
6. Костина К. В. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа России в современном немецком медиадискурсе : автореф. — М.: Промедиа, 2011. 18 с.
7. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
8. Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93—96.
9. Слободенюк Е. А. Особенности сочетания визуального и вербального в создании образа современного немецкого политика в британском медиадискурсе : (на примере Ангелы Меркель) // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 113—121.
10. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1982. 815 с.

V. P. Novikova, N. E. Kunina  
Chelyabinsk, Russia

#### THE IMAGE OF THE EUROPEAN UNION: METAPHORS OF CHANGE

*ABSTRACT. The article analyzes the ways of creation of verbal images of the European Union that is in need of reformation. To reach the goal we used cognitive analysis of conceptual metaphors used in the reconstruction of the image of Europe (and the EU) in British mass media: the texts from the leading British magazines and newspapers were chosen, including «The Economist», «The Spectator», «The Fi-*

nancial Times», «The Guardian» and «The Independent» of 2017–2018. Communicative strategies employed by the journalists to create the media image of Europe were identified with the help of discourse analysis. The authors of media texts use the strategies of argumentation and threatening in an attempt to prove the urgency of reformation of the EU showing the possible changes with the help of protectionist, spatial, gastronomic and mechanical metaphors. The scenario of wait-and-see attitude is also possible, but it is criticized with the help of the strategy of argumentation. To emphasize how inconvenient the new role for Europe is, anthropomorphic metaphor is frequently used. Spatial metaphor represents Europe in the form of “concentric circles” pointing out at the three levels of integration. Pessimistic scenarios of the European future are constructed (Europe committing suicide, Europe as Islamic empire, Europe as a decomposing continent). The analysis makes it possible to conclude that metaphors help journalists to portray the complicated processes taking place in one of the largest political and economic entities of the modern world – the European Union; they form certain images and stereotypes in the minds of the readers.

**KEYWORDS:** media discourse; conceptual metaphor; communicative strategies; image of EU; media linguistics; media texts; mass media; media; political metaphorology; metaphorical modeling; metaphorical models

**ABOUT THE AUTHORS:** Novikova Vera Pavlovna, Candidate of Philology, Associate professor, Department of English and Methodology of Teaching English, South-Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia.

Kunina Natalya Efimovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of English and Methodology of Teaching English, South-Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia.

#### REFERENCES

1. Bogdan E. N. Mediaobraz Rossii kak ponyatie teorii zhurnalistiki // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10, Zhurnalistika. 2007. № 4. S. 124.
2. Galinskaya T. N. Ponyatie mediaobraza i problema ego rekonstruktsii v sovremennoy lingvistike [Elektronnyy resurs] // Vestn. OGU. 2013. № 11 (160). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-mediaobraza-i-problema-ego-rekonstruktsii-v-sovremennoy-lingvistike> (data obrashcheniya: 26.09.2018).
3. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI (Sovremennaya angliyskaya mediarech'). — M. : Nauka, 2008. 264 s.
4. Klochko N. N. Obrazy Evropy v sovremennykh natsional'nykh diskursakh (na primere antropomorfnoy metaforiki) // Sovremennaya politicheskaya lingvistika. — Ekaterinburg, 2006.
5. Kozhemyakin E. A. Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya // Nauchnye vedomosti Belgorod. gos. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki. 2010. № 2 (83). S. 13—21.
6. Kostina K. V. Aksiologicheskii aspekt yazykovoy reprezentatsii obraza Rossii v sovremennom nemetskom mediadiskurse : avtoref. — M. : Promedia, 2011. 18 s.
7. Krasnykh V. V. «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili real'nost'? — M. : ITDGK «Gnozis», 2003. 375 s.
8. Marushchak A. V. Politiko-sotsial'nyy obraz Rossii v amerikanskom mediaprostranstve // Zhurnalistikiy ezhegodnik. 2012. № 1. S. 93—96.
9. Slobodenyuk E. A. Osobennosti sochetaniya vizual'nogo i verbal'nogo v sozdanii obraza sovremennogo nemetskogo politika v britanskom mediadiskurse : (na primere Angely Merkel') // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 2 (52). S. 113—121.
10. Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1982. 815 s.