

Т. Г. Попова, Р. И. Зарипов
Москва, Россия

ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА РОССИИ В ЗАПАДНЫХ СМИ

АННОТАЦИЯ. Цель настоящей статьи состоит в рассмотрении особенностей метафорической репрезентации образа России в политическом дискурсе западных СМИ. На основе наиболее актуальных метафорических выражений анализируется воздействие на реципиента в языковом (слово) и визуальном (изображение), а также в персуазивном и суггестивном аспектах. Методология настоящего исследования сложилась под влиянием теории метафорического моделирования и дескрипторной теории метафоры, а также опирается на достижения дискурс-анализа и отдельных отечественных представителей когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Демонстрируется, что некоторые метафоры требуют от реципиента «расшифровки», поэтому влияние их концептуальных установок остается незаметным. Помимо использования скрытого подтекста, часто ставка делается на постоянное повторение в разных источниках готового тождества и вызывание у реципиента такого привыкания к нему, что уже ничего доказывать не надо. В современных условиях информатизации западные СМИ консолидированы в вопросах противостояния России, и их усилия направлены на демонизацию ее образа и дискредитацию ее действий. Эти действия находят свое отражение в политическом дискурсе, для которого характерен медийный и массовый характер. Причина кроется в том, что большую часть транслируемой ими информации составляют материалы нескольких агентств, таких как Reuters, Associated Press и Agence France-Presse.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ России; политическая метафорология; политические метафоры; СМИ; средства массовой информации; язык СМИ; медиатексты; медиадискурс; информационные войны; языковое воздействие.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Попова Татьяна Георгиевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка (второго) факультета иностранных языков, Военный университет Министерства обороны РФ; академик Российской академии естествознания; 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. ¾; e-mail: tatyana_27@mail.ru.

Зарипов Руслан Ирикович, кандидат филологических наук, начальник группы Центра (лингвистического) Министерства обороны РФ) Военного университета, Военный университет Министерства обороны РФ; 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. ¾; e-mail: Lieutenant-en-chef@ya.ru.

Материалы Международной научной конференции «Один пояс — один путь. Лингвистика взаимодействия» (Екатеринбург, 16—21 октября 2017 г.).

Современный мир характеризуется при-
матом информатизации. Каждую минуту в
информационном пространстве появляются
новые политические тексты, скорость и
масштабы распространения которых несо-
измеримо превышают способность и жела-
ние реципиента ознакомиться с ними. На
фоне тотального информационного шума
формирование и изменение его основных
стереотипов, политических взглядов и даже
мировоззрения происходит в рамках не-
большого «окна» любимых телеканалов, ин-
тернет-сайтов, радиостанций и газет, выби-
рающихся индивидуально и субъективно.

Однако основные западные средства
массовой информации, занимающие 90 %
всего информационного эфира, в вопросах
внешней политики пропагандируют прак-
тически единую позицию. Причина кроется в
том, что большую часть транслируемой ими
информации составляют материалы не-
скольких агентств, таких как Reuters,
Associated Press и Agence France-Presse.
Ведущие международные медиакорпорации:
Time Warner, News Corporation, The Walt
Disney Company, Viacom/CBS Corporation и
Comcast/NBCUniversal — контролируют 90%
национальных и региональных СМИ США и
оказывают огромное влияние на европей-
ские источники [Мировые медиагиганты].

Таким образом, основные концептуаль-
ные и мотивационные установки западного

массмедийного пространства подчиняются
генеральной линии политических и экономи-
ческих элит и едины в отношении России
независимо от совершаемой выборки СМИ.
Тотальный контроль над информацией поз-
воляет адресанту создавать выгодные для
себя мифы и ложные стереотипы мышления
о нашей стране, изменять систему ценно-
стей реципиентов и дезинформировать их.
Цели достигаются путем системного воздей-
ствия на реципиента: как на языковом и ви-
зуальном, так и на эмоциональном и рацио-
нальном уровнях. Необходимо учитывать,
что большую роль играет здесь аргумен-
тативный потенциал речи субъекта политиче-
ской коммуникации [Попова, Таратынова
2012: 90].

В эмоциональной плоскости информаци-
онного воздействия акцент делается на об-
разно-метафорическую информацию, «рас-
шифровать», обобщить и представить уста-
новки которой в языковом, наглядном фор-
мате есть задача лингвиста-политолога.

В рамках настоящей статьи мы намере-
ны показать, как воздействуют на реципиен-
та наиболее актуальные на сегодняшний
день метафорические выражения образа
России. Как было сказано выше, в освеще-
нии любых внутри- и внешнеполитических
действий России западными СМИ соблюда-
ется определенная линия поведения, преду-
сматривающая их негативную интерпрета-

цию и искажение. Другими словами, против России ведется тотальная информационная война. Например, развитие отечественной экономики, повышение рейтинга президента страны и сохранение курса на отстаивание национальных интересов в условиях санкционного давления Запада преподносится извращенно. Бывший директор по коммуникациям аппарата Белого дома Э. Скарамуччи охарактеризовал эту ситуацию так:

"I think the sanctions had in some ways an opposite effect because of Russian culture. I think the Russians would eat snow if they had to survive. And so for me the sanctions probably galvanized the nation with the nation's President" («Я думаю, что из-за российского характера санкции в некоторой степени сыграли обратный эффект. Я думаю, что *русские ели бы снег, чтобы выжить*. И, по моему мнению, санкции, вероятно, сплотили нацию вокруг президента») [Frye <http://>].

Э. Скарамуччи верно отмечает стойкость и сплоченность российского общества, но при этом употребляет пейоративную метафору, которая, на первый взгляд, таковой не кажется. Однако если задуматься, выражение «есть снег, чтобы выжить» вызывает не очень приятные ассоциации. Как выразить его манипулятивный посыл (концептуальную/мотивационную установку)?

Самый наглядный формат, который мы имеем на сегодняшний день — это формат метафорической модели «X — это Y» [Чудинов 2012: 131]. Функционирующие в политическом дискурсе метафоры неразрывно связаны с общей смысловой линией политической риторики и через это тождество отражают ее лейтмотивы.

Политические метафоры являются одновременно основными индикаторами прагматического замысла речевого произведения, выступая в качестве своеобразных семантических доминант, и следствием этого замысла, реализуя мелиоративную/пейоративную функцию и оказывая манипулятивное воздействие на реципиента. В данном случае — суггестивное, поскольку явного тождества здесь нет, и мы должны его выявить.

Итак, снег едят тогда, когда больше нечего есть. Кто будет есть снег в России или где бы то ни было? Те, кто не может себе позволить есть что-либо кроме снега, то есть нищие. Таким образом, манипулятивный посыл сообщения Скарамуччи раскрывается с помощью цепочки *есть снег* → *есть больше нечего* → *нищие*: «РУССКИЕ — это НИЩИЕ». В этой формуле одновременно заложены мысли о том, что санкции оказали *экономический* эффект («больше нече-

го есть»), что если нечего есть, значит, русские обнищали, и что если, несмотря на все это, они не меняют свою политику, значит, они стойкие, даже упрямые.

Последнее является единственной положительной характеристикой, которая вносит свои коррективы в конечное тождество манипулятивного посыла: «РУССКИЕ — это УПРЯМЫЕ НИЩИЕ».

Среднестатистический реципиент не будет задумываться о «расшифровке» подобных политических метафор, поэтому их концептуальные установки будут влиять на него незаметно, оставаясь в подсознании. Напомним, что высказывание Э. Скарамуччи распространилось в СМИ по всему миру и было переведено на множество языков. Стоит учесть и тот факт, что комментарии официальных лиц всегда воспринимаются аудиторией с повышенным вниманием и понимаются практически буквально, особенно если они произнесены на камеру или по радио, а не прочитаны в колонке статьи.

Именно по этой причине заявления политических деятелей в сравнении с продуктами политехнологов и журналистов оказываются более эффективными в структурировании политической картины мира в сознании (подсознании) реципиента. Образ, который участвует в создании метафорического значения, не обособлен и единичен, а существует в ряду подобных себе и семантически связанных образов, которые в совокупности представляют метафорическую модель, определяющую стереотипы ментального восприятия реальной действительности, окружающей человека [Попова 2003: 41].

Скрытый подтекст, который необходимо каждый раз расшифровывать, присутствует в метафоре не всегда. Часто ставка делается на постоянное повторение в разных источниках готового тождества и вызывание у реципиента такого привыкания к нему, что уже ничего доказывать не надо: «Посредством повторения идея водворяется в умах до такой степени прочно, что, в конце концов, она уже принимается как доказанная истина» [Лебон 2014: 209].

Например, с начала сирийского кризиса и до сих пор во французских СМИ периодически повторяется одна и та же простая формула: / *"La Russie est le parrain de la Syrie"* с вариациями *"parrain russe"* [La guerre de Syrie n'est pas finie; Syrie: la revanche de Bachar el-Assad; Poutine, l'homme de la "glasnostalgie"]. К чему такая номинация? Дело в том, что как в криминальной, так и в политической сфере выражение «крестный отец» несет в себе не родственную (семейную), а преступную коннотацию, которая

возникает в сознании реципиента сразу и не нуждается в дополнительных намеках.

Крестный отец в кругах мафии — это глава преступного сообщества, «босс», который решает ключевые вопросы и знает о любом «деле», совершаемом ее членами. Таким образом, создается впечатление о преступном сообществе, в которое входит Россия и Сирия, а иногда и Иран, и Турция. В контексте приведенной криминальной метафоры эти страны предстают преступниками, а их действия видятся незаконными, что и нужно субъектам информационного воздействия — западным СМИ.

В отличие от предыдущего примера, здесь метафорическое воздействие проходит на внешнем контуре — персуазивном: реципиенту открыто подают и повторяют интерпретацию, которую нужно усвоить.

Воздействие СМИ в эмоциональной плоскости оказывается и визуально: это видео- и фотоматериалы, коллажи, картинки, карикату-

ры и другие материалы, нередко содержащие в себе метафоры. Ряд жанров полностью основан на них и/или построен на сочетании языковых и визуальных элементов.

Метафорическое содержание визуальных образов во многом вторит языковым метафорам. Так, на первой карикатуре не утонуть в кровавом море Асаду помогает спасательный круг в цветах российского триколора, увенчанный головой нашего президента (рис. 1) [Guerres en Syrie et en Ukraine: Routine maître du jeu]. Модели, которые читаются здесь, влияют на реципиента суггестивно, ему приходится самостоятельно выстраивать ассоциативный ряд: «АСАД — это КРОВАВЫЙ УБИЙЦА», «РОССИЯ — это СПАСИТЕЛЬ КРОВАВОГО УБИЙЦЫ», «РОССИЯ И СИРИЯ — это КРОВАВЫЕ УБИЙЦЫ». Так или иначе, авторы карикатуры хотят показать, что Россия причастна к «морю крови», которое сейчас в Сирии.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Еще одна картинка призвана показать реципиенту, какие цели преследует Россия в Сирии (рис. 2) [Там же]. Самолет, управляемый президентом России В. В. Путиным, бомбит территорию под табличкой «Враги Асада», при этом террорист с надписью «Daesh» разводит руками. Основной посыл ясен: «РОССИЯ — это ЗАЩИТНИК Асада».

Наконец, третий пример более конкретен и посвящен роли России и В. В. Путина в решении мировых проблем (рис. 3) [Там же]. Основная концептуальная установка написана в центре этой картинки и реализуется через персуазивный контур: «РОССИЯ — это МИРОВОЙ ЛИДЕР».

Примечательно, что все картинки взяты из прямого эфира телеканала *France 24*, обладающего многомиллионной аудиторией.

Таким образом, в современных условиях информатизации западные СМИ консолидированы в вопросах противостояния России, и их усилия направлены на демонизацию ее образа и дискредитацию ее действий. Эти действия находят свое отражение в политическом дискурсе, для которого характерен медийный и массовый характер. Основные концептуальные и мотивационные установки его информационных «продуктов» поддаются расшифровке с помощью тождества метафорических моделей «X — это Y».

На эмоциональном уровне информационного воздействия акцент делается на использование образно-метафорических конструкций, которые могут проявляться в языковом, визуальном и смешанном виде. Метафорическое манипулятивное воздействие может проходить на внешнем контуре (персуазивном) или внутреннем (суггестивном), а в определенных случаях — одновременно на обоих.

Тем не менее необходимо понимать, что метафорическое воздействие представляет собой лишь один из элементов общего информационного шума, который создается всей западной индустрией массмедиа. В последнее время одной из ее главных задач стала фабрикация ложных новостей (fake news), которые привлекают главное внимание политиков, дипломатов и исследователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лебон Г. Психология народов и масс. — М.; Челябинск : Социум, 2014. 379 с.
2. Мировые медиагиганты // Журналистская правда. URL: <https://jpgazeta.ru/konflikty-v-smi-mirovye-mediagiganty/amp/> (дата обращения: 16.08.2017).
3. Попова Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) : моногр. — М. : Изд-во МГОУ «Народный учитель», 2003. 176 с.
4. Попова Т. Г., Таратынова Н. В. Политический текст и его лексические особенности // Rhema. Рема. 2012. № 3. С. 90—98.
5. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. 4-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2012. 256 с.
6. Frye T. Are sanctions pushing Russians to 'rally around the flag'? Not exactly // Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/06/15/are-sanctions-pushing-russians-to-rally-around-the-flag-not-exactly/?utm_term=.42a3d3c599fe (date of access: 17.08.2017).
7. Guerres en Syrie et en Ukraine: Poutine maître du jeu // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tcPCbKTrZD4> (date of access: 28.08.2017).
8. La guerre de Syrie n'est pas finie // Le Monde. URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/07/26/la-guerre-de-syrie-n-est-pas-finie_5165219_3232.html (date of access: 20.08.2017).
9. Poutine, l'homme de la "glasnostalgie" // Le Monde. URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/06/26/poutine-l-homme-de-la-glasnostalgie_3437232_3232.html?xtmc=ne_dites_pas_a_vladimir_poutine_qu_il_est_un_homme_du_passe&xtcr=9 (date of access: 21.08.2017).
10. Syrie: la revanche de Bachar el-Assad // L'Express. URL: http://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/syrie-la-revanche-de-bachar-el-assad_1781780.html (date of access: 18.08.2017).

T. G. Popova, R. I. Zaripov
Moscow, Russia

METAPHORICAL REPRESENTATION OF RUSSIA'S IMAGE IN WESTERN MEDIA

ABSTRACT. *The goal of this paper is to study the features of metaphorical representation of the image of Russia in Western media political discourse. Based on the most frequent metaphors we analyze persuasion of an addressee via the language (word) and picture in persuasive and suggestive aspects. The methodology of this research grounds on the theory of metaphorical modeling and descriptor theory of metaphors, as well as the achievements of discourse analysis and works of the Russian scholars in cognitive linguistics and linguoculturology. It is shown that some metaphors should be deciphered by the reader, that is why the influence of their conceptual connotations goes unnoticed. Besides the hidden connotation, the stress is often laid upon constant repetition of the readymade equation so that the reader got used to it and didn't need any proof of the given information. In the world of information western media unite to confront Russia; their attempts are focused on demonization of Russia's image and discreditation of its actions. This activity becomes obvious in political discourse that is characterized by media and mass nature. The reason for such activity is in the fact that most of the information is made of news prepared by such information agencies as Reuters, Associated Press and Agence France-Presse.*

KEYWORDS: image of Russia; political metaphorology; political metaphor; media; mass media; language of mass media; media texts; media discourse; information war; language manipulation.

ABOUT THE AUTHORS: Popova Tatiana Georgievna, Doctor of Philology, Professor, Department of the English Language (second language), Faculty of Foreign Languages, Military University of the Ministry of Defense of Russia, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Moscow, Russia.

Zaripov Ruslan Irikovich, Candidate of Philology, Head of the Centre (Linguistic Ministry of Defense of Russia) in Military University, Military University of the Ministry of Defense of Russia, Moscow, Russia.

REFERENCES

1. Lebon G. Psikhologiya narodov i mass. — M. ; Chelyabinsk : Sotsium, 2014. 379 s.
2. Mirovye mediagiganty // Zhurnalistskaya pravda. URL: <https://jpgazeta.ru/konflikty-v-smi-mirovye-mediagiganty/amp/> (data obrashcheniya: 16.08.2017).
3. Popova T. G. Natsional'no-kul'turnaya semantika yazyka i kognitivno-sotsiokommunikativnye aspekty (na materiale angliyskogo, nemetskogo i russkogo yazykov) : monogr. — M. : Izd-vo MGOU «Narodnyy uchitel'», 2003. 176 s.
4. Popova T. G., Taratynova N. V. Politicheskiy tekst i ego leksicheskie osobennosti // Rhema. Rema. 2012. № 3. S. 90—98.
5. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. 4-e izd. — M. : Flinta : Nauka, 2012. 256 s.
6. Frye T. Are sanctions pushing Russians to 'rally around the flag'? Not exactly // Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/06/15/are-sanctions-pushing-russians-to-rally-around-the-flag-not-exactly/?utm_term=.42a3d3c599fe (date of access: 17.08.2017).
7. Guerres en Syrie et en Ukraine: Poutine maître du jeu // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tcPCbKTrZD4> (date of access: 28.08.2017).
8. La guerre de Syrie n'est pas finie // Le Monde. URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/07/26/la-guerre-de-syrie-n-est-pas-finie_5165219_3232.html (date of access: 20.08.2017).
9. Poutine, l'homme de la "glasnostalgie" // Le Monde. URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/06/26/poutine-l-homme-de-la-glasnostalgie_3437232_3232.html?xtmc=ne_dites_pas_a_vladimir_poutine_qu_il_est_un_homme_du_passe&xtcr=9 (date of access: 21.08.2017).
10. Syrie: la revanche de Bachar el-Assad // L'Express. URL: http://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/syrie-la-revanche-de-bachar-el-assad_1781780.html (date of access: 18.08.2017).