

Веснина Л.Е.

Екатеринбург, Россия

**МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
МИГРАЦИИ
В РОССИЙСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ**

УДК 81'42

ВВК III 100.3

Аннотация. В статье рассматриваются когнитивно-дискурсивные вопросы исследования метафоры как способа представления миграции в дискурсе российских печатных СМИ. Представлены наиболее продуктивные метафорические модели, репрезентирующие миграцию в российских печатных СМИ 2000 – 2010 гг.

Ключевые слова: метафорическое моделирование, дискурс СМИ, миграция, фрейм, слот.

Сведения об авторе: Веснина Людмила Евгеньевна, ассистент кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов 26, к. 285.

E-mail: levesna@yandex.ru.

Контактная информация: E-mail: ma6570@gmail.com.

Vesnina L.E.

Ekaterinburg, Russia

**METAPHORICAL MODELLING
OF MIGRATION
IN RUSSIAN PRINT MASS MEDIA**

ГЧНТИ 16.21.27, 16.21.51

Код ВАК 10.02.01

Abstract. The article describes the cognitive-discursive points in research on metaphors which are considered the means of representation of migration in the discourse of Russian print mass media. The most productive metaphorical models referred to migration found in Russian print mass media of 2000-2010 are shown.

Key words: metaphorical modeling, mass media discourse, migration, frame, slot.

About the author: Vesnina Ludmila Evgenievna, Assistant of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

ных и вторичных значений, являющееся образцом для возникновения новых вторичных значений» [Чудинов 2001: 35]. Она включает фреймы и слоты. Фрейм, – это «описание типизированной ситуации» [Баранов, Караулов 1991: 186], «структура данных для представления стереотипной ситуации» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 188], а *слот* – определенный аспект конкретизации фрейма.

Цель данной статьи – дать характеристику наиболее продуктивных метафорических моделей, репрезентирующих миграцию в дискурсе российских печатных средств массовой информации 2000-2010 гг.

В ходе нашего исследования при описании метафорической модели, представляющей миграцию в дискурсе российских печатных СМИ, будут учитываться следующие параметры: во-первых, понятийная сфера-источник метафорической экспансии, при характеристике которой мы опираемся на разряды русской метафоры, выделенные А.П. Чудиновым [подр. см.: Чудинов 2001: 52]); во-вторых, степень продуктивности метафорической модели (т.е. способность к развертыванию и образованию новых фрейм-слотовых структур); в-третьих, прагматический потенциал (типичные особенности эмоционального воздействия на адресата).

Особое значение исследование метафорического моделирования какого-либо явления действительности приобретает именно в дискурсе средств массовой информации, так как современные СМИ давно перестали быть просто источником информации, они, по словам М.Н. Володиной, «являются неотъемлемыми компонентами социального бытия современно-го человека, основными средствами его приоб-

Доминирование в современной науке антропоцентрической парадигмы, которая от просто структурного описания знания обращается к изучению роли человека в формировании этих знаний, обеспечивает понимание того, что «лучший доступ к сознанию – это наблюдение за языком как формой отражения и выражения мыслительных процессов» [Болдырев 2001: 7]. В рамках такой научной парадигмы новую интерпретацию получает понятие «метафора», определяющееся в исследованиях, посвященных проблеме метафоры, как феномен не лингвистический, а ментальный, где «языковой уровень лишь отражает мыслительные процессы. Метафорические значения слов – это не украшение мыслей, а лишь поверхностное отражение концептуальных метафор, заложенных в понятийной системе человека и структурирующих его восприятие, мышление и деятельность» [Будаев, Чудинов 2008: 41].

Когнитивная теория концептуальной метафоры акцентирует то, что в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний – фреймов и сценариев. Знания, в свою очередь, представляют собой обобщенный опыт, получаемый в результате взаимодействия человека с окружающим миром. Эти знания, функционирующие в виде метафорических словоупотреблений, нуждаются в структурировании, что объясняет возникновение в когнитивной лингвистике теории метафорического моделирования.

Метафорическая модель, по определению А.П. Чудинова, представляет собой «существующее в сознании носителей языка типовое соотношение семантики находящихся в отношениях непосредственной мотивации первич-

щения к событиям окружающего мира, посредниками в формировании культуры» [Володина 2008: 3]. В последнее время наблюдается всё возрастающий интерес лингвистов к вербальным особенностям средств массовой информации, так как «СМИ оказывают на нас не только сильнейшее влияние, но и сильнейшее давление» [Кубрякова, Цурикова 2008: 183]. Можно говорить о том, что средства массовой информации – зеркало общественной жизни, в котором, с одной стороны, отражаются все социально-значимые процессы; с другой стороны, это отражение несколько трансформировано с целью максимального воздействия на массового адресата, формирования его мировосприятия и культуры.

В средствах массовой информации освещаются практически все явления действительности, значимые для общества: внешняя политика и внутренняя жизнь страны, войны, теракты, болезни и т.п. Не последнюю роль в представлении событий играет метафора, так как поведение человека определяется не столько объективной реальностью, сколько системой репрезентаций человека, из чего следует, что выводы, которые мы делаем на основе метафорического мышления, могут формировать основу для действия [Будаев, Чудинов 2008: 51].

Одной из самых популярных тем, обсуждаемых в отечественной прессе, является тема миграции на территорию Российской Федерации. Современная реальность демонстрирует нам большое количество мигрантов в российском обществе, что порождает целый ряд объективно возникающих социальных проблем: адаптация мигрантов к проживанию в России, восприятие иностранцев «коренным» населением, особенности межкультурной коммуникации и т.д. Однако российские исследования по метафорическому моделированию миграции единичны, тогда как особенности конструирования и восприятия россиянами миграции посредством доминирующих метафорических моделей, функционирующих в дискурсе российской прессы, являются отражением естественного способа описания ситуации в области миграции и отношения к мигрантам россиян.

Деятельность СМИ рассматривается в рамках современной науки о языке как деятельность дискурсивная, т.е. тексты СМИ анализируются как входящие в особый тип дискурса – дискурса публицистического (М.Н. Володина, Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова, В.И. Карасик, В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова, Л.Н. Синельникова, Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов и др.). В рамках данной статьи необходимо уточнить значение термина «дискурс» и, в частности, «дискурс СМИ».

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» дискурс определяется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психоло-

гическими и другими формами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмом их сознания (когнитивных процессах)» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 136].

Мы понимаем под дискурсом совокупность тематически или культурно взаимосвязанных текстов, допускающую развитие и дополнение другими текстами [Баранов, Караулов 1994: 179]. Следовательно, основное внимание при формировании и понимании смысла текстов должно уделяться социокультурным обстоятельствам дискурса, целям адресанта, характеристикам адресата, собственно передаваемой в пределах текста информации.

Как отмечают современные исследователи дискурсивной деятельности СМИ, в качестве ведущей функции в рамках масс-медиа выступает коммуникативно-когнитивная функция [Кубрякова, Цурикова 2004: 7]. Специфика ее заключается, с одной стороны, в ориентации на массового адресата, общение с которым, по сути, носит односторонний характер, а с другой – в распространении «особым образом препарированной, обработанной и сиюминутной информации» [Кубрякова, Цурикова 2004: 155]. Так как «дискурс СМИ отражает определенные СТРУКТУРЫ ЗНАНИЯ и ОЦЕНОК МИРА, ориентирующие адресата на определенное ОСМЫСЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» [Кубрякова, Цурикова 2008: 184], то именно целостный анализ метафорических моделей, функционирующих в текстах средств массовой информации, позволяет лучше осмыслить многие процессы, происходящие в российском обществе: отношение людей к существующему политическому, экономическому, культурному укладам.

Изучение метафор, используемых для репрезентации миграции в отечественных печатных и электронных изданиях, позволяет полнее осознать особенности восприятия нашими соотечественниками людей других национальностей, въезжающих на территорию Российской Федерации на постоянное место жительства или сезонные работы. Как справедливо заметил С.И. Виноградов, по семантике метафор можно изучать политическую историю страны, по распространенности тех или иных метафорических моделей – составить представление о ситуации, в которой она оказалась [Виноградов 1994: 71].

Использование когнитивно-дискурсивной методики предполагает изучение метафоры с учетом многообразных взаимоотношений между языком, мышлением и коммуникацией, спецификой СМИ и политическим состоянием общества, что, по мнению А.П. Чудинова, означает «исследование каждого конкретного текста с учетом политической ситуации, в которой он создан, и его соотношения с другими текстами» [Чудинов 2008: 419].

Материалом для исследования послужили различные по жанровой принадлежности публицистические тексты из печатных и электронных высоко тиражных российских СМИ: *Аргументы и факты*, *Комсомольская правда*, *Время новостей*, *Известия*, *Независимая газета*, *Правда*, *Российская газета*, *Новая газета*, *Газета.ru*. Всего проанализировано 4500 текстов (за период с 2000 по 2010 гг.), из которых отобрано 1500 метафорических словоупотреблений. Все рассмотренные тексты относятся к одному тематическому блоку (проблемам миграции в Россию) и рассчитаны на массового адресата. В данной статье представлен обзор наиболее продуктивных метафорических моделей, репрезентирующих миграцию в дискурсе российских СМИ.

Наиболее продуктивными (способными к развертыванию и образованию новых фрейм-слотовых структур) и частотными являются милитарная и экономическая метафорические модели, ниже представлена их краткая характеристика.

1. Метафорическая модель со сферой-источником «Война», представляющая мигранта как внешнюю угрозу для России и обладающая негативным прагматическим потенциалом. В отечественном медиа-дискурсе выделяется следующая фреймово-слотовая структура данной метафорической модели:

1. Фрейм «Образ врага». Метафорические определения мигранта в данном случае затрагивают не только его описание по этническому признаку, но и по характеру угрозы приезжего для коренных жителей страны. В рамках указанного фрейма можно выделить следующие слоты.

1.1. Слот «Этническое лицо врага»

Как ни описывай китайскую диаспору в Екатеринбурге, а пока она захватила только один микрорайон, расположенный вокруг вещевого рынка (Китайская грамота – *Время новостей*, № 14, 29.01.01); В связи с проблемой миграции в обществе начинает отчетливо проявляться «охранительная» тенденция... В отношении мигрантов из южных республик экс-СССР, а также Юго-Восточной Азии позиция однозначно негативная (Говорит и показывает народ – *Известия*, 28.07.03); Кем мы будем? Кто будет составлять наше общество через десять лет? «Азеры», «чурки», «косоглазые», «русские свиньи», ненавидящие и одновременно боящиеся друг друга? (В России создается образ мигранта-врага – *Время новостей*, № 69, 22.04.08).

В первую очередь, метафоры этого ряда касаются китайцев, особенно часто их метафорические определения появляются в статьях, посвященных миграции на Дальний Восток, так как эта часть страны граничит с Китаем, и по статистике такие мигранты занимают первое место в количественном отношении. Далее

следуют выходцы с Кавказа и из Центральной Азии: таджики, азербайджанцы, дагестанцы, узбеки, афганцы. Причем, как видно из примеров, метафорические единицы, используемые при их описании, имеют негативный прагматический потенциал не только на уровне лексического окружения (типа «коварный горец»), но и на уровне единичных лексем: «азеры», «чурки», «чебуреки», «хачики», «косоглазые», «узкоплечные». Подобные наименования возникают в силу идентификации «своих» и «чужих» на основе внешней инаковости, непохожести мигрантов на обладателей европейской внешности.

1.2. Слот «Характер угрозы»

В современных отечественных СМИ моделируется образ мигранта, как несомненного потенциального или реального источника всевозможных конфликтов (социальных, религиозных, этнических). Ср.:

Дети мигрантов – лишь одно из возможных лиц многоликой угрозы для нас и наших детей (Дети чужаков – *Газета.ru*, 14.05.09); Ирония истории заключается в том, что главную угрозу стабильности глобализованного мира видят сегодня в предприимчивых непоседах и переселенцах, то есть тех, кто на заре времен был застрельщиком глобализации (Национальные страхи и будущее глобализации – *Время новостей*, № 93, 29.05.08); Мы регулярно слышим стоны чиновников о засилье мигрантов, которые нарушают законы, не платят налоги и являются благодатной почвой для роста преступности (Некоторые городские сектора экономики уже захвачены иностранцами – *Известия*, 22.10.04).

Наиболее частотны здесь метафоры, отражающие восприятие мигрантов в качестве угрозы для российской экономики: приезжая на территорию РФ, переселенцы или гастарбайтеры активно вовлекаются в экономическую жизнь страны и влияют на нее. Подробнее данный аспект рассмотрен в ходе анализа экономической метафорической модели, представляющей миграцию.

2. Фрейм «Организация военной службы»

2.1. Слот «Специализация воинов»

Метафоры данного слота представляют собой прецедентные «милитарные» имена и названия: из истории Римской Империи, татаро-монгольского нашествия и проч.: *орда*, *легионеры*, *гунны*. Ср.:

Если центральная власть и дальше будет заниматься только полицейским регулированием миграции, закрывая глаза на ее социальные и экономические причины, если не озаботится экономическим развитием других регионов, орды мигрантов и дальше будет покрывать столицу (Гостей в столице ждут, но немного бояться – *Известия*, 06.06.07); Граждан СНГ – около половины всех «легионеров» (Патентованный

арматурщик – Время новостей, № 54, 31.03.05); ...держат себя иностранные рабочие около построек, *как гунны в завоеванной стране*, и решительно не желают считаться ни с чьими интересами (Шестиэтажные громады (книга «Москва повседневная») – Газета. ru, 01.11.05).

Все используемые прецедентные наименования отражают восприятие мигрантов как захватчиков-варваров, превращающих завоеванные земли в колонии, ср.:

Еще большие сложности с «родной» среднеазиатской миграцией. Она часто носит *«колониальный» характер* (Столица России не знает своего настоящего лица – Известия, 17.06.02).

Используются прецеденты, отражающие безусловную победу захватчиков: римские легионеры, покорившие весь мир; варвары-гунны, разрушившие Римскую Империю; татарская орда, пленившая Русь.

2.2. Слот «Воинские подразделения»

Этот слот представлен в описании мигрантов и миграционных процессов использованием самого крупного воинского подразделения – армии, так как все мигранты, пребывающие на территории России, воспринимаются как единая и сражающаяся заодно армия – за «место под солнцем». Ср.:

В результате у нас есть *многоязычная армия гастарбайтеров*, которые имеют на руках все документы для работы, но чем они занимаются и где находятся – этой информацией мы не располагаем (Тянут за язык – Время новостей, № 107, 19.06.08); Собираются в МВД решить и проблему поступления денег от использования *рабочих-иностранцев*, которых в России сейчас уже *целая армия*, не дающая, однако, поступлений в казну (Шесть миллиардов долларов от МВД – Время новостей, №130, 23.07.02).

Подобные метафорические образования, естественно, имеют негативные коннотации, так как речь идет о захватнической и разрушительной силе, а не об освободительной армии.

3. Фрейм «Военные действия и вооружение»

Слот «Военные действия»

Первую группу метафор слота составляют военные действия, предпринимаемые мигрантами в отношении России и россиян, здесь широко используются такие метафорические определения: *оккупировать, штурмовать, атаковать, завоевать* и мн.др. Ср.:

Гастарбайтеры штурмуют столицу: сейчас доступ к некоторым должностям для москвичей фактически закрыт благодаря сговорчивости гастарбайтеров по части зарплаты (Гастарбайтеры штурмуют столицу – Известия, 27.02.07); Проблема неконтролируемой миграции стоит очень остро и угрожает экономике Москвы. *Некоторые городские экономические сферы уже захвачены* (Некоторые городские сектора экономики уже захвачены иностранцами – Известия,

22.10.04); По словам Ирины Рукиной, *проблема оккупации мигрантами* в Москве есть («Они приезжают, рожают детей и *захватывают государство*» – Известия, 13.01.05).

Мигранты предстают как захватчики определенных социальных, экономических и других сфер жизни страны.

Вторая группа слота «Военные действия» представлена метафорами, отражающими «освободительные» военные манипуляции коренных жителей России против «засилия» мигрантов, чаще всего это: *зачистка, создание фильтрационных лагерей, партизанских отрядов и охранительных заслонов, формирование «черносотенной дружины*». Ср.:

Между тем *борьба с гастарбайтерами* объявлена в Москве чуть ли не основным приоритетом антикризисной политики города (Негражданам мы скажем: «Извини, дорогой!» – Газета.ru, 29.01.09); Чтобы спасти русских *нужно создавать партизанские отряды...* (Известия, 18.05.04); Станут они (пограничники) *единым заслоном и на пути мигрантов* и религиозного экстремизма (Налоговое лицо евразийского происхождения – Известия, 12.09.02); *Российские прилавки «освободили» от иностранцев* (Известия, 02.04.07); ... г-н Ткачев учреждает *«фильтрационные лагеря» для мигрантов*. Молодцеватый губернатор Громов поддерживает идею создания *«депортационных лагерей»* (Управляемая ксенофобия – Газета. ru, 02.11.04).

Очевидно, что метафоры указанного слота демонстрируют конфликтный характер отношений между «коренными» и приезжими, точнее – восприятие приезжих как злейшего внешнего врага, против которого необходимо вести священную освободительную войну.

4. Фрейм «Начало войны и ее итоги»

Слот «Начало и завершение военных действий»

«Захват» мигрантами территории России представлен в СМИ как процесс свершившийся и завершённый. Ср.:

«Захват рынка труда мигрантами» вызывает недовольство у россиян, влечет протестные акции, создает почву для экстремистских проявлений, а в совокупности с растущей безработицей среди граждан России ведет к росту преступности в целом», – резюмировали прокуроры (Голикову представили к экстремизму – Газета. ru, 18.06.09); Есть *захватившие землю русскую таджики-мигранты*, ушлые евреи, пытающиеся оседлать любой ценой народную инициативу (Автор ЖЖ-жжот – Газета. ru, 02.08.07).

Так как «захват земли русской» преподносится в СМИ как факт уже случившийся, то данный слот содержит глагольные метафоры в форме будущего времени лишь при описании усиления позиций мигрантов на «завоеванной территории» и пополнения рядов «свежими силами»:

В частности, по словам г-на Виноградова, в августе в столицу должны пойти «первые эшелоны» трудовых мигрантов, которых город «заказал» у партнеров в Узбекистане и Армении (Личная квота – Время новостей, № 112, 24.07.08).

5. Фрейм «Военное пространство». Данный фрейм включает в себя неотъемлемые составляющие любых военных операций либо на этапе их подготовки, либо в процессе непосредственного проведения военных действий: полигон, штаб, гетто, фронт и т.п. Ср.:

Российский Дальний Восток действительно похож на полигон, где все миграционные процессы протекают наиболее бурно (Привлечь и удержать – Время новостей, № 141, 07.08.02); Вчера на заседании городского «штаба по миграции» чиновники решили, что столичная квота на привлечение гастарбайтеров в 2008 году не превысит 300 тысяч человек (Придется поработать за двоих – Время новостей, № 212, 20.11.07); По мнению авторов обращения, «китаизация» этих районов «превратит юго-восток столицы в настоящее гетто с затрудненным выездом и преобладанием граждан иностранных государств с совершенно отличным от российского образом жизни и менталитетом...» (Капотня не Шанхай! – Время новостей, 22.07.09); Трудовой фронт ждет пополнения (Известия, 15.06.06); Кубанские власти первыми в стране создают депортационные лагеря. Внутри «пансионата», рассчитанного на 50 человек, будут «отдыхать», как выразился начальник РУВД края Кучерук, «всякие абреки, хачики и т.д.» (Режимные пансионаты – Известия, 18.04.03).

Особенно частотным при описании «военного пространства», организованного мигрантами, в СМИ является понятие «гетто»: граждане России опасаются, что на территории страны появятся кварталы «инородцев» и «иноверцев». Таким образом, посредством военной метафоры в дискурсе отечественных СМИ моделируется однозначно негативный образ миграции.

II. Метафорическая модель со сферой-источником «Экономика», состоящая из следующих фреймов и слотов:

1. Фрейм «Экономические операции, совершаемые с товаром»

1.1. Слот «Купля-продажа товара»

Метафоры данного слота недвусмысленно представляют мигранта как «живой товар», который покупается и продается. Ср.:

На бирже продаются легальные таджики (Газета. ru, 27.01.06); Россия является и страной-донором, и страной-получателем «живого товара» (Россия стала мировым центром по торговле людьми – Известия, 27.04.06); Москва хочет купить сантехников, служащих казино и футболистов: Валентина Матвиенко поручила превратить «осмысленную мигра-

ционную политику» России в «серьезный инструмент роста нашей страны» (Лимит на лимитчиков – Известия, 05.07.02).

Посредством подобных метафорических образований мигранты оцениваются как объект покупки и продажи их работодателями, данные метафоры обладают явно негативным прагматическим потенциалом, так как речь идет о купле-продаже живых людей, определяемых печатными средствами массовой информации словосочетанием «живой товар».

1.2. Слот «Контрабанда товара»

Рассматриваемый слот в равной степени можно отнести к криминальной метафоре, но любая контрабанда осуществляется в рамках экономического взаимодействия поставщика и покупателя, поэтому в подобных метафорах присутствует экономическая составляющая. Ср.:

«Ничего вредного я в этом не вижу, если все это будет проходить в рамках закона и мигранты будут официально регистрироваться. Т.е. не будет контрабанды живого товара», – Л. Бурмистров, вице-президент компании «Развитие общественных связей» (Бьют по паспорту – Известия, 20.02.02); Все силовые ведомства в России – и те, кто несет ответственность за пребывание иностранцев в России (МВД), и те, которыми пользуются люди, зарабатывающие деньги на нелегальных перевозках «живого товара» (Лягушки-нелегалы. Как немцы учили россиян мигрантов отлавливать – Известия, 25.11.01).

1.3. Слот «Доставка товара»

Доставка «живого товара» заказчику может производиться всеми известными и неизвестными путями: морским, авиационным, сухопутным. Ср.:

Гастарбайтер почтой: жизнь гастарбайтеров стала проще. Теперь они могут встать на учет по почте и всего за 10 дней получить право на работу в России (Мигранты влетели в одно окно – Газета. ru, 15.01.07); Но для того, чтобы действовать в этом вопросе силой, по крайней мере нужно иметь со странами, из которых вы собираетесь «выписывать» рабочую силу, соглашение по квотам (Последний верблюд – Известия, 22.07.07).

Нередко метафоры данного слота связаны с метафорами предыдущего, так как доставка дешевой иностранной рабочей силы зачастую осуществляется нелегально и имеет отношение к теневой экономике России. Ср.:

Широко распространенная в среде коммерсантов-москвичей практика «сливания» бесправной рабочей силы иногда дает сбои (Понаехали тут... – Известия, 04.08.02); Например, Кудышев упомянул о проблеме внутренних рейсов из Минвод, Краснодара, транзитом из Казахстана, которые по закону не подлежат миграционной проверке и пополняют ряды нелегалов в области и «товара» для пере-

броски за границу (Калининградцы ждут мигрантов с распростертыми объятьями – Известия, 16.07.02).

1.4. Слот «Импорт товара».

Пополнение мигрантами российского рынка труда в печатных СМИ определяется как *импорт «живого товара», «рабочих рук», «трудовых ресурсов»* из таких стран-экспортеров, как Китай, Казахстан, Таджикистан, Киргизия, Узбекистан. Ср.:

Скорректировать параметры «импорта» трудовых ресурсов заставил очевидный факт... (Лимит на гостеприимство повышен – Время новостей, № 186, 08.10.08); *Иммигрантов поставляют* главным образом Казахстан, Таджикистан, Киргизия, Узбекистан («Армии» рабочих мигрантов не способны остановить вымирание населения в России – Известия, 06.04.06); *А на третьем месте... Китай, «экспортировавший» в Россию 800 тысяч своих граждан* (Ручной кризис – Аргументы и факты, № 5 (91), 31.01.08).

Метафорическая характеристика мигранта как импортируемой единицы является одной из самых распространенных в рамках экономической модели.

2. Фрейм «Качественные характеристики товара». Метафоры, составляющие данный фрейм, как правило, обладают положительным прагматическим потенциалом, так как, по мнению авторов публикаций, главные качества, присущие мигрантам – это *низкая стоимость, удобство в эксплуатации, большое количество благ для российской экономики*.

2.1. Слот «Стоимость товара»

Метафорические характеристики мигранта в анализируемом слоте представляют собой оценку стоимости *иностранной рабочей силы* как *дешевой*. Если указывается, что *миграция в Россию – явление дорогостоящее*, то подается это в СМИ в явно негативном ключе. Ср.:

Сколько стоят мигранты? (Узкое горло в Россию – Газета.ru, 22.07.07); *«В стране невольничий рынок дешевого труда», – заметил Ромодановский. По его словам, гастарбайтеры, как правило, бесправны...* (МВД ведет мигрантов к свету – Газета.ru, 16.03.06); *Иностранец отныне станет дорогим удовольствием* (Сколько стоит гастарбайтер? – Время новостей, № 219, 27.11.02).

Мигрант, как прочие товары и услуги, имеет рыночную стоимость. Одно из ведущих преимуществ гастарбайтеров по сравнению с «коренными» трудовыми ресурсами – неприхотливость и мизерная оплата их труда – послужило поводом для оценки мигрантов как «дешевого труда».

2.2. Слот «Эксплуатация товара»

Метафоры в рамках данного слота подчеркивают *удобство в эксплуатации мигрантов* и характеризуют ниши в российской экономике, которые *последние способны заполнить*.

Еще немалое число предпринимателей в России пользуется выгодами нелегальной ми-

грации, ведь бесправный иммигрант особенно удобен для неограниченной эксплуатации (Пропуском в Россию должна быть не платежеспособность, а квалификация – Время новостей, №199, 26.10.05); *Строительный комплекс является главным потребителем мигрантов в столице – около 40 % от общей квоты привлекаемых иностранных граждан используются на строительных объектах Москвы* (Квартирный провал – Газета.ru, 22.12.08); *Мигранты – двигатель торговли, так как законодательное вытеснение их с розничных рынков после введения полного запрета на торговлю для иностранцев не заставило россиян занять их места за прилавками* (Мигранты – двигатель торговли – Время новостей, № 69, 19.04.07).

2.3. Слот «Блага товара для потребителя»

Потребителем в данном случае является Россия, с ее экономическими, демографическими и кадровыми проблемами, которые в состоянии решить *квалифицированные мигранты*. Метафорические образования этого слота имеют позитивный прагматический потенциал: мигрант оценивается как неоспоримое благо для страны. Ср.:

Конечно же, миллионы мигрантов – это огромное богатство, получив которое после распада Союза, Россия могла бы стать, как считает Егор Гайдар, «Америкой XXI века» (Меня оштрафовали на 4,5 тысячи за разбитый унитаз – Известия, 31.03.06); *Валентина Матвиенко поручила превратить «осмысленную миграционную политику» России в «серьезный инструмент роста экономики нашей страны»* (Лимит на лимитчиков – Известия, 05.07.02).

Таким образом, существование экономической метафорической модели, репрезентирующей образ миграции и мигранта в российских печатных СМИ, отражает представление о приезжих из других стран как о значимом для экономики России факторе. Стоит отметить, что образные характеристики рассмотренной модели зачастую обладают положительным прагматическим потенциалом, представляя иммигрантов как «благо и ценность» для экономического роста России.

Кроме рассмотренных метафорических моделей, миграция в российских печатных СМИ представлена также стихийной, зооморфной, морбиальной, криминальной, театральной метафорическими моделями, обладающими негативным прагматическим потенциалом. Если учесть, что роль скинхедов и подобных им организаций в нашем обществе сильно преувеличена: количество человек в них во всех регионах РФ составляет 40-45 тысяч человек [Беккер 2005: 25], то недооценить в этом вопросе силу воздействия медийных средств нельзя. Отрицательный образ миграции, моделирующийся в дискурсе СМИ, подтверждает ту мысль, что именно СМИ, а никакой иной инструмент, в

первую очередь формируют общественное мнение, в том числе этноксенофобию в сознании россиян.

В перспективе данного исследования – расширение источников материала, сопоставление данных, полученных в результате ассоциативного эксперимента, с метафорами, функционирующими в текстах печатных СМИ, с целью объективного описания целостной картины представления о миграции в национальном сознании россиян.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М.: Институт русского языка АН СССР, 1991. С. 184-193.

Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. – М.: Помовский и партнеры, 1994. 330 с.

Беккер В. Пассионарная арифметика // Политический журнал. 2005. № 41.

Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. – Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. Изд. 2-е, стер. 123 с.

Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации: монография. – М.: Флинта: Наука, 2008. 248 с.

Виноградов С.И. Выразительные средства в парламентской речи // Культура парламентской речи. – М., 1994.

Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов [под ред. М.Н. Володиной] – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 6-24.

Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Изд-во МГУ, 1996. 247 с.

Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. В 2-х ч. Часть 2. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 126-159.

Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов [под ред. М.Н. Володиной] – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 183-209.

Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. Энцикл., 1990. 682 с.

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000): Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. 238 с.

Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов [под ред. М.Н. Володиной] – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 419-435.

© Веснина Л.Е., 2010