

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра английского языка, методики и переводоведения

**Сопоставительное исследование метафорической репрезентации образа
России в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Андреева Надежда
Александровна,
обучающийся БА-42
группы

подпись

Руководитель:
Шехтман Наталия
Георгиевна
канд. филол. наук, доц.

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТАФОРЫ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ	6
1.1. Понятие метафоры. Когнитивное направление в лингвистике как основа для изучения метафоры	6
1.2. Понятие метафорической модели, ее компоненты и принципы классификации	13
1.3. Понятие дискурса	17
1.4. Дискурс масс-медиа. Функции метафоры в дискурсе масс-медиа	21
Выводы по главе I	26
ГЛАВА II. КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИЕ РОССИЮ В БРИТАНСКИХ, РОССИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ	28
2.1. Метафорическая модель со сферой-источником «Война» в дискурсе масс-медиа	29
2.2. Метафорическая модель со сферой-источником «Спорт и игра» в дискурсе масс-медиа	40
2.3. Метафорическая модель со сферой-источником «Человеческий организм» в дискурсе масс-медиа	47
2.4. Метафорическая модель со сферой-источником «Монархия» в дискурсе масс-медиа	54
Выводы по главе II	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	67

Введение

Использование принципов когнитивной лингвистики – один из относительно новых подходов к исследованию метафор, позволяющий подробно изучить когнитивные (концептуальные) метафоры в различных видах дискурса и увидеть новые грани в, казалось бы, хорошо изученном феномене.

Возможно ли повлиять на мировоззрение индивида, изменив в его сознании метафору? Согласно данному подходу это возможно, однако для этого необходимо некоторое время целенаправленно предлагать ему видоизмененную метафору, с помощью такого средства, которому этот человек будет доверять. В современном мире таким кредитом доверия и возможностью осуществлять с определенной регулярностью это влияние на людей обладают в первую очередь средства массовой информации. Таким образом, человек, садясь с утра за завтраком за чтение ежедневной газеты или включая после работы вечерние новости, невольно становится адресатом определенной односторонней коммуникации, которая не может не оказывать влияние на ту или иную метафору как средство познания мира и мышления в целом у данного индивида.

Актуальность нашей темы обусловлена современным широким интересом общества к социальной, политической и экономической сферам жизни, информацию о которых индивиды получают через средства массовой информации, а также степенью влияния масс-медиа не только на мнения людей, но и в целом на формирование их картины мира, интерпретацию ими фактов и событий как в вышеуказанных сферах, так и в обыденной жизни. Немаловажно подойти к данному исследованию комплексно, сопоставив масс-медиа разных стран, точка зрения которых может кардинально отличаться на один и тот же вопрос.

Новизна выбранной нами темы состоит в том, что в современном мире политическая ситуация не стабильна и исследования с использованием свежих изданий СМИ должны возобновляться. Постоянные изменения отношения к

России в политической сфере ведут к изменению отношения к ней в сознании людей, так как оно находится под влиянием масс-медиа и в них отражается.

Объектом нашего исследования является метафорическое словоупотребление в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа периода 2016-2018 гг.

Предметом исследования являются особенности функционирования концептуальных метафор, репрезентирующих образ России в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа 2016-2018 гг.

Целью данного исследования является сопоставительное когнитивное исследование (описание фреймово-слотовой структуры, систематизация, классификация) метафор, репрезентирующих образ России в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа 2016 – 2018 гг.

Достижение цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть понятие «концептуальная метафора», ее типы и основные функции;
2. Изучить различные подходы к определению понятия «дискурс», «дискурс масс-медиа», а также их функции;
3. Сделать выборку ключевых концептуальных метафор в рассматриваемом типе дискурса.
4. Провести сопоставительное описание использования исследуемых метафорических моделей, сделать соответствующие выводы.

Материалом исследования послужили ежедневные британские издания «The Times», «The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Observer», «The Daily Mail» новостной направленности, ежедневные и еженедельные американские издания «The Wall Street Journal», «The New York Times», «USA Today», «New York Post», «The Washington Post» и ежедневные российские издания «Ведомости», «Новая Газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Аргументы и Факты». К рассмотрению предлагаются издания за 2016-2018 гг. В нашей картотеке на данный момент

насчитывается 300 примеров концептуальных метафор, отобранных из британских масс-медиа, 300 примеров концептуальных метафор, отобранных из американских СМИ и 400 примеров концептуальных метафор, отобранных из российского масс-медиа дискурса.

Для реализации поставленных задач были использованы следующие **методы исследования:**

Эмпирические:

- описание как начальный этап любого научного исследования;

Общенаучные теоретические методы:

- анализ отобранной научной литературы;
- обобщение изученного материала;
- метод сплошной выборки;

Частнонаучные методы:

- контент-анализ (изучение текстов формализованными методами);

Дисциплинарные методы лингвистики:

- когнитивный метод и его методики, включающие классификацию и когнитивно-дискурсивный анализ.

Теоретическая значимость нашей работы заключается в том, что оно вносит вклад в дальнейшее развитие теории метафорического моделирования и анализа дискурса.

Практическая значимость данной работы состоит в том, что её результаты могут быть использованы в практике преподавания дисциплин «Политическая лингвистика», «Когнитивная лингвистика», «Языкознание» и др.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. Объем работы составляет 71 страницу. Библиографический список насчитывает 50 наименования на русском и английском языках.

Глава I. Теоретические основы исследования метафоры в медийном дискурсе

1.1. Понятие метафоры. Когнитивное направление в лингвистике как основа для изучения метафоры

Метафора – один из тех немногих терминов в лингвистике, который как вызывает немало споров внутри науки, так и пользуется известностью вне ее рамок. Метафора изучается языковедами уже более двух тысячелетий и зачастую многие предлагают свои собственные толкования этого феномена и до сих пор исследователи так и не пришли к единому мнению о её природе. И в этой области по-прежнему остается множество "белых пятен" и дискуссионных проблем.

Современными лингвистами условно выделяется два подхода к изучению метафоры: классический, берущий свое начало еще в учении Аристотеля и современный, возникший в американской когнитивной лингвистике.

Для понимания специфики метафоры нельзя не обратиться к классическому подходу. Аристотель дал следующее определение рассматриваемому явлению: метафора – это способ переосмысления значения слова на основании сходства. Таким образом, согласно Аристотелю мы, говоря о реальном, соединяем с ним невозможное. Однако на данном этапе мысли метафора осознавалась пока только как фигура речи, а не как языковое явление.

А. А. Потебня был одним из первых, кто описал синтаксические позиции метафоры, которая может быть: обособленным определением, метафорическим эпитетом, приложением, обращением, подлежащим, сказуемым, а также дополнением [Потебня 1905: 207].

Далее же, проблема как функционально-синтаксических, так и парадигматических характеристик метафоры, её стилистические возможности, а также закономерности процесса метафоризации, изучались Н. Д. Арутюновой, Н. Д. Бессарабовой, В. В. Виноградовым, Ю. И. Левиной,

и др. И именно выявление синтаксических функций метафоры осуществленное А. А. Потебней заложило основу для изучения метафорического контекста. Безусловно это имело огромное значение для выяснения её изобразительного и выразительного потенциала. Сегодня традиционным объектом исследовательского внимания лингвистов в рамках данного подхода остаются семантика и функции метафоры, закономерности процесса метафоризации и её стилистические возможности.

Таким образом, согласно традиционному подходу, мы понимаем под метафорой (греч. *metaphora* – перенос) слово или оборот речи, употребленные в переносном значении для определения предмета или явления на основе какой-либо аналогии, сходства. Однако при этом обычно различают метафоры общеязыкового характера (стертые или окаменелые), метафоры, сохраняющие «свежесть», и метафоры собственно поэтические, которые отличаются «индивидуальным» характером [Кожина 2006: 458].

В современной лингвистике интерес к метафоре проявляют в первую очередь стилистика, лексикология и лексикография, которые рассматривают её в качестве основного средства вторичной номинации. Для стилистики метафора является главным средством создания образности. Лексикология и лексикография рассматривают метафору в качестве одного из путей развития значения слова, который служит средством пополнения словарного запаса языка [Арутюнова 2000: 296]. В обоих случаях метафора является результатом процесса метафоризации, под которой в традиционной лингвистике (стилистика и лексикологии) подразумевается «расширение смыслового объёма слова за счёт возникновения у него переносных значений и усиления его экспрессивных свойств» [Ахманова 2004: 232].

Однако, как было уже сказано выше, почти каждый лингвист, а также едва ли не каждое новое направление в лингвистике предлагает свое понимание сущности метафоры, представление о ее функциях, свои подходы и методики ее изучения, свою типологию и классификацию. Так, для лингвистической науки конца XX века метафора обретает абсолютно новое

значение. Её начинают рассматривать в рамках когнитивистики, т.е. когнитивной лингвистики, и метафора становится средством познания и объяснения действительности, а значит методика ее изучения в корне меняется, и мы можем говорить о новом, современном подходе к её исследованию.

На первый взгляд может показаться, что оба подхода не имеют между собой ничего общего, и более того – конкурируют друг с другом. Действительно, в рамках современного подхода метафора не сводится к языковой «игре» слов и выражений [Чудинов 2003: 47]. То есть, когнитивная лингвистика не пытается поменять наше понимание данного феномена и не отрицает традиционный подход, а лишь предлагает взглянуть на метафору под другим углом. Но для начала следует разобраться в специфике когнитивной лингвистики как науки.

Согласно В. А. Масловой когнитивизм – это направление в науке, объектом изучения которого является человеческий разум, мышление и те ментальные процессы, и состояния, которые с ними связаны. Это наука о знании и познании, о восприятии мира в процессе деятельности людей [Маслова 2004: 6].

Таким образом, данное направление предполагает, что человека следует изучать как систему переработки информации, а его поведение необходимо описывать и объяснять в терминах его внутренних состояний. Эти состояния физически проявлены, наблюдаемы и интерпретируются как получение, переработка, хранение, а затем и мобилизация информации для рационального решения задач.

Поскольку решение этих задач непосредственно связано с использованием языка, вполне естественно, что язык оказался в центре внимания когнитивистов [Там же: 6]. Когнитивные процессы «связаны с языком и принимают форму языковленных процессов [Кубрякова 2001: 3].

И таким образом на базе когнитивизма возникает когнитивная лингвистика, то есть наука, которая помогает посмотреть на язык с точки зрения его участия в познавательной деятельности человека.

В когнитивистике главное внимание уделяется человеческой когниции, исследуются не просто наблюдаемые действия, а их ментальные репрезентации (внутренние представления, модели), символы, стратегии человека, которые и порождают действия на основе знаний; т.е. когнитивный мир человека изучается по его поведению и деятельности, которые протекают при активном участии языка, образующего речемыслительную основу любой человеческой деятельности – формируя ее мотивы и установки, прогнозируя результат.

Когнитивная лингвистика рассматривает язык как неотъемлемую часть познания и плод человеческого ума, а также исследует репрезентацию языковой системы в общей ментальной системе, пытаясь ответить на вопрос: как и в каком виде вербализуются формируемые человеком структуры знания. А, следовательно, «когнитивная лингвистика вторгается в сложнейшую область исследования, связанную с описанием мира и созданием средств такого описания» [Демьянков, Кубрякова 2001: 38].

Исходя из этого можно смело утверждать, что сегодня подход к изучению языка сложен и многогранен настолько, что требует усилий не только лингвистов, как это было принято раньше, но также психологов, историков, нейрофизиологов и многих других специалистов из самых разных сфер.

Основная категория когнитивной лингвистики – концепт. Е. С. Кубрякова предлагает следующее определение концепта: «Концепт – термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Кубрякова 2001: 90]. Концепты

возникают в процессе построения информации об объектах и их свойствах. Таким образом можно сказать, что концепты - это сведения о том, что человек знает, предполагает, думает, воображает о любых объектах мира.

Считается, что лучший доступ к описанию и определению природы концептов обеспечивает язык. Некоторые ученые считают, что в качестве простейших концептов следует рассматривать концепты, представленные одним словом, а в качестве более сложных – те, которые представлены в словосочетаниях и предложениях [Кубрякова 2001: 91]. Однако следует отметить, что концепт не непосредственно возникает из значения слова, а является результатом столкновения словарного значения слова с личным и народным опытом человека. Он окружен эмоциональным, экспрессивным, оценочным ореолом [Маслова 2004: 36].

И все же важнейшим для нас открытием в когнитивной лингвистике в рамках данной работы является формулировка нового взгляда на метафору, который привел к разработке категории когнитивной (концептуальной) метафоры. Выяснилось, что метафора играет большую роль в категоризации концептов, показывая, как новое познается человеком через известное. [Попова, Стернин 2001: 9].

Новый взгляд на метафору, сформированный в 1970-80-х, связан с именами Дж. Лакоффа, М. Джонсона и М. Редди. Он показал, что метафора является в первую очередь понятийным средством человека, а уже во вторую должна рассматриваться с точки зрения лингвистики. Везде и во всем можно обнаружить метафорические идеи, которые влияют на то, как себя ведет индивид. Метафорическое мышление и метафорическое понимание ситуации возникает вне зависимости от языка. Это открытие мгновенно легло в основу гипотезы, что метафора, будучи одним из способов создания языковой картины мира, способна показать вновь познаваемое через уже познанное, способна совмещать в себе абстрактное и конкретное, синтезируя их в новые концепты [Телия 1988: 179]. Результатом этого процесса является языковая картина мира. Представители когнитивизма считают метафору наиболее

продуктивным средством интерпретации концептуальной (языковой) реальности.

Таким образом, мы подходим к необходимости определить понятие концептуальной метафоры. Одним из наиболее распространенных в отечественной когнитивной лингвистике является определение, данное Кубряковой в ее кратком словаре когнитивных терминов.

Когнитивная (концептуальная) метафора – одна из форм концептуализации, когнитивный процесс, который выражает и формирует новые понятия и без которого невозможно получение нового знания [Кубрякова 2001: 55].

Указанное выше определение позволяет говорить о том, что в рамках когнитивистики метафора понимается как основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира [Чудинов 2003: 53]. То есть, если человек обращается к чему-то новому и еще не до конца понятному и изученному, он использует для осмысления те или иные элементы из той или иной более знакомой сферы, которые он уже знает и которыми уже овладел. А значит, что метафора – это не средство украшения уже готовой мысли, как мы привыкли считать согласно традиционному подходу, а способ мышления индивида. Познание мира сквозь призму метафор является повседневной реальностью языка.

Дж. Лакофф и М. Джонсон отмечают, что для когнитивной теории характерен намного более широкий подход к выделению метафоры по формальным признакам. Так, если в других теориях сравнение хоть и входит в метафорическую группу образных средств, но все же отличается от метафоры непосредственно благодаря своему формальному показателю компаративности (*как, будто, похож, словно* и др.). При когнитивном же подходе обе рассматриваемые разновидности относятся к числу широко понимаемых метафор [Чудинов 2003: 54]. В рамках когнитивистики метафорой в широком смысле может быть назван вообще любой способ

косвенного выражения мысли [Там же: 55]. К такому способу может относиться и сравнение, и гипербола, и фразеологизмы и многое другое.

Противопоставляется же метафоре традиционно метонимия, т.е. перенос наименования по смежности (временной, пространственной, каузальной и др.), к которой при когнитивном подходе относят синекдоху и литоту [Там же: 57].

Как уже было сказано выше, метафора даёт возможность понимать и осознавать абстрактные, неизвестные области опыта, выстраивая аналогии и ассоциации между разными системами понятий. При этом одна и та же область может быть представлена посредством нескольких когнитивных метафор, что позволяет различать основные типы метафор. М. Джонсон и Дж. Лакофф выделили следующие типы:

1. К первому и самому многочисленному типу можно отнести структурные метафоры. В данном типе более сложные и абстрактные области познаются индивидом благодаря переносу их на уже известный ему более специфический феномен. Самым известным примером, обозначенным в книге Дж. Лакоффа и М. Джонсона является концептуальная метафора СПОР – ЭТО ВОЙНА. Такие лексемы и фраземы как *атаковать*, *бить прямо в цель*, *безоружный* по отношению к спору помогают нам понять такую абстрактную область через более конкретную сферу – войну.
2. Ко второму типу Дж. Лакофф и М. Джонсон относят онтологические метафоры, то есть такие, которые категоризируют абстрактные сущности в специфические материальные объекты. Примером может послужить концептуальная метафора РАЗУМ – ЭТО МАШИНА, представленная такими единицами как *шестеренки*, *функционировать*, *заржаветь* и т.д.

3. Третьим типом являются ориентационные метафоры, которые в основном связаны с ориентацией в пространстве, с противопоставлениями типа «вверх-вниз», «внутри-снаружи», «глубокий-мелкий», «центральный-периферийный» и др.;

Таким образом, можно сказать, что, отличаясь принципом порождения аналогий между мыслительными пространствами (областями чувственного или социального опыта), все вышеперечисленные когнитивные метафоры обладают общей функцией - познавательной. Все они имеют целью помочь индивиду осмыслить неизвестное в окружающей его действительности через более простые, более конкретные и более знакомые ему сущности.

1.2. Понятие метафорической модели, ее компоненты и принципы классификации

Теория метафорического моделирования изучалась многими лингвистами, осуществлявшими попытки описать конкретные модели в своих публикациях. Однако следует отметить, что такое понятие как *метафорическая модель* используется в зарубежной лингвистике крайне редко. Вместо этого в том же смысле иностранные исследователи пользуются терминами метафорической системы или концептуальной (когнитивной) метафоры в широком смысле. Мы же за основу берем вариант теории метафорического моделирования А. П. Чудинова, которая в свою очередь восходит к классической монографии Джорджа Лакоффа и Марка Джонсона "Метафоры, которыми мы живем". Как уже было отмечено в предыдущем параграфе, в этой работе метафора представляется как основная когнитивная операция, как важнейший способ познания и рубрикации мира. Дж. Лакофф и М. Джонсон делают следующий вывод: "Метафора не ограничивается одной лишь сферой языка, то есть сферой слов: сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны. Именно это имеем мы в виду, когда говорим, что понятийная система человека упорядочивается и определяется метафорически. Метафоры как языковые выражения становятся возможны

именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека. Таким образом, всякий раз, когда мы говорим о метафорах типа СПОР - это ВОЙНА, соответствующие метафоры следует понимать, как метафорические понятия (концепты)" [Лакофф, Джонсон 1990: 389]. Развитие этой теории на материале отечественных политических текстов представлено в публикациях А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова [1991; 1994], И. М. Кобозевой [2001], А. В. Степаненко [2001], Ю. Б. Феденевой [1997], А. П. Чудинова [2001] и других исследователей.

Вторым научным направлением, лежащим в основе исследования профессора Чудинова, стала отечественная теория регулярной многозначности, созданная Д. Н. Шмелевым [1964; 1973] и Ю. Д. Апресяном [1971; 1974] и активно развиваемая целым рядом других специалистов (Л. В. Балашова, Л. Л. А. Новиков, И. А. Стернин и др.). Были учтены также достижения других направлений современной лингвистики, связанные с изучением регулярности семантических преобразований (Н. Д. Арутюнова, М. Р. Желтухина, Н. В. Павлович, В. Н. Телия, Е. И. Шейгал, Т. В. Шмелева и др.).

Как утверждает А. П. Чудинов, метафорические модели должны рассматриваться в дискурсе, в тесной взаимосвязи с условиями их возникновения и функционирования, с учетом авторских интенций и прагматических характеристик, на широком социально-политическом фоне. Система метафорических моделей - это важная часть национальной языковой картины мира, национальной ментальности, она тесно связана с историей соответствующего народа и современной социально-политической ситуацией [Чудинов 2003: 68].

Он выводит определение понятия «метафорическая модель» и говорит в своей монографии, что «это существующая и / или складывающаяся в сознании носителей языка схема связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: "X - это Y". Например, ПОЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - это ВОЙНА; ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ - это ПУТЕШЕСТВИЕ. Отношение между компонентами

формулы понимается не как прямое отождествление, а как подобие: "X подобен Y", то есть ПОЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ подобна ВОЙНЕ» [Там же: 70]. Таким образом, опираясь на данную формулу исходная понятийная область ложится в основу для моделирования ментальной системы «новой» понятийной области. Все это позволяет определенным образом воздействовать на эмоционально-волевую сферу адресата в процессе коммуникативной деятельности.

При описании метафорической модели мы будем учитывать следующие ее компоненты:

1. Исходная понятийная область или как мы будем называть её в дальнейшем «сфера-источник». Это та понятийная область, к которой относятся неметафорические смыслы охватываемых моделью единиц;

2. Новая понятийная область или «сфера-мишень». В данном компоненте мы говорим о той понятийной области, к которой относятся метафорические смыслы соответствующих модели единиц;

3. Фреймы, которые являются фрагментами наивной языковой картины мира. В кратком словаре когнитивных терминов фрейм определяется как единица знаний, организованная вокруг некоторого понятия, но, в отличие от ассоциаций, содержащая данные о существенном, типичном и возможном для этого понятия [Кубрякова 1996: 188]. Фрейм необходим для организации нашего понимания мира в целом. Для описания модели нам в равной степени важен состав фреймов как в сфере-источнике, так и в сфере-мишени;

4. Составляющими фреймов являются типовые слоты, которые представляют собой элементы обозначенной ситуации. Концепты же в свою очередь являются составными частями слота. Для их обозначения чаще всего используются слова естественного языка;

4. Немаловажно также указать компонент, связывающий первичные в сфере-источнике и метафорические в сфере-мишени смыслы охватываемых данной моделью единиц. То есть необходимо указать те признаки, которые сближают разные понятия;

5. Дискурсивная характеристика модели, то есть ее взаимосвязи с существующей политической (экономической, социальной или иной) ситуацией, конкретными событиями и др.

6. Продуктивность и частотность модели, что необходимо нам для понимания ее значимости в рамках исследуемого дискурса.

А. П. Чудинов выделяет четыре основных разряда метафорических моделей, однако сразу предупреждает, что они не охватывают всего реального спектра источников метафорического притяжения. Тем не менее, они являются наиболее частотными и типичными в современном дискурсе.

1. Антропоморфная метафора

При исследовании этого разряда анализируются концепты, относящиеся к исходным понятийным сферам, связанным с человеческим телом и аспектами его жизнедеятельности, такими как "Анатомия" "Физиология", "Болезнь", "Секс", "Семья" и т. п.

2. Природоморфная метафора

Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы "Мир животных", "Мир растений", "Мир неживой природы", то есть реалии осознаются в концептах мира окружающей человека природы.

3. Социоморфная метафора

Данная разновидность метафор включает такие понятийные сферы-источники, которые связаны с элементами социальной активности человека. Примерами могут послужить такие области как "Преступность", "Война", "Театр", "Экономика", "Игра и спорт".

4. Артефактная метафора

Понятийные сферы-источники связаны с вещами, инструментами, используемыми в трудовой деятельности, техникой, механизмами и т.д.

Названные выше разряды метафор схематично представляются следующим образом: "Человек как центр мироздания", "Человек и природа", "Человек и общество", "Человек и результаты его труда" [Чудинов 2003: 78].

Таким образом, при анализе метафор, репрезентирующих Россию в британском, российском и американском массмедиаальных дискурсах мы отберем и выделим определенное количество метафор (не менее 1000) и будем классифицировать их по метафорическим моделям, объединяя по наиболее частотным сферам-источникам, которые в свою очередь мы конкретизируем на фреймы, слоты и концепты. Также в рамках данного исследования мы будем охарактеризовывать связь между СИ и СМ, а также укажем продуктивность и частотность данных метафор.

1.3. Понятие дискурса

Как известно, содержание термина «дискурс» до настоящего времени остается предметом острых дискуссий. Дискурс — понятие многозначное и широко используется как в лингвистике, так и за ее пределами, например в истории, философии, ряде филологических наук, таких как литературоведении, журналистике и т.д. Изучению дискурса посвящено множество работ в абсолютно различных областях научного знания.

Сегодня, по словам М. Л. Макарова, дискурс «в социальных науках играет роль, подобную той, что отведена евро в европейской экономике» [Макаров 2003: 11]. Резкое увеличение количества дискурсивно ориентированных работ позволило специалистам говорить о происходящем в различных областях знаний «дискурсивном перевороте» [Там же: 15]. Безусловно для нас важнее всего является толкование данного термина с точки зрения лингвистической. И немаловажно отметить, что в современной лингвистике при определении понятия «дискурс» огромное значение имеет научная традиция, различные сложившиеся параллельно друг другу национальные школы дискурсивного анализа. Однако подходы к пониманию этого явления настолько разнообразны, что даже ударение в термине носит вариативный характер. Следует отметить, что большой вклад в изучение данного феномена внесли следующие зарубежные ученые: М. Фуко, П. Серию,

Т. Ван Дейк. В отечественном языкознании базовыми считаются работы Н. Д. Арутюновой, В. И. Карасика, В. В. Красных, М. Л. Макарова и др.

Сам термин «дискурс-анализ» ввел американский ученый Зеллинг Харрис, который таким образом назвал «метод анализа связанной речи, где наблюдается соотношение культуры и языка».

Изначально термины «дискурс» и «текст» являлись взаимозаменяемыми во французской лингвистической традиции. Однако развитие когнитивных методов исследования привело науку к осознанию целесообразности дифференциации двух понятий. И все же вопрос об их соотношении до сих пор остается спорным. Иными словами, дискурс и текст остаются понятиями смежными, именно поэтому исследование одного феномена представляется невозможным без понимания специфики функционирования другого. Для того чтобы разграничить данные явления целесообразно противопоставить некоторые из их существенных признаков. Для этой цели можно обратиться к монографии Е. И. Шейгал «Семиотика политического дискурса». Она выделяет следующее:

1. Категория дискурса относится к области лингвосоциального, в то время как текст – к области лингвистического [Шейгал 2004: 10]. Таким образом составляющими дискурса является не только текст, но и ситуация, в которой он разворачивается. Изучение же самого текста возможно без учета ситуации.

2. Дискурс предстает как явление деятельностное, процессуальное, связанное с реальным речепроизводством, а текст – как продукт речепроизводства, имеющий определенную законченную и зафиксированную форму [Там же]. То есть можно говорить об интерактивном характере дискурса, о его диалогичности.

3. Дискурс следует рассматривать как реальное речевое событие, разворачиваемое во времени, текст же лишен жесткой прикрепленности к реальному времени и представляет собой абстрактный ментальный конструкт, реализующийся в дискурсе [Там же].

Благодаря данному противопоставлению можно сделать вывод, что понятие дискурса шире, чем понятие текста, так как он является одновременно и процессом языковой деятельности, и ее результатом. Это позволяет нам говорить, что дискурс как единица принадлежит к высшему уровню языка, так как включает связанные по смыслу предложения. Она не может быть воспроизведена подобно фонемам и морфемам, а создается непосредственно в речи.

Для того чтобы лучше разобраться в данном понятии следует обратиться к европейской лингвистической школе, которая первая занялась изучением понятия дискурса во всей его многогранности и неоднозначности.

Так, швейцарский лингвист Патрик Серио выделил 8 значений термина «дискурс»:

- 1) эквивалент понятия «речь», т.е. любое конкретное высказывание;
- 2) единица, по размерам превосходящая фразу;
- 3) воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания;
- 4) беседа как основной тип высказывания;
- 5) речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такую позицию;
- 6) употребление единиц языка, их речевая актуализация;
- 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс;
- 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [Серио 1999: 26].

Французский лингвист Мишель Фуко определил дискурс как «совокупность множества разнообразных сфер человеческого познания, множество высказываний, принадлежащих одной формации». Следует отметить, что высказывание в его трактовке представляет собой сегмент человеческого знания, а не лингвистически определяемую последовательность знаков. Таким образом, Фуко настаивает на исторической

обусловленности дискурса, и утверждает, что при дискурсивном анализе тексты и высказывания следует рассматривать как продукты «идеологической и психической практики». Он настаивает на культурно, социально, идеологически обусловленном характере дискурса.

Идеи М. Фуко поддержала и немецкая школа дискурсивного анализа, рассматривая понятие дискурс с позиций идеологии, и определяет его как соответствующую языковую формацию по отношению к социально и исторически определяемой общественной практике [Колтышева 2009: 31].

В связи с таким обширным спектром дискурсивных подходов нидерландский лингвист Тен Ван Дейк предложил различать два определения дискурса.

В широком смысле дискурс есть комплексное коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим (наблюдателем), в определенном временном, пространственном и прочем контексте. Коммуникативное действие может быть речевым, письменным, а также иметь вербальные и невербальные составляющие.

В узком же смысле дискурс есть текст устный или письменный с учетом присутствия только одной вербальной составляющей. С этой позиции термином «дискурс» обозначается заверченный или продолжающийся продукт коммуникативного действия, его письменный или устный результат, который интерпретируется реципиентами.

Согласно концепции Т. Ван Дейка, принципы функционирования языка рассматриваются не только с точки зрения прагматики, но в первую очередь с учетом определенных социальных факторов (мнения и установки говорящих, их социальный и этнический статус и т. д.). Важно определенным образом акцентировать личностные характеристики носителей языка с их намерениями, чувствами, эмоциями и прочим [Дейк 2004: 24]. Из этого следует, Т. Ван Дейк своим определением подчеркнул материальность, функциональность дискурса и его опору на событийный аспект.

Таким образом, мы видим, что понятие дискурса весьма многогранно, однако большинство современных лингвистов сходятся в том, что «дискурс» - это высшая единица языка, «текст, взятый в событийном аспекте» [Арутюнова 1990: 136]. Говоря о дискурсе, мы однозначно не можем не брать в расчет ситуацию, в которой он разворачивается. И именно в соответствии с различными вариантами ситуаций дискурса, немаловажное значение играет его типология, о которой мы поговорим в следующем параграфе.

1.4. Дискурс масс-медиа. Функции метафоры в дискурсе масс-медиа

Сложности вызывает не только определение понятия «дискурс» из-за его неоднозначности и масштабности, но также и описание функциональной структуры и категориальных признаков тех или иных его типов. В основе типологии дискурса лежит специфика реальной деятельности индивидов [Кубрякова 2004: 138]. И здесь возможны различные подходы, не взаимоисключающие, но дополняющие друг друга.

Так, например, как указывает В. И. Карасик, с позиций прагматики анализ различных типов дискурса ориентирован на исследование «интерактивной деятельности участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга» и др. С позиций социолингвистики – на «анализ участников общения как представителей той или иной социальной группы и анализ обстоятельств общения в широком социокультурном контексте» [Карасик 2000: 5]. Беря за основу то, как и в каком качестве предстает субъект общения в той или иной ситуации общения, и учитывая контекст последней, В. И. Карасик выделяет два основных типа дискурса: персональный и институциональный. «В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института» [Там же: 6].

Персональный (или лично-ориентированный) дискурс, в свою очередь, подразделяется на бытовой (представляющий собой общение в ситуации сокращенной дистанции и характеризующийся повышенной смысловой нагрузкой на невербальную коммуникацию) и бытийный (ориентированный на насыщенное смыслами общение развернутого характера, репрезентированное произведениями философской, художественной и психологической литературы) [Карасик 2004: 289].

В институциональном (или статусно-ориентированном) дискурсе актуализируются «ролевые характеристики агентов и клиентов институтов, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише. Институциональное общение – это коммуникация в своеобразных масках» [Карасик 2000: 12]. В данном случае участники коммуникации предстают как личности «параметризованные», т. е. выявляющие в акте речи одну из своих социальных функций [Арутюнова 1981: 357], как представители определенного социального института, носители некоего социального статуса. Так, к статусно-ориентированному дискурсу традиционно относят юридический, педагогический, научный, дискурс СМИ. Последний в рамках нашего исследования представляет особый интерес. В современных исследованиях принято использовать различные синонимы термина дискурс СМИ. К ним относят дискурс масс-медиа, массмедийный, масс-медиаальный, массово-информационный, журналистский, газетно-публицистический дискурс. Дискурс масс-медиа можно определить как «связный устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [Желтухина 2003: 152].

Дискурс СМИ (масс-медиа) имеет довольно значительную область пересечения с политическим дискурсом [Шейгал 2005: 28]. Выступление политика с трибуны безусловно является политическим дискурсом. Но вот

статья в газете с выдержками из его речи будет несомненно относиться к дискурсу масс-медиа. То же может быть применимо и к тексту закона, который однозначно представляет собой политический дискурс. А вот его разъяснение в аналитической колонке будет являться дискурсом СМИ. Следует отметить, что дискурс СМИ в этом смысле шире политического дискурса, так как практически все аспекты политической деятельности будут так или иначе освещаться в тех или иных публицистических изданиях, однако специализация и направленность средств массовой информации может быть абсолютно разнообразной. Для нашего исследования важно выявление именно политических тенденций формирования образа России в зарубежных и отечественных масс-медиа. Ведь именно политика является одним из аспектов социальной реальности, а без познания последней человеческая деятельность невозможна, однако для ее познания индивиду чаще всего приходится опираться на медиа-реальность.

Таким образом можно утверждать, что в рамках нашего исследования функции метафоры в дискурсе масс-медиа во многом совпадают с функциями метафор в политическом дискурсе.

А. П. Чудинов к числу основных функций метафоры относит: когнитивную, коммуникативную, прагматическую и эстетическую [Чудинов 2003: 59]. Следует рассмотреть специфику каждой из названных функций и их вариантов.

1. Когнитивная функция рассматривает метафору как способ мышления и средство постижения того или иного объекта действительности при помощи сценариев, фреймов и слотов, относящихся к другой понятийной области. Таким образом метафора – это схема, по которой человек думает и действует. Когнитивная функция дифференцируется на:

- Номинативно-оценочную разновидность (метафора служит для создания названий для новых, пока еще неизвестных, то есть "безымянных" реалий);

- Моделирующую разновидность (метафора помогает создать модель политической реальности при помощи концептов, относящихся к иной понятийной области, что позволяет легче понять и осознать происходящее);
- Инструментальную разновидность (метафора предопределяет направление развития мысли, выступая как некий инструмент мышления);
- Гипотетическую разновидность (метафора позволяет представить что-то еще не до конца осознанное через создание некоторого предположения о сущности и характеристиках объекта).

2. Коммуникативная функция метафоры заключается в следующем тезисе: если человек мыслит метафорами, то и общается он с их использованием.

Выделяются следующие разновидности коммуникативной функции:

- Эвфемистическая разновидность (метафора помогает передать информацию, которую адресант по определенным причинам не желает обозначить прямо);
- Популяризаторская разновидность (метафора помогает передать слабо подготовленному адресату сложную мысль в понятной и доступной для него форме).

3. Прагматическая функция метафоры отвечает за преобразование картины мира адресата и побуждению его к определенным действиям.

Различают такие разновидности прагматической функции как:

- Побудительная разновидность (метафора побуждает адресата к той или иной деятельности);
- Аргументативная разновидность (метафора помогает направить мысль адресата в определенное русло и в конечном итоге склонить его к нужной точке зрения);

- Эмотивная разновидность (метафора позволяет от некоего понятия-источника перенести эмоциональное отношение читателя на другое понятие и таким образом создать определенное отношение к рассматриваемым реалиям).

4. Эстетическая функция метафоры является основной для художественного дискурса, но также очень существенна и для публицистики. Яркая образная форма заголовка привлекает внимание читателя, который будет заинтересован в прочтении статьи. В качестве разновидности выделяются изобразительная и экспрессивная функции [Чудинов 2003: 66].

Подводя итог, можно сказать, что дискурс новостных масс-медиа тесно переплетаясь с политическим дискурсом, разделяет с ним функции метафоры в своих текстах. Данные функции и их варианты в основном переплетаются между собой, хотя кажутся на первый взгляд различными. В одном конкретном тексте автором, в стремлении оказать то или иное воздействие на читателя, может быть использовано немалое количество метафор, осуществляющих различные функции.

Выводы по главе I

Проанализировав теоретическую базу, мы можем сделать следующие выводы:

Метафора может изучаться с разных подходов. В нашем исследовании имеет значение когнитивный подход к её изучению, который уделяет основное внимание человеческой когниции и исследует не просто наблюдаемые действия, а их ментальные репрезентации (внутренние представления, модели), символы, стратегии человека, которые и порождают действия на основе знаний.

Изучение метафоры является одной из первостепенных задач когнитивной лингвистики, которая рассматривает указанный феномен как основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования, оценки и объяснения мира, что означает, что человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, познает при помощи метафор тот мир, в котором он живет, а также стремится в процессе коммуникативной деятельности преобразовать существующую в сознании адресата языковую картину мира. Используя же метафорическое моделирование можно попытаться заглянуть в сознание индивида и сделать соответствующие выводы не только о мировоззрении этого человека, но даже о том, как те или иные понятия репрезентируются в сознании определенной нации.

Считается, что метафора раскрывает свой потенциал лишь в определенном контексте, который является неотъемлемым компонентом дискурса, т.е. сложной системы представления знаний, включающей, кроме текста, экстралингвистические факторы, необходимые для его понимания.

Представителю современной цивилизации, которую принято считать информационной по своему типу, приходится перерабатывать значительные объемы поступающей информации, а доступ к социально значимой информации возможен только через СМИ, именно поэтому становится

важным изучение именно дискурса масс-медиа для понимания картины мира рядового гражданина определенной страны.

Глава II. Ключевые концептуальные метафоры, репрезентирующие России в британских, российских и американских периодических изданиях

В данной главе к рассмотрению предлагаются метафорические модели со сферами-источниками «Война», «Человеческий организм», «Спорт и игра», «Монархия», как ключевые, доминантные метафоры, репрезентирующие Россию в британском, российском и американском дискурсах масс-медиа. Кроме них можно обозначить также метафоры «Театр» и «Мир животных» как одни из наиболее частотных в указанном виде дискурса. Всего было отобрано 300 концептуальных метафор из таких британских периодических изданий как: “The Guardian”, “The Times”, “The Daily Telegraph”, “The Daily Mail”, “The Observer”, 300 концептуальных метафор из следующих американских периодических изданий: “The Wall Street Journal”, “The New York Times”, “USA Today”, “New York Post”, “The Washington Post” и 400 концептуальных метафор из ежедневных российских изданий: «Ведомости», «Новая Газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Аргументы и Факты». Ниже приведена таблица, отражающая частотность метафорических моделей, представленных в указанных средствах массовой информации в России, Великобритании и США за 2016-2018 гг:

Сферы-источники	Британский		Российский		Американский	
	дискурс	масс-медиа	дискурс	масс-медиа	дискурс	масс-медиа
Война	17,3%		24,5%		22%	
Спорт и игра	12%		19%		20 %	
Человеческий организм	17,66%		19,75%		15%	
Монархия	9,33%		9%		9 %	
Другие	43,71%		27,75%		34%	

Другие метафорические модели включают такие сферы-источники как «Мир растений», «Театр», «Родство», «Экономика», «Криминальный мир», «Артефакты», «Дом», «Искусство», «Неживая природа», «Секс», «Клуб» и другие. В большинстве своем эти модели уступают в частотности и продуктивности тем моделям, которые мы выше обозначили как доминантные.

2.1. Метафорическая модель со сферой-источником «Война» в дискурсе масс-медиа

Первые примеры использования военной метафоры в рамках теории концептуальной метафоры были приведены ее основателями, Дж. Лакоффом и М. Джонсоном в их книге «Метафоры, которыми мы живем». Они доказали особую значимость концептуальной метафоры «ARGUMENT IS WAR» (СПОР – ЭТО ВОЙНА) и наметили перспективы исследования военных метафор в политической коммуникации. После них военная метафора изучалась такими отечественными исследователями политического дискурса как Баранов, Караулов, Каслова, Санцевич, Феденева, Чудинов и др, а также многими зарубежными. Как показали эти и другие исследования, военные метафоры распространены в политическом дискурсе многих стран, а сфера-источник «Война» относится к наиболее частотным исходным понятийным областям, задействованным в метафорическом конструировании мира политики [Будаев 2006: 72]. Так как дискурс масс-медиа неразрывно связан с политическим дискурсом, освещая и интерпретируя события, происходящие в жизни государств и их руководителей, данная метафорическая модель появляется в нем не реже, а быть может чаще, чем в речи политических деятелей.

В британском, российском и американском дискурсе масс-медиа выделяется следующая фреймово-слотовая структура военной метафорической модели.

Фрейм «Война и ее разновидности»

Типичные метафоры британского видения российской действительности: cold war (холодная война), hybrid war (гибридная война), post-cold war (постхолодная война), propaganda war (агитационная война), information war (информационная война), а также battle (битва).

*During the campaign, Macron had harsh words for Moscow, accusing Russia of following a “hybrid strategy combining military intimidation and **an information war**” (The Guardian, 29.05.17)*

*Internationally it [Russia] faces isolation, sanctions, a new **cold war** even (The Guardian, 04.02.16).*

Холодная война закончилась в 1990-х поражением Советского Союза, однако авторы апеллируют уже известным читателю понятием, чтобы описать современные события и провести параллели с событиями историческими. В данном случае мы можем говорить о «холодной войне» именно как о метафоре тогда, когда сталкиваемся не с обзором взаимоотношений Советского Союза и США в XX веке, а анализом современной политической обстановки, когда сторонами противоречий выступают страны Запада и их союзники (Украина, Япония и др.) и Россия.

*They also repeatedly sounded the alarm about its increasing ability to wage “**hybrid war**” — a toxic cocktail of subversion, propaganda, bribery and intimidation...A spectacular example of Russia’s “**hybrid war**” tactics is the recent intelligence operation in America, which combined computer hacking and leaking to embarrass the Clinton campaign (The Times, 29.11.16).*

В данных случаях мы видим реализацию когнитивной функции метафоры в её номинативно-оценочной разновидности, что позволяет читателю лучше понять и осознать происходящие события. Метафора же “hybrid war” появилась относительно недавно: первые упоминания данной метафоры в дискурсе СМИ относятся к XXI веку, когда некоторые страны, в числе которых и Россия, осуществляют не только так называемые полевые военные

действия, но также пропаганду и кибератаки. Последнее и является инновационным для нашего времени.

*The Baltic state, which is on the front line of President Putin's **propaganda war** with the West, is sharing its experiences with 77th Brigade, a relatively new branch of the British army that deals with **information warfare** (The Daily Telegraph, 01.11.16).*

В метафорической картине американских СМИ действительность на мировой арене представлена следующими лексическими единицами: battle (битва), fight (бой), cold war (холодная война), propaganda war (агитационная война), hybrid war (гибридная война), information warfare (информационная война), иногда просто enmity (вражда) или fray (столкновение). Как мы видим, в большинстве своем они дублируют вышеперечисленные британские метафоры.

*Vladimir Putin's Russia has famously employed **hybrid war** tactics to destabilize wayward neighbors like Ukraine (The New York Times, 12.12.17).*

*Another **Cold War**? Tensions between U.S. and Russia may be higher now (The USA Today, 29.03.18)*

Однако следует отметить, что, называя взаимоотношения между странами новой «холодной войной», американские эксперты стараются в своем сравнении брать во внимание те существенные отличия, которые выявляются при более глубоком анализе данных явлений. Зачастую можно отметить неуверенность в том, можно ли трактовать события подобным образом или же мы имеем дело с явлением, не дублирующим прошлое, а представляющим собой нечто совершенно иное. Таким образом, мы имеем дело с коммуникативной функцией метафоры в ее гипотетической разновидности.

Лексема «battle», обозначающая сражение с использованием организованных сил может быть метафорически применена не только к репрезентации боевых действий между Россией и другими странами, но также

и к иному явлению, нашедшему свое отражение в масс-медиа – сражению за явку на выборах.

*“They are using everything: schools, kindergartens, hospitals – the **battle for the turnout** is unprecedented,” said Roizman, one of the rare opposition politicians to hold a significant elected office (The USA Today, 17.03.18).*

*The enduring popularity of a provocative post on Instagram, created by a company with connections to the Kremlin, demonstrates why fighting propaganda on social media will be **an uphill battle** (The New York Times, 17.12.17).*

Новые виды войны и сражений ведутся в том числе в киберпространстве и социальных сетях. Агрессивной стороной конфликта в американском дискурсе масс-медиа представляются российские компании, ведущие подрывную деятельность в сети, чья активность направлена против цивилизованного мира и поддерживается людьми, аффилированными с первыми лицами государства. Жертвой атаки являются непосредственно атакуемые западные страны. Целью кибервойны является попытка влияния на умы простых пользователей социальных сетей для осуществления вмешательства в политические дела государства. Подтверждает данное убеждение следующий пример метафорического словоупотребления:

*<...> Democrats on the Senate Foreign Relations Committee have issued a report that appears to be the most comprehensive public accounting of **Russia’s war on the West** (The New York Times, 10.01.18).*

Типичные метафоры российского видения действительности во многом совпадают с вышеперечисленными метафорами британского и американского дискурсов масс-медиа и включают такие единицы как: *информационная война, холодная война, гибридная война, санкционная война валютная война, война смыслов и ценностей, сражение и битва.*

«Ястреб» американской политик, руководитель комитета Сената по вооружённым силам от Республиканской партии Джон Маккейн, борющийся с тяжёлым онкологическим заболеванием - раком мозга, в своей новой книге призвал президента Соединённых Штатов Дональда Трампа всерьёз

обдумать вопрос кибератаки и **информационной войны** против России, чтобы таким образом серьёзно «наказать» президента России Владимира Путина, сообщает в четверг, 3 мая, *Defence News* (Московский Комсомолец, 03.05.18).

По сути, уже сейчас можно официально признать — мы вступили в период настоящей **холодной войны** со всеми вытекающими последствиями (Аргументы и Факты, 28.03.18).

По мнению Алексея Кочеткова, разница между старой «холодной войной» и новой «гибридной», безусловно, есть. И основное отличие заключается в том, что нынешнее противостояние — это, в первую очередь, «**война смыслов и ценностей**» (АиФ 20.04.16).

Примечательным для российского массмедиального дискурса является убеждение в том, что все вышеперечисленные виды войны ведутся против России, в то время как в британском и американском дискурсе СМИ инициаторами так называемых «военных действий» выступают представители российской власти.

Фрейм «Организация военной службы»

Слот 2.1. «Воинские подразделения».

Объединение субъектов различных видов деятельности, направленное на достижение общей цели, описывается в британских и американских СМИ при помощи метафоры *army* (армия).

Russia runs an army of internet trolls who are paid to flood forums with pro-Kremlin comments (The Times 03.02.16).

Russian hackers worked in conjunction with a revamped propaganda apparatus, through state-owned media such as RT and Sputnik and with to influence elections in the U.S., Spain, Britain and elsewhere an army of human-operated and automated fake social media accounts across Europe (USA Today, 29.03.18).

В американском дискурсе масс-медиа также была выделена лексическая единица *vanguard* (передовой отряд).

*Where once he [Putin] seemed out of step with the liberalizing West, he now seems to be **the vanguard** of a new generation of leaders — in Turkey, Hungary, Italy and even America — who are challenging it* (The New York Times, 17.03.18).

Данная метафора в американских СМИ объединяет лидеров некоторых стран, что позволяет говорить об их определенной общей идеологической направленности и специфической активности.

Что касается метафоры *армия*, то она также встречается и в российском дискурсе СМИ в подобном смысле, хотя и не так распространена, так как для номинации данного явления используется фраза «фабрика троллей», однако в рамках данного исследования она не представляется нам важной.

*Но стоит ли винить в этом только администрацию президента и **армию троллей**?* (Ведомости, 09.05.18)

Фрейм «Военные действия и вооружение»

Слот 3.1. «Военные действия» представлен следующими метафорами в британских СМИ: to attack (атаковать), to hold the line (удерживать линию обороны), to begin an offensive (начать наступление), to outflank (обходить с фланга), to defend oneself (обороняться).

*Where and how **will** the Kremlin **attack** next?* (The Times, 19.03.17)

Лексема “to attack” в Оксфордском словаре определяется следующим образом: “to take aggressive action against (a place or enemy forces) with weapons or armed forces typically in a battle or war”. В данных случаях мы можем говорить о метафоре, так как атаки Кремля происходят не в буквальном смысле (без использования какого-либо оружия и не в условиях войны). Атаки предположительно производились российскими хакерами, чтобы помешать победе невыгодного для России кандидата. Подобное значение можно наблюдать в следующих примерах:

Russia has begun an internet offensive using false news and email hacking against Emmanuel Macron, the new favourite for the French presidency, his campaign chief said yesterday (The Daily Telegraph, 14.02.17).

*After meddling in western elections with impunity, Moscow is now **outflanking** us in the far north and the Balkans* (Metro, 19.03.17).

В данном случае милитарная метафора со значением “to move around the side of (an enemy) so as to outmaneuver them” используется для описания экспансивных амбиций России на севере и Балканах. Осуществляется прагматическая функция метафоры в её эмотивной разновидности, позволяющая создать у читателя определенные отношения к действиям Москвы.

В американских СМИ рассматриваемый слот не менее продуктивен и представлен следующими метафорами: to attack (атаковать), to undermine (подрывать), to go on the offensive (пойти в наступление), to defend oneself (обороняться), siege (осада), sabotage (саботаж).

*The Russians, bred on Leninist cynicism, harnessed it to **undermine** American democracy* (The New York Times, 06.11.17).

Поддерживая и развивая риторику британских СМИ, американские издания представляют Россию агрессивной, атакующей стороной, ведущей боевые действия против демократии Соединенных Штатов. Особенно ярко это проявляется в дискурсе вмешательства в американские выборы.

*Russia **attacked** the United States in 2016 by disrupting the presidential election* (The New York Times, 20.02.18).

Кроме того, вербальное поведение России также представлено лексемами, имеющими значение нападения, агрессивного наступления. Здесь, метафорически репрезентируется нежелание России признавать свою вину во вменяемых ей «преступлениях». Здесь мы можем наблюдать прагматическую функцию метафоры в её аргументативной и эмотивной разновидностях.

*Rather than bow to British demands for an explanation of how a Russian-made military nerve agent ended up in Salisbury, Moscow **went on the offensive*** (The New York Times, 18.03.18).

Для обозначения самых разнообразных политических действий в российском дискурсе также используются многочисленные метафоры тактики

ведения боевых действий: *атаковать, отступить, сойтись в клинче, марш-бросок, штурм, наступать, нанести удар, маневрировать* и др.

*Есть версия, что, **атакуя** Россию якобы за применение отравляющего газа, британцы, как и американцы, нацелены на решение собственных проблем, а не на поиск виноватых* (Аргументы и Факты, 04.04.18).

В данном примере мы можем наблюдать, что по сравнению с британским дискурсом, целью атаки является Россия, что говорит о том, что в российском дискурсе она выступает в роли жертвы, а не так называемого «агрессора», коим она представлена в западных средствах массовой информации.

Сейчас главные удары наносятся не бомбами и не ракетами. Достаточно вбросить дезинформацию и её накрутить, чтобы вывести людей на площади (Аргументы и Факты, 04.04.18).

Проявления гибридной войны глазами российского читателя видятся иначе, чем глазами читателя американского или британского. Все протесты, которые происходят внутри российского общества воспринимаются как следствия вмешательства Запада во внутренние дела РФ, его финансирования оппозиционных сил в рамках информационного противостояния.

Слот 3.2. «Виды военных сооружений и вооружения» включил только три метафоры в британских СМИ: *bastion* (бастион), *battlefield* (поле боя) и *minefield* (минное поле).

*For the first time since the 1990s, Russia could regain a serious **bastion of influence** in the region* (The Times, 19.03.17).

Метафора бастион влияния помогает создать у читателя ощущение построенной крепости, оплота для России, который будет осуществлять её защиту и на который она будет опираться на мировой политической арене.

*“It’s like being **in a minefield**, this is the feeling you live with here [in Russia]. It’s very hard to build any kind of prospects – in life, in your profession, in your career – if you are not plugged in to the values of the system”* (The Guardian 11.01.2016)

В данной цитате мы вновь сталкиваемся с эмотивной разновидностью прагматической функции метафоры, которая создает у читателя негативную оценку режима в России, представление о высоком уровне цензуры и ограничений.

В американском дискурсе можно выделить следующие метафорические словоупотребления: bomb, bombshell (бомба), artillery (артиллерия), arsenal (арсенал), bastion (бастион), the line of defence (линия защиты), fortress (крепость), battlefield (поле битвы).

*Mr. Putin, a former Soviet intelligence officer, barely bothered to campaign, except to stress his constant theme that Russia was **a besieged fortress** and that he was the only man to keep it safe by rebuilding its arsenal and projecting power beyond its borders, especially in challenging the United States (The New York Times, 18.03.18).*

В данном примере иронически высмеивается образ России как крепости, осажденной со всех сторон врагами, который по убеждению американских СМИ активно функционирует в российском политическом дискурсе. Ирония также прослеживается и в отношении российского президента, как единственного человека, способного спасти эту метафорическую крепость.

*If Trump would break his puzzling personal silence on criticizing Putin and openly chastise the former KGB officer, it would tamp down the speculation about Trump being in Putin's pocket. Beyond that, there's **an arsenal of actions** the U.S. could take to send the message that Moscow had better start exercising restraint (USA Today, 28.03.18).*

В любой войне необходимо отвечать на агрессию и защищаться при нападении. Таким средством защиты в американской картине мира являются санкции. Они представляют собой метафорический арсенал, то есть склад или собрание военного вооружения, которое может быть использовано для обороны в гибридной войне.

В войне могут быть задействованы самые разнообразные виды оружия, так например, в российском дискурсе встречаются *бомбы, меч, автомат,*

кувалда. Из средств защиты востребован *щит*. Из военных сооружений можно выделить *крепость*, а из мест военных действий – *поле сражения* и *поле битвы*. В целом, можно утверждать, что многие метафоры пересекаются, однако источниками агрессии являются разные субъекты. В российской картине мира таковым является Запад.

*«Мы должны серьёзно подумать о том, чтобы ответить на те **виды оружия**, которые использовал Путин», - добавил американский сенатор (Московский Комсомолец, 03.05.18).*

Речь американского сенатора касалась отнюдь не тех видов оружия, которые могут быть использованы в буквальном смысле. Он говорит об оружии, которое применяется в рамках информационной войны, так называемых средств пропаганды, что придает метафорический смысл высказыванию.

*Но угрозы нас ждут именно здесь. Главное **поле сражений** - это души людей (Аргументы и Факты, 04.04.18).*

В представленном примере автор выражает свое субъективное мнение и обращает внимание на тот факт, что информационное воздействие должно проводиться на представителей российского общества, на их образ мышления.

Фрейм «Начало войны и ее итоги»

Слот 4.1. «Начало и завершение военных действий».

В британских и американских СМИ данный слот представлен одними и теми же метафорами: *brinkmanship* (балансирование на грани войны), *to challenge* (вызвать на дуэль, поединок), *победа (victory)*, *победить (to win)*, *to defeat* (нанести поражение).

*But the de facto permission granted to Putin's smashing of Syria counts as an even greater **victory** for the Russian dictator (The Guardian, 09.12.16).*

В британских средствах массовой информации подчеркивается, что победить «российского диктатора» в мирное время нельзя, пользуясь его методами. Таким образом, мы видим, что риторика Великобритании в отношении России и её действий показана с помощью когнитивной функции

в её оценочной разновидности, а также прагматической функции в эмотивной разновидности.

*“Under the current rules we can't **fight an information war and win** by trying to match the Russian way of doing things because we can't do it in a democracy under peacetime rules. We have to find other ways of **fighting that information warfare.**”* (The Times, 16.12.16)

*How Putin's **Brinkmanship** Is Scarring Russian Markets* (Bloomberg, 09.04.18).

В данном новостном заголовке выделяется по убеждению американских СМИ «виновник» событий, подвергающих опасности как экономическое состояние России, так и безопасность других стран, подчеркиваемое лексемой «brinkmanship». Таким образом, мы вновь сталкиваемся с прагматической функцией метафоры в её эмотивной разновидности.

Типичные метафоры для российского видения действительности включают: бряцать оружием, рекрутировать, капитулировать, мобилизация, оккупация, победить и нанести поражение.

*Либерально настроенные круги в последнее время говорят: мол, сколько можно **бряцать оружием**? Тут парад, там парад... Надо более мирный имидж себе создавать. На ваш взгляд, какой имидж лучше — с мускулами или с пузиком, белым и пушистым?* (Аргументы и Факты, 25.09.17)

*«Я говорю это как экс-госсекретарь США и американка: русские все еще идут. Наше разведсообщество побуждает Трампа действовать. Будет он по-прежнему игнорировать и **капитулировать**, или защищать нашу страну?»* - написала Хиллари Клинтон в Twitter (Аргументы и Факты, 28.02.18).

В данном примере выражается опасение представителя американской элиты перед Россией, которая наступает на США. Президент же страны сдает позиции перед страной «агрессором», что выражается метафорой *капитулировать*.

Следующий вопрос звучит так: кто может остановить цензоров? Здесь многие связывают надежды с перспективами социальной и даже политической мобилизации, предложенной Дуровым (Новая газета, 24.04.18).

В данном новостном ресурсе акцент смещается с поиска виновника вне российских границ. Врагом представляется не Запад, а внутренняя вертикаль власти, против которой и предлагается «мобилизовать» общество. Таким образом субъектами противостояния выступают граждане и власть, стремящаяся на их взгляд ограничить их свободу слова.

В британском дискурсе СМИ нами были выделено 52 военных метафор, что составило 17,3 % от общего числа найденных метафор.

В американском массмедиальном дискурсе было выявлено 66 метафор со сферой-источником «Война», что составило 22 % от всех выделенных метафор.

В российском дискурсе СМИ было выделено 98 военных метафор, что составило 24,5 % от общего числа выбранных метафор.

Приведенные цифры позволяют нам утверждать, что данная метафорическая модель является одной из наиболее частотных моделей, репрезентирующих Россию в британском дискурсе масс-медиа, а также самой частотной для характеристики взаимоотношений России со странами Запада в российском американском дискурсе масс-медиа.

2.2. Метафорическая модель со сферой-источником «Спорт и игра» в дискурсе масс-медиа

Метафоры ЖИЗНЬ – ЭТО ИГРА и ЖИЗНЬ – ЭТО СПОРТИВНОЕ СОСТЯЗАНИЕ нашли широкое распространение в самых различных коммуникативных сферах, что связано с особой ролью игры и спорта в человеческой жизни.

Как отмечает А. П. Чудинов, «игра изначально воспринимается как имитация деятельности, а не как сама деятельность» [Чудинов 2001: 129], что следует отнести к основным прагматическим смыслам рассматриваемой

модели. Спортивная метафора изучалась такими отечественными лингвистами как Баранов, Караулов, Каслова, Керимов, Шехтман, Сорокина и др.

В британском, российском и американском дискурсах масс-медиа выделяется следующая фреймово-слотовая структура.

1. Фрейм «Виды игры и спорта»

Слот 1.1. «Игра и ее виды».

Различные варианты вербализации концепта игра метафорически отображают негативный прагматический смысл «неискренности политиков» и «несерьезности» деятельности. В британской прессе значительное распространение получили метафоры игры: *to be back in play* (вернуться в игру), *checkers* (шашки), *gamble* (азартные игры), *roulette* (рулетка), *cards* (карты) и соответствующие игровые действия: *to showdown* (открыть карты), *a bet on something* (ставка на ч-л), *to play that card* (разыгрывать карту), *to have trump cards* (иметь козыри). Сфера-источник «шахматы» представлена следующими метафорами: *chessboard* (шахматная доска), *pieces* (фигуры), *checkmate* (мат), *gambit* (гамбит).

*When his efforts failed, he steered Russia away from the western orbit, rebuilt the country's military power and used it to protect Russian security interests in Ukraine – as he saw them – as well as to project force outside the former empire, to send the message to the world that Russia was **back in play*** (The Guardian, 04.04.17).

В американском дискурсе масс-медиа были выявлены следующие метафорические употребления: *game of subversion* (подрывная игра), *game of strategy* (стратегическая игра), *political game* (политическая игра), *team game* (командная игра), *gamble* (азартные игры), *Russian roulette* (русская рулетка), *charade* (шарада), *stunt* (эффективное спортивное выступление), *to showdown* (открыть карты). Отдельно также выделяется сфера шахмат: *chess*, *stalemate*, *gambit*.

Was the 2016 Election a Game of 'Russian Roulette'? (The New York Times, 14.03.18)

Russia's Election: More Charade Than Race (The New York Times, 17.03.18).

Примечательным в двух данных примерах является сопоставление двух электоральных циклов: американского и российского. В первом с помощью игры слов подчеркивается идея о российском вмешательстве в американские выборы через метафору русской рулетки, представляющую собой пари на выстрел в висок из пистолета, в котором из шести зарядов пять холостые. Во втором же примере проводится сопоставление уже российских выборов с игрой в шарады. Таким образом, у читателя формируется представление о том, что выборы в России представляют собой фарс, а не честную президентскую гонку.

В российских СМИ выделяются следующие метафоры: рулетка, карусели, игра в поддавки, нарушать правила, играть по-крупному; метафоры карточной игры: карты, блеф, туз, козырь, поставить на кон; метафоры шахматной игры: ход конем, политшахматный, шахматная доска, шахматист, фигуры, пешка, король, рокировка, мат, турнир.

Если же ВВП решит сыграть по-крупному, то вместо АП и аппарата правительства может появиться единый орган, который займется обеспечением работы Кремля и Белого дома (Московский Комсомолец, 04.05.18).

Особое внимание заслуживает сфера-источник «шахматы». Являясь наиболее частотной спортивной метафорой, используемой при описании политики, она позволяет адресату представить сложность политических действий, когда нужно наперед просчитывать ходы оппонента.

It's simple: while the world is playing checkers, Putin is playing chess. He seized Crimea from the Ukrainians with barely a shot fired; he got back Yalta, the favoured beach resort of Chekhov and the tsars, and all he faced as punishment were some minor sanctions (The Guardian, 22.02.17).

*In the Syria **chess game**, did Putin outwit Obama?* (The Washington Post, 16.03.16)

Читатель в данном случае может лучше понять политическую жизнь, даже если он и не играет в шахматы совсем. Таким образом, в данном случае свою реализацию находит популяризаторская разновидность коммуникативной функции метафоры.

*Только в округе №6 победила **фигура** красного цвета (КПРФ) Галина Васильева <...> Желто-синие **фигуры** ЛДПР будут представлены четырьмя списочными фигурами <...> По большому счету делать сейчас какие-то выводы - дело неблагодарное. Выборный **турнир-2016** окончен, но **политшахматная игра** продолжается. И самое интересное в этой игре начнется чуть позднее. Пока же можно сказать, что «Единая Россия», несмотря на все нападки в ее сторону, доказала, что имеет возможности и людей, которые позволяют ей **выигрывать** в самых сложных **турнирах** (Московский Комсомолец, 20.09.16).*

*Объявив на прошлой неделе о своём выдвижении на очередной президентский срок, Владимир Путин спустя несколько дней сделал на старте своей избирательной кампании «**ход конём**» и внезапно прилетел в Сирию (Аргументы и Факты, 13.12.17).*

Довольно интересными представляются метафоры азартных игр. Основным источником для метафорических употреблений чаще всего можно выделить сферу карточной игры. Данная особенность является общей для всех рассматриваемых национальных картин мира.

*With our dilemmas in mind, Russia is **brandishing its second trump card: nuclear weapons*** (The Times, 16.10.16).

*You could argue that Russia randomly decided to **go all in** for Trump and Trump was too hapless to properly conspire* (USA Today, 27.02.18).

Сегодня американцы мощно наращивают добычу и газа, и нефти, и, согласно прогнозам Международного энергетического агентства, к 2020 году США станет крупнейшей нефтедобывающей страной, оставив Россию на

вторых позициях. Но в нашем рукаве тоже припасен туз. (Ведомости, 01.02.16).

Метафора азартных игр показывает читателю насколько рискованными, порой, являются действия политиков, которые в свою очередь также предстают безрассудно храбрыми людьми, готовыми поставить на кон всё, в стремлении расширить сферы влияния своего государства. Таким образом, мы наблюдаем моделирующую разновидность когнитивной функции метафоры вместе с популяризаторской разновидностью коммуникативной функции

Слот 1.2. «Соревнования в скорости передвижения».

Распространена стертая метафора *race* (гонка) без детализации вида соревнования. В понятиях спортивной гонки чаще всего представляется экономическое или технологическое соперничество. Данное утверждение можно проиллюстрировать следующими примерами метафорического употребления в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа соответственно:

Russia has stolen a march in the Arctic race (The Times, 17.05.17).

On Tuesday, the president said he hoped to meet Mr. Putin soon and discuss preventing an arms race — an arms race both leaders have encouraged with loose talk and investment in new weapons (The New York Times, 21.03/18).

Нужно создавать условия для учёных, современные научные центры, в которых работали бы не только отечественные специалисты, но и приезжали бы лучшие умы человечества, чтобы реализовывать свои планы и идеи. Иными словами, это долгая и тяжёлая работа. И пока она не будет сделана, мы и дальше будем проигрывать технологическую гонку западным странам, которые чаще всего и становятся целью мигрантов с высшим образованием (Аргументы и Факты, 16.04.18).

Кроме того, гонка может служить метафорой для обозначения электорального периода. В этом случае мы можем говорить о популяризаторской разновидности коммуникативной функции метафоры.

*Mr. Putin confirmed last week that he **would run** again, he might as well have been **firing the starting gun for the race** toward his succession (The New York Times, 11.12.17).*

*Проделки «цика» — это всего лишь тюнинг политического кузова; политический мотор, с помощью которого Путин **выигрывает одну гонку за другой**, выглядит не так (Новая Газета, 24.03.18).*

Слот 1.3. «Борьба и боевые искусства».

В британской и американской прессе очень часто упоминается тот факт, что российский президент обладает черным поясом по дзюдо, однако метафорические словоупотребления не фиксируются. В российском же дискурсе метафоры борьбы в отношении российского президента довольно частотны.

*[Путин] **Выиграл не по очкам, а отправив противника в нокаут**, причем вовсе не административным, как об этом многие пишут и говорят, а сугубо политическим **ударом «под дых»** (Новая газета, 26.03.18)*

*В администрации президента задумались о том, чтобы **спарринг-партнером** главного кандидата в президенты стала женщина, рассказали «Ведомостям» собеседники в администрации и близкие к ней эксперты (Ведомости, 01.09.17).*

Таким образом, в российском дискурсе подчеркивается стремление показать российского президента сильным лидером, готовым наносить удары своим политическим оппонентам. В американской прессе подобная тенденция не наблюдается, однако было отмечено другое метафорическое словоупотребление, также относящееся к данному слоту.

*Left-wing critics of American foreign policy correctly point out that Russia is a convenient **punching bag** for hawkish pundits and politicians (The New York Times, 14.11.17).*

В данном случае Россия в американском СМИ представлена в виде «подвесной груши для битья», что демонстрирует убеждение автора статьи в том, что большинство «ударов», наносимых ей безосновательны.

2. Фрейм «Квалификация спортсменов и итоги соревнований»

Слот 2.1. «Победитель, призеры и неудачники».

Данный слот в британских масс-медиа представлен метафорой *champion* (чемпион).

*An intact United Kingdom is seen as an obstructive opponent to the Kremlin: a vociferous permanent member of the United Nations Security Council, a **champion of sanctions** against President Putin and his cronies, and one of two European nuclear powers within Nato* (The Observer: 29.03.17).

В американском массмедиа дискурсе выделяются следующие метафоры: *to win, victory, to defeat*.

*Mr. Putin's announcement, in his annual state of the nation address, seemed intended chiefly to stir the patriotic passions of Russians at a moment when he is heading into a re-election campaign, even though his **victory** is assured in what amounts to a **one-candidate race*** (The New York Times, 01.03.18).

В российских СМИ метафора *чемпион* также встречается. Кроме того, данный слот представлен такими лексическими единицами как *выиграть, победить, одержать победу, завершиться в пользу, проиграть*.

*Также он призвал сделать все возможное для того, чтобы Россия закрепилась в пятерке ведущих экономик мира. <...> «Крупные российские компании должны становиться **чемпионами** на глобальном рынке», – отметил Путин* (Аргументы и Факты, 23.12.17).

*Путин, конечно, не мог **выиграть** выборы, которых не было, но на очередном народном плебисците он **одержал уверенную победу** над либеральной оппозицией, которая, впрочем, реального участия в этом плебисците тоже не принимала. Их заочный **поединок завершился в пользу** Путина с **разгромным счетом**, но итоговые цифры в избирательных бюллетенях здесь совершенно ни при чем.* (Новая газета, 26.03.18).

В британском дискурсе масс-медиа нами были отобрано 36 спортивных метафор, что составило 12% от общего числа найденных метафор.

В американских масс-медиа было найдено 60 метафорических словоупотреблений со сферой-источником «Спорт», что является 20% от общего числа метафор.

В российских СМИ было выделено 76 метафор, что составляет 19% от их общего числа.

Данная метафорическая модель наряду с военной является одной из наиболее частотных моделей, репрезентирующих Россию и отношения с Россией в британском, американском и российском дискурсах масс-медиа.

2.3. Метафорическая модель со сферой-источником «Человеческий организм» в дискурсе масс-медиа

Концептуальная метафора «Государство – это организм» довольно традиционна для британского, американского и российского национального сознания. Антропоморфная метафора изучалась такими отечественными учеными как Апресян, Феденева, Чудинов и др.

Данная метафорическая модель является базисной для осмысления действительности того или иного государства и международных отношений в целом.

Рассмотрим фреймовую структуру данной модели в отношении современной России.

1. Фрейм «Части тела и органы»

Слот 1.1. «Органы перцепции»

В британской, равно как и в американской прессе, к основным метафорическим органам перцепции реальности относятся eyes (глаза), ears (уши) и nose (нос).

The liberals squabble among themselves on Facebook and emigrate; the far right, which hates Putin for his refusal to go full fascist and, for example, take Kiev, is kept on a tight leash; and the democratic socialist left, hobbled by the massive pseudo-left authoritarian Communist Party of the Russian Federation, is so tiny Putin can hardly even see it (and he has many eyes) (The Guardian, 22.02.17).

В целом, глаза служат средством наблюдения и оценки объектов и явлений окружающего мира, однако в данном случае глаза показывают нам, что у В. В. Путина есть много источников информации, которые докладывают ему обо всех происходящих событиях.

Уши, в свою очередь, служат для репрезентации отношения к тем или иным событиям, происходящим на мировой арене. Так, в американском дискурсе, происходит сопоставление этого отношения к одним и тем же фактам с помощью метафоры ушей.

*The idea that Ukraine threatens its much bigger neighbor **Russia sounds jarring to Western ears**, since it was Russia that backed separatists there and annexed the Ukrainian peninsula of Crimea (The Washington Post, 09.03.18).*

Such an accusation is likely music to President Vladimir Putin's ears -- his popularity tends to spike when Russia confronts the West, polls show (Chicago Tribune, 16.03.18).

В российском дискурсе свое отражение также нашли метафоры *глаз* и *носа*.

*Главную подпись ставил заместитель мэра, он же начальник управления городского благоустройства. **Закрывать глаза** на явные проблемы безопасности он мог только в одном случае: если глаза ему закрыли деньгами (Аргументы и Факты, 28.03.18)*

В данном случае автор статьи намекает на коррупцию, которая послужила одной из причин трагедии в Кемерово. Таким образом, реализуется прагматическая функция метафоры в её эмотивной разновидности.

*Примерно в это же время МакГрегор дал интервью телеканалу, в котором распинался в любви к президенту России Владимиру Путину: «Я обожаю Путина, он крутой мужик. Я знаю, что русские — сильные люди, они **чувют подвох** за милую. Путин тоже это **чувет**, поэтому он управляет своей страной» (Аргументы и Факты, 20.04.16).*

Слот 1.2. «Зубы»

Данная метафора в политическом и масс-медийном дискурсах выступает как показатель агрессии. В британских и американских СМИ данной метафоры нами выявлено не было, однако в российском дискурсе выявилось сразу несколько случаев метафорического словоупотребления.

*Как и Украина, которая частично оккупирована, она оказалась **не по зубам** агрессору. Надежда победила Путина: физически, морально, политически* (Аргументы и Факты, 27.03.18).

*Полиция **показала зубы**. В Петербурге молодого человека, нашедшего на улице надувную утку, обвиняют в нападении на полицейского* (Новая Газета, 10.05.18).

Слот 1.3. «Лицо»

Метафора лица в британской и американской традиции используется и для образного представления того, как субъекты политической деятельности преподносят себя другим, и для обозначения подлинной (обычно скрываемой) сущности субъектов и явлений.

Так, субъекты политической деятельности могут потерять лицо (to lose face), чего они очень не хотят и боятся, и поэтому и оказавшись перед лицом какой-либо проблемы, затруднения (to face smth), пытаются это лицо свое спасти (to save face), что означает, что они хотят сохранить свою репутацию.

*Yet in Russia's new confrontation with the west, the Kremlin's strategy is to exploit western weaknesses and confusion as much as it is geared towards **showing a bellicose face**, whether in Ukraine, Syria or cyberspace* (The Guardian, 02.11.16).

*We need to find a way in which Russia can **save face**, but also gradually withdraw support for Assad.*” (The Times, 09.04.17)

Кроме того, метафора лица служит для обозначения тех или иных политических игроков. Это может продемонстрировать следующий пример, указывающий на одного из участников предвыборной гонки, как на «свежее лицо», то есть человека ранее никогда не принимавшего участия в жизни партии, которая его выдвинула.

*At first, state-run television embraced Mr. Grudin as **the fresh face** of the Communist Party* (The New York Times, 16.03.18).

В российском дискурсе данная метафора в рамках нашей выборки выявлена не была.

Слот 1.4. «Мускулы, бицепсы, кулак»

Метафора мускулов и кулака осуществляет функцию демонстрации силы и попытки воздействовать на оппонентов с её применением. В британской и американской прессе были выявлены метафоры *fist* (кулак) и *muscles* (мускулы).

Russia is flexing its military muscles as tensions in Syria continue to increase, causing many to fear the very imminent threat of World War Three (The Daily Mirror, 14.10.16).

On Victory Day, Russia **flexes its muscles** (USA Today, 29.03.18)

Те же метафорические единицы (кулак и мускулы/бицепсы) были обнаружены и в российском дискурсе.

*К сожалению, последние социологические опросы в России показывают, что степень критического восприятия войны в нашем обществе снижается. И власть, а вслед за ней и население всё чаще поддаются соблазну **поиграть бицепсами**, полагая, что именно в этом и состоит величие страны* (Аргументы и Факты, 18.04.18).

Слот 1.5. «Руки»

Было выявлено огромное количество метафор в СМИ, связанных с употреблением различных выражений, имеющих в своем составе метафору *hand*. Кисть руки в большей степени отображает многообразные нюансы манипулятивной деятельности человека, большие функциональные возможности для сложной деятельности [Будаев 2006: 119]. Как в британской, так и в американской прессе метафора *hand* – средство помощи (*give a hand*), влияния (*to have hand in*), власти (*in hands*).

*Vladimir Putin, you may have noticed, is everywhere. He **has** soldiers in Ukraine and Syria, troublemakers in the Baltics and Finland, and **a hand in***

elections from the Czech Republic to France to the United States (The Observer, 02.02.17).

Довольно распространенной метафорой можно назвать *Kremlin's hand* (рука Кремля), когда журналисты хотят обратить внимание читателя на причастность России к тем или иным событиям, происходящим в политическом мире.

*The crisis in our liberal democracies is strengthening the **Kremlin's hand**, making it the dangerous foe of MI5's and Nato's warnings (The Guardian. 02.11.16).*

*Russia has yet to address in any detail the main piece of evidence pointing to a **Russian hand** — that Novichok agents have been produced only in Russia — and has instead developed conspiracy theories involving Ukraine, British revenge for past athletic defeats ahead of this year's World Cup soccer tournament in Russia and other far-fetched explanations (The New York Times, 14.03.18).*

Не менее продуктивно данный концепт проявляет себя и в российском дискурсе СМИ, где были выявлены следующие метафоры: *протянуть руку, пожать руку, прибрать к рукам, чешутся руки, схватить за руку, сойти с рук, развязывать руки.*

*Скупая доллары, Россия **развязывает руки** Трампу (Комсомольская Правда, 19.04.18)*

*"Достойно сожаления, что политики **имеют такую сильную руку** в делах культуры", - отреагировал продюсер (Российская Газета, 09.05.18)*

*Но **рук** стороны **пожимать** не спешат. Администрация готова их **протянуть**. Люди не готовы **протянуть ладони** в ответ (Аргументы и Факты, 01.04.18)*

*Активно развивается гражданственность малых дел, на уровне **протянутой руки**. Модно быть активным, помогать животным, детям, престарелым людям, инвалидам (Аргументы и Факты, 09.04.18).*

Кроме того, данный слот включает в себя метафору a grip on (хватка), которая в свою очередь также отражает действие, совершаемое руками, и определяется Оксфордским словарем как a firm hold; a tight grasp or clasp.

*Putin's intervention in Georgia in 2008, his invasion of Ukraine in 2014, and his tightening **grip on** Syria are all entirely consistent with Dugin's strategy for Mother Russia* (The Guardian, 19.12.16).

*Putin, 65, won re-election overwhelmingly in March, extending his **grip over** Russia for six more years - a tenure of 24 years that would make him Moscow's longest-serving leader since Soviet dictator Josef Stalin* (The New York Times, 15.05.18).

Так, следует отметить, что в глазах западного читателя Россия предстает как существо, которое держит своей хваткой некоторые мировые ресурсы, территории, лидеров стран. Сама же Россия находится в хватке у её президента. Таким образом, можно выделить прагматическую функцию метафоры в её эмотивной разновидности.

Слот 1.6. «Ноги»

Данный слот активно представлен в российских СМИ и может быть проиллюстрирован следующими примерами:

*В своё время та же Высшая школа экономики **ногами забила** все другие экономические течения* (Аргументы и Факты, 02.11.16).

Нельзя не отметить, что данный слот включает в себя метафору *следа*. В последнее время она приобрела особую частотность в связи с определенными событиями.

*Великобритания продолжает настаивать на том, что в «деле Скрипаля» есть **российский след*** (Аргументы и Факты, 16.03.18).

В данном случае метафора выступает в эвфемистической разновидности коммуникативной функции, так как прослеживается тенденция избегания прямого обвинения России в произошедшем инциденте.

2. Фрейм «Физиологические процессы»

Слот 2.1. «Питание»

Человеческий организм нуждается в пище, а представители политической жизни нуждаются во власти. В американской прессе данный слот представлен следующими метафорами: *appetite* (аппетит) и *to feed* (кормить). В британской прессе кроме данных лексических единиц были также выявлены метафоры: *to swallow* (глотать), *to stomach* (быть в состоянии съесть/переварить).

*Mr. Steele also reported, in pages submitted just 11 days after a Russian lawyer reportedly promised Mr. Trump's aides negative information on Hillary Clinton during a meeting in Trump Tower, that "the Kremlin **had been feeding** Trump and his team valuable intelligence on his opponents, including Democratic presidential candidate Hillary Clinton."* (The New York Times, 09.01.18)

*In his time in power Mr Putin has shown little **appetite** for harsh repression* (The Economist, 26.10.17).

*Gradually, however post-Soviet Russia has sought to exert its influence over my country, and when in 2014 a popular revolution ousted Viktor Yanukovich, it was more than Russia **could stomach*** (The Guardian, 25.03.17).

В российском дискурсе масс-медиа типичными метафорами данного слота можно обозначить: *глотать, кормить, кормушка, аппетит, поглощать, пробовать на вкус, привкус, послевкусие*.

*Старший научный сотрудник SIPRI Симон Веземан (Siemon Wezeman) комментирует «более стройный» российский военный бюджет следующим образом: «Для России это означает, что им, возможно, придется **проглотить** свою гордость»* (Новая Газета, 10.05.18).

***Кормушка** для политических «выдвиженцев» была найдена достаточно быстро. Название этой **кормушки** - высшее чиновничество* (Аргументы и Факты, 04.04.18).

*То, что Россию не позвали на саммит, для нас, конечно, обидно. Но если для нас это оборачивается неприятным **послевкусием** от ущемленного*

достоинства, то для Франции и Германии она же акция влетит в копеечку (Аргументы и Факты, 03.04.18).

В британском дискурсе масс-медиа нами были отобрано 53 антропоморфная метафора, что составило 17,66% от общего числа найденных метафор.

В американском дискурсе СМИ было найдено 45 метафор, что составляет 15% от их общего количества.

В российском массмедиа дискурсе выявлено 79 метафор со сферой-источником «Человеческий организм», что составило 19,75 % от числа всех выявленных метафор.

Данная метафорическая модель проявила наибольшую частотность среди всех рассмотренных нами моделей, репрезентирующих Россию в британском дискурсе масс-медиа, в российском дискурсе уступила военной метафоре, а в американском дискурсе оказалась на третьем месте после военной и спортивной метафор.

2.4. Метафорическая модель со сферой-источником «Монархия» в дискурсе масс-медиа

Современные исследования показывают, что метафорическая модель со сферой-источником «Монархия» обрела особое значение в отношении некоторых стран. Данная метафора помогает осмыслить действительность одним странам в отношении национальной специфики других. Так, в работах А.А. Касловой и А.П. Чудинова доказано, что монархическая модель очень характерна для осмысления института президентства в России, так как степень авторитаризма человека у власти (президента) в нашей стране для них сопоставима только со степенью авторитаризма монарха.

В британском, российском и американском дискурсе масс-медиа метафорическая модель с исходной понятийной областью «Монархия» выявляет следующую фреймово-слотовую структуру.

1. Фрейм «Носитель верховной власти»

Слот 1.1. «Монарх»

В британских, американских и даже российских СМИ российский президент часто номинируются посредством метафоры *tsar/czar* (царь), *emperor* (император), что указывает на неограниченную власть, которой он обладает.

Tsar Vladimir is plotting an Arctic Cold War (The Observer, 23.06.16).

Mr. Putin presents himself as **a czar** — and like any **czar**, he fears revolution above all else (The New York Times, 06.11.17).

*Today some of the leaders of the world's most powerful countries, democracies and non-democracies alike, are fashioning themselves as **modern-day emperors*** (The New York Times, 15.03.18).

*По поводу Владимира Владимировича, вы прекрасно знаете, что — назовём прямо — он у нас не президент, а **царь**. Полная власть. Хорошо это, плохо, наверное, власть должна быть сильная* (Аргументы и Факты, 30.03.18).

Как отмечает Будаев Э. В. в британской прессе В. Путина часто сравнивают с реформатором Петром Великим (Peter the Great), однако однозначно прослеживается скептическое отношение к масштабному реформированию различных сфер российской общественной жизни [Будаев 2006: 194].

*Russia has had good tsars and bad tsars and has contrived to love them equally. Vladimir Putin, not much bothered about love (he has his labrador), **would** still rather go down as a **Peter the Great** than an Ivan the Terrible and you can see his point: Tsar Pete wanted to use the Russian north as a springboard to global influence and to build up Russia as a maritime power* (The Times, 20.04.16).

Слот 1.2. «Хозяин страны»

Согласно российской традиции монарх является полновластным хозяином страны, самодержцем, который принимает политические решения, руководствуясь собственной волей. Похожий смысл привносит в осмысление российского президента британская метафора *master* (хозяин). Президент

метафорически представляется, как полновластный обладатель России (метонимический вариант – хозяин Кремля).

*As the year closes, each day brings new delights for the **master of the Kremlin*** (The Guardian, 24.12.16).

В российском дискурсе данная метафора также находит свое отражение.

*С 76,7% голосов и при 67% явки (более 56 миллионов россиян), **хозяин Кремля** добился своего лучшего результата за восемнадцать с лишним лет у власти* (BBC News, 13.05.18).

В американской прессе подобных словоупотреблений зафиксировано не было.

2. Фрейм «Монархическая форма правления».

Слот 2.1. «Атрибуты монаршей власти»

Как известно монархия традиционно ассоциируется с определенными символами власти. К таким можно отнести: корону, трон, престол, дворец. Все атрибуты нашли отражения как в британском (crown, throne), американском (crown, palace), так и в российском дискурсе масс-медиа.

*One man wearing a **red robe and a crown**, an apparent mocking reference to “**Tsar Putin**”, was among those dragged from the crowd by riot police on one of the hottest days of the year so far in Moscow* (The Guardian, 05.05.18)

*In 2008, for example, Vladimir Putin of Russia resisted the temptation to change the Constitution to allow him a third consecutive term as president because he did not want his country to look like one of the Central Asian republics where presidents never leave their **palaces*** (The New York Times, 15.03.18).

*На коронацию тоже выдавали приглашения, исходя из заслуг перед государством и близости к трону. В современной интерпретации это означает, что в Андреевском зале, где состоится основное действо, будут находиться преимущественно члены администрации президента, премьер-министр, члены кабмина, губернаторы, главы всех религиозных конфессий, отдельные депутаты и сенаторы и другие известные личности. Остальные приглашенные по степени "удаленности **от трона**" разместятся в двух*

других залах парадной анфилады БКД и смогут наблюдать за церемонией на специально установленных экранах (Московский Комсомолец, 04.05.18).

Общим для данных примеров является стремление представить в глазах читателей российского президента как монарха, с помощью вещей, которые традиционно представляются неотъемлемыми символами царского достоинства. В результате в той или иной степени создается иронический эффект.

Слот 2.2. «Передача власти»

Типичным признаком монархической формы правления является право передавать власть по наследству. Нового монарха, в отличие от демократических процедур, ожидает не инаугурация, а коронация. Данный слот представлен следующими метафорами в американских СМИ: *to choose a successor* (выбрать приемника), *heir* (наследник), *coronation* (коронация) и похожими метафорами в российском дискурсе: *передавать по наследству, выбор приемника, коронация*.

*For Putin's 4th Term, More a **Coronation** Than an Inauguration* (The New York Times, 07.05.18).

*И вот он [Путин] уже входит в Большой Кремлевский дворец — и снова смена планов, призванная продемонстрировать поистине **царский размах и шик коронации*** (Новая Газета 10.05.18).

При описании инаугурации президента на четвертый срок особое распространение получила метафора *коронации*. Оксфордский словарь определяет данную лексическую единицу как “the ceremony of crowning a sovereign”, что позволяет нам говорить о том, что к должности российского президента формируется пренебрежительное отношение, так как коронованный монарх может находиться у власти всю жизнь, а не в строго установленные конституцией сроки. Кроме того, в американских СМИ подчеркивается тот факт, что выбор приемника также будет осуществляться российским президентом.

Mr. Putin is expected to continue with little change in terms of trying to rebuild Russia as a global power while limiting economic reforms at home. Given his lame-duck status, many expect the fight will now begin in earnest among the Kremlin elite to choose his successor (The New York Times, 18.03.18).

Не только главный пост страны может передаваться недемократическими путями. По наследству могут передаваться те или иные должности в системе управления государственным аппаратом, что высмеивается в российских СМИ.

Более того, в сформировавшейся бюрократической системе хлебные должности стали в скрытой форме передаваться по наследству (Аргументы и Факты, 04.04.18).

В британских СМИ данный слот выявлен не был.

3. Фрейм «Система монархической власти».

Слот 3.1. «Подданные монарха»

Помимо главы государства, свою репрезентацию находят и другие представители политической системы России. Так, в британской метафорической картине российского монарха окружают *boyars* (бояре) и *nobles* (дворяне).

Putin understood that to rule Russia he had to stay genuinely popular with “the masses” and from time to time crack his whip at the elites: a “good tsar” reining in the greedy “boyars” (The Guardian, 23.03.17).

This is at least partly because of the constant televisual messaging. Putin is portrayed as the “good tsar” trying to bring his unruly and corrupt nobles to order (The Daily Mail, 27.04.17).

В американском дискурсе данный слот не показал всего своего возможного многообразия метафорических словоупотреблений. Как и в британском дискурсе с помощью метафоры *boyars* (бояре) создается иронический эффект и высмеивается вся система российской власти. Что примечательно, в американских СМИ «боярами» номинируются исключительно олигархи, в то время как в британских и российских масс-

медиа «боярами» являются зачастую представители исполнительной и законодательной власти (депутаты, министры и пр.)

*In Russia, there is no system. There is a people, the often neglected narod, and then there is the oligarchy that rules them—and then, in a twist that could only work in the liminal state that is Russia—there is the vozhd, the leader, who sits atop it all. If the vozhd succeeds, it is because he is tough and unsparing, and he presides (mercilessly) over **the boyars**, or oligarchs, whose job is largely to execute his will (Vanity Fair, 11.07.17).*

В российском дискурсе кроме уже знакомой нам метафоры *бояр* мы можем найти следующие лексические единицы: *местные царьки, монарший двор, фавориты*. Народ же номинируется посредством метафор *слуг и рабов*.

Царь хороший, бояре плохие: накануне президентских выборов российский бизнес пожаловался президенту на премьера – тот, мол, нарушает данное главой государства еще в 2014 г. обещание не наращивать нагрузку на бизнес (Ведомости, 21.11.17).

Как мы видим, противопоставление хорошего царя и плохих бояр характерно как для российского, так и для британского дискурса масс-медиа и используется для создания комического эффекта. С помощью него демонстрируется отношение россиян к вертикали власти и их убеждение в том, что президент – единственный эффективный политик.

Очевидно, что кемеровская элита даже не осознаёт, в каком постыдном облике она предстала перед страной и президентом. Местные царьки, в сущности, продемонстрировали стране одну из главных особенностей нынешней региональной (и не только региональной) элиты (Аргументы и Факты, 04.04.18).

В данном примере мы видим, что пренебрежение демонстрируется не только к представителям центральной власти. Благодаря уменьшительному суффиксу эффект метафоры усиливается, создается негативная эмоциональная окраска и показывается уничижительное отношение к представителям региональной власти.

4. Фрейм «Форма власти»

Царь может осуществлять власть по-разному. Доминирующей метафорой в данном фрейме можно назвать лексему reign (царствование), однако была также выделена лексема regency (регентство), которая олицетворяет собой форму правления на тот момент главы правительства В.В.Путина во время президентства Д.А.Медведева.

*It is understandable that this message worked in the early years of **Putin's reign**, which coincided with a rise in oil prices, meaning life for many people really did get better* (The Guardian, 23.04.17).

*This fourth term in the Kremlin – fifth, if one counts **Putin's regency** during Dmitry Medvedev's stint – may be Putin's last, not so much because he will turn 72 after the next six-year term expires, but rather because he was loth to change the constitution previously* (The Daily Telegraph, 17.01.17).

В российском и американском дискурсе масс-медиа данный фрейм выявлен не был.

В британском дискурсе масс-медиа нами были отобрано 28 монархических метафор, что составило 9,33% от общего количества найденных метафор.

В американском дискурсе было выявлено 27 метафор со сферой-источником «Монархия», что представляет 9% от всех выбранных метафор.

В российском дискурсе СМИ данная метафорическая модель представлена 36 случаями употребления, что является 9 % от общего количества рассматриваемых метафор.

Данная метафорическая модель проявила сравнительно большую частотность среди всех выявленных метафор, репрезентирующих Россию в британском и российском дискурсах масс-медиа.

Выводы по главе II

Отобрав 300 метафор, репрезентирующих Россию в британском дискурсе масс-медиа, 300 метафор, репрезентирующих Россию в американском дискурсе СМИ и 400 метафор, репрезентирующих Россию в российском дискурсе масс-медиа, мы, осуществив когнитивно-дискурсивный анализ, можем сделать следующие выводы:

- 1) В британском, американском и российском дискурсе масс-медиа, функционируют различные метафорические модели, из которых мы, опираясь на сопоставительную таблицу частотности, можем выделить три доминирующие: милитарная метафора, спортивная метафора и антропоморфная метафора. Доминирующая роль вышеперечисленных метафор совпадает во все рассматриваемых национальных дискурсах СМИ.
- 2) Концептуальная метафора со сферой-источником «Война» является одной из самых частотных практически во всех видах дискурса. Исключением не стал и дискурс масс-медиа. В глазах стран запада поведение России можно охарактеризовать как агрессивное, очень часто можно увидеть слово «угроза» в отношении нашей страны, поэтому такое широкое употребление данной метафоры становится неудивительным в нынешней политической ситуации. Что примечательно, данная метафора является намного более частотной для российского дискурса, чем для британского, что говорит о том, как создается действительность в национальных СМИ. Очевидно, что образ агрессивного и атакующего Запада более активно используется в российских медиа, что может свидетельствовать о стремлении более интенсивно воздействовать на картину мира россиян. Предположительно, частотность данной метафорической модели может объясняться также более высокой значимостью для российского читателя такого концепта как ВОЙНА ввиду определенных исторических обстоятельств.

Американский дискурс СМИ также показал высокую частотность военной метафоры. Одной из возможных причин её такого высокого распространения можно считать (также, как и в российском дискурсе) стремление масс-медиа оказать влияние на умы американцев и определенным образом преобразовать их картину мира.

- 3) Концептуальная метафора со сферой-источником «Спорт и игра» также довольно активно функционирует в британском и российском дискурсе масс-медиа, однако по частотности уступает антропоморфной и военной метафорам. Что касается американского дискурса масс-медиа, то здесь спортивная метафора выходит на второе место по частотности, немного уступая военной метафоре. Это можно объяснить высокой ролью спорта в американской культуре. Американскому читателю намного проще осознать политические «правила игры» через отсылки к спортивному опыту.

В целом, наиболее доминантной метафорой можно обозначить метафору «шахмат» при описании как политических действий, так и самих политиков. И это неудивительно, так как именно шахматисты вырабатывают свою стратегию игры, логически просчитывают ответный ход соперника, чтобы понести наименьшие потери.

- 4) Антропоморфная метафора распространена во всех видах дискурса, так как человеку проще всего моделировать сложные реалии по своему образу и подобию, как простые понятия, с детства известные каждому. Государство внутри функционирует как человеческий организм, а снаружи, на международном поприще, осуществляет ту или иную деятельность, используя, например, конечности, или органы перцепции. В британском дискурсе именно эта модель проявила наибольшую частотность, немного обогнав военную метафору.
- 5) Кроме вышперечисленных, мы также можем выделить метафорическую модель со сферой-источником «Монархия» не

только как одну из наиболее частотных, но и особенную, специфическую метафору, используемую в масс-медиа лишь по отношению к немногим странам, где степень авторитаризма власти превышает привычный для демократических держав уровень. Данная метафора помогает им осмыслить и понять институт политической власти в России. Немаловажным является тот факт, что данная модель является практически в той же степени частотной и для российского дискурса масс-медиа. Этот факт позволяет нам утверждать, что российский читатель понимает и принимает то, что степень авторитаризма власти несколько выше в России, чем в других странах с демократическим режимом. Примечательным является и тот факт, что самодержавие традиционно в нашей стране принято воспринимать как положительное явление. На наш взгляд, именно поэтому данная метафора так активно функционирует в российских СМИ.

- б) Кроме того, среди довольно часто встречающихся моделей можно выделить театральную метафору и метафору мира животных, однако данные модели не проявили всего возможного фреймо-слотового разнообразия, а также встречались сравнительно нечасто в британском и российском дискурсах, поэтому мы сочли целесообразным не включать их в перечень ключевых концептуальных метафор. Однако важно отметить тот факт, что в американском дискурсе театральная метафора показала самую высокую частотность (17%) среди рассматриваемых национальных массмедиаальных дискурсов, и вполне могла быть выделенной как одна из доминантных в рамках нашего исследования. Данную особенность американского дискурса масс-медиа можно объяснить следующим образом: в США традиционно наблюдается высокая степень театрализации избирательных компаний. Театральная метафора выражает лицемерие политической жизни и предвыборных обещаний. В контексте российской президентской компании, данная метафора акцентировала внимание

на искусственности выборов и предрешенности их результатов. Что касается других значимых событий, которые разворачиваются на мировой арене, Россия в американской картине мира предстает как «режиссер» различных атак, волнений и митингов, а также результатов американских выборов 2016-го года.

Заключение

Концептуальная (когнитивная) метафора – уникальный феномен, который с одной стороны позволяет нам приоткрыть тот «черный ящик» конкретного человека и понять, что там хранится, с другой может отражать мировоззрение целой нации, а с третьей выполняет определенные прагматические функции.

Концептуальная метафора функционирует во всех видах дискурса, однако в зависимости от его вида может проявлять те или иные функции в большей или меньшей степени. Данная работа посвящена изучению масс-медиального дискурса – такой еще малоизученной его разновидности (по сравнению, например, с дискурсами политики и художественных текстов). Хотя ни в коем случае нельзя умалять его значимость, так как в современном информационном обществе люди получают знания об окружающем мире и событиях в нем происходящих именно через средства массовой информации, что дает в руки журналистов огромную власть по управлению нашим сознанием. Именно поэтому можно сказать, что именно дискурс масс-медиа лучше всего отражает сознание определенной нации, так как в нем появляются новости обо всем, что случается, публикуются мнения экспертов о том, что может случиться или статьи и обзоры того, что случилось когда-то. И именно с помощью тех или иных метафор формируется отношение читателей не только к событиям, но даже целым странам и их правителям. Однако следует сказать, что взгляды на происходящее не едины и могут варьироваться как внутри одного журналистского общества определенной страны, так и в разных странах. Во многом, мнения могут быть обусловлены тем политическим курсом, который выбирает государство, поэтому дискурс СМИ практически не может существовать вне политики. Среди других экстралингвистических факторов, оказывающих влияние на средства массовой информации также немаловажно отметить социальные, экономические и духовные.

Важность когнитивно-дискурсивного анализа проявляется именно в том, чтобы разобраться в тех противоречиях и различиях, которые могут

возникнуть у индивида при изучении масс-медиального дискурса того или иного государства.

Так, анализ метафор в британском, американском и российском дискурсе масс-медиа показывает, что одни метафорические модели предстают перед нами в своей знакомой форме (сферы-источники «Человеческий организм», «Спорт и игра», «Война»), актуализируясь в привычные для нашего восприятия метафоры. Некоторые же являются специфическими конкретно в отношении определенной страны (сфера-источник «Монархия»).

Другими словами, каждая выделяемая по исходной понятийной сфере метафорическая модель потенциально содержит в себе определенные когнитивные характеристики, то есть имеет свой характер, по-разному проявляющийся в национальном дискурсе масс-медиа рассматриваемой страны.

В числе наиболее перспективных направлений дальнейшей работы следует отметить следующие:

- дальнейший поиск, изучение и описание большего количества метафор, используемых в британских, российских и американских средствах массовой информации с учетом изменения политической ситуации;

- дальнейшее изучение монархической метафоры и других специфических моделей, используемых в основном или исключительно в отношении России;

- проведение исследования метафор, репрезентирующих Россию в различные периоды её истории в дискурсах как одной страны, так и нескольких, например, в американском и британском и др.

Список источников и литературы

1. Аристотель. Риторика // Античные риторика: Переводы / под. общ. ред. А.А. Тахо-Годи. – М.: Изд-во МГУ, 1978. – С. 15 – 164.
2. Арутюнова Н.Д. Введение. // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 3-4.
3. Арутюнова Н.Д. Журина М. А. Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
4. Арутюнова Н.Д. Метафора // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 296-297.
5. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры. – М.: Наука, 1996. – 186 с.
6. Блэк М. Метафора // Теория метафоры / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Изд-во «Прогресс», 1990. – 156 с.
7. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. - М.: Либроком, 2006. – 30 с.
8. Боярских О.С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004 – 2007 гг.): дис. ...канд. филол. наук. – Нижний Тагил, 2008. – 230 с.
9. Будаев Э.В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе: дис. ...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2006. – 232 с.
10. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М.: Прогресс, 1983. – 255 с.
11. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
12. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ./ Сост. В.В. Петрова; Под. ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
13. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиа дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. – М.: Ин-т языкознания РАН., 2003. – 656 с.

14. Зырянова И.П. Прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы (2005–2009 гг.): дис. ...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2010. – 240 с.
15. Зятькова Л.Я. Субъективная модальность политического дискурса (на материале российских, британских и американских печатных СМИ): дис. ...канд. филол. наук. – Тюмень, 2003. – 234 с.
16. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
17. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
18. Каслова А. А. Метафорическое моделирование президентских выборов в России и США (2000 г.): дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2003. – 208 с.
19. Керимов Р.Д. Немецкая политика в зеркале спортивной метафоры // Известия УрГПУ. Лингвистика. / Урал. гос. пед. ун-т; Отв. ред. Чудинов А.П. – Екатеринбург, 2005б. – Вып. 15. – С. 79–85.
20. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник Московского университета. – Сер. 9. Филология. – 2001. – № 6. – С. 132–149.
21. Колтышева С.Я. Метафорическое моделирование образа шоу-бизнеса дискурсе в российском и американском массмедийном дискурсе: дис. ...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2006. – 240 с.
22. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
23. Лакофф Ж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал, 2004. – 155 с.
24. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
25. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 296 с.

26. Попов А.Ю. Основные отличия текста от дискурса // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. ст. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 41-44.
27. Попова Е.С. Текст и дискурс: дифференциация // Молодой ученый. – 2014. – №6. – С. 641-643.
28. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике: Монография. – Воронеж: 2001. – 189 с.
29. Потебня А.А. Из записок по теории словесности. – Харьков, 1905. – 652 с.
30. Пшенкин А.А. Метафорический образ СССР/России в американском политическом дискурсе второй половины XX – начала XXI веков: дис. ...канд. филол. наук. – Барнаул, 2006. – 195 с.
31. Санцевич Н.А. Моделирование вариативности языковой картины мира на основе двуязычного корпуса публицистических текстов (метафоры и семантические оппозиции): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2003. – 245 с.
32. Серио П. Структура и целостность: об интеллектуальных истоках структурализма в Центральной и Восточной Европе. 1920-1930-е гг. – М., 2001. – 360 с.
33. Степаненко А.В. Лингвокогнитивные особенности функционирования метафоры в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2002. – 22 с.
34. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 26–32.
35. Феденева Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90 гг. XX века: дис. ... канд. филолог. наук. – Екатеринбург, 1997. – 181 с.

36. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2003а. – 248 с.
37. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000). – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2001. – 238 с.
38. Шаова О.А. Россия и Франция: национальные стереотипы и их метафорическая репрезентация (на материале французских и российских газет): дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2005. – 210 с.
39. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография / Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
40. Шехтман Н.Г. Метафорическая модель выборы – это спортивное состязание в российском и американском политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2005. – 219 с.
41. Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / под ред. проф. Г.Н. Манаенко. – Выпуск 7. – Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. – 448 с.
42. Grady J. E., Oakley T., Coulson S. Blending and Metaphor. // Selected papers from the 5th International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam, July 1997. John Benjamins Publishing Co., 1999. - P. 101 -124.
43. Lakoff G. Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
44. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 p.

Электронные ресурсы

45. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. Т. 1. – М., 2001. – С. 72-81. [Электронный ресурс].

URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/kubryakova-01.htm> (дата обращения: 21.04.2018).

46. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – монография. – Воронеж: 2001. – 189 с. [Электронный ресурс]. URL: http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Kognitivnaja_lingvistika/Oчерki_po_kognitivnoj_lingvistike_2001.pdf (дата обращения: 23.11.2017).

47. Степанов Ю.С. Альтернативный мир Дискурс, Факт и принципы Причинности // Язык и наука конца XX века: сб. статей. М.: РГГУ, 1995. – С. 35-73. [Электронный ресурс]. URL: <http://philologos.narod.ru/ling/stepanov.htm> (дата обращения: 15.04.2018).

Энциклопедии и словари

48. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская Энциклопедия, 1966. – 608 с.

49. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

50. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М.: Флинт, 2006. – 528 с.