

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

Филологический

факультет

Кафедра иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01 «Педагогическое образование»

код и наименование направления

44.03.01.30 Иностранный язык

наименование профиля

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ ОБРАЗА
СТРАНЫ В АМЕРИКАНСКОМ И РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКИХ
ДИСКУРСАХ

тема

Руководитель

подпись

Е.В. Семенова

инициалы, фамилия

Студент (ДЛФ13-01БФИ)

код (номер) группы

подпись

К.С. Иордан

инициалы, фамилия

Работа защищена «21» июня 2017г. с оценкой «отлично»

Лесосибирск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

Филологический

факультет

Кафедра иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01 «Педагогическое образование»

код и наименование направления

44.03.01.30 Иностранный язык

наименование профиля

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ ОБРАЗА
СТРАНЫ В АМЕРИКАНСКОМ И РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКИХ
ДИСКУРСАХ
тема

Работа защищена « 21 » июня 2017г. с оценкой « отлично »

Председатель ГЭК


Подпись

В.И. Петрищев

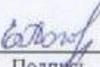
фамилия, инициалы

Члены ГЭК


Подпись

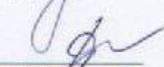
Е.В. Семенова

фамилия, инициалы


Подпись

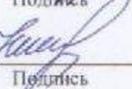
Е.В. Погорельская

фамилия, инициалы


Подпись

Л.Н. Перевалова

фамилия, инициалы


Подпись

Н.В. Немчинова

фамилия, инициалы

Лесосибирск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Политическая метафора как средство сохранения образа страны в американском и российском политических дискурсах» содержит 58 страниц текстового документа, 65 использованных источников.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА, ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС, ОБРАЗ СТРАНЫ, МОДЕЛИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ, СМИ, США, РОССИЯ.

Актуальность данного исследования определяется важностью исследования закономерностей метафоризации для последующего качественного понимания и интерпретации дискурса, в частности политического дискурса средств массовой информации США и России.

Цель исследования – изучить функционирование политической концептуальной метафоры в политическом дискурсе средств массовой информации США и России для создания образа страны. Объект исследования: политический дискурс. Предмет исследования: специфика функционирования политической метафоры как средства создания образа страны в американском и российском политическом дискурсе.

В результате исследования были рассмотрены понятия метафоры, дискурса, образа страны в концепциях современных исследователей, выявлены особенности политического дискурса, рассмотрены основные функции и модели политической концептуальной метафоры. Также было приведено сравнение образов США и России в американском и российском политических дискурсах и сделан вывод, что в американском дискурсе сложился образ США как цельного организма со сложной системой организации, а в российском дискурсе образ России в первую очередь связан с необходимостью изменения сложившейся ситуации, преодоления укоренившегося в сознании граждан недоверия к правительству и создания четкой политической и экономической системы страны.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Политическая концептуальная метафора	8
1.1 Понятие метафоры. Метафора в концептах современных исследователей	8
1.2 Понятие дискурса. Политический дискурс	11
1.3 Концептуальная метафора в политическом дискурсе. Функции политической концептуальной метафоры	16
2 Политическая метафора как средство создания образа страны	19
2.1 Понятие образа страны	19
2.2 Модели политической концептуальной метафоры	30
2.3 Политический образ США в американских СМИ	33
2.4 Политический образ России в русских СМИ	37
3 Работа по анализу политических текстов и образе страны в русских и американских СМИ с обучающимися старших классов г. Лесосибирска	44
3.1 Анализ политических текстов.....	44
3.2 Описание опытно-экспериментальной работы	45
Заключение	50
Список использованных источников	52

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время не возникает сомнений, что социум подвергается манипуляции и воздействию на сознание. Особым средством реализации манипуляции над человеком является концептуальная метафора, функционирующая в политическом дискурсе. Актуальность данного исследования определяется необходимостью дальнейшего изучения политического дискурса СМИ с когнитивной точки зрения. Также актуальность данного исследования определяется важностью исследования закономерностей метафоризации для последующего качественного понимания и интерпретации дискурса, в частности политического дискурса средств массовой информации США и России.

Цель исследования – изучить функционирование политической концептуальной метафоры в политическом дискурсе средств массовой информации США и России для создания образа страны.

Объект исследования: политический дискурс.

Предмет исследования: специфика функционирования политической метафоры как средства создания образа страны в американском и российском политическом дискурсе.

Поставленная цель предусматривает решение следующих задач:

1. Проанализировать понятие метафоры в концепциях современных исследователей.
2. Рассмотреть понятие дискурса.
3. Выявить особенности политического дискурса.
4. Определить роль метафоры в политическом дискурсе и ее основные функции.
5. Рассмотреть основные модели политических метафор и способы их реализации в политическом дискурсе.
6. Сравнить образы стран США и России, репрезентируемые в политическом дискурсе средств массовой информации США и России.

7. Провести опытно-экспериментальную работу по теме исследования.

Методы, используемые в работе:

- описательный метод;
- метод сплошной выборки;
- опытно-экспериментальная работа;
- метод словарной дефиниции.

Методика анализа предполагает привлечение публицистического материала СМИ (газет «The New York Times» и «Комсомольская правда». Методологической базой анализа служат работы Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Н.Д. Арутюновой, А.Н. Баранова, А.П. Чудинова, и др.)

Эмпирическая база исследования: исследования проводились на базе МБОУ «СОШ» №9.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования материалов исследования в курсе изучения лингвистических дисциплин «Межкультурная коммуникация», «Культура стран изучаемого языка», а также при написании студентами статей, рефератов и курсовых работ.

Апробация и внедрение результатов исследования: основные положения и выводы выпускной квалификационной работы изложены в материалах и отражены в:

1. Иордан, К.С. Концептуальная метафора как средство создания образа страны в американском политическом дискурсе / К.С. Иордан, Е.В. Семенова // Сборник научных статей VII Международные (XXI Всероссийские) филологические чтения памяти профессора Р.Т. Гриб. – 2016. – №7. – С. 228-233;

2. Иордан, К.С. К вопросу об использовании политической концептуальной метафоры в политическом дискурсе для создания образа страны в СМИ / К.С. Иордан // IX международная научно – практическая конференция «Проблемы формирования единого научного пространства (заочная форма участия). – Волгоград, 5 мая 2017. – С. 32-35

Структура работы включает: реферат, введение, три главы, заключение, список использованных источников. Результаты исследования приводятся в заключении.

Глава 1 ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА

1.1 Понятие метафоры. Метафора в концептах современных исследователей

Первоначально метафора представляла собой риторическую фигуру, троп и выполняла лишь эстетическую функцию, а именно служила способом усиления образности языка, выступала в качестве украшения речи. В связи с этим в эпоху античности метафора рассматривалась лишь в контексте риторики и поэтики. Основные принципы теории метафоры были изложены Аристотелем в трактате «Поэтика». Аристотель понимал метафору как перенесение значения слов на основе принципа сходства или подобия: «Метафора – это несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, с вида на род, или с вида на вид или по аналогии» [41]. При этом метафора выступала лишь в качестве формы языка, лишенная содержания, т. е. семантического значения.

Такая концепция метафоры доминировала на протяжении долгого времени. Однако уже у Руссо, а именно в работе “Опыт о происхождении языков”, метафора как троп представляет собой отражение первоначального, непосредственного, чувственного постижения мира. Язык, по мнению Руссо, является изначально метафоричным, а первый язык был образным. Так понимание метафоры философами Нового времени наполняется новым смыслом, метафора теперь уже не просто средство украшения речи, она тесно связана с природой языка [32].

XX век стал переломным моментом в понимании метафоры и определении границ ее употребления. В это время появляется большое количество концепций и теорий метафоры. Изучение метафоры окончательно выходит за рамки риторики и лингвистики. Так, немецкий философ Э. Кассирер связывает метафору с мифотворчеством, специфическим видом культурно-творческого процесса, направленного на понимание и осмысление мира. Он исходит из мысли о целостности

человеческого сознания, объединяющего различные виды ментальной деятельности, и из необходимости сопряженного изучения как их генезиса, так и общей структуры. Философ считает, что особое внимание необходимо уделять не анализу форм знания о мире, а поискам первичных форм зарождения представлений человека о мире, которые не базируются на категориях рассудка. В языке выражены, полагает Кассирер, как логические, так и мифологические формы мышления, которые представлены посредством метафор. Связь метафоры и мышления позволяет уже говорить о познавательной функции метафоры. Также было обращено внимание на моделирующую роль метафоры: метафора не только формирует представление об объекте, она также предопределяет способ и стиль мышления о нем [18].

Современная наука отходит от изучения феномена языковой метафоры к рассмотрению стоящих за ней более глубоких процессов сознания. Сегодня метафора стала рассматриваться в тесной связи с процессом сознания, и, более того, в отношении к постановке гносеологических и даже метафизических проблем. Такое новое открытие метафоры осуществилось, прежде всего, в англоязычной философской литературе и тесно связано с именами А. Ричардса, М. Блэка, Дж. Лакоффа, М. Джонсона и других ученых-теоретиков.

А. Ричардс в своих работах представляет интеракционистскую теорию, которая поддерживает идею о том, что «метафора – вездесущий принцип языка», и что «метафора пронизывает всю речь». Ричардс вводит в употребление термины противопоставление содержания и оболочки образа, противопоставляя их друг другу. Сходство между этими двумя понятиями не такое, как между двумя идеями, а такое, как между образом и абстрактным значением.

М. Блэк рассматривает метафору как когнитивное средство, а не как одну из фигур риторики. Более того, он противопоставляет теорию субституции и теорию сходства теории взаимодействия. Его имплицитная

теория строится на рассмотрении метафоры как особого рода фильтра. «Метафора в имплицитном виде включает в себя такие суждения о главном субъекте, которые обычно прилагаются к вспомогательному субъекту. Благодаря этому метафора отбирает, выделяет и организует одни, вполне определенные характеристики главного субъекта и устраняет другие», - пишет Блэк. Взаимодействие сводится к демонстрированию одной системы признаков с помощью другой, чтобы создать новую концептуальную организацию или новую перспективу видения объекта. Так, метафора предполагает переложение целостной системы характеристик, связанной с метафорическим словом, к субъекту метафоры.

Дж. Лакофф и М. Джонсон предполагают, что метафора присуща человеческой природе. Метафора пронизывает всю повседневную жизнь человека и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Само человеческое мышление метафорично уже по своей сути. В своей работе Дж. Лакофф и М. Джонсон на конкретных примерах показывают, что в языке способы номинации понятий реализуются через серии метафор, базирующихся на общих или сходных ассоциациях. Метафоры выступают в качестве устойчивых соответствий между двумя понятиями, которые зафиксированы в языковой и культурной традиции общества. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути... действие метафоры не ограничивается одной лишь сферой языка, т. е. сферой слов: сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны... Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека», — пишут Д. Лакофф и М. Джонсон [28]. Таким образом, Д. Лакофф и М. Джонсон вводят новое понятие - концептуальная метафора.

На протяжении всей истории философии и науки понимание метафоры менялось, дополнялось и расширялось, что отражается в разнообразии концептов метафоры, предложенных различными философами

и учеными. Возникнув как риторическая фигура, метафора используется сегодня не только как средство украшения речи, но и как средство понимания онтологических процессов окружающего мира, как средство его восприятия и осмысления, а также как когнитивный механизм, раскрывающий суть всей мыслительной деятельности человека. Человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет. В когнитивных процессах сложные непосредственно ненаблюдаемые мыслительные пространства соотносятся через метафору с более простыми, хорошо знакомыми мыслительными пространствами (например, экономические и политические события сравниваются с играми, производственные конфликты с войной, любовь с болезнью и т. д.).

Теория концептуальной метафоры Лакоффа и Джонсона стимулировала интерес философов и ученых к новому пониманию самой природы метафоры. Так современные исследования политических метафор в духе Лакоффа и Джонсона сосредоточены, главным образом, на выявлении концептуальных метафор, используемых теми или иными политиками, и анализе взаимосвязей между характером этих метафор, с одной стороны, и декларируемым политическим курсом – с другой. Также усиление внимания к метафоре обусловлено увеличением ее присутствия в различных видах текстов, начиная с поэтической речи и публицистики и кончая языками разных отраслей научного знания. Естественно, что распространение метафоры в разных видах дискурса не могло остаться незамеченным.

Таким образом, в данном параграфе мы проанализировали понятие метафоры в концепциях современных исследователей.

1.2 Понятие дискурса. Политический дискурс

Термин «дискурс» обозначает два понятия: дискурс как текст, актуализируемый в определенных условиях и дискурс как дискурсивная

практика, как особый способ общения и понимания окружающего мира. В дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная.

Свое определение дискурса дает Баранов: «Дискурс – это сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость речевого произведения от значительного количества экстралингвистических факторов – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» [3].

Интересно определение дискурса Арутюновой: «... связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте... Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [1].

В.З. Демьянков исследует дискурс как речь, рассматриваемую с позиции интерпретатора. «Дискурсом называют текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора. Дискурс состоит из предложений или их фрагментов, а содержание дискурса часто, хотя и не всегда, концентрируется вокруг некоторого «опорного» концепта».

Так, дискурс представляет собой сложное комплексное понятие и сочетает в себе сам текст, понимаемый как результат речи и контекст, в котором он функционирует.

По О.В. Эпштейн, в дискурсе находит отражение уникальное стечение обстоятельств, при которых и для которых он был создан: «С учетом данных факторов и обстоятельств, сопутствующих высказываниям, а также при их комбинации с соответствующими лингвистическими средствами выделяются определенные виды дискурса» [42].

Она отмечает, что многие ученые выделяют, с одной стороны, национальные дискурсы (например, русский, английский, французский и т.д.), с другой – такие виды дискурса, как поэтический, научный, политический, экономический, педагогический. При этом они «не есть

отдельные типы дискурса, но лишь определенные «модификации» последнего, «адаптированные» в соответствии с той сферой, в которой он функционирует [42].

Политический дискурс – это «совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» [2].

Е.И. Шейгал подчеркивает равнозначность терминов «политический дискурс» и «политическая коммуникация», а под «языком политики» понимает особую структурированную совокупность знаков, образующих семиотическое пространство политического дискурса. Также видится необходимым отметить, что ее автор исходит из широкого понимания политического дискурса, включая в него любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики. Подобный подход к границам политического дискурса дает возможность наблюдать особенности его взаимодействия со многими другими разновидностями институционального дискурса (научный, военный, спортивный, педагогический, юридический, религиозный, рекламный дискурс), а также неинституциональными формами общения (бытовой и художественный дискурс). Особое место в существовании политического дискурса отводится дискурсу масс-медиа, который в настоящее время является основным каналом осуществления политической коммуникации, в связи с чем вполне правомерно говорить о тенденции сращивания политического общения с дискурсом масс-медиа.

Также, по мнению Е.И. Шейгал, к отличительным признакам языка политики можно отнести смысловую неопределённость (политики часто высказывают своё мнение обобщённо), фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата), фидеистичность (иррациональность, опора на подсознание), эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только избранным), дистанцированность и театральность [40].

Общественная функция политического дискурса заключается в том, чтобы внушить адресатам – гражданам сообщества необходимость «политически правильных» действий и оценок. Другими словами, цель политического дискурса – не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию. Поэтому эффективность политического дискурса можно определить относительно этой цели [40].

Так, по мнению В.З. Демьянкова, «речь политика (за некоторыми исключениями) оперирует символами, а ее успех предопределяется тем, насколько эти символы созвучны массовому сознанию: политик должен уметь затронуть нужную струну в этом сознании; высказывания политика должны укладываться во «вселенную» мнений и оценок (то есть, во все множество внутренних миров) его адресатов, «потребителей» политического дискурса» [14].

Более того, Демьянков подчеркивает, что любой дискурс, не только политический, направленный по своему характеру на внушение, берет во внимание систему взглядов потенциального интерпретатора для того, чтобы модифицировать намерения, мнения и мотивировку действий аудитории [14].

Понимание политического дискурса предполагает знание фона, ожиданий автора и аудитории, скрытых мотивов, сюжетных схем и излюбленных логических переходов, характерных для определенной эпохи.

Интерпретируя политический дискурс в его целостности, нельзя ограничиваться чисто языковыми моментами, так как в противном случае суть и цель политического дискурса останутся незамеченными.

Поэтому в содержание политического дискурса должны быть включены все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи: другие тексты, содержание которых учитывается автором и адресатом данного текста, политические взгляды автора и его задачи при

создании текста, политическая ситуация, в которой создается и «живет» данный текст, репутация издания, в котором он опубликован [38].

Политический дискурс в настоящее время все больше привлекает внимание представителей разных дисциплин (лингвистов, политологов, социологов, исследователей публичной коммуникации и др.), так как политика – это в значительной степени дело языка. Значительную роль в этом сыграли особенности жизни в современном мире: развитие информационных технологий и, главное, увеличение значимости места средств массовой информации в современном информационном обществе.

Более того, за последнее десятилетие как на Западе, так и в отечественной литературе возросло внимание к комплексу вопросов, связанных с речевым воздействием, в частности, наблюдается возрождение античной риторики в форме «неориторики». В связи с этим вновь поднимается вопрос о соотношении понятий воздействия, убеждения, аргументации, исследуются механизмы скрытого речевого воздействия (манипуляции), выявляются и анализируются разнообразные коммуникативные стратегии и тактики – в том числе и на материале политических текстов. В соответствии с традиционным взглядом, метафора в данных концепциях рассматривается как средство эмоционального воздействия и убеждения, а также как средство экспрессивности, что делает связь метафоры и политики особенно актуальной.

В таких условиях метафора становится мощным орудием воздействия, и публичное слово приобретает особую значимость. Потому столь важным и необходимым является анализ произносимых политиками метафор, так как это «...дает возможность выявить их скрытые установки и цели» [42]. Поскольку языковые метафоры строятся по определенным образцам: концептуальным метафорам или метафорическим моделям, действующим на бессознательном уровне, их суть заключается не в словах, а в самом понимании объектов [28].

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели понятие дискурса, а также выявили особенности политического дискурса.

1.3 Концептуальная метафора в политическом дискурсе. Функции политической концептуальной метафоры

Метафора в политическом дискурсе – основа передачи мыслей говорящего, но, в то же время это и прекрасное средство манипуляции сознанием слушающего. Именно использование метафоры позволяет обеспечить тексту целостность и способствует восприятию текста в нужном ключе.

И.М. Кобозева считает, что «в разных типах дискурса метафора выполняет разные функции» [19]. Вместе с тем, она отмечает, что в политической речи метафора выполняет «интерактивную функцию сглаживания наиболее опасных политических высказываний, затрагивающих спорные политические проблемы, минимизируя ответственность говорящего за возможную буквальную интерпретацию его слов адресатом». Кроме того, метафора «создает у партнеров по коммуникации общую платформу, опираясь на которую, субъект речи может более успешно вносить в сознание адресата необщепринятые мнения». При этом подчеркивается, что эстетическая и активизационная функции возникают в политических текстах «в качестве побочного эффекта» [19].

Таким образом, метафора может выполнять в политическом дискурсе следующие функции: когнитивную (которая представлена номинативной, оценочной, моделирующей, инструментальной и гипотетической разновидностями), коммуникативную (эвфемистическую и популяризаторскую), прагматическую и эстетическую (изобразительную и экспрессивную).

В соответствии с современным представлением о метафоре, она является примером отражения национальных концептов, что ведет к

передаче при помощи нее основных представлений народа. Соответственно в качестве основной выделяется когнитивная функция метафоры, то есть функция обработки и переработки информации.

Номинативная функция – функция фиксации позиции говорящего о сути речи. Метафора в данном случае реализуется для осознания реалии и передачи ее смысла при помощи речи.

Оценочная функция – метафоры участвуют в выражении не рациональной, а эмоциональной оценки.

Моделирующая функция позволяет метафоре создать некую модель мира, установить взаимосвязь между его элементами. На основании данной функции политическая реалья, представляемая из выступления в выступление представляется как нечто знакомое.

Инструментальная и гипотетическая функции – это функции осмысления действительности говорящим.

Коммуникативная функция: метафора позволяет представлять новую информацию в краткой и доступной для адресата форме. Популяризаторская разновидность коммуникативной функции делает возможным посредством метафорических словоупотреблений представлять сложные конструкторы в виде лёгких для понимания образов, что является крайне необходимым в политическом дискурсе, нацеленном на широкие массы.

Прагматическая функция – функция воздействия на адресата. Метафора является мощным средством формирования у адресата необходимого говорящему эмоционального состояния и мировосприятия, а также побуждения его к определенным действиям.

Эстетическая функция реализуется через изобразительную и экспрессивную разновидности. Метафора помогает сделать сообщение более образным, ярким, наглядным, эстетически значимым.

Таким образом, выполняя различные функции, метафора может концептуализировать и категоризировать политическую действительность, являясь мощным оружием в арсенале как политиков, так и журналистов.

Выводы по первой главе

В первом параграфе главы была дана сущностная характеристика понятия «метафора». Было рассмотрено изменение приоритетных мнений при изучении данного вопроса на протяжении многих десятилетий. При рассмотрении понятия метафоры было выявлено, что, возникнув как риторическая фигура, метафора используется сегодня не только как средство украшения речи, но и как средство понимания онтологических процессов окружающего мира, как средство его восприятия и осмысления, а также как когнитивный механизм, раскрывающий суть всей мыслительной деятельности человека.

Во втором параграфе главы было рассмотрено понятие дискурса, выявлены особенности политического дискурса. При рассмотрении данных понятий также было выявлено, что связь политических текстов и метафоры особенно актуальна, так как последняя является средством эмоционального воздействия и убеждения, средством экспрессивности. Потому столь важным и необходимым является анализ произносимых политиками метафор.

В третьем параграфе главы мы рассмотрели основные функции метафоры: когнитивную (представлена номинативной, оценочной, моделирующей, инструментальной и гипотетической разновидностями), коммуникативную (эвфемистическую и популяризаторскую), прагматическую и эстетическую (изобразительную и экспрессивную). Также был сделан вывод, что выполняя различные функции, метафора может концептуализировать и категоризировать политическую действительность, являясь мощным оружием в арсенале как политиков, так и журналистов.

Глава 2 ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ

2.1 Понятие образа страны

Построение образа страны как искусство управления целевым восприятием или, как это сейчас принято называть, публичная дипломатия, сопровождало человечество с первых шагов его эволюции.

Однако понятие «образ» стало предметом исследований только в первой половине XX-го века, когда последствия обеих мировых войн выявили ужасающую цену, которую нужно заплатить за создание, пропаганду и распространение «образа врага». «Дипломатия больше не является «спортом королей», как это было в XIX веке. С 1945 года развитие средств массовой информации, особенно телевидения, а затем, в 2000х годах, и Интернета с социальными сетями изменило картину международных отношений и то, как они представлены средствами массовой информации.

В области глобальных коммуникаций, международных отношений и СМИ в 1945 года Филипп Тейлор подчеркнул роль коммуникации в современном мире. Многие авторы утверждают, что информационная революция изменила сущность и черты такого фундаментального фактора, как Сила. Согласно М. Кунцику (*Images of Nations and International Public Relation*), сегодня половина власти нации исходит от создания образа, и он предупреждает, что в эпоху медиа дипломатии государственное устройство может стать заложником образа [27].

Общественная дипломатия (включая культурные, спортивные, музейные и медийные программы) в основном используется для долгосрочных целей.

Следующая характеристика касается аудитории: она расширяется и превращается из локальной в глобальную (важным становится не только кто говорит, но и что говорится, когда и как). Легитимность, авторитет, репутация, лидерство, отдельные лица, популярные настроения, страхи и

ожидания, символы, идентичность и даже сама История становится незаменимым средством в этом процессе.

Управление восприятием определяется как действия по передаче или отклонению от выбранной информации и показателей для иностранных аудиторий (с целью влиять на их эмоции и объективные рассуждения), а также на системы разведки и лидеров на всех уровнях, чтобы влиять на официальные оценки, что в конечном итоге приводит к поведению и формальным действиям, благоприятным для целей создателя.

По-разному управление восприятием сочетает в себе прогноз действий, подтасовку фактов, а также психологические операции для восприятия.

Некоторые эксперты, в том числе Томас Рона, которому приписывают современный термин информационной войны, распространили идею мемов на систему информационной войны (хотя есть утверждения, что для этого нет достаточных научных доказательств).

Т. Рона описал идею «вируса общественного иммунодефицита» или SIV, против которого не было бы эффективной борьбы с недостойными группами населения. Мем – это единица информации, идея, которая переходит от одного ума к другому через словесные или визуальные объекты. Г. Штейн и Р. Сафранский называют их основной единицей культурной имитации, монадами или строительными блоками культуры, мышления и поведения, средствами, которыми общество воспроизводит себя.

В этих условиях существует настоятельная необходимость в интерпретации информации, сортировке ценных сигналов и изображений из информационного шума. Мы видим то, что Джозеф Най, один из ведущих профессоров Гарвардского университета, называл термином «мягкая сила», или «парадоксом изобилия». Сегодня внимание, а не информация становятся дефицитным ресурсом, и те, кто может отделить верную информацию от воссоздаваемого образа будут доминировать в информационном пространстве.

Об этом прекрасно сказал Э. Тоффлер: «Это измерение включает сбор и передачу информации, идей, восприятий и сообщений. Естественно, это также происходит в других измерениях, но оно стало своеобразным аспектом межгосударственных отношений в своем собственном праве ... все коммуникации связаны с активной передачей и получением чего-то. Это что-то неизменно является сигналом или сообщением, содержащим информацию, которая может информировать, инструктировать, убеждать, обучать, пропагандировать, подстрекать или развлекать. Информация может принимать форму слов или звуков или изображений или их комбинации, которые теперь также представлены в других формах, таких как цифровые данные» [36, с. 21].

Этим обосновываются концепции дипломатии СМИ, дипломатии CNN, телевизионной дипломатии. Похоже, что совсем недавно, когда понятия «публичная / популярная дипломатия» и «мягкая сила» были введены и включены во внешнюю политику многих стран, в то время как новые развиваются в невероятных темпах (чистая дипломатия, нишевая дипломатия, публичная дипломатия с открытым исходным кодом) и т. д.

Идея дипломатии как образа межгосударственных отношений устарела, как, скажем, пергамент или перо для письма. Информационная революция изменила глобальное общество. В настоящее время никто не владеет монополией на информацию. Парадигма дипломатии как взаимодействия правительства с правительством переходит к одному из форматов «человек к народу». Прогнозы уже сделаны относительно огромного потенциала последнего для трансформации других обществ.

Также меняется вся международная система. Возникают новые теории, авторы которых пытаются не только объяснить новые реалии, но и прогнозировать тектонические сдвиги в международных делах, предупредить об угрозах, которые они налагают, и указать на возможности, которые они оказывают. В постмодернистский период СМИ, эмоции масс, интересы отдельных групп (в том числе транснациональных) или регионов приводятся

в действие. Роль существующего контекста, общественных настроений и отдельных лиц намного больше, чем предлагают учебники. Внешняя политика становится продолжением отечественной [7].

В этих условиях информационного взрыва, глобализации, развития международного общения и повышения роли общественного мнения в международных отношениях значение национальных и государственных образов неоспоримо.

Важно отличать ценные сигналы от мощности усиления шума. Дж. Най утверждает, что в условиях роста информационных потоков происходит политическая борьба за создание и разрушение доверия. Он утверждает, что правительства конкурируют за доверие не только к другим правительствам, но также к средствам массовой информации, корпорациям, НПО, межправительственным организациям и сетям научных сообществ. По словам Най, политика становится более театральной и ориентирована на глобальную аудиторию, и в информационную эпоху часто есть сторона, у которой есть лучшая история, которая выигрывает [58].

Следует добавить, что доверие, собственные настройки повестки дня, а также создание дополнительных значений (а не их устранение), соблюдение символов (а не уничтожение или издевательство над ними) обеспечило бы минимально необходимое интегральное соединение для защиты общественного сознания. Это также критический процесс с точки зрения самооценки и международного имиджа страны, а его отсутствие или, что еще хуже, передача его другим – крайне вредно.

Есть примеры этого в недалеком прошлом. Скажем, крах страны, частью которой мы были. По словам Г. Почепцова, «международный имидж - это, прежде всего, система связей и поддержки рамок и правил. Поражение СССР в холодной войне было по существу потерей его образа и, следовательно, сбой его системы связей [29, с. 414].

На этом фоне образ как важный нематериальный фактор для власти национального государства оказывается еще более востребованным среди

других факторов, а в более широком контексте управления восприятиями он становится стратегическим ресурсом. Кроме того, если важные международные участники не одобряют политику национального государства, тогда они будут работать против политической линии этой нации, используя все доступные рычаги.

Проблема образа страны была разработана довольно фундаментально, особенно в зарубежной литературе. Однако существующие подходы существенно различаются. Изображение рассматривается в разных контекстах: международный PR, стратегическое общение и публичная дипломатия, психология, общественное мнение, медиа, брендинг, маркетинг и т. д. Все это вопросы, которые не дают однозначных ответов. Тем не менее, многие страны вкладывают значительные средства в свои программы для создания имиджа и репутации. Создание изображений, а также PR-технологии основаны на исследованиях и результатах социальной и политической психологии, включая социальное познание, психологию влияния, рекламу, политическую и управленческую психологию.

Интерес политологов и специалистов международных исследований к проблеме образа страны возник в 1960-70-х годах. Первой публикацией, которая проанализировала влияние имиджа страны на международные отношения, был «Образ» К. Боулдинга. Рассматривая национальные отношения – международные системные взаимоотношения, Боулдинг определил термин «образ» как когнитивную, аффективную и оценочную структуру [46].

При обсуждении образов страны, существующих на международной арене, необходимо отметить две вещи. Во-первых, необходимо идентифицировать два разных понятия – «образ» и «внешнее восприятие», а во-вторых, понятия «имидж страны», «этнический / национальный образ», «самооценка», «Медиа-образ».

В обычной речи, в политической и в научной литературе понятие «образ» используется исключительно в контексте преднамеренного влияния

и целевого формирования, как это должным образом отмечено А. Бодалевым и Л. Лаптевым.

Кроме того, Е. Б. Перелигина утверждает, что «... образ – это внешний вид), созданный, т. е. возникший в результате определенных действий внешний вид». Е. Н. Богданов и В. Г. Зазыкин дают еще более четкое определение: «... Образ – это не что иное, как преднамеренно построенный психологический облик, созданный с определенными конкретными целями ». Те же авторы продолжают: «По-другому, внешний вид объекта может существовать «естественно», тогда как понятие «изображение» возникает, когда есть необходимость корректировать это появление в коллективных или индивидуальных умах »[5, с. 36].

Другой ученый Э.Галумов подчеркивает активную, функциональную квинтэссенцию образа и делает несколько важных выводов [7]:

Во-первых, образ страны является управляемой категорией, которая может быть добровольно выровнена, построена и преобразована.

Во-вторых, образ страны имеет цену и служит инструментом для решения конкурентных проблем.

Третье – образ это не только информационная, но и боевая информационная концепция.

Также стоит упомянуть наблюдения Роберта Джервиса [53]:

- Государства нации способны влиять на другие нации, просто меняя свой имидж, не изменяя проводимую ими политику.
- Образ может стать основным фактором более легкого достижения целей страны в международных отношениях.
- Страны могут потерять очень много из-за воссозданного негативного образа в информационном плане

Таким образом, стоит обобщить ранее упомянутые концепции:

- Понятие «изображение» может применяться исключительно по смыслу планируемого влияния и целенаправленного построения.

- Взгляды людей на страны и нации чрезвычайно устойчивы к внезапному давлению окружающей среды.

- «Образ страны» состоит из когнитивных, аффективных и оценочных лингвистических факторов. Относительно последнего пункта выше отметки следует отметить, что различные ученые, изучающие роль имиджа в международных отношениях, подчеркивают значение таких понятий, как «имидж на основе лингвистических символов», «медиа-изображение», «образ внешней политики», «геополитический образ», «изображение лидера» и т. д.

Однако они могут быть классифицированы как суб-изображения страны. Западные исследователи этих проблем в основном следовали нескольким различным путям обучения. Мы выделим три из них, посредством которых изображение будет представлено как: «сигналы», которые международные участники излучают друг другу, то есть закодированную информацию о своих намерениях, интересах и т. д. (О. Хольсти, Р. Джервис);

Отражение намерений в системе убеждений лиц, принимающих решения в области внешней политики (К. Шимко, М. Коттам);

Образ национальной идентичности, особенно при формировании национального имиджа через политический дискурс (Х. Ларсен). Следует отметить, что помимо этого очень ориентированного на изображение подхода, образ страны также подвергается маркетингу (Place Marketing) и брендингу (Конкурентная идентичность). Однако это не входит в сферу наших интересов.

Функции изображения, изложенные в литературе, в основном таковы: идентификация, идеализация, контрастность.

Чтобы обобщить роль образа страны, необходимо подчеркнуть, что сегодня она может действовать как:

- фактор / инструмент В межгосударственных делах;
- часть стратегической власти;

- подтверждение личности, отказ или создание;
- альтернативный способ взаимодействия;
- ресурс, который работает через общественное мнение, что в свою очередь представляет собой другой ресурс;
- недорогое средство для достижение целей через СМИ;
- идеологическую концепцию;
- использование мягкой / умной силы;
- расширение внутренней политики;
- средство решения проблем привлекательности и конкурентоспособности страны;
- часть дипломатии, дипломатию дел.

Изучение имиджа стран СНГ в международных средствах массовой информации, обнаруживает следующие тенденции:

- включает в себя параметры желаемого имиджа (демократия, права человека, стабильность и т. д.);
- представляет причинно-следственные связи (в комментариях к событиям);
- дает определенные оценки. Существуют различные способы построения изображений в этих СМИ.

Приведем некоторые из них:

- управление новостями;
- настройка повестки дня;
- кадрирование;
- именованье страны в СМИ;
- упаковка при помощи метафор;
- дискурс;
- управление событиями;
- псевдо-события;
- манипуляция;
- видимость образа: низкий или высокий профиль;

- значимость;
- распространение идей.

Основываясь на изучении материалов, опубликованных в эти годы в «Вашингтон пост», «Нью-Йорк таймс» и «Уолл-стрит джорнал», можно также заключить, что имидж страны является важным фактором не только в межгосударственных делах, но и в области глобальной политики. Медиа-изображение страны может означать следующее:

- сигнал;
- угроза;
- предупреждение;
- оценка;
- поощрение;
- настройка повестки дня;
- игнорирование;
- дискредитация;
- управление внутренними процессами и т. д.

При обсуждении образа страны необходимо учитывать другие обстоятельства. Во-первых, образ страны строится различными субъектами: национальными государствами, международными организациями, корпорациями, группами интересов, мозговыми центрами, частными брокерами, частными лицами, средствами массовой информации, научными кругами, представителями культуры, диаспорой (партиями, организациями, сообществом), а также спецслужбами и т. д.

Во-вторых, для анализа медиа-образа нации, корректировки или создания нового имиджа необходимо знать путь принятия решений в данной стране. В-третьих, как показывают исследования, медиа-образ страны, - это не только и не столько продукт журналистики, сколько фактор международных отношений.

В-четвертых, это может быть часть или компонент пропаганды, лоббирования, PR (включая международный PR), публичной дипломатии

(культурные, медийные, спортивные, музейные и другие дипломы), брендинга, психологической и информационной войны, а также вмешательства интеллекта Агентств.

Можно изложить национальный образ следующим образом:

- ядро (идентичность / сущность);
- слои или суб-изображения;
- оболочка (текущая ситуация, темы, события).

Несколько других соображений важны для анализа имиджа и внешней политики. Исследования показывают, что для оценки изображения и политического прогнозирования важно обратить внимание на наличие следующих переменных.

Во-первых, является ли изображение сплоченным или разделенным. Во-вторых, какие атрибуты или элементы изображения остаются неизменными и какие из них меняются.

Очевидно, что такое постоянное присутствие было предзнаменованием того, что в какой-то момент стало международным политическим фактором, о чем мы в конце концов стали свидетелями в последних событиях. Затем следует обратить внимание на то, есть ли попытка изменить ядро (идентичность / сущность) изображения, или изменения просто влияют на суб-изображения (например, руководство) или просто касаются оболочки.

Наконец, еще одна важная мысль. В дополнение к публикациям о проблеме и изменениях в образе страны (то есть количество и объем статей, редакционных статей, сериалов и других материалов о стране), присутствует ли что-то, что можно назвать параллельной поддержкой, а именно:

- статьи и другие отчеты о стране и ее населении в спортивных, культурных и аналогичных страницах той же газеты;
- публикация докладов международных и других организаций, анонсов, телефонных разговоров руководителей стран и т. д.;
- публикация результатов различных опросов общественного мнения,

- деятельность публичной дипломатии (культурные, спортивные, выставочные события и эпизоды, знаменитая дипломатия).

Важно оценивать стандарты журналистики и новости в западных странах в оценке имиджа страны в средствах массовой информации. Однако опыт показывает, что в международной журналистике национальные интересы выше всего, включая объективность и беспристрастность. Также важны владение данным СМИ, класс (качественная пресса и т. д.), страница, на которой публикуются материалы, праймирование (в ТВ), жанр, объем, имя, ссылки, источники, словесные средства, авторы, рисунки, диаграммы, карты и др.

Как упоминалось ранее, существует плата за изображение страны на международной арене и ее последствия, будь то положительные или отрицательные. Таким образом, некоторые из них:

- доверие, престиж, репутация;
- изоляция, спад инвестиций;
- резолюции, наносящие ущерб, принятые в различных международных организациях;
- вмешательство / управление внутренними процессами страны;
- самооценка и снижение самооценки;
- социальная иммунодефицитность;
- трансформация национальной идентичности и ценностей (в долгосрочной перспективе) и т. д.

Возвращаясь к особенностям образа стран, мы рассмотрим теперь открытый поток информации в современном мире. Исходя из вышеуказанных пунктов, можно утверждать, что, поскольку для национальных государств, особенно для развивающихся, (среди прочего, из-за нехватки средств) чрезвычайно сложно создать постоянно позитивный имидж, а также защищать свои общества от негативного образа, спроецированного каким-то иностранным актором, тогда первостепенное значение имеет то, что можно было бы назвать «оплотом».

Это позволит защитить «иммунную систему» нации и общества. Ресурсы для создания такого оплота следующие:

- национальная идентичность;
- собственная повестка дня, значения, символы;
- развитие стратегической коммуникации для важнейших национальных задач;
- управление новостями, а не управление информацией;
- образованное общество;
- развитие и защита историографии и исследований.

И наиболее важные вещи сформулированы национальными интересами, общественным доверием, идеальной легитимностью власти, справедливости или в двух словах: *Esse qtuun videri* (быть, а не казаться).

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели понятие «образ страны», из чего складывается понятие образа страны.

2.2 Модели политической концептуальной метафоры

В настоящее время СМИ играют огромную роль в осуществлении политической коммуникации. Речи политических деятелей и статьи, представленные в СМИ, оказывают значительное влияние на формирование общественных мнений, оценок и суждений, а значит, становятся мощным инструментом реализации политического процесса.

Таким образом, формируемый в сознании человека образ того или иного явления или объекта политической жизни, а также определенное отношение к нему – это продукт грамотной и четкой политики представления информации в СМИ, созданный для достижения тех или иных целей. Отображение американской действительности в материалах американских СМИ, так же как и отображение русской действительности в русских СМИ, представляет большой интерес, так как формирует особое представление о

США и России, формируя некий образ государства и, следовательно, отношение к нему и происходящим в нем процессам.

Наиболее эффективным, интересным и любимым среди политических деятелей и журналистов средством воздействия на восприятие читающей аудитории является метафора. Метафоры в политическом дискурсе создают представления об абстрактных понятиях, связанных с политическими явлениями. Помимо того, что метафора является украшением речи политика или журналиста, усиливая его образность, она также является идеальным средством обобщения основной мысли, способствуя не только ее компактному выражению, но и долговременному удержанию в памяти адресата. Более того, метафора придает речи политика экспрессивность и выразительность, что повышает ее уровень воздействия на аудиторию.

Здесь видится уместным привести классификацию моделей концептуальной метафоры в политическом дискурсе. А.П. Чудинов отмечает, что «при решении задачи систематизации метафорических моделей процесс значительно более важен, чем результат» [39]. Это объясняется тем, что невозможно выделить одну общепринятую классификацию, возможные пути классификации очень разнообразны. Так, автор считает, что «перспективы единой и общепризнанной классификации метафорических моделей еще менее очевидны, но такая работа нужна, поскольку она позволит выделить хотя бы наиболее частотные и продуктивные модели, а также даст богатый материал для постижения общих закономерностей метафорического моделирования действительности» [39].

А.П. Чудинов выделяет следующие разряды метафорических моделей.

1. Антропоморфная метафора – субсфера «Человек» как источник политической метафоры. При исследовании этого разряда анализируются концепты, относящиеся к таким исходным понятийным сферам, как «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Секс», «Семья». В данном случае человек моделирует политическую реальность исключительно по своему подобию.

2. Метафора природы – субсфера «Природа» как источник политической метафоры. Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы «Животный мир», «Мир растений», «Неживая природа», то есть политические реалии осознаются в концептах мира окружающей человека природы.

3. Социальная метафора – субсфера «Социум» как источник политической метафоры. В подобных случаях исследуются концепты, относящиеся к таким понятийным сферам, как «Преступность», «Война», «Театр (зрелищные искусства)», «Игра и спорт», «Экономика» и др.

4. Артефактная метафора – субсфера «Природа» как источник политической метафоры. Исследуются понятийные сферы «Дом (здание)», «Механизм», «Транспортные средства» и т.п. В данном случае политические реалии представляются как предметы, созданные трудом человека.

Политический образ страны является решающим фактором для проведения международной политики государства, играет значимую роль в международных отношениях, укреплении политических и экономических связей с иностранными государствами. Так позитивный имидж страны способствует проведению международной политики и реализации выбранного политического курса. Также он облегчает приток иностранных инвестиций в экономику страны, что в свою очередь стимулирует экономический рост государства. Негативный имидж страны, напротив, препятствует упрочнению положения страны среди других стран мира и замедляет процессы интеграции государства в мировую политическую систему и мировую экономику, что также сказывается и на внутренней экономике страны.

В данной работе рассматриваются примеры использования политических концептуальных метафор в современном политическом дискурсе США и России, формирующих образ этих стран. Исследования проводились на основе публицистического материала СМИ, а именно

американской газеты «The New York Times» и русской газеты «Комсомольская правда».

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели основные модели политических метафор и способы их реализации в политическом дискурсе.

2.3 Политический образ США в американских СМИ

Социальная метафора – наиболее часто встречающийся на страницах американских СМИ вид метафоры. Причем американский политический дискурс строится в основном на таких концептах как «Война» и «Игра». Таким образом, основу составляют военная и игровая метафоры, отражающие ситуацию соревнования, поединка, которая основывается на непрекращающемся диалоге-дуэли между двумя сторонами: «партией власти» и оппозицией, в которой противники иногда нападают друг на друга, держат оборону, отражают удары и переходят в наступление. Не случайно метафоры борьбы и боевых действий занимают важное место в корпусе политических метафор [40]. Дж. Лакофф и М. Джонсон показали особую значимость концептуальной метафоры "Спор – это война" в американской культуре [28]. Например, когда Барак Обама, 44 президент США, был переизбран на второй срок, газетные заголовки отразили данное событие метафорой победы: «*Trump is winning JUST WATCHED Story highlights Paid Partner Content*» [44].

Для отражения соперничества между двумя политическими партиями СМИ используют метафору «нападение», которая относится к военной сфере: «*How long has it been since Donald Trump attacked someone on Twitter?»* [60]. Пример, взятый с CNN реализуется не в контексте поддержки политического лидера, а в ироничном наполнении. Сегодня Д. Трамп в состоянии информационной войны с демократами, а потому голос данной партии использует негативные характеристики. Статья говорит о том, что Д. Трамп не возвышает США в глазах других стран. Однако стоит отметить, что

метафорическая атака представляет собой всего лишь элемент дискуссии, цель которой – поиск истины, а не физическое уничтожение противника [40].

Также для характеристики политической ситуации в стране, а именно действий политических лидеров, используются военные метафоры, которые передают сходство между ведением мирной политики государства и политикой государства в условиях военного времени, например, метафоры «защита», «кампания» и «цель»: «*President Obama on Monday defended his decision to increase American involvement in Afghanistan, calling it a “a war of necessity” and warning an audience of military veterans that Al Qaeda was still plotting to attack the United States and would not easily be defeated*» [64], «*The ad is cynical campaign politics at its worst,*» *Greg Martin, a spokesman for General Motors, said in an interview late Tuesday*» [61] или «*Others may get distracted by chasing every fleeting issue that passes by,*» *Mr. Obama said to a crowd of 500 at a factory here. «But the middle class will always be my No. 1 focus, period*» [54].

Также военная метафора, используемая для описания международных отношений США, в данном случае метафора «враг», позволяет создать образ крупной военной державы, готовой применить агрессию при осуществлении внешней политики: «*Mr. Romney countered that Russia «is without question our No. 1 geopolitical foe*» [44].

Игровая метафора часто используется в американских СМИ для отображения внутренней политической игры. С помощью игровой метафоры описываются, например, кандидаты на президентских выборах 2008 года, которые словно соревнуются друг с другом, однако в этом случае отсутствует некая агрессивность, присущая военным метафорам: «*Obama plays it safe for a field goal. Clinton needs to hit a grand slam. McCain is preparing for a marathon. Candidates cannot afford any blunders, like Billy Conn trying to knock out Joe Louis in 1941*» [65].

Метафора шахматной доски, которая использовалась для характеристики политики Буша, направленной на урегулирование вопроса с

Ираком, позволяет американским СМИ проводить параллель между политикой и шахматной партией и подчеркнуть ее значимость и сложность: «*The Bush folks are experts at throwing up chessboards and then leaving the room, with the pieces bouncing all over the floor, and not doing the follow-up because it interferes with their domestic political agenda*» [50].

Также видится необходимым отметить, что использование игровой метафоры «игрок» нередко при характеристике активной роли США на международной арене: «*Should the U.S. Be a Political Player in Russia?*» [45].

Для описания различных ситуаций политической жизни США используются театральные метафоры и метафоры цирка. А.П. Чудинов отмечает, что «прагматический потенциал этой метафорической модели определяется ярким концептуальным вектором неискренности, искусственности, ненатуральности, имитации реальности: субъекты политической деятельности не живут подлинной жизнью, а вопреки своей воле исполняют чьи-то предначертания» [39]. Так часто в заголовках газет можно проследить метафору «цирк», которая подчеркивает малоэффективность деятельности политических институтов США: «*Show Time: The American Political Circus and the Race for the White House*» [63] или «*In America; The Circus That Is Whitewater*» [51] – заголовок статьи, посвященной крупному скандалу по поводу неэффективной траты крупной суммы денег администрацией США.

Действия политиков постоянно сравниваются с театральным представлением: «*Congressional hearings have always had an element of political theater, particularly since the rise of television in the late 1940s*» [59].

Особенно подобное сравнение становится заметным во время выборов: «*If a firm's polls overestimated Mr. Obama's performance in some states, and Mr. Romney's in others, it could have little overall statistical bias, since the misses came in different directions*» [62].

При этом оценка их действий совпадает с оценкой театрального действия или спектакля: «*Ultimately, the electorate benefit from the Fiasco in*

Florida by getting a detailed lesson in what Democracy in Action is like after the voting precinct closes» [57].

Артефактная метафора.

Этот вид метафоры, особенно метафора механизма, активно используется в американском политическом дискурсе. Так в СМИ создается образ Правительства Соединенных Штатов Америки как четкого отлаженного механизма, в котором нет места ошибке, часто ассоциирующейся с человеческим фактором: *«What are the forces which make democracy in America work? It is easy to describe the so-called «machinery» of government; the Constitution, the statutes, the hierarchy of offices, the uneasy balance among legislative, judicial and executive branches» [56].*

Также этот образ прослеживается и на уровне правительства отдельного города: *«Probably the last boss of an effective big-city political machine in the land, Irish American Daley is credited with heading off downtown blight, encouraging an unprecedented building boom in the Chicago Loop while keeping the city solvent and the books balanced, and guiding his city through a turbulent decade, the 1960s» [52].*

Решение проблем, так или иначе касающихся правительства, требует, соответственно «механического» подхода: *«Even if it's not going to break through in the short run, we've got to keep hammering on,» Mr. McDonough added, according to the account» [55].*

Антропоморфная метафора.

Соединенные Штаты Америки представляют собой единый целостный организм: *«But the Burkean conservative believes that society is an organism; that custom, tradition and habit are the prime movers of that organism; and that successful government institutions grow gradually from each nation's unique network of moral and social restraints» [47].*

Однако в последнее десятилетие, отмеченное рядом проблем в политической (вопрос о выводе войск из Афганистана, вопросы о налогообложении и медицинском страховании) и экономической

(экономический кризис) сферах, особое распространение получила метафора «США – больной организм». Так, например, политическая система рассматривается как зараженная, требующая лечения, а наиболее актуальные вопросы предстают в качестве некой опухоли, от которой нужно избавиться: *«It's now considered reasonable to regard organs and limbs of the federal government — the E.P.A., the education department, the Federal Reserve — as tumors that must be removed. Taxation itself is now considered a parasitic pathogen rather than a crucial part of our social organism»* [43]. Экономическая ситуация США, которая значительно ухудшилась под влиянием мирового экономического кризиса, также характеризуется в СМИ посредством метафоры болезни: *«Continued economic anemia plays to Mr. Romney's call for new stewardship, and to Republicans' demands to extend and deepen the Bush-era tax cuts for the wealthiest Americans rather than let them expire, as Mr. Obama and Democrats want»* [48].

Данный вид метафоры особенно часто встречается в заголовках газет. В этом случае они направлены на привлечение внимания читателей к актуальным проблемам современной ситуации в США: *«Our Politics Are Sick»* [43] или *«Like an Anorexic, U.S. Sees Itself Fat With Taxes»* [49].

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели образ США, репрезентируемый в политическом дискурсе средств массовой информации США.

2.4 Политический образ России в русских СМИ

Социальная метафора.

При анализе русского политического дискурса преобладание социальной метафоры над другими видами очевидно. Особо широкое применение получают военные метафоры, которые отражают общий «воинственный» настрой, проводимой в стране политики, а также интенсивность и решительность политических действий, их целеустремленность и даже радикальность: *«Стратегия по развитию*

системы помощи пациентам с редкими заболеваниями» или «Если же нам удастся сформулировать и реализовать эффективную, комплексную стратегию народосбережения - население России увеличится до 154 млн. человек» [26].

Также для российского политического характерно использование метафор, построенных на основе военных действий, которые призваны усилить впечатление твердости и смелости принимаемых политическими деятелями России решений: *«Путин и генсек ООН не обсуждали создаваемое бюро по борьбе с терроризмом».*

Наряду с концептом «атака» не менее часто используется концепт «защита», который несколько смягчает милитаризированный образ политической системы государства, делая его положительнее: *«Россия готова обсуждать с США вопросы безопасности, заявили в Совфеде».*

Политическая деятельность в России также сравнивается с игрой, что находит отражение в активном использовании игровой метафоры. Этот вид метафоры особенно в российском политическом дискурсе несет негативный смысл, так как подразумевает неискренность политического деятеля: *«Путин: перед миром стоят системные вызовы, нельзя размениваться на склоки».*

При этом подчеркивается вся сложность данного вида игры, неоднозначность, хоть и бесполезность для решения реальных проблем, стоящих перед обществом: *«Политика - это ведь такая же игра, как шахматы, шашки, нарды, хоккей... Просто это жесткая игра, в которой нужно играть мозгами, а не ногами и клюшками. Это игра по определенным правилам: быть честным с самим собой, с людьми, с которыми ты работаешь, с теми, кто тебе поверил» [6].*

Театральная метафора, а также метафора цирка продолжают вектор неискренности и наигранности действий русских политиков. Ю. Б. Феденева отмечает, что *«затрудняясь четко определить сущность происходящего, авторы все чаще прибегают к метафорической номинации «шоу», включающей в новое значение такие компоненты, как «яркость»,*

«эстрадность», «нерусское», «шумное», «неглубокое» и др[37]. Так, например, Р. Кадыров, говоря о российских политиках в интервью российским журналистам, использует метафоры на основе концепта «театр»: *«Мы Авдееву, министру культуры, напишем, чтобы он... постановки новые под Жириновского делал в театре. И Зюганову уже надо на сцену. Ленина играть. Или Сталина. А Прохоров - он же такой высокий, длинный. Нормальный артист тоже. Может, на Дон Кихота его»* [9].

Следует также отметить метафору «зрители» и «публика», которые также придают театральности и искусственности происходящим политическим событиям в России: *«Впрочем, сам политический цирк образца 90-х годов давно растерял в России восторженных зрителей. Остались отдельные клоуны, которые теперь кочуют по постсоветскому пространству»* [35] или *«Американцы шутить с собой не дают, только наша «болотная» публика считает, что это белые и пушистые котята»* [21].

Театральные термины фигурируют и при оценке тех или иных действий российских политиков: *«Это вовсе не говорит ни о народе, ни о нашем, ни о их. Это говорит о том, что нынешняя политика власти терпит полное фиаско»* [11].

Отличительной особенностью российского политического дискурса от других национальных дискурсов в том числе и от американского является значительное употребление криминальной метафоры. Этот вид метафоры отражает представление о действительности как о преступном мире, где нет места ни честности, ни гуманности. Особенно широко криминальная метафора использовалась в российских СМИ в 90-е годы XX века, что может быть объяснено общекультурной ситуацией в России того времени, когда значительное распространение приобрел миф о вседозволенности преступного мира [39]. Хотя эта тенденция постепенно теряет свою силу, и использование криминальной метафоры ставится все реже, ее примеры еще можно найти в современном российском политическом дискурсе: «Раз и

навсегда надо забыть слово «выборы» в Москве. 20 лет ждали, когда уберут Лужкова! Везде будут побеждать жулики» [8] или *«Призывая депутатов отказаться от поддержки проекта, Пономарев прямо воспользовался выражением известного блогера Алексей Навального, назвавшего «Единую Россию»*

Метафора природы

Метафоры, основанные на сравнении политических фигур и элементов живой природы, а именно с животными, широко применяются в российских СМИ. Эти метафоры передают значение утраты политическими деятелями «человеческого», гуманного и, следовательно, уподобления животным: *«И когда эти новые волки будут отъедать куски от старых, уже постаревших, а старые будут апеллировать к Западу, кричать про защиту прав собственности»* [13], *«Что происходит в исполнительной структуре партии власти, как изменились «медведи» и как они относятся к политической конкуренции»* [10] или *«Мы - цепные псы на страже бюджетных денег»* [25].

Антропоморфная метафора.

Россия в российском политическом дискурсе представляет собой тело, которое только лишь предстоит собрать по кусочкам: *«Мы собираем тело свое, мы себе ногу пришиваем, ухо оторванное, выбитый глаз вставляем назад»* [22]. Россия еще не является сильным и целостным организмом, напротив, политические деятели подчеркивают острую необходимость создания такого организма, ставя реализацию этой необходимости первоочередной задачей выбранного политического курса: *«Нашу задачу на предстоящие годы вижу в том, чтобы убрать с дороги национального развития всё то, что мешает нам идти вперед. Завершить создание в России такой политической системы, такой структуры социальных гарантий и защиты граждан, такой модели экономики, которые вместе составят единый, живой, постоянно развивающийся, и одновременно – устойчивый и стабильный, здоровый государственный организм»* [34].

Также в СМИ подчеркивается слабость России как организма и его подверженность различным заболеваниям: *«И теперь этот «кто-то» в тяжелых сомнениях: выдержит ли эту здоровую прививку политический организм России или нет...»* [33] или *«Бюрократия — серьезная раковая болезнь нашей науки»* [24].

Артефактная метафора.

В российских СМИ, а именно в речи ключевых фигур политической жизни страны, подчеркивается, что на данном этапе своего развития Россия еще не может считаться отлаженным механизмом: *«Президент РФ Дмитрий Медведев на встрече с молодыми парламентариями в Костроме признался, что политическая система в России еще не работает как полностью отрегулированный механизм, но она значительно улучшена и соответствует нынешнему развитию общества»* [30].

Также эта метафора используется для описания функционирования политической системы, которая далека от идеальной, таким образом создавая вектор на исправление существующих «неполадок»: *«Те правовые механизмы по борьбе с коррупцией, которые появляются, попросту блокируются той же коррумпированной бюрократией»* [20].

Приведенные примеры использования концептуальных метафор в политическом дискурсе США и России позволяют сделать определенные выводы относительно формируемого образа двух стран. Как для политического дискурса США, так и для политического дискурса России характерен высокий уровень употребления социальных метафорических моделей. Так, для формирования политического образа США и России как мощной военной державы с твердой четкой политикой используются концепты, относящиеся к таким сферам-источникам, как «Война» и «Агрессивная борьба». С помощью концепта «Игра» США и Россия представляются государствами со сложным внутренним политическим устройством, основанном на соперничестве нескольких политических сил. Концептуальные метафоры «Театр» и «Цирк» привносят в образ

политической системы обеих стран долю искусственности и притворства, что не только не способствует эффективному решению важных политических задач, но и препятствует ему. Характерной особенностью образа России в отличие от образа США является активное использование криминальной метафоры, которая добавляет образу страны элемент преступности и лишает его человечности и гуманности.

Той же цели служат метафоры природы, а именно зооморфные метафоры, которые играют важную роль в создании образа России, отделяющие понятия политика и народ друг от друга.

Наряду с социальными образ стран США и России в политическом дискурсе также формируют антропоморфные метафоры, сферой-источником которых выступает сам человек и явления, связанные с человеческой жизнью. В частности и США, и Россия сравниваются с живым организмом, но если в случае США перед нами предстает образ целостного организма, несмотря на истощенность некоторыми политическими и экономическими «болезнями», то в случае с Россией мы видим лишь процесс постепенного становления цельной политической системы государства.

Также образ стран США и России в американском и российском дискурсе дополняют артефактные метафоры, для реализации которых используются концепт «Механизм». Так США представляется в материалах американских СМИ единым отлаженным механизмом, который не дает сбоев. Однако в российских СМИ образ страны рисуется на основе необходимости создания такого механизма, а также совокупности проблем, препятствующих слаженной работе этого механизма.

Выводы по второй главе

Рассмотрев в данной главе понятие образа страны, а также основные модели политической концептуальной метафоры, репрезентируемые в

политическом дискурсе средств массовой информации США и России, можно сделать вывод, что и США, и Россия в американском и российском политическом дискурсе представляются крупными сильными государствами. Однако если в американском дискурсе сложился образ США как цельного организма со сложной системой организации, хоть и подверженного негативным последствиям существующей мировой ситуации, то в российском дискурсе образ России в первую очередь связан с необходимостью изменения сложившейся ситуации, преодоления укоренившегося в сознании граждан недоверия к правительству и создания четкой политической и экономической системы страны.

Глава 3 РАБОТА ПО АНАЛИЗУ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ И ОБРАЗЕ СТРАНЫ В РУССКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ С ОБУЧАЮЩИМИСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ Г. ЛЕСОСИБИРСКА

3.1 Анализ политических текстов

Первым текстом для анализа становится статья «ФБР вышло из тренда: "российская угроза" – вчерашний день. Нужны новые идеи». Данная статья обращается к проблемам русофобии и информационного противостояния между США и Россией.

В статье воссоздается образ страны, одержимый стремлением очернить Россию, причем атака на Россию доходит до того, что страна ФБР обвиняют Россию во вмешательстве во внутренние дела. Абсурдность идеи подчеркивается, в первую очередь, на уровне лексики.

В тексте функционируют следующие метафоры:

1. Социальная метафора, тяготеющая к моде: *«ФБР вышло из тренда»*.
2. Театральная метафора: *«сюжету не хватает экина»*
3. Театральная метафора: *«зрители отворачиваются от экрана»*
4. Милитарная метафора: *«продолжает ли Россия вмешиваться в политические процессы?»*
5. Милитарная метафора: *«По его мнению, это «самая большая угроза»*.
6. Социальная метафора: *«на правах народных избранников»*
7. Антропоморфизм: *«бюро отстаёт от повестки»*
8. Театральная метафора: *«продолжить франшизу с российскими хакерами»*
9. Театральная метафора: *«сделать так, чтобы вторая часть превзошла по кассовым сборам первую»*

Проанализировав материал, становится очевидно, что доминирующей в данной статье становится метафора театральная. США на основании ее

воспринимается как мир большой постановки, чьи театральные достижения транслируются на весь мир. Но комедианты не вызывают у автора статьи уважения именно потому, что цель театра – продвижение собственных целей.

Второй статьей для анализа становится статья из CNN “Finally, we'll hear from Comey about Russia”. Статья представляет собой взгляд на ту же проблему, но с позиции американской стороны.

Продолжающаяся в США борьба за власть превращается в настоящую информационную битву между демократами и республиканцами.

В статье функционируют следующие метафоры:

1. Милитраная метафора: *contact between Russia and the Trump*.

Контакт в данном контексте – информационная атака на население

2. Милитарная метафора: *Battle for the Great Society*

3. Милитарная метафора: *critical moment for Donald Trump's presidency*.

4. Природная метафора: *dark cloud has loomed over this administration*

5. Природная метафора: *a continued and steady flow of revelations*

6. Природная метафора: *in the Trump orbit*

7. Социальная метафора: *dirty laundry*

8. Природная метафора: *is no fire behind the smoke*

9. Природная метафора: *to clear the air*

10. Милитарная метафора *a partisan witch hunt*

11. Природная метафора : *lift the cloud of suspicion*

На основании проведенного анализа становится очевидно, что преобладает милитарная и природная метафора, которые в совокупности воссоздают сложность и катастрофичность политических процессов в стране.

3.2 Описание опытно-экспериментальной работы

Опытно-экспериментальная работа проводилась в 11 «С» классе МОУ «СОШ №9» г. Лесосибирска.

Цель работы с аутентичными текстами русского и английского языка заключается в раскрытии сути политической метафоры, ее видов и значимости для создания образа страны. Изученные тексты нами были задействованы в формировании знаний учеников.

Задачи:

1. Познавательный аспект:

- ознакомление с особенностями английского языка;
- развитие знаний о культуре другого народа;
- развитие познавательных навыков - самостоятельный поиск метафор;
- умение классифицировать политические метафоры;
- умение определять причины использования данных конструкций.

II. Развивающий аспект.

- развитие потребности в дальнейшем изучении языка;
- развитие артикуляции, отличной от русского языка;
- развитие потребности в изучение культурных особенностей.

III. Воспитательный аспект.

- воспитание умения работать в команде;
- воспитание толерантности, уважение к другим культурам;
- воспитание умения включаться в учебный процесс.

Учебно-исследовательская деятельность ученика предполагает выполнение конкретного учебно-исследовательского задания. Тематика учебно-исследовательских заданий определялась рамками организуемого исследования. В результате система учебно-исследовательских заданий базируется на следующих принципах: тесная связь учебно-исследовательских заданий с содержанием процесса социокультурной подготовки ученика средствами педагогики; дифференцированное привлечение учеников к различным формам культуросообщения и культуротворчества с учетом их уровня социокультурной подготовленности; опора на инициативу, активность и самостоятельность. Обязательным аспектом становится работа с аутентичным текстом.

Таким образом, учебно-исследовательская деятельность ориентировала ученика на «погружение» в разрешение проблемы учебно-исследовательского задания, погруженность в аутентичный текст, и предусматривает изучение им ценностно-смыслового контекста.

Проводимые занятия традиционно состоят из двух частей - теоретической, где даются основные знания и практической, где знания уточняются. Занятие реализуется с учетом требований к возрастному и личностному развитию каждого воспитанника. Стоит признать, что программа предполагает в своей реализации проведение занятий, которые относятся к проектной, литературно-художественной и физической деятельности. Это позволяет развивать связанные с обучением английскому языку навыки.

В начале работы необходимо дать ученикам информацию о метафоре как таковой и о причинах использования ее в формировании образа страны. Необходимо использовать теоретические изыскания, посвященные информационной войне. Создать необходимость понимания роли журналистики в реализации «мягкой силы».

Эффективность и результативность данной деятельности зависит от соблюдения следующих условий:

1. Своевременность подачи материала.
2. Целостность курса обучения.
3. Единство всех методов обучения.
4. Учет всех требований к возрасту ребенка.
5. Реализация всех типов работы – групповая, индивидуальная и коллективная
6. Добровольность обучения.
7. Занимательность материала для детей.
8. Высокая степень наглядности материала.

Говоря о заданиях, где задействуются аутентичные тексты, М.Брин выделяет три группы заданий:

1. Задания, с которыми носитель языка может столкнуться в реальной жизни (заполнить анкету, ответить на письмо и т.п.);

2. Чисто учебные задания (заполнить пропуски в тексте, восстановить порядок слов в предложении и т.п.);

3. Задания, преследующие одновременно и реальную коммуникативную, и учебную цели (прочитать текст и подчеркнуть сложные в языковом отношении места, обсудить в парах возможные значения незнакомых слов).

Задания последнего типа представляются автору оптимальными, поскольку в них учитываются и аутентичные характеристики учебного процесса, т. е. оптимальные условия усвоения языка, и аутентичность выполняемых коммуникативных действий (извлечение информации из текста, поиск недостающей информации и т.д.).

Одним из признаков задания, которое легко реализовать является возможность учащихся говорить от своего лица. Это вовсе не исключает использования ролевых игр, вымышленных ситуаций и т.п., однако интерес к личности ученика, его мнению, его знаниям, его жизни делает процесс использования языка на уроке максимально приближенным к реальной жизни, ведь "я" и все, что с этим связано – излюбленная и наиболее частотная тема естественного общения на любом языке.

Для того, чтобы развить социокультурную компетенцию, обязательным условием становится обращение к аутентичному тексту и функционированию его в языке. Принимая во внимание тот факт, что не все ученики обладают задатками к языку, необходимо объяснить учащимся с самого начала, что от них требуется. В противном случае они могут потерять интерес.

В ходе работы мы предъявляем ученикам тексты СМИ и предлагаем очертить направленность текстов и их основную мысль. Вторым этапом становится выборка метафор и оценка значимости метафор для статьи. Третий этап – сравнение российского и американского медийного дискурса.

Алгоритм деятельности при подготовке занятия с использованием текста выглядит следующим образом:

1. Инициация идеи.
2. Целеполагание.
3. Анализ базового компонента Государственных программ.
4. Насыщение базового курса необходимым языковым материалом.
5. Формирование основного направления деятельности.
6. Демонстрация работы.
7. Этап корректировки.
8. Обобщение накопленного опыта.

Наиболее сложным, как кажется, является процесс объяснения деятельности. Учитель всегда исходит из данных учеников, которые ему доступны. При работе большое внимание уделяется фонетической отработке материала, четкому произношению и верной интонации. Речь должна быть выразительной, эмоционально окрашенной, достоверно передавать образ изображаемого персонажа или предмета.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данного исследования являлось изучение функционирования политической концептуальной метафоры в формировании образа страны в американском и российском политическом дискурсе. Ставилась задача рассмотрения основных моделей политических метафор и способов их реализации в политическом дискурсе.

Особое внимание в работе было уделено рассмотрению понятия метафоры в современных концептах исследователей. При этом было обнаружено, что современное понятие метафоры включает в себе сложный когнитивный механизм, который направлен не только на понимание и переосмысление мира, но и создание определенной картины мира.

Подробно рассмотрев понятие дискурса и существующие различные подходы к его определению, можно сделать вывод, что общепризнанного мнения среди исследователей относительно определения данного до настоящего момента так и не сложилось. Такая же ситуация сложилась и в отношении определения политического дискурса.

Дискурс понимается как текст, актуализируемый в определенных условиях и как особый способ общения и понимания окружающего мира.

Так, в содержание политического дискурса должны быть включены все присутствующие в сознании говорящего и слушающего компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи, например, политические взгляды автора и его задачи при создании текста, политическая ситуация, в которой создается данный текст и др.

Так как основной задачей текстов политического дискурса является оказание воздействия на сознание адресата, роль метафоры в политическом дискурсе приобретает особую актуальность.

Использование метафоры не только позволяет автору сделать текст более живым и выразительным и тем самым привлечь внимание адресата.

Таким образом, метафора выполняет важнейшую функцию, являясь мощным инструментом воздействия на сознание человека и преобразования его политической картины мира.

В настоящий момент СМИ играют ключевую роль реализации политического дискурса и, следовательно, представляют собой важный инструмент реализации политического процесса.

В качестве материала исследования был использован публицистический материал СМИ, а именно газеты «The New York Times» и «Комсомольская правда».

Рассмотрев некоторые публикации, которые характеризуют или дают оценку политической ситуации в США и России был проведен анализ используемых метафор в американском и российском политическом дискурсе, формирующих образ США и образ России.

В результате анализа можно воссоздать образы двух ведущих мировых держав. Так, путем использования различных метафорических моделей, США и Россия представляются двумя сильными и бескомпромиссными державами, обладающими сложной внутренней политической структурой. Однако в американских СМИ подчеркивается целостность и монолитность системы государства, в то время как российские СМИ делают акцент на недостатках российской государственной системы и на необходимости их ликвидировать.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс : Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова // – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
2. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации. / А.Н. Баранов, Е. Г. Казакевич – Москва : Знание, 1991. – 64 с.
3. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику : Учебное пособие / А.Н. Баранов — Москва : Эдиториал УРСС, 2001. — 360 с.
4. Блэк, М. Метафора. Теория метафоры : Сборник : Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / М. Блэк; Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — Москва : Прогресс, 1990. – С. 153-176.
5. Богданов, Е.Н. Психологические основы «Паблик Рилейшнз» / Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 208 с.
6. Васильев, С. Известный предприниматель Сергей Соловьев: «Политика – это жесткая игра, в которой нужно играть мозгами, а не ногами и клюшками...» [Электронный ресурс] / С. Васильев // Комсомольская правда. – 23 апреля, 2013. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
7. Галумов, Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования : монография / Э.А. Галумов. – Москва : Известия, 2003. – 446 с.
8. Гамов, А.П. Владимир Жириновский, лидер ЛДПР: «России надо срочно вступать в НАТО и Евросоюз» [Электронный ресурс] / А.П. Гамов // Комсомольская правда. – 2015. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
9. Гамов, А.П. Рамзан Кадыров – о российских политиках [Электронный ресурс] / А.П. Гамов // Комсомольская правда. – 2015. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>

- 10.Гринева, А. Глава ЦИК партии «Единая Россия» Дмитрий Травкин: «Каждый партиец должен знать свой маневр» [Электронный ресурс] / А. Гринева // Комсомольская правда. – 24 января, 2015. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 11.Гришин, А. Надо ли отделять Кавказ от России [Электронный ресурс] / А. Гришин // Комсомольская правда. – 6 сентября, 2015. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 12.Дейк, Т. А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т.А. Дейк – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308с.
- 13.Делягин, М. Прогноз Михаила Делягина: В марте, скорее всего, Медведев покинет пост премьера [Электронный ресурс] / М. Делягин // Комсомольская правда. – 10 декабря, 2012. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 14.Демьянков, В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – Москва : ИНИОН РАН, 2002. - №3. – С. 32-43.
- 15.Ермакова, Ю. На депутата Государственной Думы от «Справедливой России» Олега Михеева завели уголовное дело [Электронный ресурс] / Ю. Ермакова // Комсомольская правда. – 7 марта, 2013. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 16.Исаев, А. «Закон Димы Яковлева» и марш детоторговцев [Электронный ресурс] / А. Исаев // Комсомольская правда. – 11 января, 2013. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 17.Йоргенсен, М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод : Пер. с англ. 2-е изд / М.В. Йоргенсен, Л. Филлипс. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2008. – 352 с.
- 18.Кассирер, Э. Сила метафоры : Сборник : Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Э. Кассирер; Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ.

- ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — Москва : Прогресс, 1990. — С. 33-43.
- 19.Кобозева, И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры / И.М. Кобозева // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. - 2001. - № 6. - С. 132-149.
- 20.Кривякина, Е.М. В России будут выборы губернаторов, общественное ТВ и контроль расходов чиновников / Е.М. Кривякина // Комсомольская правда. — 2011. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 21.Кривякина, Е.М. Михаил Леонтьев: «Если США так нервно реагируют, значит, у них есть основания бояться возрождения СССР» [Электронный ресурс] / Е.М. Кривякина // Комсомольская правда. — 2016. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 22.Кривякина, Е.М. Михаил Леонтьев: «Мы собираем Большую Россию как свое тело: ногу пришиваем, ухо, выбитый глаз вставляем!» [Электронный ресурс] / Е.М. Кривякина // Комсомольская правда. — 2016. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 23.Кривякина, Е.М. Пономарев поплатится «за жуликов и воров» [Электронный ресурс] / Е.М. Кривякина // Комсомольская правда. — 2012. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 24.Кузина, С. Академик РАН Владимир Фортов: «Бюрократия — раковая болезнь нашей науки» [Электронный ресурс] / С. Кузина // Комсомольская правда. — 27 января, 2012. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 25.Кузина, С. Академик РАН Евгений Александров: «Мы - цепные псы на страже бюджетных денег» [Электронный ресурс] / С. Кузина // Комсомольская правда. — 18 марта, 2013. — Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
- 26.Кузина, С. Путин В. Строительство справедливости. Социальная политика для России [Электронный ресурс] / С. Кузина //

- Комсомольская правда. – 13 февраля, 2012. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
27. Кунцик, М. Images of Nations and International Public Relation / М. Кунцик. – Гамбург, 1996. – 346 с.
28. Лакофф, Дж., Метафора : Сборник : Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Дж. Лакофф, М. Джонсон; Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — Москва : Прогресс, 1990. – С. 387 – 415.
29. Почепцов, Г. Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, 2000. – 576 с.
30. Пятницкая, С. Медведев: Сейчас происходит «настройка политической системы» РФ [Электронный ресурс] / С. Пятницкая // Комсомольская правда. – 13 мая, 2011. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
31. Ричардс, А.А. Философия риторики : сборник : Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / А.А. Ричардс; Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — Москва : Прогресс, 1990. – С. 44-67.
32. Руссо, Жан-Жак. Сочинения / Жан-Жак Руссо; ред. Т. Тетенькина. – Калининград : Янтарный сказ, 2001. – 416 с.
33. Семушкин, С.В. В России прошли странные выборы: довольны все [Электронный ресурс] / С.В. Семушкин // Комсомольская правда. – 15 марта, 2010. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
34. Семушкин, С.В. Путин объяснил, почему идет в президенты [Электронный ресурс] / С.В. Семушкин // Комсомольская правда. – 16 января, 2012. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>
35. Тавров, С. Цирк уехал, клоуны остались [Электронный ресурс] / С. Тавров // Комсомольская правда. – 6 мая, 2010. – Режим доступа : <http://www.krsk.kp.ru/politics/>

- 36.Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2004. – 672 с.
- 37.Феденева, Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века : дис. ... канд. филол. наук / Ю.Б. Феденева. - Екатеринбург, 1998. – 181с.
- 38.Чудинов, А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2003. – 248 с.
- 39.Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) : Монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2001. – 238 с.
- 40.Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса : Монография / Е.И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
- 41.Шелогурова, Г.Н. Риторика. Поэтика. Аристотель / Г.Н. Шелогурова; пер. с древнегреч. и примеч. Олега Цыбенко; ред. И. В. Пешков. – Москва : Азбука, 2014. – 224 с.
- 42.Эпштейн, О.В. Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса / О.В. Эпштейн // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота, 2008. - № 2 (2). – С. 150-156.
- 43.Andersen K. Our Politics Are Sick // The New York Times, Aug. 19, 2011.
- 44.Baker P. Obama Wins a Clear Victory, but Balance of Power Is Unchanged in Washington // The New York Times, Nov. 7, 2012.
- 45.Bell J. Should the U.S. Be a Political Player in Russia? // The New York Times, Sep. 23, 2012.
- 46.Boulding K. Image // University of Michigan Press, 1961. – 175 p.
- 47.Brooks D. Nobody The Republican Collapse // The New York Times, Oct. 5, 2007.

48. Calmes J., Kulish N. Weak Economy Points to Obama's Constraints // The New York Times, Jun. 2, 2012.
49. Freeland C. Like an Anorexic, U.S. Sees Itself Fat With Taxes // The New York Times, May 24, 2012.
50. Friedman T. L. Kicking Over the Chessboard // The New York Times, Apr. 18, 2004.
51. Herbert B. In America; The Circus That Is Whitewater // The New York Times, Mar. 20, 1994.
52. Holli M. G. The American Mayor. The Best & The Worst Big-City Leaders // The New York Times, 1999.
53. Jervis, R. The logic of Images in International Relations // Columbia University Press, 1989. – 281 p.
54. Lander M., Shear M. D. President Seeks Path Forward Beyond Troubles // The New York Times, May 17, 2013.
55. Lander M., Shear M. D. President Seeks Path Forward Beyond Troubles // The New York Times, May 17, 2013.
56. Nevins A. What Makes Democracy Work; The Politics of Democracy. American Parties in Action // The New York Times, Jan. 12, 1941.
57. Niec C. Who Benefits From the Fiasco in Florida? // The New York Times, Nov. 30, 2000.
58. Nye J. Soft Power: The Means To Success In World Politics, 2004. – 208 p.
59. Pitney Jr J. J. Benefits Even With the Politics // The New York Times, May 8, 2013.
60. Rosenthal A. Nobody Likes to Talk About It, but It's There // The New York Times, Jan. 3, 2012.
61. Rutenberg J., Peters J. W. 2 American Automakers Rebut Claims by Romney // The New York Times, Oct. 30, 2012.
62. Silver N. Which Polls Fared Best (and Worst) in the 2012 Presidential Race // The New York Times, Nov. 10, 2012.

- 63.Simon R. Show Time: The American Political Circus and the Race for the White House // The New York Times, 1998.
- 64.Stolberg S. G. Obama Defends Strategy in Afghanistan // The New York Times, Aug. 17, 2009.
- 65.Vecsey G. The Primary Season Is Embracing Sports Images // New York Times, Mar. 2, 2008.