

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский государственный педагогический университет»

На правах рукописи

**Каслова Анастасия Александровна**

**Метафорическое моделирование  
президентских выборов в России и США  
(2000 г.)**

10.02.20 – сравнительно-историческое,  
типологическое и сопоставительное языкознание

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научные руководители:

Заслуженный деятель науки РФ,  
доктор филологических наук,  
профессор А.П.Чудинов

кандидат филологических наук,  
профессор О.Г. Скворцов

Екатеринбург – 2003

## Содержание

<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Теоретические основы сопоставительного исследования метафорического моделирования выборов президента в США и России .....</b>	<b>14</b>
1.1. Политологические основы исследования метафорического моделирования президентских выборов в США и России .....	16
1.2. Когнитивное направление в лингвистике как основа для изучения метафорического моделирования президентских выборов .....	31
1.3. Метафорическое моделирование как отражение президентских выборов в общественном сознании.....	40
1.4. Метафорическое моделирование и политический нарратив	46
Выводы по первой главе .....	51
<b>Глава 2. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Выборы президента»: российско-американские параллели .....</b>	<b>54</b>
2.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в американском и российском политическом дискурсе .....	55
2.1.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в американском политическом дискурсе .....	58
2.1.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в российском политическом дискурсе .....	70
2.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в американском и российском политическом дискурсе .....	79

2.2.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в американском политическом дискурсе .....	81
2.2.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в российском политическом дискурсе	91
2.3. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ (ИГРА) в американском и россий- ском политическом дискурсе .....	100
2.3.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ (ИГРА) в американском политическом дискурсе .....	102
2.3.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ (ИГРА) в российском по- литическом дискурсе .....	111
2.4. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в американском и россий- ском политическом дискурсе .....	121
2.4.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в американ- ском политическом дискурсе .....	124
2.4.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в российском политическом дискурсе .....	133
Выводы по второй главе .....	140

<b>Глава 3. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Выборы президента»: национальная специфика российского и американского дискурса .....</b>	<b>143</b>
3.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КОРОНАЦИЯ в российском политическом дискурсе ....	144
3.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА в американском политическом дискурсе .....	157
3.3. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ в американском и российском политическом дискурсе .....	165
3.4. Национальная специфика при использовании зооморфной и домашней метафоры в американском и российском политическом дискурсе .....	173
Выводы по третьей главе .....	183
<b>Заключение .....</b>	<b>186</b>
<b>Библиография .....</b>	<b>191</b>

## Введение

Настоящая диссертация посвящена сопоставительному когнитивному исследованию метафорических моделей, которые обнаруживаются в нарративе «Выборы президента (2000 г.)» в российском и американском политическом дискурсе.

Система политических метафор, отображающая восприятие политической реальности в национальном сознании, проявляет гибкость и динамичность. Метафорическая картина мира способна отражать способ мышления, характерный для определенной политической ситуации (В.Н. Базылев, А.Н. Баранов, О.П. Ермакова, Ю.Н. Караулов, В. Клемперер, И.М. Кобозева, В.Г. Костомаров, Н.А. Кузьмина, П.О. Миронова, А.Б. Ряпосова, Т.Г. Скребцова, Т.Б. Соколовская, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, В.Н. Шапошников, G. Fauconnier, G. Lakoff, M. Turner и др.). Жизнь современного общества наполнена политическими событиями, которые могут оказать существенное влияние на осмысление сферы политики и использование языковых ресурсов, привлекаемых участниками коммуникации, для репрезентации политической картины мира.

По наблюдениям Ю.Б. Феденевой, крупнейшие политические события способны послужить катализатором для активизации отдельных метафорических моделей (Ю.Б. Феденева, 1998). Подробно описывая ведущие метафорические модели в российских агитационно-политических текстах 90-х годов XX века, исследователь отмечает, что политическая реальность может быть представлена как «война», «игра», «механизм», «дорога», «живой организм» и т. п., делая вывод, что выявленные метафорические модели проявляют наибольшую активность в периоды обострения политической борьбы. Продолжая мысль Ю.Б. Феденевой, А.П. Чудинов особо подчеркивает, что, отражая изменение политической ситуации, «политическая реальность... рождает новые фреймы и слоты известных моделей, определяет повышение или понижение частотности метафорических слово-

употреблений, соответствующих той или иной модели» (А.П. Чудинов, 2001а, с. 18).

Исследование политической метафоры в нарративе «Российские Федеральные выборы» (1999-2000 гг.) позволили выявить метафорические модели с агрессивным прагматическим потенциалом, наиболее широко используемые для репрезентации описываемого политического события (А.Б. Ряпосова, 2000б, 2002б). Противостояние политических сил, критическое представление общественно-политической ситуации, конфронтационный характер политической борьбы манифестируются с помощью метафор с военной, криминальной и зооморфной источниками сферами.

Исследование метафорического моделирования важнейших политических событий представляется перспективным, т.к. позволяет систематизировать материал и описать соответствующий участок политической метафорической картины мира, с учетом общественно-политической ситуации, характеристик политических реалий, политологических особенностей рассматриваемого явления и других дискурсивных факторов (Е.В. Бакумова, Н.И. Борковец, М.Н. Володина, М.Р. Желтухина, И.М. Кобозева, Е.В. Колотнина, С.Н. Муране, Т.Г. Скребцова, А.В. Степаненко, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, Т.В. Шмелева, Е.А. Шудегова, J. Cibulskiene, G. Lakoff и др.). Анализ наиболее продуктивных метафорических словоупотреблений в политическом нарративе «Выборы президента (2000 г.)» позволяет обнаружить актуализацию отдельных концептов и сфер-источников метафорической экспансии, востребованность тех или иных моделей, применительно к отдельному политическому событию. Сопоставительные исследования способствуют выявлению в политическом дискурсе разных стран универсальных и национально специфичных метафорических моделей, наличие которых обусловлено своеобразием культуры, историческими традициями, лингвокультурными характеристиками, национальным менталитетом, а

также особенностями политической культуры, политического поведения носителей языка.

**Актуальность** когнитивного сопоставительного исследования метафорических моделей в нарративе «Выборы президента» в американском и российском политическом дискурсе обусловлена перспективностью дальнейшего развития теории концептуальной метафоры (в том числе и в политическом дискурсе). Изучение системы метафорических моделей, актуализированных в текстах предвыборной агитации, связано с целесообразностью комплексного рассмотрения анализируемого материала с учетом влияния политической ситуации на продуктивность и активизацию метафорических моделей. Важность сопоставительного исследования определяется возможностью выявить универсальное и национально специфичное в ментальной картине мира различных народов.

**Объектом** исследования в настоящей диссертации стало метафорическое словоупотребление в российских и американских политических текстах периода президентских выборов (2000 г.).

**Предмет** нашего исследования – закономерности метафорического моделирования в ситуации выборов главы государства в российском и американском политическом дискурсе.

В качестве **материала для исследования** использовались политические тексты, связанные с президентскими выборами 2000 года в США и РФ, опубликованные в современных российских и американских изданиях. Всего проанализировано 4120 метафорических словоупотреблений, зафиксированных в 950 текстах (примерно одинаковое количество в российских и американских источниках). Для исследуемых политических текстов характерно тематическое единство, связанное с проведением предвыборной кампании, процедурой избрания президента и инаугурацией глав государств в Соединенных Штатах и России. Рассматриваемые тексты объединяет агитационно-политическая направленность, т.к. они ориентированы

на широкие слои граждан (массового читателя). В связи с этим, предпочтение отдавалось американским и российским СМИ, имеющим высокий тираж (Известия, Комсомольская правда, Московская правда, Правда, Российские вести, Российская газета, Труд, Businessweek, Newsweek, The New York Times, Time, U.S. News & World Report).

**Целью** настоящей диссертации является сопоставительное когнитивное исследование (выявление, описание фреймово-слотовой структуры, систематизация, классификация, контекстуальный анализ, дискурсивный анализ, лингвокультурологическое описание) ведущих метафорических моделей в ситуации выборов президента США и России.

Постановка данной цели вызывает необходимость решения следующих **задач**:

- уточнение теоретических основ и методов исследования политической метафоры;
- выявление и систематизация концептуальных метафор в текстах, тематически связанных с выборами президентов США и России (2000 г.);
- выделение, сопоставительное описание и классификация доминантных метафорических моделей в российском и американском агитационно-политическом дискурсе;
- анализ особенностей использования ведущих метафорических моделей в президентских кампаниях 2000 года в Соединенных Штатах и Российской Федерации как фактора, отражающего универсальный способ осмысления сферы политики и специфику репрезентации национальной политической картины мира.

**Методология** настоящего исследования сложилась под воздействием теории метафорического моделирования, возникшей в Соединенных Штатах Америки (М. Блэк, М. Джонсон, Ф. Джонсон-Лэрд, Дж. Лакофф, А. МакКормак, Ж. Фоконье и др.) и успешно развиваемой отечественными филологами (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, И.М. Кобозева, Е.С. Кубряко-

ва, С.Л. Мишланова, Т.Г. Скребцова, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др.). Представленная работа также опирается на идеи и понятия, разработанные в рамках отечественной теории регулярной многозначности (Ю.Д. Апресян, Н.В. Багичева, Л.А. Новиков, И.А. Стернин, А.П. Чудинов, Д.Н. Шмелев и др.) и иные достижения лингвистики, связанные с изучением регулярности семантических преобразований (О.П. Ермакова, Е.А. Земская, Н.А. Илюхина, Н.А. Кузьмина, Г.Н. Складарская, Е.И. Шейгал и др.).

Многоаспектное изучение проблемы обусловило выбор разнообразных методов исследования. В работе применяются **методы** современной антропоцентрической и системоцентрической семантики: когнитивно-дискурсивный анализ, моделирование, классификация, контекстуальный анализ, сопоставительный анализ с учетом лингвокультурной парадигмы и национальных особенностей соответствующих языков и культур.

**Теоретическая значимость** диссертации заключается в сопоставительном когнитивном исследовании метафорического моделирования в агитационно-политическом дискурсе, в выявлении взаимосвязи между политической ситуацией и метафорической репрезентацией политической реальности (национальной политической картины мира), а также в развитии методики сопоставительного изучения метафор. Материалы диссертации могут быть использованы в дальнейших теоретических исследованиях по проблемам общей теории метафорического моделирования и метафорического моделирования отдельного политического события, а также при сопоставительном исследовании лингвокультурных особенностей политических картин мира.

**Научная новизна** диссертации заключается в сопоставительном комплексном описании доминантных метафорических моделей, актуализированных в ситуации выборов главы государства (2000 г.) в США и России. В работе выявлены универсальные концептуальные метафоры, свидетельствующие об общих тенденциях в развитии политического дискурса двух

стран (интердискурса), а также проведен анализ метафорических моделей, отражающих национальную специфику и воздействие политической ситуации на политическую метафору в нарративе «Выборы президента (2000 г.)» в США и России.

**Практическая значимость** исследования связана с возможностями использования ее материалов в двуязычной лексикографической практике (при подготовке словаря политической метафоры), в практике преподавания иностранного языка, при подготовке специалистов по теории перевода и переводоведения, политологии, межкультурной коммуникации. Материалы исследования могут быть использованы в элективных курсах «Политическая лингвистика», «Политическая метафора», а также при написании студентами-лингвистами курсовых и дипломных работ.

**Апробация** материалов исследования. Основные положения диссертации обсуждались на заседании кафедры риторики и культуры речи Уральского государственного педагогического университета. Материалы диссертационного исследования использовались в практике преподавания элективного курса «Политическая лингвистика» студентам Уральского гуманитарного института.

Основные теоретические положения излагались автором на региональных и общероссийских конференциях в Екатеринбурге (2001-2003), Ижевске (2001), Соликамске (2002), Воронеже (2002). По теме диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Каслова А.А. Метафорический образ президента в агитационно-политическом дискурсе США и России // Риторика и лингвокультурология: теория и практика преподавания. Тезисы конференции-семинара 3 – 4 октября 2001 г. / Уральский гос. пед. университет. Екатеринбург, 2001. С. 57 – 61;
2. Каслова А.А. Метафорическое моделирование президентских выборов 2000 года // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лин-

- гвистические чтения – 2002: Материалы ежегодной региональной конференции, Екатеринбург, 1 –2 февраля 2002 г. № 15. С. 55 – 56;
3. Каслова А.А. Монархическая метафора в дискурсе российских президентских выборов // Лингвистические и эстетические аспекты анализа текста и речи: Сборник статей Всероссийской (с международным участием) научной конференции. В трех томах. Том 2. Соликамск, 2002. С. 253 – 257;
  4. Каслова А.А. Спортивная метафора в дискурсе президентских выборов 2000 года США и России // *Linguistica Juvenis*: Сборник научных трудов молодых ученых. Екатеринбург, 2002. С. 14 – 22;
  5. Каслова А.А. Развертывание военной метафоры в тексте // Язык. Система. Личность. Языковая картина мира и ее метафорическое моделирование: Материалы докладов и сообщений Всероссийской научной конференции 25 –26 апреля 2002 года / Уральский гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2002. С. 57 – 60;
  6. Каслова А.А. Концептуальная метафора в российских и американских текстах, посвященных выборам президента // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2002. Т.8. С. 24 – 33;
  7. Каслова А.А. Пересекаемость метафорических моделей в текстах предвыборной агитации США (на примере концептуальной метафоры «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА») // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения – 2002: Материалы ежегодной региональной конференции, Екатеринбург, 3 – 4 февраля 2003 г. № 16. С. 64;
  8. Каслова А.А. Концептуальная метафора «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР» в российском и американском политическом дискурсе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. Т.9. С. 5 – 17;

9. Каслова А.А. Метафорическая репрезентация культуры политического поведения (на материале текстов предвыборной агитации 2000 года в США) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. Т.10. С. 5 – 10;
10. Каслова А.А. Финансовая метафора в российском и американском агитационно-политическом дискурсе // Современная политическая лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. С. 64 – 66.

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Концептуальная метафора в российских и американских текстах, связанных с выборами президента, является важнейшим средством не только концептуализации, категоризации и оценки действительности, но и способом воздействия на сознание избирателей.

2. Сопоставительный анализ метафорического словоупотребления в агитационно-политическом дискурсе США и России позволил выделить доминантные модели универсального характера, к числу которых относятся ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ (ИГРА), ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ).

3. Состав универсальных метафорических моделей, функционирующих в российских и американских текстах предвыборной агитации, достаточно однороден. На уровне фреймово-слотовой структуры обнаруживаются относительно небольшие различия, обусловленные спецификой национальных языков и некоторыми дискурсивными факторами.

4. Исследование политической метафорики в агитационно-политических текстах периода президентских выборов в США и РФ позволяет выявить метафорические модели, особенно ярко отражающие культурные традиции и национальный менталитет носителей языка. К числу метафорических моделей, обладающих значительной лингвокультурной

спецификой, относятся ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КОРОНАЦИЯ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ является базисной для носителей русского языка, тогда как в США подобные метафоры активизируются лишь в периоды обострения противоречий и конфликтов.

**Композиция** диссертации определяется ее задачами и отражает основные этапы и логику развития исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического раздела, списка словарей и справочников.

**В первой главе** диссертации дается описание политологических характеристик института Президентства, политических партий и системы выборов главы государства в США и РФ, выявляется специфика избирательных кампаний по выбору президента в Соединенных Штатах и России, в следующих параграфах в соответствии с представлениями когнитивной лингвистики, рассматриваются понятия метафоры, метафорической модели, определяется методика сопоставительного описания метафорических моделей, характеризуются особенности политического нарратива.

**Во второй главе** произведен сопоставительный анализ базисных (универсальных) метафорических моделей в нарративах «Выборы президента (2000 г.)» США и России.

**Третья глава** посвящена выявлению (описанию, классификации) метафорических моделей, наиболее ярко отражающих специфику национального политического дискурса.

**В заключении** делаются основные выводы по проведенному исследованию, намечаются перспективы дальнейшего сопоставительного исследования когнитивной метафоры в российском и американском агитационно-политическом дискурсе.

## **Глава 1. Теоретические основы сопоставительного исследования метафорического моделирования выборов президента в США и России**

Коренные социальные и политические изменения, произошедшие в России в последние десятилетия XX века, стали причиной разнообразных общественных преобразований. Смена политического строя в нашей стране обусловила появление не существовавших ранее институтов власти, а также оказала влияние на переосмысление гражданами политических и социальных реалий. Новая экстралингвистическая информация требует, наряду с пониманием и оценкой, языкового оформления и филологической интерпретации.

Современные СМИ «чутко» реагируют на все инновационные процессы в обществе, социальные перемены не только в содержательном, но и языковом плане. Любой публицистический текст содержит, с одной стороны, комплекс идей, присущих автору, его взгляд на описываемые явления, интерпретацию политической ситуации, с другой стороны, определенный набор языковых средств, используемым создателем текста для языкового оформления своих позиций. Свобода слова сыграла двойственную роль в развитии языка современных газет. Можно отметить раскрепощенность, раскованность в выражении мысли, «отказ от показухи и лицемерия, от казенного бюрократизма и безликости» (Е.А. Земская, 1996, с. 23). Но следствием беспредельной свободы слова, эскалации экспрессивности, по мнению исследователей языка газетной публицистики, явились фамильярная развязанность тона, резкость, противоречивость, доходящие до грубости, агрессивности, безвкусия (А.О. Алтунян, Е.А. Земская, В.Г. Костомаров, Культура парламентской речи, Русский язык конца XX века, Е.И. Шейгал и др.).

Язык политики выступает в роли связующего звена между обществом и властью. Выражая разнообразные установки и идеи, язык является инструментом, с помощью которого граждане пытаются понять и интерпретировать политическую действительность, а также служит средством поддержания необходимого информационного уровня в масштабах всей страны. Показательно, что «политика – это система человеческих отношений, осуществляемых во многом с помощью языка. ... Именно изучение языка призвано выявить содержание мифов, иллюзий, стереотипов и в более широком смысле – всего комплекса вопросов» (К.С. Гаджиев, 1994, с. 57). Таким образом, язык представляется как часть мира политического, значимость которого сложно переоценить, анализируя разнообразные политические события. И наоборот, исследования языка политики не могут производиться дистанцированно от основных политических процессов, регулирующих жизнь современного общества. В связи с этим, описание моделей политической метафоры, отражающих способ осмысления и репрезентации политической реальности, представляется перспективным и актуальным.

Основная задача данной главы - определение теоретической базы как основы для сопоставительного анализа метафорического словоупотребления в российском и американском политическом дискурсе. В связи с этим, настоящий раздел диссертации включает изложение политологических основ исследования выборов главы государства, специфики президентских кампаний 2000 года в США и России, рассмотрение теории концептуальной метафоры и закономерностей метафорического моделирования, определение понятия *политический нарратив*, описание основных характеристик политического нарратива. Особого внимания заслуживают проблемы типологии и классификации метафорических моделей, а также методика сопоставительного анализа в политическом дискурсе двух стран.

### **1.1. Политологические основы исследования метафорического моделирования президентских выборов в США и России**

Среди социальных сфер, структурирующих и регулирующих общественное развитие, исследователи практически единодушно приписывают главенствующие позиции политическому миру. «Политическая система – это основная форма организации политической, да и всех других сфер жизни современного общества» (Д.П. Зеркин, 1996, с. 111). Центр мира политического, в свою очередь, составляют государство, власть и властные отношения. Данные категории тесно взаимосвязаны между собой, т. к. в развитых странах власть легализована и именно государство, в рассматриваемом нами случае в лице президента и политических институтов, является носителем политической власти (К.С. Гаджиев, Д.П. Зеркин, А.В. Малько, М. Kronenwetter, A. Ware и др.). И в Соединенных Штатах Америки и в Российской Федерации именно президент должен осуществлять управление на основе строгого соблюдения установленных норм и законов.

Политические партии и организации, механизмы избирательного процесса относятся к числу структурных компонентов, обеспечивающих связь между гражданским обществом и сферой политики, на них основывается взаимодействие любого члена социума и органов государственной власти.

Организация верховной власти страны, а также порядок формирования ее органов и взаимоотношение с населением во многом определяется формой государственного правления, которая в зависимости от положения главы государства может быть монархией или республикой. Соединенные Штаты Америки, основанные Конституцией 1787г., избрали республиканскую форму правления, наиболее значимыми характеристиками которой являются: выборность власти, выборность на определенный срок, зависимость от воли избирателей. Высшие государственные органы, делегируе-

мые народом и действующие от его имени, осуществляют руководство государством.

В США закреплена президентская форма правления (президентская республика). Речь идет о конституционном режиме, при котором президент одновременно является главой государства и главой правительства. Президентская республика предусматривает избрание главы исполнительной власти всеми гражданами страны на всеобщих выборах.

Президент Соединенных Штатов Америки избирается на четыре года в первый вторник после первого понедельника в ноябре каждого високосного года. Глава государства приступает к своим полномочиям 20 января. Вступление американского президента в должность начинается с церемонии инаугурации, традиционно проводимой у подножья Капитолия, где будущий глава правительства публично дает клятву.

В соответствии с Конституцией Соединенных Штатов президент может избираться лишь на два срока правления, то есть на 8 лет. На пост главы государства имеют право выдвигать свои кандидатуры только граждане США, достигшие тридцатипятилетнего возраста или люди, прожившие на территории Соединенных Штатов в течение 14 лет.

Основной задачей главы государства после выборов является формирование правительства, которое способно принять и претворить его политическую программу в жизнь. На подбор кандидатур президент США имеет около трех месяцев после своего избрания. Будучи главой исполнительной власти, президент уполномочен назначить не более 650 высших служащих государственного аппарата (правда, на ряд ключевых постов кандидаты утверждаются законодательным собранием), а также судей Верховного суда, послов, но только с согласия Сената.

В отличие от парламентской формы правления, когда правительство назначается парламентом и им же может быть отозвано, американский Конгресс не имеет таких полномочий в обычных обстоятельствах, т. е. он

не может свергнуть президента из-за переменившегося большинства в Конгрессе или расхождения политических мнений. Представительный орган может подать жалобу на главу государства и последний, в свою очередь, имеет право 2/3 голосов лишить его президентского поста, но только в том случае, если первое лицо страны обвиняется в преступлении. И, наоборот, президент США не обладает полномочиями по роспуску Конгресса и назначению новых выборов. У главы государства Соединенных Штатов есть право налагать вето на законодательные решения Конгресса, которое может быть отменено 2/3 голосов. Из сказанного следует, что Президент и Конгресс, обладая широкими полномочиями, имеют право взаимного контроля.

Для современной политической системы США характерна высокая степень «дифференциации функций ее институтов и уровней управления. В основу политической системы был положен принцип разделения властей» (Политическая культура: теория и национальные модели, 1994, с. 231). Данный механизм, пронизывающий американскую политическую систему получил название системы «сдержек и противовесов» (system of checks and balances).

Американская политическая система в целом представляет собой предмет гордости граждан «Нового света». В связи с этим вполне объяснимым кажется пристальное внимание общественности к ключевой фигуре на политическом олимпе США. Успех, популярность американского президента во многом зависит от его имиджа, роли, которую он берет на себя (Э.Я. Баталов 1990, M.L. Geis, 1987). Иными словами, наряду с быстротой реакции, гибкостью, решительностью и твердостью, компетентностью по широкому кругу вопросов и набором высоких нравственных качеств (Политическая культура, 1994) (именно это американцы ценят в своем президенте) глава государства должен соответствовать тому образу, который он

изначально выбрал для себя. Граждане США симпатизируют такого рода политикам.

Далее мы рассмотрим функции и прерогативы Президента Российской Федерации, возглавляющего систему государственной власти нашей страны.

Институт Президентства - относительно новое явление в политической системе РФ. После падения коммунистического режима Россия избрала для себя в качестве основополагающего демократический политический строй, что стало причиной принятия новой Конституции, появления института Президентства, а также системы выборов (выборности власти). Считается, что основные «атрибуты» демократии в нашей стране испытывают большое влияние дореволюционной политики в России, пятой республики во Франции и США, принимая, однако, специфический характер (А. Cohen, 2000).

Главой государства Российской Федерации является Президент, который избирается всенародным прямым голосованием сроком на четыре года и может быть переизбран не более одного раза. Свою кандидатуру на пост главы государства имеет право выдвинуть гражданин Российской Федерации, достигший возраста 35 лет и проживший на территории нашей страны в течение 10 лет.

Как только глава государства РФ вступает в должность, ему необходимо сформировать правительство. С согласия Государственной думы президент назначает председателя правительства и заместителей председателя правительства, а также федеральных министров, руководителей министерств и ведомств и комитетов. Президент России имеет право распустить Государственную Думу в случае трехкратного отклонения кандидатуры на должность Председателя правительства. Глава государства может принять решение об отставке Правительства, но только с согласия нижней палаты.

Являясь высшим должностным лицом, глава Российской Федерации наделен множеством полномочий в различных сферах государственной власти.

- Полномочия в области государственного управления заключаются в руководстве деятельностью правительства, а также в праве председательствовать на его заседаниях. Президент руководит деятельностью госаппарата.

- Полномочия в сфере законодательной деятельности. Активное участие президента в законодательном процессе обусловлено его правом законодательной инициативы и полномочиями издания нормативных актов (указов, распоряжений и пр.). Помимо этого глава России обязан рассматривать каждый закон, принятый Федеральным собранием, и либо подписать его, либо вернуть в Парламент в двухнедельный срок со своими возражениями и поправками.

- Внешнеполитические и представительские полномочия. Президент РФ представляет страну за рубежом и участвует в подписании международных договоров и соглашений.

- Чрезвычайные полномочия. Возглавляя Совет Безопасности России, Президент утверждает военную доктрину, имеет право объявить чрезвычайное положение и использовать вооруженные силы за пределами страны с согласия Совета Федераций.

- Судебные полномочия. Президент обязан назначать судей федеральных судов.

Несмотря на наличие множества полномочий, Президент не является единственным и абсолютным носителем власти в России. Так, высшим законодательным органом нашей страны является Федеральное собрание, состоящее из Государственной Думы и Совета Федераций (ст. 94 Конституция РФ). Исполнительная власть осуществляется Правительством РФ, которое включает Председателя, его заместителей, федеральных Минист-

ров. Таким образом, очевидно, что в России, как и в любом демократическом обществе, не президент, а именно государство – «главный инструмент реализации власти» (К.С. Гаджиев, 1994, с. 100).

Исследователи политической культуры нашей страны обращают внимание на особую роль «вождизма» в жизни России, который предполагает признание гражданами власти, носящей в той или иной степени сакральный характер. «Главная функция первого лица, Лидера (царя, генсека, президента) – исполнение роли верховного арбитра, гаранта законности и порядка, и его власть обосновывается не рациональными логическими доводами, не победой в партийной борьбе, а наличием некой харизмы и стремлением к некому идеологически мотивированному идеалу» (Политическая культура, 1994, с. 322). Из сказанного следует, исторически-обусловленная авторитарно-монархическая психология населения нашей страны проявляется даже в условиях существования демократических институтов власти. Следовательно, демократический путь развития, который избрала современная Россия, носит, скорее, «имплантированный» характер, хотя и испытывает огромное влияние запада.

Таким образом, демократический строй США и России характеризуется наличием института Президентства. Главы государств обеих стран наделены множеством полномочий в законодательной, исполнительной, судебной, внешнеполитической и других сферах. Деятельность глав государств США и России ограничена Конституцией или функциями других ветвей власти в этих странах. В США такая система называется системой сдержек и противовесов. Для американского общества большое значение имеет личность президента - носителя высоких нравственных качеств, а также избранный им имидж. Граждане России отдают предпочтение сильной личности, являющейся в их представлении гарантом порядка в стране. Российское общество находится под влиянием харизмы главы государства, олицетворяющей для них власть.

Основной элемент легитимации власти, показатель существования демократии в обществе - выборность главы государства. Выборы начинаются с выдвижения кандидатов от различных партий. Этот процесс не является раз и навсегда установленным и зачастую может варьироваться, т.к. данная процедура не прописана в Конституции США.

Процесс избрания Президента США проходит в три этапа:

- предварительные выборы, праймериз (primaries),
- всеобщие выборы (general elections),
- подсчет голосов коллегией выборщиков (electoral college).

Праймериз представляют собой внутрипартийные выборы, где определяются кандидаты, которые будут представлять партию на всеобщих выборах. Процедура избрания представителя от партии может быть прямой (избиратели подают голоса непосредственно за самих кандидатов) или опосредованной (избираются делегаты, обязанные поддержать определенных кандидатов,) в зависимости от законодательства штата.

Существует мнение, что наиболее вероятные претенденты от партий, которые будут баллотироваться на всеобщие выборы, становятся известными за несколько месяцев до съездов, где выдвигаются кандидатуры. Это приводит к отсутствию интриги на партийных съездах, которые «превратились в гигантские пропагандистские митинги, дающие стартовую отмашку их президентским кампаниям» (Выборы 2000г. в Соединенных Штатах, 2001, с. 12).

Всеобщие выборы считаются днем, когда американцы отправляются голосовать за кандидата, который, по их мнению, является самым достойным, чтобы возглавить страну. Исследователи электорального поведения США отмечают очень низкий процент участия избирателей во всеобщих выборах (Э.Я. Баталов, 1990). Абсентизм представляет собой устойчивое явление, традицию, сформировавшуюся стихийно, но составляющую важный элемент политической культуры в Соединенных Штатах.

Коллегия выборщиков – последняя инстанция, решающая судьбу будущего президента страны. Так называемые «выборщики» заседают и официально голосуют за президента и вице президента в первый понедельник после второй среды декабря в год выборов. Победитель всенародного голосования обычно получает большинство голосов на коллегии. Таким образом, выборщики «закрепляют видимое большинство, полученное кандидатом-победителем, и придают народному волеизъявлению легитимность» (Выборы 2000 г. В Соединенных Штатах, 2001, с. 6). Общее количество выборщиков 538, поэтому для победы необходимо набрать не менее 270 голосов.

Итак, существующий в Соединенных Штатах классический вариант двухпартийной системы свидетельствует о доминантной роли Республиканской и Демократической партий, а также обуславливает их гомогенность. Персонифицированный характер политики США приводит к тому, что снижается роль партий, их политических платформ и установок. На первый план выходит личность политика, лидера, олицетворяющего партийные стремления и защищающего ее интересы. Выборы президента – сложный, многоэтапный процесс, представляющий собой легитимный способ передачи власти.

Жесткости американского бипартизма противопоставлена гибкость многопартийной системы Российской Федерации, являющейся основой конституционного строя нашей страны (ч. 2, ст.13 Конституции РФ). Это обуславливает существование идеологического плюрализма, равноправие различных партий и партийных программ.

Конституционно-правовой институт выборов Российской Федерации отличается демократическим содержанием и соответствует международно-правовым стандартам. Выборы Президента РФ проводятся по единому федеральному округу (на всей территории страны). Для участия в выборах главы государства необходимо набрать не менее 1 миллиона подписей в

поддержку кандидата, причем недопустимо, чтобы на один субъект РФ приходилось более 7% подписей от их общего числа. После регистрации кандидатов начинается предвыборная агитация, которая заканчивается в ноль часов за сутки до голосования.

Выборы президента РФ представляют собой разновидность мажоритарной системы (мажоритарная система абсолютного большинства). Такая избирательная система означает, что для победы на выборах необходимо набрать 50% плюс один голос и более. В случае если никто из кандидатов не смог обеспечить себе поддержку большей половины избирателей в первом туре, то не позднее чем через 15 дней после подсчета голосов назначается второй тур, в котором борьбу продолжают два кандидата, набравшие наибольшее количество голосов в первом туре.

В задачи любого кандидата в президенты входит создание продуманной предвыборной программы (платформы), которая помогла бы ему привлечь на свою сторону бы часть населения страны. Участие в предвыборной агитации требует от любого претендента на пост главы государства владения определенным политическим артистизмом, а именно, ораторским искусством, умением вести полемику, подать себя аудитории, что способствует завоеванию симпатий разных групп избирателей.

Для современного российского электората свойственно «голосование сердцем», являющееся ведущим мотивационным фактором при выборе президента. «Электоральное поведение, основу которого составляет экспрессия, становится формой выражения «идеологической идентификации» с тем из кандидатов, чья идеология наиболее адекватна представлениям самого избирателя о наилучшем устройстве общества» (Выборы в механизме народовластия в Российской Федерации, 2000, с. 61). Вместе с тем отмечается, что российский избиратель проявляет поверхностность при голосовании. «Все это говорит о необычайной внушаемости населения России, эластичности его сознания, падкости на лживые обещания ложных

пророков» (Политическая культура, 1994, с. 339). Несостоятельность взглядов основной массы граждан РФ связана, в первую очередь, со сложной внутривнутриполитической ситуацией и многочисленными проблемами, с которыми приходится сталкиваться рядовому россиянину в современном обществе. Нестабильность в сфере политики вряд ли способствует формированию у населения нашей страны политических взглядов и позиций. Россияне подвержены влиянию авторитета какого-либо популярного субъекта политики, руководствуясь не столько своими политическими пристрастиями, сколько харизматическими качествами лидера.

В последнее время прослеживается тенденция к снижению активности избирателей. Причина абсентизма электората связана с отчуждением значительной части населения от политики, возрастанием недоверия к общественно-политическим институтам, организациям, на которых базируется взаимоотношение рядовых граждан и власти.

Предписанные конституцией страны механизмы проведения избирательной кампании в целом регулируют процесс выборности власти в США и России, т. к. он обязательно должен происходить в соответствии с законодательными нормами. Но любая предвыборная кампания имеет свои особенности, обусловленные влиянием внешних факторов, политической ситуацией в стране, поведением участников президентской гонки. Специфические дискурсивные факторы способны оказать влияние на осмысление и языковую репрезентацию исследуемого политического события. В связи с этим, нами предпринята попытка описания общих признаков и отличительных черт кампаний по выборам президента в Соединенных Штатах и Российской Федерации.

Процесс избрания президента США (2000 г.) явился важным политическим событием в жизни страны, поэтому вызвал большой интерес у электората и выявил жесткую борьбу между представителями доминирующих партий. Основную борьбу за главный пост страны вели дейст-

вующий вице-президент Альберт Гор (Демократическая партия) и губернатор штата Техас Джордж Буш младший (Республиканская партия), которые одержали победу на внутрипартийных выборах, соответственно, над сенатором Биллом Брэдли из Нью-Джерси и сенатором Джоном Маккейном из Аризоны. Действующий на время предвыборной кампании президент Билл Клинтон не принимал прямого участия в президентской гонке, хотя активно поддерживал кандидата от партии демократов А. Гора. Отличительной чертой предвыборной кампании США 2000 года можно считать подведение итогов гонки, когда выяснилось, что в г. Палм Бич (шт. Флорида) около 19 000 избирательных бюллетеней оказались недействительными, т. к. были дважды «прокомпостированы». В ходе избирательной кампании основные кандидаты на первый пост страны имели примерно одинаковый рейтинг, поэтому при решении судьбы первого президента нового тысячелетия имел значение каждый голос. Итоги выборов оспаривались в суде представителями Демократической партии, но это не принесло им успеха. Президентом страны стал Джордж Буш младший.

Специфика избирательной кампании США (2000) оказала существенное влияние на языковое представление исследуемого нами политического события (см. гл. II, III).

Российская президентская кампания выявила широкий круг разносторонних политических взглядов и интересов. На пост главы государства выдвинули кандидатуры следующие претенденты: С. Говорухин, В. Жириновский, Г. Зюганов, Э. Панфилова, М. Подберезкин, В. Путин, Е. Савостьянов, Ю. Скуратов, К. Титов, А. Тулеев, Г. Явлинский. Основными кандидатами считались и. о. президента В. Путин и представитель коммунистической партии РФ, традиционно составляющий оппозицию демократическим силам, Г. Зюганов. Первый президент РФ Б. Ельцин, объявивший о своей отставке 31 декабря 1999 года, не баллотировался на новый срок.

Прошедшие 26 марта 2000 года выборы президента РФ выявили явное преимущество В. Путина перед другими кандидатами, что позволило ему занять пост президента. Тройка победителей выглядела следующим образом: В. Путин – 52, 94 %, Г. Зюганов – 29, 21%, Г. Явлинский – 5, 84 % (КП, 6.04.00). В отличие от американской избирательной кампании в нашей стране разрыв в голосах был достаточно существенным, в связи с этим, удалось избежать второго тура голосования и вступить в должность вновь избранному главе государства в мае 2000 года.

Выборы главы государства - «пик» политической активности, в связи с этим, избирательная кампания характеризуется активизацией языковых средств, используемых для ее репрезентации. В некоторых публикациях отмечается, что период выборов совпадает со своего рода «пиком» политической агрессивности, поскольку каждый из субъектов политики, принимающий участие в президентской гонке, склонен к бескомпромиссности, умалению достоинств своих политических оппонентов, дискредитации их политических взглядов и понижению политического статуса (Д.В. Ольшанский, 2001, Л.П. Гозман, Е.Б. Шестопап 1996, Е.И. Шейгал, 2000). Стандартный вариант проведения предвыборной кампании в США предполагает рассказ кандидатов о себе и о решении наиболее важных проблем, а также антирекламу противника (Г.Г. Почепцов, 2000, с. 232). Политические оппоненты проводят четкую границу между «своими» и «чужими», причем, характеризуя последних (в основном с негативной точки зрения), участники электорального процесса обязательно акцентируют внимание на слабых местах их политической программы.

Как отмечает Е.И. Шейгал, речевая агрессия в агитационно-политическом дискурсе связана с попыткой представить политического противника как «чужого», что по наблюдению Е.В. Бакумовой, представляет собой характерную черту американских политических портретов (Е.В. Бакумова, 2002, с. 158). Уничижительная репрезентация значимости

конкурента в политической борьбе, а также желание подорвать к нему доверие, обуславливают употребление бранных инвектив (Е.И. Шейгал, 2000, с. 131-133).

Одним из средств реализации вербальной агрессии может служить метафора, обладающая экспрессивностью, способностью воздействовать на коммуникантов, вызывать яркий «пучок» ассоциаций и коннотаций. В диссертационном исследовании А.Б. Ряпосовой (2002) представлен подробный анализ метафорических моделей, которые, по мнению автора, несут наиболее сильный агрессивный прагматический потенциал в политическом нарративе «Российские федеральные выборы (1999 – 2000 гг.)». К ним относятся милитарная, криминальная, зооморфная метафоры по сфере-источнику. Метафорические словоупотребления «с референциальными образами животной агрессии, мимики, гнева» выполняют функцию эскалации эмоций (Н. Клочко, 2002, с. 94). Не меньшей эмотивной нагруженностью обладает метафорика, представляющая политические реалии в концептах войны или криминала.

В период президентских выборов 2000 года в России метафоры с исходными понятийными сферами «война», «преступность», «животный мир» демонстрируют высокий потенциал выражения вербальной агрессии, т. к. содержат инвективы, пейоративную оценку субъектов политического процесса, репрезентируют деятельность политиков как физическую агрессию. Ср.:

*Григорий Явлинский пустил в обиход новое слово – «кожиседы». Из лагеря большинства тут же прозвучал яркий и адекватный ответ – «пиявки» - производное от Примакова, Явлинского, Кириенко (С. Благодаров / КП, 17.02.00). В отличие от Ельцина, который как «политическое животное» следовал инстинкту власти, Путин – человек, значит, будет ошибаться (А. Баранов / Правда, 26/27.01.00). Демпресса уже открыто «наезжает» на Путина, а СПС выдвинул свою кандидатуру – Титова (А. Салуцкий / МП, 29.01.00). Но на главные роли в политборьбе были брошены черный пиар, информационная «мочиловка» в аналитических политических программах и теледебаты глав движений и партий (А. Архангельский, О. Кабанова / Известия, 16.03.00).*

*Но это не значит, что он (Путин) будет «отстреливать» засевших ельцинистов и выводить из-под удара путинцев (А. Гамов / КП, 30.11.01). Не вдаваясь в причины такого положения, которое требует самостоятельного анализа, нелишне все же обновить в памяти, какие свирепые драки за право представлять «Отечество» на местах шли в свое время между функционерами различных политических сил (А. Салуцкий / МП, 31.03.00).*

Негативным прагматическим потенциалом обладает метафорически употребленная лексика словообразовательного гнезда «грязный», широко используемая в текстах предвыборной агитации для описания деятельности участников избирательной кампании, а также самого избирательного процесса. Ср.:

*Хотя эта идея на первый взгляд кажется спорной, в действительности не существует принципиальных препятствий для ее реализации – ведь личные отношения Путина и Лужкова не смогла испортить даже грязная предвыборная кампания (А. Салуцкий / МП, 29.01.00). Жаль, конечно, что за те идеи, что сегодня приносят премьеру дополнительные баллы, меня десять лет назад смешивали с грязью (В. Жириновский / РГ, 18.03.00). Теперь я понимаю, что Ельцин, был всего лишь ширмой, за которой, творили грязные дела его сподвижники (Ю. Скуратов / РГ, 16.03.00).*

Для усиления пейоративной окраски, репрезентация действий политиков, нацеленных на критику конкурентов, умаление их авторитета, вводятся метафоры *нечистоты, помои*, способные оказать эмотивное воздействие на адресата и, как следствие, подрвать его доверие к власти. Ср.:

*Нынешняя избирательная кампания была достаточно вялой – ни особого разгара страстей, ни залпового выброса нечистот не наблюдалось (М. Соколов / Известия, 28.03.00). Партии и их выдвигенцы лили друг на друга помои, из кожи вон лезли, пытаясь произвести впечатление: критиковали программы противников, участвовали в сомнительных шоу (М. Малюкова / РГ, 28.04.00).*

Жесткая конкуренция, характерная для политической борьбы в рамках президентской кампании 2000 года в США, также оказала влияние на активизацию метафорических словоупотреблений с негативным агрессивным прагматическим потенциалом. Коннотативно нагруженная милитарная метафорика проявляет высокую продуктивность в публицистических

текстах, освещающих выборы главы государства в Соединенных Штатах. Иногда метафора войны переходит в метафору драки или полицейскую метафору. В этом случае деятельность кандидатов в президенты расценивается как цепь ударов, нападений и атак или как убийство. Ср.:

*But the race between George Bush and Al Gore at times did have the feel of a death struggle (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Но состязание Джорджа Буша и Альберта Гора время от времени действительно напоминало смертельную схватку.] If on Monday McCain was killed by a friend, on Tuesday it was his turn to kill one (N. Gibbs, K. Tumulty / Time, 9.04.01). [Если в понедельник Маккейн был убит одним из друзей, то во вторник настал его черед убивать.]*

Усиление негативного потенциала достигается посредством введения в контекст гонки концептов *blood* (кровь) и/или *mud* (грязь). Ср.:

*Mr. Bush is the more bloodied and muddied of the two (J. Carney / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Из двоих (кандидатов) Буш сильнее выпачкан кровью и грязью.] In the down-and-dirty struggle for the PR high ground, the Democrats seemed to be taking their cue from Al Gore himself (E. Thomas, M. Isikoff / Newsweek, 27.11.00). [В унижительной и грязной борьбе за высокий общественный рейтинг демократы, казалось, собирались воспользоваться предложением самого Альберта Гора.] You bleed to death slowly in politics. (J.E. White / Time, 28.05.01) [В политике вы медленно истекаете кровью.]*

Репрезентация политических событий, связанных с вступлением главы государства в должность, может быть основана на системном переносе оценочных коннотаций и смысловой нагрузки из источниковой сферой «смерть» на сферу политики. Ср.:

*There was just so much to see: Jim Baker, the smiling Florida gravedigger, greeting Al Gore, the man buried alive, Jimmy Carter with Colin Powell, who had brought his own camera... (N. Gibbs / Time, 29.01.01). [Там было на что посмотреть: Джим Бейкер улыбающийся могильщик из Флориды, приветствующий похороненного заживо Альберта Гора, Джимми Картер с Колином Пауэлом, захватившим с собой камеру...] The vice president was at the head of what looked like his own political funeral procession... (H. Fineman / Newsweek, 20.11.00). [Казалось, что вице-президент ехал во главе своей собственной политической похоронной процессии....]*

Традиционно концепт «смерть» связан в сознании коммуникантов с окончанием жизни, трагедией, скорбью, утратой. Резерв отрицательной экспрессивности проявляется особенно ярко в метафорике, представляющей деятельность кандидатов в президенты как окончание жизни, похоронную процессию и характеризует обстановку как неблагоприятную.

Следует отметить, что для американского политического дискурса тематическое поле «преступность» в настоящее время не является актуализированным, чем обусловлена непродуктивность (не востребованность) криминальной метафоры в отличие от российских публицистических текстов. Возможно, этот факт напрямую отражает тенденцию, на которую обращает внимание М.Р. Желтухина, отмечая стремление политических лидеров в западных лингвокультурах «говорить на «сильном» языке, придерживаясь престижных форм языка...», тогда как «...для русской языковой культуры характерно использование «непрестижного» языка и нарушение... нормы» (2003, с. 101).

Представленный материал свидетельствует, что накал политических страстей, пики политической активности в нарративе «Выборы президента», жесткая конкуренция в борьбе за власть нередко перерастают в вербальную агрессию, универсальным средством реализации которой является политическая метафора. Российский политический дискурс охватывает широкий спектр метафорики, наполненной агрессивным прагматическим потенциалом, к которой мы относим метафоры со сферами-источниками метафорической экспансии «война», «криминал», «животный мир». Американская политическая метафора «менее агрессивна», хотя варианты реализации негативных оценочных смыслов возможны через концепты понятийных сфер «война», «драка», «животный мир», «смерть».

## **1.2 Когнитивное направление в лингвистике как основа для изучения метафорического моделирования президентских выборов**

Оформление когнитивной лингвистики в самостоятельную дисциплину в конце XX века стало крупным событием, получившим в настоящее время большое распространение, как в нашей стране, так и за рубежом (Дж. Лакофф, Ф. Джонсон, Э. Рош, Н.Д. Арутюнова, Е.С. Кубрякова, Е. В. Рахилина, Т.Г. Скребцова). Когнитивная лингвистика является одним из направлений в рамках дисциплин когнитивного цикла, в основе которой лежит переход к глубинному знанию, базирующийся на изучении предметно-познавательной деятельности людей, процессов восприятия, мышления, репрезентированных и систематизированных определенным образом в нашем сознании (ментальных структурах). «Центральная задача когнитивной лингвистики состоит в описании и объяснении языковой способности и/или знаний языка как внутренней когнитивной структуры..., рассматриваемого как система переработки информации... и соотносящая языковую информацию на различных уровнях» (Краткий словарь когнитивных терминов, 1996, с. 53).

В рамках когнитивной лингвистики язык рассматривается как общий когнитивный механизм, когнитивная составляющая той инфраструктуры мозга, которая «отвечает» за языковые проявления человеческого мышления. Именно язык открывает «доступ к ненаблюдаемому когнитивному миру человека, структурам его сознания» (Е.С. Кубрякова, 1994, с. 34). Иными словами, когнитивная лингвистика ставит в центр внимания «те аспекты структуры и функционирования языка, которые связаны с усвоением, обработкой, организацией, хранением и использованием человеком знаний об окружающем мире» (Т.Г. Скребцова, 2000, с.6). Язык рассмат-

ривается не просто как средство выражения готовой мысли, передачи информации, коммуникации, а «становится как бы двойником *homo sapiens*. Он проникает внутрь человека. Он формирует его сознание». (Н.Д. Арутюнова, 2000, с.12).

Одной из ключевых в когнитивной лингвистике является проблема классификации и категоризации окружающей действительности посредством языка. Причем систематизация познавательного процесса должна максимально отражать реально существующие связи и закономерности материального мира в тесной связи с бытием человека, т. е. представлять всю совокупность его социальных, биологических, психических характеристик в деятельностном аспекте. Немаловажным является и то, что язык отражает не сам мир, а когнитивную деятельность человека в нем, классифицирует его опыт. Когнитивистика, расширяя границы лингвистического описания, постулирует непосредственное участие слова в создании и разработке мысли, на которое ложится основная нагрузка упорядочивания элементов окружающей действительности.

В процессе получения и осмысления нового знания, человек выходит за рамки того, что опосредовано его опытом, прибегает к языку образов. Одним из главных средств, с помощью которых происходит концептуализация окружающей действительности, является метафора. Несмотря на многовековую историю изучения метафоры, данное явление продолжает вызывать споры, т. к. не существует однозначной оценки его статуса в системе языка. В основе данного диссертационного исследования лежит подход к пониманию метафоры с позиций когнитивной лингвистики, трактующий ее как когнитивный процесс, ментальную операцию, формирующую новые понятия, без которой невозможна концептуализация бытия человека.

Отправной точкой в изучении метафоры, положившей начало автономному направлению внутри когнитивной лингвистики, стала книга Дж.

Лакоффа и М. Джонсона “Metaphors We Live by” («Метафоры, которыми мы живем»), изданная в 1980 году. Русский перевод этой монографии появился в 1990 году. Американские исследователи выделяют несколько рядов концептуальной метафоры. В основе ориентационных метафор лежат пространственные оппозиции, на которых базируется большинство значимых для человека понятий, например, Good is up (Хороший – это верх), Alive is up (Живой – это верх) и т. д. Онтологические метафоры типа Visual fields are containers (Поле зрения как вместилище) обусловлены осмыслением физической и мыслительной деятельности человека, его эмоционального состояния, происходящих событий как физических существей.

К числу более сложных и интересных в плане осмысления понятий можно отнести структурные метафоры типа ARGUMENT is WAR (СПОР – это ВОЙНА). Посредством подобных метафор происходит квантификация и концептуализация бытия, т. к. они представляют собой высокоструктурированные понятия, как правило, согласованные с базовыми ценностями культуры носителей языка. Авторы теории метафорического моделирования утверждают, что «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь» и проявляется не только в языке, но в мышлении и действии. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» (Дж. Лакофф, М. Джонсон, 1990, с. 387). Американские исследователи обращают особое внимание на тот факт, что систематизация человеческого опыта, деятельности и мышления может эксплицироваться посредством языка. Иными словами, язык выступает источником данных об определенных схемах, в соответствии с которыми мы действуем и думаем. Концептуальная метафора ориентирована на устоявшиеся структуры знаний, т. к. ее сущность «состоит в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода» (там же, с. 389).

Важно отметить, что в основе метафоры лежат не значения слов, а концепты – оперативные содержательные единицы «памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, отраженной в человеческой психике» (Краткий словарь когнитивных терминов, 1996, с. 90). В процессе мышления человек оперирует некоторыми смыслами, отражающими накопленный опыт и знания об окружающей действительности, а также его представление о положении вещей в мире. Все это составляет содержание концепта, одно из основных свойств которого – неизолитованность. Являясь взаимосвязанными единицами мыслительного пространства, концепты, в конечном счете, образуют систему (концептосферу) (Е.В. Рахилина, 2000, А.П. Чудинов, 2001). Концепты структурируют «промежуточный мир» носителя языкового сознания. Репрезентация нашей концептуальной системы происходит в виде языковой картины мира, обусловленной физическим, ментальным и духовным опытом, отчасти универсальным, отчасти национально специфичным. Ю.Д. Апресян, противопоставляя языковую картину мира научной, назвал ее «наивной» (но отнюдь не примитивной), подчеркивая ее донаучный характер. Зафиксированное в языке человеческое восприятие мира представляет «своего рода коллективную философию, которая навязывается в качестве обязательной всем носителю языка» (Ю.Д. Апресян, 1995, с. 38). Из этого следует, что «роль языка состоит не только в передаче сообщения, но в первую очередь во внутренней организации того, что подлежит сообщению» (В.А. Маслова, 2001, с. 65).

Концептуальная метафора играет существенную роль в категоризации и поддержании целостности постоянно развивающейся и изменяющейся языковой картины мира. Это особого рода когнитивный процесс, нацеленный на генерирование нового знания. Концептуальные метафоры охватывают всю сферу человеческого опыта и физического мира (М. Маккормак,

1990), задают целые системы понятий, широко представлены как в обыденном сознании, так и в основе фундаментальных понятий в науке.

Метафора способствует расширению и углублению наших представлений и знаний, не связанных в обыденном сознании референтов. В процессе метафоризации происходит соизмерение разных субстанций, а человек в нем выступает как центральное звено, субъект, пропускающий через себя эти сущности, что в результате помогает ему постичь самого себя. Принцип антропометричности метафоры, сформулированный В.Н. Телия, предполагает «способность помыслить одну сущность как если бы она была подобна другой, а это значит соизмерить их в соответствии с собственно человеческим масштабом знаний и представлений, а вместе с тем с системой национально-культурных ценностей и стереотипов» (В.Н. Телия, 1988, с. 40). Помогая осмыслить то, что трудно для восприятия: абстрактное как конкретное, духовное как материальное (В.Г. Гак, 1988), метафора неизменно направлена на человека, а, следовательно, она помогает ему постичь самого себя.

В настоящее время существует множество исследований, фокусирующих внимание на антропометричности метафорической картины мира, где человек, его организм (здоровый и больной), внутренний мир (чувства, ментальная деятельность), отношения в социуме выступают как метафорическая основа мировидения (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1991, 1994, Т.В. Вершинина, 2002, Е.В. Колотнина, 2002, С.Н. Муране 2002, А.Б. Ряпосова, Ю.Б. Феденева, 1998, 1999, А.П. Чудинов, 2001, 2002, Т.В. Шмелева, 2001 и др.).

Так, А.П. Чудинов, систематизируя содержание основных разрядов русской политической метафоры последнего десятилетия XX века, выделяет четыре типа, которые могут быть представлены следующим образом:

- Человек и Природа (Зооморфная и фитоморфная метафоры);
- Человек и Общество (Социальная метафора);

- Человек и результаты его труда (Артефактная метафора);
- Человек как центр мироздания (Антропоморфная метафора).

Автор подчеркивает, в основе метафоры «лежит концептуализация человеком себя и мира в процессе когнитивной деятельности» (А.П. Чудинов, 2001а, с. 51-52), то есть человек представляет себя мерой всего существующего и, как следствие, создает в сознании антропоцентрический порядок вещей.

В диссертации Н.А. Чес (2000) рассматривается метафорическая концептуализация окружающего мира и человека (на материале текстов современной англоязычной прозы). Автор условно разбивает метафорическую концептуальную картину на две взаимосвязанные части, одна из которых содержит базовые понятия, определяющие бытие человека (окружающий мир, жизнь, смерть, время, разные виды деятельности, интерперсональные отношения), а вторая представляет мир человека (внешность, чувства и эмоции, речевая и мыслительная деятельность). Таким образом, центром в метафорических концептах, структурирующих квазиреальное пространство художественного текста, является человек, его деятельность и связи с окружающим миром. В работе особо подчеркивается взаимообусловленность метафорических концептов, образующих согласованные системы, и в конечном итоге формирующих единое концептуальное представление.

Антропоцентрическая парадигма, занявшая центральное место в современной лингвистике (А. Вежбицка, В.Г. Гак, Е.В. Рахилина, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, В.Н. Телия, Н.В. Уфимцева, А.П. Чудинов), позволяет говорить о том, что человек познает мир, осознавая себя и свою деятельность, т. е. анализируется человек в языке и язык в человеке. Еще В. фон Гумбольдт утверждал, что «языки неразрывно срослись с внутренней природой человека, они в гораздо большей мере самодеятельно прорываются из нее» (В.фон Гумбольдт, 2001, с. 65). Выделив себя из мира вещей

и, в некоторой степени, противопоставив себя всему остальному, личность носителя языка (языковая личность, по Ю.Н. Караулову) стала в центр научных интересов и исследований.

Но любая языковая личность является носителем не только персональных приоритетов в иерархии ценностей, это также носитель культуры целого народа, которая не может не проявляться в языке, овнешняя накопленный веками опыт, традиции, образ мышления, специфику национально-го сознания. Невозможно представить себе язык отдельно от его носителей, т. к. «язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное» (В.фон Губольдт, 2001, с. 68).

Тесная связь языка с национально-культурными традициями народа, говорящего на нем, – один из важнейших постулатов когнитивной лингвистики (А. Вежбицка, М. Джонсон, Дж Лакофф, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова и др.). Следует особо подчеркнуть роль концептуальной метафоры как средства отражения ментальности нации, т. к. именно метафора (наряду с символами, фразеологизмами и т.д.) представляет собой «законсервированный» источник информации, неотделимый обычаев и традиций от мифов, легенд, уходящих своими корнями в прошлое, т. к. «национальное всегда диахронно» (Ю.Н. Караулов, 1987, с. 40). Иными словами, при анализе национального характера и национальной специфики исследователь должен обязательно опираться на исторический опыт коллектива, язык которого он рассматривает.

По справедливому утверждению Ю.Н. Караулова «национальный менталитет дает о себе знать только в присутствии другого менталитета...» (2000, с.191). Сопоставительный анализ концептуальных метафор в российском и американском политическом дискурсе создает уникальную возможность для проведения кросскультурных сравнений, позволяет выявить национальные стереотипы, ценностные ориентации и зафиксировать как

общие для двух стран представления о мире политики, так и выделить свойственные отдельной лингвокультурной общности метафорические доминанты. Попытка такого рода исследования, предпринятая нами, будет описана в следующих разделах настоящей диссертации.

Исследования процессов метафоризации в нашей стране и за рубежом позволяют констатировать существование универсальных метафор, возникающих в разных языках. По утверждению В.Г. Гака, сходство образов в метафорических переносах проявляется в том, что «разные языки, независимо друг от друга, прибегают к одинаковым метафорическим переносам» (1988, с. 21). Подобная общность мышления, свойственная американской и русской нациям, выявляет конвенциональную природу метафорических образов политического дискурса и обуславливает существование базисных метафорических моделей, представляющих собой универсальный способ концептуализации президентских выборов.

Специфичное метафорическое словоупотребление, выделяемое из общего массива номинаций, обнаруживается на уровне отдельных метафор, репрезентирующих ту или иную реалию, имеющую ценностное значение для данного народа. Метафорическая модель в целом может иметь национально-культурную окраску, выявляя существующие внутри нее связи, отношения, содержать отсылку к ситуации, отражать дискурсивные факторы, влияющие на ее активизацию.

Метафоризация, таким образом, может рассматриваться как особый способ отражения и фиксации содержательной информации, полученной в ходе предметно-познавательной деятельности людей, выявляющий оценочно-интерпретационные признаки концептуализированных объектов действительности.

### **1.3. Метафорическое моделирование как отражение президентских выборов в общественном сознании**

Формальное представление процесса метафоризации может быть описано как перенос (mapping) из одной области – сферы-источника (source domain) в другую – сферу-мишень (target domain) (G. Lakoff, 1992), т. е. происходит совмещение мыслительной сферы, содержащей хорошо знакомую информацию, с понятийной сферой, которую необходимо осмыслить. Онтологический перенос из одной концептуальной сферы в другую, объясняющий механизм действия процесса метафоризации, обусловлен системным характером соответствий. Так, осмысливая ЛЮБОВЬ как ПУТЕШЕСТВИЕ, мы имеем следующие соответствия:

- влюбленные – это путешественники;
- любовные отношения – это транспортное средство;
- общие цели влюбленных – это место назначения путешественников;
- трудности в отношениях – это препятствия (задержки) в пути (G. Lakoff 1992, с. 5).

В связи с тем, что мы рассматриваем метафору с позиций когнитивной лингвистики, следует обратить внимание на то, что сам термин мы рассматриваем в достаточно широком смысле. Поэтому нами анализируется не только собственно метафора, но и метонимия, синекдоха, сравнительные конструкции, метафорические словоупотребления как компоненты фразеологических оборотов, пословиц, афоризмов и т. д. В связи с тем, что мы рассматриваем метафору с позиций когнитивной лингвистики, обратим внимание на то, что сам термин мы понимаем в достаточно широком смысле. Поэтому нами анализируется не только собственно метафора, но и метонимия, синекдоха, сравнительные конструкции, метафорические словоупотребления как компоненты фразеологических оборотов, посло-

виц, афоризмов и т. д. Однако, следует отметить, что рассмотрение образных сравнений, гиперболы, метонимии и других тропов (риторических фигур) как метафороподобных выражений в политическом дискурсе имеет, по мнению И.М. Кобозевой (2001), свои границы. В метафорических словоупотреблениях «между А и В устанавливается отношение сходства или аналогии при том, что А и В принадлежат к двум когнитивно далеким друг от друга областям», что означает отсутствие четких стандартных связей (фоновой, энциклопедической информации) между концептами в базе знаний о мире (там же, с.143).

Исследования метафорического словоупотребления обусловили необходимость систематизации материала в соответствии с представлениями когнитивной лингвистики. Для этого следует ввести понятие **метафорической модели**, представляющей собой «существующее в сознании носителей языка типовое соотношение семантики находящихся в отношениях непосредственной мотивации первичных и вторичных значений, являющееся образцом для возникновения новых вторичных значений» (А.П. Чудинов, 2001а, с. 43).

Понятие и структура метафорической модели включает целый комплекс компонентов, без которого невозможен ее полноценный анализ. А.П. Чудинов (2001а, с. 44 – 46) отмечает, что для описания метафорической модели необходимо охарактеризовать следующие параметры:

- исходную понятийную область (первичную семантическую сферу, ментальную сферу-источник, сферу-донор) к которой относятся охватываемые моделью слова в первичном значении;

- новую понятийную область (вторичную семантическую сферу, ментальную сферу-мишень, реципиентную зону), к которой относятся охватываемые моделью слова во вторичном значении;

- семантический компонент, который связывает первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью слов, то есть выяснить, что

дает основания для метафорического использования соответствующих слов;

- относящиеся к данной модели фреймы, каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира и которые структурируют соответствующую понятийную область (семантическую сферу).

Идея использования фреймов как структур для представления стереотипной ситуации была предложена М. Минским (1979). Исследователь сфер искусственного интеллекта считает, что фреймы «являются центрами концентрированного представления знаний о том, как связаны между собой различные предметы и явления, каким образом они используются и как они друг с другом взаимодействуют (М. Минский, 1979, с. 47). Идея фреймов, отождествленных с единицами языка мысли, была принята в когнитивной лингвистике. Фрейм понимается как структура знаний, «описание типизированной ситуации» (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1991, с.86), объединяющая лингвистическую и экстралингвистическую информацию.

- составляющие каждый фрейм типовые слоты, то есть элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма и обозначаются словами определенной семантики, метафорически используемыми в соответствии с рассматриваемой моделью;

- продуктивность модели (то есть способность к развертыванию) и ее частотность, «тяготение» модели к определенным функциональным стилям и подстилям, речевым жанрам, дискурсам и т. п.;

- прагматический потенциал модели, то есть типовое воздействие соответствующих метафор на адресата.

Концептуальная метафора широко представлена в публицистических текстах, что обусловлено, в первую очередь, ее способностью отвечать основным требованиям, предъявляемым к языку прессы. Газетная публицистика «разоблачает» позитивные и негативные тенденции современности,

а, следовательно, для нее свойственны оценочность, эмоциональность, максимальное количество информации при минимальном объеме текста, единство стандарта и экспрессии, образность, точность. Публицистический жанр остается едва ли не самым динамичным и восприимчивым ко всем языковым «новшествам»; обладая своей спецификой, выражает общеязыковые тенденции (Е.А. Земская, В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик и др.). Метафоры, в свою очередь, «служат катализаторами языковых изменений...» (М. Маккормак, 1990, с. 373). Концептуальная метафора отображает, каким образом общество в данный период времени представляет политическую ситуацию в стране, что, безусловно, свидетельствует о ее социальном или, если точнее выразиться, социально-обостренном характере.

Полноценное описание методики метафорического моделирования требует выявления основных функций метафоры в политическом дискурсе. Нам представляется целесообразным использовать классификацию функций политической метафоры, рассмотренную А.П. Чудиновым (2001а).

Когнитивная – функция познания мира, работы с ментальными пространствами.

Номинативная – функция фиксации знаний, создания наименования реалии и репрезентации ее основных свойств.

Коммуникативная – функция передачи информации, позволяющая представить новое в краткой и доступной форме.

Прагматическая – функция воздействия на адресата, способствующая формированию восприятия, понимания, оценки ситуации.

Инструментальная – функция, структурирующая существующие представления об объектах окружающей действительности.

Изобразительная - функция представления информации в образной, яркой, экспрессивной форме, придания эмотивности восприятию характеризуемого явления.

Моделирующая – функция, создающая некую модель мира с учетом существующих внутри нее связей, многообразия элементов и их характеристик.

Гипотетическая – функция, позволяющая субъекту, представить что-то не до конца осмысленное, высказать предположения относительно характеризуемого объекта.

Эвфемистическая – функция, позволяющая «завуалировать» прямое наименование того или иного события, реалии, которое, по мнению автора, считается нецелесообразным, неуместным.

В исследованиях концептуальной метафоры в российском политическом дискурсе, а также в сопоставительных исследованиях, посвященных проблемам метафорического моделирования (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1991, 1994, Н.И. Борковец, 2003, Т.С. Вершинина, 2002, Е.В. Колотникова, 2002, С.Н. Муране, 2001, 2002, А.Б. Ряпосова, 2002, Ю.Б. Феденева, 1998, А.П. Чудинов, 2001, 2002, 2003, Т.В. Шмелева 2001 и др.), предлагается несколько способов классификации метафорических моделей, основанием для которых может служить детальное описание исходной понятийной области, характеристика ментальной сферы-мишени, контрастивное описание метафорической модели, последовательное описание моделей в нескольких языках, сопоставление оригинальных метафорических словоупотреблений и их переводов.

В первом случае материал классифицируется по принципу сопоставления метафорических моделей двух или более языков объединяемых сферой-источником метафорической экспансии. Использование этого варианта сопоставительного исследования предполагает подробное описание метафорической модели в одном языке, а затем рассмотрение аналогичной модели в другом. Такой способ систематизации метафорического материала представлен в диссертационном исследовании Е.В. Колотниной (2002).

Возможно параллельное сопоставление метафор, объединяемых сферой-источником метафорической экспансии. Например, анализируемая Т.В. Шмелевой (2001) морбиальная метафорика последовательно представлена несколькими примерами в рамках каждого описываемого слота на польском и русском языках. Аналогичные способы систематизации метафорического материала используют С.Н. Муране (2001, 2002), Е.А. Шудегова (2002).

Сопоставление метафор оригинального текста с их переводом (А.Н. Баранов 1994, Н.И. Борковец 2003) выявляет случаи совпадения метафорических образов в разных языках или их «дисгармоничность».

Мы выбираем первый путь систематизации метафорического словоупотребления, представленного в текстах периодических изданий, посвященных ситуации выборов президента Соединенных Штатов Америки и Российской Федерации, поскольку такой подход «позволяет полнее охарактеризовать специфику той или иной модели в каждом языке» (А.П. Чудинов, 2003а, с.52). В данном диссертационном исследовании мы будем придерживаться последовательного сопоставительного описания концептуальных метафор, объединенных сферой-донором метафорической экспансии. Нам представляется целесообразным подробный анализ метафорической модели с одной и той же исходной понятийной сферой сначала в американском, а затем в российском политическом дискурсе. Репрезентация системы метафор, относящихся к американским президентским выборам, снабжена переводом на русский язык, который следует за наименованиями или иллюстративным материалом. Названия моделей, фреймов и слотов, выявленных в американском политическом дискурсе, приводятся нами на английском языке.

При сопоставлении политических метафор мы акцентируем внимание на случаях совпадения и/или различия во фреймово-слотовой структуре метафорических моделей, отдельных концептов, что позволяет выявить

специфику структурированности политической картины мира. Сопоставительный анализ политической метафоры обуславливает необходимость использования методики контрастивного описания метафорической модели и ее эквивалентов в другой культуре. Этот вариант применяется нами в случае, если метафорическая модель, характерная для политической речи носителей одного языка, по существу не используется или крайне редко встречается в политическом дискурсе другого народа.

#### **1.4. Метафорическое моделирование и политический нарратив**

Политический язык, политическая коммуникация являются объектом пристального внимания широкого круга филологов, как в нашей стране (В.Н. Базылев, А.Н. Баранов, И.О. Воробьева, О.П. Ермакова, Е.А. Земская, Е.Г. Казакевич, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, Л.П. Крысин, Н.А. Купина, Г.Г. Почепцов, Ю.А. Сорокин, А.П. Чудинов, В.Н. Шапошников, Е.И. Шейгал и др.), так и за рубежом (А. Вежбицка, В. Клемперер, G. Gibulkiene, G. Lakoff и др.). Среди многочисленных публикаций в этой области можно выделить работы, изучение материала в которых ориентировано на использование методов когнитивной лингвистики и теории метафорического моделирования.

Наиболее значимыми являются исследования А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова «Русская политическая метафора (материалы к словарю)» (1991) и «Словарь русских политических метафор» (1994). Авторы указанных работ рассматривают языковую систему в когнитивной парадигме, а процесс (феномен) метафоризации как когнитивный механизм обработки знаний. Ценность публикаций заключается в том, что в исследовании представлены основные характеристики метафорической модели и ее структуры, предложен аппарат фреймов и сценариев для описания процессов метафоризации. Две части словаря, систематизирующие материал раз-

ными способами, озаглавлены: «Метафорические модели политической реальности» и «Мир политики в зеркале метафор». В работах рассматриваются продуктивные, акцидентные метафорические модели, а также случаи парадигматической связности (синкретичности) метафор.

Важное место среди исследований в области теории метафорического моделирования занимают публикации и монография А.П. Чудинова (2001, 2002, 2003). Подробно описывая структуру метафорической модели, определяя функции концептуальной метафоры в политическом дискурсе, а также анализируя ведущие метафорические модели (1991 – 2000 гг.), автор выявляет сферы-источники метафорической экспансии, актуализированные в агитационных текстах, к числу которых относятся «война», «театр», «спорт», «живой организм», «механизм», «растение», «семья» и т. д.

Когнитивная характеристика отдельных метафорических моделей и разрядов политической метафоры также рассматривались в ряде публикаций. Так, Н.В. Багичева (2000) описывает метафоры родства. Т.С. Вершинина (2002) максимально подробно классифицирует и анализирует зооморфные, фитоморфные и антропоморфные политические метафоры, относящиеся к разряду органистических. Интерпретация политического театра современной России с позиций филологии представлена О.Н. Григорьевой (2003). Рассматривая функционирование метафор современного российского внешнеполитического дискурса, Т.Г. Скребцова отводит ведущую роль метафоре «Государство-как-человек» (2002).

Для нашего исследования особенно значимыми представляются публикации, освещающие теоретические положения, касающиеся описания того или иного политического события, а также работы ориентированные на систематизацию и анализ материала, определенным образом репрезентирующего и характеризующего политическую ситуацию (Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др.).

Ярко выраженная агитационная направленность изучаемого нами материала (метафорического материала), темпоральная, локальная ограниченность описываемого явления позволяют представить выборы президента как **политический нарратив**, под которым мы вслед за А.П. Чудиновым понимаем «совокупность политических текстов, сконцентрированных вокруг определенного политического события» (2002а, с. 71).

Схожую трактовку рассматриваемого термина можно найти в монографии Е.И. Шейгал «Семиотика политического дискурса» (2000). Автор определяет политический нарратив как «разновидность сверхтекста, образованного на основе общности содержания и персонажей» (там же с. 315). В качестве примера политического нарратива, центральной категорией которого является политическое событие, исследователь приводит скандал, представляя его как сложное коммуникативное событие, разновидность конфликтного общения. Совокупность текстов, сконцентрированных вокруг политического скандала, объединяет денотативная общность, их взаимодействие подчиняется внутренней логике, в основе которой «лежит некий повествовательный фрейм, коррелирующий с концептуальным фреймом “скандал”». Основные узлы фрейма соотносятся с нарративными категориями, отраженными в повествовательном фрейме (там же с. 297 – 315, 326 – 327).

Необходимо отметить, что комплексное изучение текстов, имеющих общую тематику, посвященных определенному коммуникативному событию, уже находились в фокусе исследования различных авторов. Так, «совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующая цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата, с особыми критериями нормального и анормального» определяется Н.А. Купиной и Г.В. Битенской как сверхтекст (1994, с.215), что коррелирует с понятием нарратива, хотя полностью с ним не совпадает.

Ю.Б. Феденева в диссертационном исследовании и ряде публикаций (1998, 1999) анализирует соотношение политической ситуации, рассматривая такие политические акции как «Путч», «Референдум», «Выборы», и специфику функционирования метафорических моделей. Исследователь описательно номинирует тематически объединенный текстовый материал как «комплекс текстов, связанных с конкретной политической ситуацией» (1998), что соответствует понятию политического нарратива.

Анализируя понятие политического нарратива, А.П. Чудинов характеризует его следующим образом. Политический нарратив соотносится с понятием политической ситуации и завершается с ее изменением. Для политического нарратива свойственны тематическое единство, определенная общность участников, общая событийная канва, темпоральная и пространственная локализованность, которые не являются абсолютными, т. к. то или иное политическое событие может обсуждаться за пределами государства, где оно происходило, причем обсуждение зачастую происходит после изменения (завершения) политической ситуации (2002а, с. 72).

Политический нарратив «Выборы президента (2000 г.)» в РФ соотносится с кампанией по выбору главы государства и охватывает комплекс разнообразных текстов, тематически и содержательно связанных с указанным политическим событием. К числу участников описываемого политического нарратива относятся кандидаты в президенты, их ближайшее окружение, избиратели, политические партии, субъекты политической деятельности, СМИ и т. д. Сюжет рассматриваемого нами политического нарратива может быть представлен последовательностью фактов в ситуации выборов главы государства: уход Б.Н. Ельцина с поста Президента РФ, назначение В.В. Путина и. о. Президента, выдвижение кандидатур участниками предвыборной кампании, агитационная деятельность кандидатов в президенты в рамках избирательной кампании, голосование, подведение

итогах, инаугурация избранного Президента, обсуждение выборов главы государства в СМИ и т. п.

Аналогичным образом может быть представлен политический нарратив «Выборы президента (2000 г.)» в США, среди основных «героев» которого также выделяются кандидаты в президенты (причем основную борьбу составляли представители доминантных политических партий), их ближайшее окружение, избиратели, сторонники политических партий, субъекты политической деятельности, СМИ и т. д. Последовательность событий охватывает праймериз (внутрипартийные выборы), агитационную кампанию лидеров республиканцев и демократов, всеобщие выборы, подсчет голосов коллегий выборщиков (в том числе проблемы, связанные с подсчетом голосов и назначением главы государства США), инаугурация нового Президента, дискуссии в прессе по поводу назначения Дж. Буша младшего Президентом Соединенных Штатов.

Важнейшим свойством политического нарратива является «отражаемое им многоголосие участников, множественность повествователей и соответственно разнообразие рациональных и эмоциональных оценок» (А.П. Чудинов, 2002а, с. 72). Иными словами, автор отдельного текста, составляющего нарратив, создает его, акцентируя внимание адресата на тех или иных событиях, оставляя без внимания другие, интерпретируя описываемую им ситуацию в соответствии со своей системой оценок и взглядов.

В связи с тем, что определенные типы политических нарративов имеют общие черты, наряду с особенностями, а также учитывая задачи, поставленные в данном диссертационном исследовании, нас интересуют закономерности функционирования метафорических моделей (их сходства и/или специфика) в нарративах «Выборы президента (2000 г.)» в Соединенных Штатах Америки и Российской Федерации.

В последующих разделах настоящего исследования мы рассмотрим структуру универсальных и национально специфических метафорических

моделей в агитационно-политическом дискурсе выборов глав государств США и России.

### **Выводы по первой главе**

Представленный в настоящей главе анализ политологических и когнитивных основ сопоставительного исследования закономерностей функционирования метафорических моделей президентских выборов в США и России позволяет сделать следующие выводы:

1. Политическая система – ведущая форма организации жизни современного общества. Демократический политический строй, являющийся основополагающим в США и России, обуславливает наличие более чем одной партии, выборности власти, в том числе Президента как высшего должностного лица. Существующий в Соединенных Штатах бипартизм предполагает доминантную роль Демократической и Республиканской партий, обеспечивает их гомогенность и электоральный характер. Театрализация политического процесса, свойственная как Соединенным Штатам, так и Российской Федерации, приводит к усилению личного влияния на ход президентской кампании, причем для американского избирателя важен имидж кандидатов, российский электорат «доверяет» харизме участников президентской гонки. Для российской политической системы характерна многопартийность, переменчивость партийной палитры, электорально-профессиональный популизм, «голосование сердцем», что напрямую связано с еще неустоявшимися политическими взглядами и позициями.

2. Выборы главы государства – «пик» политической активности, оказывающий существенное влияние на репрезентацию политической картины мира. Избирательная кампания способствует усилению вербальной агрессии, активизации метафорических словоупотреблений с негативным

прагматическим потенциалом как в российском, так и в американском политическом дискурсе.

3. Когнитивная лингвистика – одно из ведущих направлений в рамках лингвистической науки, зародившейся в конце XX века. Когнитивная лингвистика выходит за рамки привычного понимания языка как средства коммуникации, концентрируясь тем самым на тесной связи языковых и ментальных процессов, на способах восприятия, мышления, хранения информации. В рамках когнитивистики метафора рассматривается как способ мышления, концептуализации и категоризации окружающей действительности, создающий целостную языковую картину мира.

4. Метафорической основой мировидения является сам человек, его опыт, социальная среда и деятельность в процессе бытия. Осознавая себя мерой всего существующего, человек создает антропоцентрический порядок вещей, что составляет основу принципа антропометричности, на котором базируются процессы метафоризации.

5. В основе метафоризации лежит онтологический перенос содержательной информации из одной области знаний в другую. Процессы метафоризации носят системный характер, выявляющий не только личностные оценочно-интерпретационные свойства объектов окружающей действительности, но и накопленный исторический опыт, национально-культурную специфику языкового коллектива.

6. Метафорическая модель представляет собой комплекс параметров, включающих сферу-донор, реципиентную сферу, фреймово-слотовую структуру, характеристики ее продуктивности и прагматического потенциала.

7. Концептуальная метафора широко представлена в публицистических текстах, т.к. для нее характерны единство стандарта и экспрессии, эмотивность, информативность, яркость, точность, что в целом отвечает основным требованиям, предъявляемым к языку прессы. Функции метафо-

ры в политическом дискурсе, включающие когнитивную, номинативную, прагматическую, моделирующую и т. д., не являются изолированными друг от друга. Политическая метафора носит социально-обостренный характер, выявляя в краткой и доступной форме самые значительные тенденции в современной общественной жизни.

## **Глава 2. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Выборы президента»: российско-американские параллели**

Целью настоящей главы является выявление и сопоставительный анализ продуктивных метафорических моделей агитационно-политического характера в российских и американских текстах, посвященных ситуации выборов главы государства. Нами было рассмотрено четыре метафорических модели, представляющих собой детально-структурированные образования с актуализированными на современном этапе источниковыми сферами. По возможности мы пытались рассмотреть дискурсивные факторы, способствующие активизации и широкому распространению той или иной концептуальной метафоры в политическом контексте электорального процесса двух стран.

Сопоставительные исследования процессов метафоризации способны выявить общие черты в политической метафорической картине мира, сходства в образе мышления представителей различных лингвокультурных сообществ, позволяющие констатировать наличие базовых, универсальных метафорических моделей в нарративе «Выборы президента». Т.В. Шмелева отмечает существование своеобразного интердискурса современных СМИ, в котором отличия языков представляют собой лишь чисто поверхностную вещь, что связано с совпадением нашего мировидения (2002). Подобная общность мышления, типичная «для «западного» (европейско-американского) культурного пространства, которое заметно отличается от культурного пространства арабского мира, стран Африки или Дальнего Востока» (А.П. Чудинов, 2003, с. 74), выявляет конвенциональную природу метафорических образов политического дискурса и является причиной существования базисных метафорических моделей, представляющих собой универсальный способ репрезентации президентских выборов.

Большинство представленных в данной главе метафорических моделей уже являлись объектом внимания исследователей политической коммуникации (А.Н. Баранов, Т.С. Вершинина, О.Н. Григорьева, Ю.Н. Караулов, Н.А. Кузьмина, П.О. Миронова, С.Н. Муране, А.Б. Ряпосова, Т.Г. Скребцова, Т.Б. Соколовская, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, Т.В. Шмелева, J. Cibulskiene, G. Lakoff и др.). Следует отметить, что специалисты в области когнитивной лингвистики рассматривали случаи метафорического словоупотребления со сходными сферами-источниками в других видах дискурса: экономическом (Е.В. Колотнина), медицинском (Л.М. Алексеева, С.Л. Мишланова), художественном (Н.И. Борковец, Н.А. Чес) в рамках языка информационных технологий (Ю.Н. Филиппович), в рок-поэзии (М.Б. Шинкаренко).

Специфичным для данного исследования является то, что нами был произведен детальный анализ метафоры в нарративе «Выборы президента» с привлечением широкого иллюстративного материала, а также рассматриваемое нами явление было описано в сопоставительном аспекте.

## **2.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в американском и российском политическом дискурсе**

Концептуальная метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА является наиболее продуктивной в нарративе «Выборы президента» (2000 г.). Избрание военной сферы в качестве универсального источника для концептуализации, как мира политики, так и других сфер человеческой деятельности становится традиционным, что, в первую очередь, связано с богатой военной историей человечества, во многом способствовавшей формированию милитаризованного сознания.

В монографии, посвященной исследованию политического дискурса, Е.И. Шейгал объясняет фактор «милитаризованности» политического дис-

курса сущностной агональностью его объекта отражения, т. к. сутью политики является борьба за власть (Е.И. Шейгал, 2001, с. 305). В ходе предвыборной гонки за президентство происходит активизация вербальной агрессии, поскольку идеи состязательности и соперничества приобретают первостепенную значимость. Военная метафорика репрезентирует эти принципы, как бы «вскрывая», тем самым, внутреннее восприятие предвыборной кампании ее участниками и наблюдателями.

Дж. Лакофф и М. Джонсон указывали на значимость концептуальной метафоры СПОР – это ВОЙНА (ARGUMENT is WAR), отнеся ее к числу базисных в американской культуре (Дж. Лакофф, М. Джонсон, 1990).

Исследования американского аргументативного дискурса привели к выводу о том, что «...слово *дуализм* играет значительную роль в описании национального характера американцев» (С.В. Гавенко, 2001, с. 45). Существующее разделение мнений на правильные и неправильные (right / wrong), осознание и оценка результатов споров, переговоров, дебатов как выигрыша или проигрыша (win / lose) вызывают, в конечном счете, отношение к действительности как к противостоянию и заставляют воспринимать мир в терминах боя, войны, битвы, что, безусловно, сужает горизонт при взгляде на мир и не способствует улучшению отношений и углублению взаимопонимания.

При исследовании американского экономического дискурса обнаруживается, что метафорическая модель ЭКОНОМИКА – это ВОЙНА входит в число самых продуктивных, и это позволяет исследователю сделать вывод, что «военные метафоры становятся универсальным средством осмысления экономических реалий» (Е.В. Колотнина, 2002, с. 113).

Анализ метафорического моделирования избирательной кампании в Великобритании (2001г.) подтверждает актуальность военной метафорической сферы. Осмысление политических реалий посредством коннотативно нагруженной военной метафорики, несмотря на ряд расхождений,

характерно для представителей обеих доминантных партий Объединенного королевства. Метафорический контекст, репрезентирующий ситуацию выборов, включает все составляющие фрейма-источника *война* (G.Cibulskiene, 2002, с.102-116).

Российский политический дискурс выявляет актуальность военной метафорики. По мнению авторов словарей «Русская политическая метафора», «Словарь русских политических метафор» (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1991, 1994), концептуальный милитаризм, воплощенный в языке военных метафор периода перестройки, напрямую связан с милитаризацией сознания русского народа, начало которой было положено в советскую эпоху. Отголоски военизированного политического языка тоталитарного периода дошли до наших дней.

«Богатый военный опыт» русского народа «традиционно находил свое отражение и в национальной ментальности, военные метафоры как бы показывали наиболее эффективный путь для решения сложных проблем общества» (А.П. Чудинов, 2001а, с. 104). Исследователи отечественного политического дискурса (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.Б. Ряпосова, Т.Б. Соколовская, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал) отмечают заметную активизацию военной метафоры в современном языке прессы, чему, безусловно, способствует положение дел в стране.

А если принять во внимание, что война – это продолжение политики другими средствами (К. фон Клаузевиц), то взаимосвязь и взаимообусловленность политического и военного дискурсов кажется вполне естественной. Это взаимодействие отражается в сознании носителей языка и манифестируется в военных метафорах.

Театр военных действий в нарративе «Выборы президента» представлен разнообразной военной метафорикой. Война ведется на территории всей страны по заранее разработанной стратегии, ее участники непрерывно сражаются, нападают, атакуют, стреляют и вынуждены противостоять

друг другу, в войне есть враги и союзники, победители и проигравшие, агрессоры и жертвы и т. д.

### **2.1.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в американском политическом дискурсе**

Количество метафорических словоупотреблений, относящихся к рассматриваемой метафорической модели - 743. Модель регулярно представлена следующими фреймами.

#### **1. Фрейм: "War and Kinds of War" - «Война и виды войн»**

##### **Слот 1.1. Kinds of War – Виды войн**

Составляющие данный фрейм метафорические словоупотребления представляют выборы, характеризуя их как разновидности войн: *two-front war* (война на два фронта), *guerrilla war* (партизанская война), *civil war* (гражданская война), *all-out war* (тотальная война, война всех против всех), *air war* (воздушная война). Ср.:

*Gore is mountaining a two-front war, against both Bradley and Bush (N. Gibbs / Time 7.02.00). [Гор усиливает ведение войны на два фронта: и против Брэдли и против Буша]. Behind closed doors, the Democrats are divided between liberal hard-liners, who want guerrilla war, and moderates, who fear such a war would destroy them as well as Bush (E. Pooley / Time 25.12.00 – 1.01.01). [За закрытыми дверями демократы разделились на правых, стремящихся развязать партизанскую войну, и умеренных, опасющихся, что такая война погубит их и Буша].*

Политическая война, представленная в президентской кампании 2000 г., приобретает более широкие масштабы. Метафорика, принадлежащая к данному фрейму, выходит за рамки привычных военных словоупотреблений для репрезентации описываемого события. Электорат наблюдает за войной, которая ведется на всех уровнях: *public relations war* (война общественных отношений), *culture war* (война культур), *phony war* (псевдо-

война), *war of words* (словесная война), *cold warfare* (холодная война), *war of ideas* (идеологическая война). Ср.:

*By Mid-May, Bush sensed that he was winning the phony war (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [К середине мая Буш понял, что выигрывает псевдвойну.] And over that point, the trench war threatened to escalate into a full – scale culture war (E. Pooley / Time, 27.11.00). [Более того, позиционная война угрожала перерасти в широкомасштабную войну культур.]*

### **Слот 1.2. War Planning - Военное планирование**

Тщательно спланированные действия, выработанная линия поведения ассоциативно связаны в сознании носителей языка с концептами *tactics* (тактика), *strategy* (стратегия), что сближает политический дискурс с военным.

*“This is war without bloodshed,” she said, denouncing the Republicans for their “god-dam guerrilla tactics” (H. Fineman / Newsweek, 4.02.00). [“Это война без кровопролития”, - сказала она, упрекая республиканцев за их “долбанную тактику ведения партизанской войны” .] And so Baker was really offering Gore an exit strategy... (N. Gibbs / Time, 20.11.00). [И поэтому Бейкер на самом деле предлагал Гору принять стратегическое решение\стратегию выхода\ – выйти из президентской гонки.]*

Широкое распространение описанной метафорики обусловлено необходимостью скрупулезно обдумывать каждый шаг любого кандидата на пост президента.

Прагматический смысл данного фрейма можно сформулировать следующим образом: выборы президента США – это не просто политическое событие, а хорошо организованная, подготовленная и спланированная война, в которую вовлечены абсолютно все: не только кандидаты в президенты, но и активисты политических партий, члены Конгресса, журналисты, причем это непременно идейная, агитационная, информационная война в масштабах всей страны. Денотативная сфера функционирования метафор данного фрейма – ведение кампании за пост президента, сфера политики в целом.

## 2. Фрейм “Military Actions” – «Военные действия»

### Слот 2.1. The Beginning of Military Actions - Начало военных действий

Милитарные наименования, входящие в данный слот, репрезентируют начальный этап конфликтных ситуаций, неизбежно возникающих в течение всей предвыборной кампании, а также агрессивные действия субъектов политики по отношению друг к другу. Для этого широко используется ряд метафор: *to declare war* (объявлять войну), *to unleash the dogs of war* (развязать войну), *intervention* (интервенция), *to assault* (нападать), *to foray* (производить грабительский набег), *to crusade* (выступить с военным походом). Ср.:

*Even as the Bush family celebrated in Austin, Texas – a false start for the Bush Restoration, it turned out – the Gore team was plotting a new assault (H. Fineman / Newsweek, 20.11.00). [Даже, когда семья Буша в Остине (штат Техас) ошибочно праздновала возвращение Бушей к власти, оказалось, что команда Гора тайно готовила новое нападение.] More important, Bush had unleashed the dogs of war against his rival... (N. Gibbs / Time, 20.11.00). [Важнее то, что Буш развязал войну \ спустил с привязи собак войны против своего соперника.]*

### Слот 2.2. Warfare - Ход военных действий

Выступления и действия участников президентской кампании зачастую носят агрессивный, жесткий, антагонистический характер, т.к. направлены на критику, умаление достоинств политических оппонентов и представлены широким спектром метафор. Наиболее распространенными являются концепты *fight* (борьба, бой), *battle* (битва), *attack* (атака), *counter-attack* (контратака), *struggle* (сражение). Ср.:

*But hours after Mr. Bush's loss in New Hampshire, his chief strategist, Karl Rove called Republican leaders in New York and urged them to quell what had become a David- and-Goliath fight ... (C. J. Levey / The New York Times, 4.02.00). [Но после проигрыша Буша в Нью-Гемпшире его главный стратег Карл Роув обратился к лидерам республиканцев и настоятельно советовал прекратить то, что стало напоминать битву Давида и Голиафа.] The votes were still being tallied last Tuesday night when George W. Bush launched*

his counterattack against John McCain (E. Pooley / Time, 14.02.00). [Вечером прошедшего вторника, пока все еще шел подсчет голосов, Джорж Буш контратаковал Джона Маккейна.] Americans were interested in the battle for Florida, but more as an entertaining curiosity than a struggle that will deeply affect their lives (E. Thomas, M Isikoff / Newsweek, 27.11.00). [К битве за Флориду американцы проявляли интерес в большей мере как к забавному развлечению, чем к сражению, которое в корне способно изменить их жизнь.]

Стертые метафорические наименования *battle*, *attack*, *struggle* оживляют негативные ассоциативные смыслы за счет ближайшего контекста: *bruising fight* (кровавая драка \борьба до синяков\), *relentless attacks* (безжалостные атаки). Метафорические словоупотребления *battle*, *attack*, *struggle*, несмотря на утраченную образность, наполнены агрессивным прагматическим потенциалом. Представленные наименования являются наиболее воспроизводимыми в текстах предвыборной агитации, что обусловлено привычным осмыслением политики в базовых концептах войны. Данные номинации очень близки по своей семантике. В составе слота выделяются другие метафорические словоупотребления, несущие отрицательную эмотивную нагрузку, характеризующие президентскую гонку как напряженную борьбу за власть: *to capture* (захватывать (в плен)), *to jab* (ударять, колоть), *to combat* (сражаться, бороться). Ср.:

*For a few moments each side thought it had captured the presidency, only to lose it again* (N. Gibbs / Time, 20.11.00). [На какие-то мгновения каждой из сторон казалось, что она захватила пост президента, чтобы тут же потерять его.]

Частным случаем реализации военной метафоры является группа коннотативно нагруженных словоупотреблений со сферой-источником метафорической экспансии «драка», «эксплуатирующих» негативные ассоциативные смыслы. Ср.:

*Mr. Dole was bruised and battered more than he expected, but still managed to crush his rivals* (R.L. Berke / The New York Times, 2.01.00) [Мистера Доула отдубасили \до синяков\ значительно сильнее, чем он ожидал, но он оправдался и разгромил своих конкурентов.] *The Iowa plan was put in place early, when Bradley was riding high and thought he could beat Gore there* (E. Pooley, K. Tumulty, T. M. Edwards / Time, 13.03.00). [План дей-

ствий в Айове был разработан давно, когда Брэдли еще занимал там высокий пост и думал, что может победить \побить\ Гора.] *That vice President came from behind, ran a cynical, negative campaign and crushed his opponent (J. Carney, J. F. Dickerson / Time, 24.04.00). [Этот самый вице-президент вышел из тени \появился сзади\, провел циничную, разрушительную кампанию и разгромил своего оппонента.] So the combat went hand to hand, both men clawing for every last vote (N. Gibbs / Time, 27.11.00). [Когда борьба доходило до рукопашной, оба претендента цеплялись когтями за каждый голос на финише избирательной гонки.]*

Метафоры типа *to crush* (уничтожать, подавлять), *to beat* (бить), *to batter* (сильно бить), *to bruise* (ставить синяки) широко используются в нарративе «Выборы президента». Метафорика, репрезентирующая президентскую гонку как драку, манифестирует враждебность, непримиримость, конфликтный характер ситуации на политической арене страны. Сближение метафоры «войны» с метафорой «драки» происходит за счет актуализации смежных прагматических смыслов.

### Слот 2.3. Skirmish - Перестрелка

Поведение субъектов политики зачастую рассматривается как военные действия с использованием огнестрельного оружия. Для этого широко применяются метафоры: *skirmish* (перестрелка), *to fire* (вести огонь), *to shoot* (стрелять), *to bomb* (бомбить).

*A single shot gets fired and returned, and suddenly a sniper attack becomes a skirmish becomes a battle becomes a war. The first bullet flew on the day after the election... (E. Pooley / Time, 20.11.00). [Раздается единственный выстрел, стреляют в ответ, и атака снайперов внезапно становится перестрелкой, битвой, войной. Первая пуля была выпущена в день после выборов...] But what if Gore has to face the strait-shooting McCain in the fall? (M. Carlston / Time, 14.02.00). [А что если осенью Гору придется встретиться с Маккейном, стреляющим в упор?] Armed with briefing books, Bush is working to deflect Gore's shots (J. Carney, F. Dickerson / Time, 11.09.00). [Вооруженный цитатниками, Буш пытается уклониться от выстрелов Гора.]*

Денотативная сфера применения метафор, относящихся к данному слоту, целиком охватывает деятельность кандидатов в президенты. Активизация представленных метафорических наименований происходит в

конфликтных ситуациях, где имеет место конфронтация мнений участников президентской кампании, эскалация агрессивных эмоций.

#### **Слот 2.4. Defence - Оборона**

В составе слота выделяются метафоры, несущие смысловую оппозицию номинациям с агрессивным прагматическим потенциалом. Слот представлен конструкциями нейтральной и позитивной окраски, т. к. в нем находят отражение защитные и оборонительные действия претендентов на кресло главы государства: *to defend* (оборонять), *to protect* (защищать). Ср.:

*The Bush camp's first reaction was defensive (H. Fineman, M. Isikoff / Newsweek, 13.11.00). [Первая реакция в лагере Буша была оборонительной.] And let there be no doubt: "I'll protect and defend a woman's right to choose" (A. Gore / U. S. News & World Report, 8. 02.00) [И пусть не остается сомнений в том, что я буду охранять и защищать право женщин выбирать.]*

Противостояние политических сил, отображенное посредством коннотативно нагруженной военной метафоры, оживляет ассоциативные признаки борьбы, активизирует вербальную агрессию. Фрейм представлен немногочисленными положительно окрашенными метафорами, относящимися к слоту «Оборона», но основная масса наименований, имея высокий потенциал воздействия, ассоциативно связана с идеей противоборства, конфликта.

### **3. Фрейм: "Participants in War" – «Участники войны»**

Представленный фрейм составляют слоты «Агрессоры» и «Жертвы», несущие смысловую оппозицию, заложенную в семантике выделенных метафорических словоупотреблений, а также слот «Иерархические отношения военнослужащих».

#### **Слот 3.1. Aggressors - Агрессоры**

В рамках данного слота любой из кандидатов в президенты может быть представлен следующим образом: *rival* (противник), *foe* (враг), *enemy* (враг, неприятель), *fighter* (боец), *contender in the field* (участник военных

действий), *attack-dog* (бойцовый пес, пес войны), *crusader* (завоеватель), *warrior* (воин, боец), *sniper* (снайпер), *adversary* (враг, противник). Ср.:

*While Gore has often been impolitically blunt with Hollywood, there have also been moments when Gore the politician seemed to be apologizing to the industry for what Gore the Crusader had done (A. Cohen / Time, 25.09.00). [Несмотря на то, что Гор часто нелестно высказывался о Голливуде, все же были моменты, когда Гор-политик, казалось, приносил извинения киноиндустрии за то, что сделал Гор-завоеватель]. Gore needed an enemy to attack (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Гору был нужен противник (враг), чтобы атаковать]. As he ran up the score against Bradley Gore was portrayed in the press as an attack-dog who would say anything to win (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Когда рейтинг Гора увеличился по отношению к рейтингу Брэдли, это стало причиной создания в прессе имиджа «штурмовика» от масс медиа, способного для победы заявить что угодно.]*

Каждое из представленных наименований содержит отрицательные смысловые компоненты, эксплицирующие пейоративные ассоциации, которые являются доминантными при оценке образов кандидатов.

Для обозначения объединений сторонников того или иного претендента на главный пост в Белом доме широко используются названия воинских подразделений: *army* (армия), *troops* (войска), *corps* (военный корпус), *forces* (силы). Ср.:

*The generals in Al Gore's Army were coming to grips with the idea of losing the war (E. Pooley / Time, 27.11.00). [Генералы армии Гора не желали мириться с мыслью, что проигрывают войну.] Mr. Bush has established a friendly relationship with the press corps... (N. Gibbs / Time, 12.03.01). [Мистер Буш установил дружеские отношения с журналистским корпусом...].*

### **Слот 3.2. Victims - Жертвы**

Рассматриваемый слот находится в смысловой оппозиции с предыдущим. Участники «политических батальон» в случае неудачного выступления в рамках своей кампании становятся жертвами. Наиболее распространены следующие единицы, несущие метафорическое значение, рассматриваемое в данном фрейме: *victim* (жертва), *captive* (пленник), *prisoner* (узник, военнопленный), *target* (мишень). Ср.:

“Gore sometimes felt like a prisoner of his own campaign,” says a friend in whom a Vice President confided (K. Tumulty / Time, 31.01.00). [«Иногда Гор чувствовал себя пленником своей собственной кампании», - сообщает источник, находящийся в доверительных отношениях с вице-президентом]. He (A. Gore) has always been a tough, take-no-prisoner campaigner... (N. Gibbs, M. Duffy / Time, 6.11.00). [Гор всегда был безжалостным участником президентской кампании, не берущим военнопленных.] Voters often see last-minute attacks as acts of desperation and reward the victim. The Texas governor was eager to play the role (H. Fineman, M. Hoseball, M. Isikoff / Newsweek, 13.11.00). [Избиратели часто рассматривают предсмертную попытку жертвы атаковать как акт отчаяния и даруют жертве жизнь. Техасский губернатор очень хотел предстать в этой роли.]

Метафоры анализируемых слотов, выявляя смысловую оппозицию, представляют важный принцип ведения президентской гонки. Если кандидат хочет победить на выборах, он не может вести кампанию, не нанося ущерб своим соперникам. Метафорика, относящаяся к данным слотам, «провоцирует» восприятие субъектов политики как агрессоров, действующих жестко, грубо, не считаясь ни с кем.

### **Слот 3.3. Иерархические отношения военнослужащих – Military hierarchy**

Отношения между участниками президентской кампании, их рейтинговое положение передается метафорами, обозначающими воинскую иерархию: *general* (генерал), *lieutenant* (лейтенант). Весьма распространенным в американских текстах предвыборной агитации является наименование *commander-in-chief* (главнокомандующий), передающее главенствующие позиции кого-либо из участников кампании. Ср.:

*And he (Bush) said he was going to respond to Mr. McCain's assertions that "he is the only person in the race who can be the commander-in-chief".* (K. Tumulty / Time, 31.01.00) [Он (Буш) заявил, что собирается ответить на утверждение Маккейна о том, что он единственный, кто может стать президентом главнокомандующим.] *He (Bush) is, in a difficult time, what the nation needs in a Commander-in-chief – simple in his speech, clear in his vision, confident in his ultimate success* (J. Dickerson, J. Carney / Time, 31.12.01 – 7.01.02). [В это трудное время он (Буш) именно тот, кто нужен нации – президент

\главнокомандующий\ – ясно излагающий свои мысли, мудрый, уверенный, в конечном успехе.]

Семы «лидерства», «первенства», «главенства» наиболее ярко эксплицируются посредством метафоричности описываемого слота. Президент «Нового света», являясь главнокомандующим американской армии, флота, военно-воздушных сил, должен быть первым и для граждан страны, ведь они верят в «силу» президента, его способность изменить положение дел в стране, решить проблемы, справиться с трудностями, укрепить престиж государства на международной арене.

Денотативная сфера метафорических наименований, анализируемых в рамках данного фрейма, охватывает самих участников президентской кампании, их сторонников, субъектов политической деятельности, а также прессу и население страны.

#### **4. Фрейм: “Weapons and Fortification” – «Оружие и укрепления»**

##### **Слот 4.1. Weapons - Оружие**

Метафорическая война за президентство не обходится без использования самых разнообразных видов оружия, которое при необходимости может быть пущено в ход: *gun* (ружье), *machinegun* (автомат), *scatter guns* (разрозненные орудия), *long-shot guns* (дальнобойные орудия), *weapon* (оружие); иногда применяется холодное оружие: *knife* (нож), *dagger* (кинжал), *sword* (меч). В текстах встречаются отдельные наименования боеприпасов: *bullet* (пуля), *bomb* (бомба), *ammunition* (боеприпасы), *napalm* (напалм). Ср.:

*Debate Prep became more important as Gore sharpened his knives and Bradley had to parry (E. Pooley / Time, 31.01.00) [Предварительные дебаты приобретали большую важность, т.к. Гор наступал \точил ножи\, а Брэдли приходилось отражать атаки \отражать удары\.] Still, the search went on for the smart bomb. The Democrat's weapon was to demagogue Social Security (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Тем не менее, поиски управляемой бомбы продолжались. Оружием демократов стали пустые рассуждения о социальном обеспечении.] Gore went gently into that good night because, as New York Timesman Thomas Friedman put it, someone had “to take a bullet for the country” (M. Carl-*

son / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Гор осторожно крался во мраке ночи, потому что, как выразился корреспондент “New York Times” Томас Фридман, кто-то должен был пострадать за страну \получить пулю\.]

Несущие разрушение военные орудия содействуют успешной деятельности участников политических “баталий”. Широкий метафорический контекст позволяет говорить об эффективности использовании всех видов вооружения, направленных на уничтожение политических оппонентов и достижение основной цели – завоевание власти.

#### **Слот 4.2. Fortification - Укрепления**

Защитная реакция американских политиков широко представлена словоупотреблениями типа *to dig trenches* (копать траншеи), *to be against the barricades* (стоять на баррикадах), средством защиты может стать *bastion* (бастيون), *fortress* (крепость). Ср.:

*McCain is most comfortable when he’s up against the barricades* (N. Gibbs / Time, 13.03.00). [Маккейн чувствует себя более уверенным, когда находится на баррикадах.] *While Gore and Bush dug their trenches a seemingly serene Bill Clinton kept a close eye on developments* (M. Bai, M. Isikoff / Newsweek, 20.11.00) [Пока Гор и Буш укрепляли свои позиции \рыли траншеи, с виду равнодушный Билл Клинтон неустанно следил за развитием событий]. *After years in which the South was a Republican stronghold, the Democrats have found a way into the fortress* (N. Gibbs / Time, 7.02.00). [По мере того, как Юг оставался долгое время крепостью республиканцев, демократы сумели найти способ и взять эту крепость.]

Метафорика описываемого фрейма представляет как оборонительные, так и наступательные действия кандидатов в президенты, а также все возможные средства, способные обеспечить «прикрытие» или содействовать наступательным маневрам субъектов политики.

#### **5.Фрейм: “The Outcome of War and Aftereffects” – «Исход войны и ее последствия»**

Данный фрейм представлен антитетичными слотами: «Победа» – «Поражение», а также включает слот «Ранение и смерть»

### Слот 5.1. Victory - Победа

Разнообразные милитарные метафоры репрезентируют успех кандидатов на протяжении всей кампании и подводят итоги выборов. Сюда относятся следующие номинации: *victory* (победа), *victor* (победитель), *to win* (побеждать), *winner* (победитель), *hero* (герой). Ср.:

*He (McCain) is the last hero of American politics... (N. Gibbs, J. F. Dickerson, M. Dufty / Time, 14.02.00). [Он (Маккейн) последний герой американской политики.] Bush's thrill of victory in the primaries had been diminished "because I didn't feel well", he said (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Приятное волнение Буша, испытываемое от победы на предварительных выборах, улетучилось, потому что, как он выразился, «Я плохо себя чувствовал».] He (Gore) believes he won Florida as well, but his virtual victory slipped through his hands and broke into tiny pieces, which he was desperately trying to paste together... (N. Gibbs / Time, 27.11.00). [Он (Гор) думает, что покорил Флориду, но его виртуальная победа выскользнула из рук и разбилась на мелкие кусочки, которые он судорожно пытался собрать...]*

### Слот 5.2. Defeat - Поражение

В метафорических выражениях, относящихся к данному слоту, описываются неудачи, которых не в состоянии избежать ни один участник гонки: *defeat* (поражение), *to lay one's own weapons* (сложить оружие), *to lose* (проиграть), *to be licked* (быть побежденным), *to surrender* (сдаваться), *to contain the damage* (возмещать убытки), *to bounce back from a defeat* (оправляться от поражения). Ср.:

*When Gore realized last summer that he was in a danger of being licked on his second try for the nomination, he turned again to Eskew (K. Tumulty / Time, 31.01.00). ...hours after stinging defeat in the New Hampshire primary, Gov. George Bush and his advisers began moving today to contain the damage, imploring supporters to remain on their side... (R. L. Berke / The New York Times, 3.02.00). [...через несколько часов после сокрушительного поражения в Нью-Гемпшире на предварительных выборах, Дж. В. Буш и его консультанты попытались компенсировать эту неудачу \возмещение убытков\, призывая союзников остаться на их стороне...] [Когда прошлым летом Гор понял, что ему угрожает опасность проигрыша при повторном выдвижении кандидатуры на пост президента, он опять обратился к Эскею.] *The Republican presidential race in America stayed**

*alive, with Senator John McCain bouncing back from a big defeat in South Caroline to beat George W. Bush by 50% to 43% in Michigan by two-to-one in Mr. McCain's home State of Arizona (H. Fineman / Newsweek, 14.02.00). [Республиканская президентская гонка в Америке все еще продолжается, т.к. сенатор Джон Маккейн нашел силы оправиться от жестокого поражения в Южной Каролине, чтобы побить Джорджа Буша в Мичигане 50% на 43% к 2 к 1 в родном штате Аризона.]*

### **Слот 5.3. Wounds and Death - Ранение и смерть**

Поражение на выборах или неудачи в борьбе за «главный трофей» - кресло главы государства могут быть репрезентированы метафорами, обозначающими естественную или насильственную смерть: *to die* (умирать), *to kill* (убивать). Ср.:

*If he (McCain) loses in New Hampshire this week, his candidacy is almost certainly dead (E. Pooley / Time, 7.02.00). [Если он (Маккейн) проиграет на этой неделе в Нью-Гемпшире, его кандидатуру можно считать вышедшей из игры мертвой]. It took George Bush a while just to realize he'd been shot (N. Jibbs, J. Carney, J. F Dickerson, M Dufty / Time, 14.02.00). [Дж. Бушу понадобилось немного времени, чтобы понять, что он проиграл застрелен.] He (Bush) told his aides: "You're killing me". (E. Cliff / Newsweek, 20.11 Он (Буш) сказал своим помощникам: «Вы убиваете меня».]*

В метафорах, составляющих представленный слот, наиболее ярко проявляются негативные смыслы, связанные с кровопролитием, болью, страданием.

В целом, метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА является самой продуктивной и наиболее распространенной в нарративе «Выборы президента» в США. Модель включает следующие фреймы: «Война и виды войн», «Военные действия», «Участники войны», «Оружие и укрепления», «Исход войны и ее последствия», представляя собой детально-структурированное образование. В американском политическом дискурсе милитарная метафорика оживляет негативные ассоциативные признаки, связанные с концептом «война». Эскалация агрессии, жестокости, конфронтационного характера президентской гонки способствует восприятию выборов как политического противостояния, в основе которо-

го лежит нацеленность на дискредитацию, диффамацию политического оппонента. Модель составляют ряд позитивно окрашенных наименований, несущих в большинстве случаев смысловую антитезу метафорике, репрезентирующей вербальную агрессию, характерную для языка политики.

Война является актуализированной сферой для осмысления сферы политики, что обусловлено влиянием национального менталитета современного американского общества, отношения в котором носят конкурентный характер. Еще одной причиной, позволяющей осмысливать политику в базовых терминах войны – богатый военный опыт человечества, в целом, и США как отдельной, сильной, авторитетной державы, подтверждающей свой статус, нередко посредством военных операций на территории других стран.

### **2.1.2. Метафорическая модель: ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА в российском политическом дискурсе**

Разносторонние исследования милитарной метафоры в российском политическом дискурсе (П.О. Миронова, А.Б. Ряпосова, Т.Б. Соколовская, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал) позволяют рассмотреть сферу-донор как универсальный источник осмысления выборов главы государства. Фреймово-слотовая структура метафорической модели достаточно однотипна. Так, А.П. Чудинов при детальном рассмотрении метафорической модели «Российская действительность – это непрекращающаяся война» выделяет следующие фреймы: «Война и ее разновидности», «Организация военной службы», «Военные действия и вооружение», «Начало войны и ее итоги», «Воинские символы и атрибуты», «Ранение, выздоровление или смерть» (2001а, с. 103-112). Упомянутые фреймы активно функционируют в ситуации выборов главы государства в российском политическом дискурсе.

В составе модели «Выборы президента – это война» в нарративе «Выборы президента РФ» регулярно выделяются следующие фреймы, включающие 425 метафорических наименований.

### **1. Фрейм «Война и виды войн»**

#### **Слот 1.1. Виды войн**

Для российского агитационно-политического дискурса характерно представление президентской кампании 2000 года как широкомасштабной, всеохватывающей войны. В агитационно-политическом дискурсе оказывается востребованным широкий спектр номинаций разновидностей войны: *война компроматов, информационная война, общенациональная война, политическая война, эфирная война, предвыборная война и т. д.* Ср.:

*Ведя внутридумскую войну, обе стороны апеллируют к двум силам – избирателю и Владимиру Путину (А. Садчиков / Известия, 21.01.00). Прочь политика, прочь предвыборные войны. В конце концов, не все же свихнулись на этих самых рейтингах и депутатских разборках (В. Горелов / Труд, 15. 02.00). Сейчас Путин ведет необъявленную войну против ряда губернаторов и ищет поддержки у муниципальной власти (П. Акопов, С. Бабаева / Известия, 23.03.00).*

#### **Слот 1.2. Военное планирование**

Метафорика данного фрейма представляет действия кандидатов в президенты как хорошо продуманные и спланированные военные операции. В основе метафор этой группы лежат концепты *стратегия, тактика*. Ср.:

*Схватка - вот что будет определять тактику народно-патриотической оппозиции на президентских выборах, в работе фракции в Госдуме (В. Никифорова / Правда, 11/12.01.00). Впрочем, «путинская» расстановка сил окончательно еще не оформилась, и о ней есть смысл поговорить особо (А. Салуцкий / МП, 29.01.00). Подключить к президентскому марафону думский потенциал – старая тактика коммунистов (А. Садчиков / Известия, 10.03.00).*

Предвыборная агитация – это борьба каждого кандидата против остальных политических оппонентов. Субъекты политики не ставят своей целью совместное решение создавшихся в обществе проблем конструк-

тивными методами, а ориентированы на участие в политической «войне», нацеленной на уничтожение себе подобных. Описанные типовые прагматические смыслы, формируемые метафорическими словоупотреблениями рассматриваемого фрейма, являются привычными для российских политиков и для электората.

## **2. Фрейм «Военные действия»**

Составляющие данный фрейм метафоры активно функционируют в российском политическом дискурсе. Действия лидеров политических партий представлены понятиями, относящимися к военной источниковой сфере, что позволяет говорить о борьбе за власть, прибегая к использованию военной лексики.

### **Слот 2.1. Начало военных действий**

Решения, принимаемые субъектами политики об участии в президентской кампании, в российских СМИ приравниваются к началу военных действий. Ср.:

*В бой пошли бизнесмены и бизнесвумен. ... Тогда в предвыборные баталии вступил пролетариат... (А. Мякенький / МП, 21.01.00). Первым на тропу войны вышел лидер КПРФ (А. Садчиков / Известия, 25.01.00). Ведь следом за известными политиками в бой очертя голову кинулись не только предприниматели, которым не мешает дополнительная реклама, но также работники профсоюзов, региональных органов власти и даже службы быта (К. Катанян / Известия, 26.01.00).*

Выдвижение кандидатур на пост президента соотносится со вступлением в милитаризованный конфликт, следовательно, «навязывает» адресату восприятие избирательной кампании как военизированной операции.

### **Слот 2.2. Ход военных действий**

Источником метафорического переноса являются концепты «бой», «баталия», «битва», и т. д. Ср.:

*Кандидат в президенты Геннадий Зюганов перешел в наступление на своего главного конкурента – и. о. Президента Владимира Путина (А. Садчиков / Известия, 10.03.00). Не забудем и об Элле Панфиловой. Конечно, плелась она в арьергарде, в авангард мужики не пуцали, но при отсутствии других персоналий слабого президентско-*

го пола Элла Александровна заметно украсила предвыборные батальные сцены (А. Семенова / МП, 24.03.00).

Следует отметить активизацию понятия как *зачистка*, перенесенного в политическую речь из армейского жаргона. Оно используется в текстах предвыборной агитации для обозначения «очистки территориального пространства» от участников президентской кампании, способных составить конкуренцию, изменить ход электорального процесса (представляющих опасность). Метафора связана в сознании читателя с военной операцией по уничтожению вражеских сил, следовательно, наполнена негативным прагматическим потенциалом. Ср.:

*Зачистка политического пространства продолжается. Президентская сотня идет в авангарде (А. Колесников / Известия, 13.01.00). На мой взгляд, это очередная спецоперация, но теперь уже по политической «зачистке» выборного пространства. Поэтому не исключено, что за такой «зачисткой» может последовать отмена выборов (К. Титов / КП, 16.03.00).*

Денотативная сфера функционирования метафор данного фрейма охватывает широкий круг действий кандидатов в президенты в процессе ведения агитационной кампании. В первую очередь, это борьба за власть, политическая борьба, завоевание лидирующих позиций, высокого рейтингового положения в гонке.

Репрезентация деятельности кандидатов в президенты при помощи милитарных метафор позволяет выявить следующие прагматические смыслы: в рамках предвыборной кампании разногласия, столкновения, конфликты превалируют над конструктивными формами взаимодействия.

### **3. Фрейм «Участники военных действий»**

#### **Слот 3.1. Агрессоры**

Для создания образа «чужого» используется метафорика, дискредитирующая кандидатов в президенты, представляя их как политиков, действующих вопреки интересам граждан страны, враждебно настроенных по отношению другим участникам избирательного процесса. К слоту можно

отнести наименования *враги*, *противники*, а также некоторые описательные словосочетания, содержащие негативную эмотивную окраску. Ср.:

*Возможно, это упреждающая разработка запасного варианта: если «врага» для президентской кампании не удастся сделать из бывшего конкурента Примакова и его команды или, скажем, Геннадия Зюганова, на эти цели будет пущен кто-либо из друзей (А. Степанов / Известия, 13.01.00). Все остальные кандидаты или отказались бороться с Путиным, или стали похожи на тайных членов его предвыборного штаба (С. Коломейцев / Известия, 23.03.00).*

### **Слот 3.2. Жертвы**

Для номинации кандидатов в президенты активно используются наименования *мишень*, *заложник* и т. д. Очевидно, что это происходит, когда субъекту политической деятельности нанесен ущерб, он несет потери и достигнута цель дискредитации, деморализации и уничтожения конкурента в борьбе. Ср.:

*И тогда, когда каждый голос будет на счету, потери Путина от саморекламы вице-преьера в Петербурге могут превысить допустимую отметку (В. Сливак / МП, 15.03.00). После сенсационного ухода на политический покой Бориса Ельцина Владимир Путин окончательно превратился в мишень. Мишень для конкурентов, завистников, интриганов (М. Щипанов / РГ, 16.03.00).*

Показательно, что государство в контексте обострения отношений тоже концептуализируется в вышеупомянутых терминах. Ср.:

*Тогда наша страна будет гарантирована от опасности вновь стать заложницей властных амбиций Президента и его ближнего окружения (Ю. Скуратов / РГ, 16.03.00).*

Метафоры рассмотренных слотов являются отрицательно нагруженными, однако выявляют контрарные смыслы в агитационно-политическом дискурсе. С одной стороны, образно номинируют политиков как агрессивных, непримиримых врагов, способных нанести ущерб, с другой, как беспомощных жертв, страдающих от неудач или действий агрессоров.

### Слот 3.3. Союзники

Милитарные наименования, представляющие кандидатов в президенты как *союзников, борцов, заступников*, несут позитивный прагматический потенциал, но составляют небольшой процент от общего числа метафор с исходной понятийной сферой война. Ср.:

*Свою предвыборную кампанию один из определившихся кандидатов в президенты – кемеровский губернатор Аман Тулеев начинает как борец с расхитителями народной собственности (А. Егоренко / Известия, 13.01.00). У Путина имидж победителя. Реальные и мнимые противники отпадают как бы сами по себе, превращаясь в союзников (В. Никонов / Труд, 26.02.00). Чеченская война, с которой многие аналитики связывают высокий рейтинг Путина, на самом деле была важна, прежде всего для формирования его образа как «заступника» (В. Никонов / Труд, 26.02.00).*

В текстах агитационно-политической направленности находит применение архаическое метафорическое наименование *рать* для концептуализации воинских объединений союзников. Ср.:

*С такой ратью в самый раз начинать битву за Кремль (А. Макурин / КП, 13.01.00).*

### Слот 3.4. Специализация воинов

Оценку деятельности субъектов политики отражает метафорика, обозначающая их принадлежность к какому-либо роду войск. Так, специфика работы политика концептуализируется как действия *сапера*, осторожные, продуманные и опасные. Ср.:

*Российский политик подобен саперу, у которого нет права и времени на ошибку хотя бы потому, что наша реальность, увы, слишком напоминает бомбу с громко тикающим часовым механизмом (М. Берда / КП, 25.01.00).*

Отрицательные коннотации содержат такие наименования как *камикадзе*, а также *солдаты штрафного батальона*, указывающие на отсутствие свободы действий политиков, их вынужденность выполнять «грязную» неблагодарную работу. Ср.:

*Да и сами «молодые реформаторы» постепенно начинают понимать, что Кремль отводил и отводит им роль послушных политических «камикадзе», призываемых во власть тогда, когда надо свалить на кого-то ответственность за очередной*

*провал в экономике (М. Берда / КП, 25.01.00). Служа популяризатором Чеченской войны, он, таким образом, как бы служит в штрафном батальоне, который был прописан ему после возвращения в Кремль из команды Юрия Лужкова (А Хисатов / РВ, 19.04.00).*

Итак, денотативная сфера функционирования представленных метафорических словоупотреблений – номинации субъектов политической деятельности, принимающих прямое или косвенное участие в избирательной кампании. Составляющие фрейма тянут за собой шлейф разнообразных ассоциаций. Центр тяжести изложения в рассматриваемых нами случаях, может эксплицировать смыслы «враждебности и агрессии» (слот «Враги»), «поддержки и содействия» (слот «Союзники»), «сострадания и беспомощности» (слот «Жертвы»), представлять специфику деятельности (слот «Специализация воинов»).

#### **4. Фрейм «Оружие»**

Военные концепты видов оружия метафорически репрезентирует средства, помогающие субъектам политики в достижении основной цели – поста первого лица страны. Для этого активно используются разные виды *оружия, автоматы калашникова, даются информационные залпы и т. д.* Зачастую СМИ метафорически представляются как орудия войны, что обусловлено активной ролью телевидения, газет и журналов в современном мире, служащих своего рода соединительным звеном между активными участниками политического процесса и его наблюдателями. Ср.:

*Первым делом надо постараться выбить у них из рук оружие (Е. Анисимов / КП, 12.01.00). По имеющейся информации, планируется информационный залп по новой плеяде промышленников и политиков, которые могли бы стать для будущего президента альтернативой старой коррумпированной олигархии (А. Степанов / Известия, 13.01.00). Так я думал до последних дней кампании, пока в эфир не выпустили последнюю обойму проявлинских агиток (М. Гуревич / РВ, 29.03.00). Но Путин – смелый и решительный человек. И он не сорит словами, в отличие от многих наших политиков, которые тархтят, как «Калашников» в автоматном режиме (С. Миронов / РГ, 18.05.00).*

Военная метафорика, номинирующая виды вооружения свидетельствует, скорее всего, о его эффективности, хотя не так многочисленна в сравнении с другими метафорическими наименованиями представленной модели

### **5. Фрейм «Исход войны»**

Данный фрейм представлен двумя слотами, противопоставленными друг другу «Победа» и «Поражение».

#### **Слот 5.1. Победа**

Успешный ход президентской гонки или окончание выборов часто метафорически обозначаются концептом *победа*. Ср.:

*Он (Ельцин) пришел победителем и уходит победителем (С. Бабаева / Известия, 5.01.00). Зюганов должен выиграть этот бой у преступной «демократии» (М. Левченко / Правда, 11/12.01.00). Путин явно оказывается в ловушке, о которой сейчас, пока еще не стих победный бой литавр, думать просто не хочется (Э. Котляр / МП, 12.01.00). У Путина имидж победоносного политика, обуздавшего Чечню (Е. Владимирова / КП, 10.03.00).*

Иногда политические войны завершаются мирным урегулированием вопроса. Ср.:

*С Геннадием Зюгановым едва ли возможно соглашение о ненападении, если только появление конкурента в левом секторе – Амана Тулеева – не заставит его торговаться с исполнительной властью (А. Колесников / Известия, 13.01.00). Цена вопроса, что и говорить, стоит мировой с новой командой Кремля (С. Ильина / РВ, 22.03.00).*

За счет представленных словоупотреблений происходит акцентуация позитивных смыслов, нехарактерных для милитарных метафор.

#### **Слот 5.2. Поражение**

В случае неудачного исхода политические конкуренты *проигрывают*, *сдаются в плен*, *уступают* и т. д. Ср.:

*Пока коммунисты, здравые народно-патриотические силы не придут к власти, не поднимется Россия, не вырвется из плена (В. Никифоров / Правда, 11/12.01.00). К тому же складывается впечатление, что основные конкуренты Путина заранее сдались (А. Колесников / Известия, 11.01.00). Сегодня в новой Думе проигрывать никому не хочется (Г. Платова / Правда, 18/19.01.00). Коммунисты сами не захотели удер-*

*жать власть. Разжиревшая, обнаглевшая, бессильная верхушка сдала страну без боя*  
(В. Жириновский / РГ, 18.03.00).

Денотативная область функционирования метафорики, относящейся к описанному фрейму – подведение итогов, завершение президентской кампании.

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА - это ВОЙНА в нарративе «Выборы президента РФ» представлена фреймами «Война и виды войны», «Военные действия», «Участники военных действий», «Орудия войны», «Исход войны». Милитаризованность сознания носителей русского языка является исторически обусловленной постоянным участием нашего народа в войнах, а также «насаждением» тоталитарным режимом военизированного отношения к окружающей действительности. В рамках данной модели встречаются позитивно окрашенные наименования, например, *союзник, заступник, рать, борец*, однако, основная масса метафор репрезентирует ситуацию выборов Президента РФ как войну, ведущуюся на всех уровнях, а самих кандидатов как борющихся друг с другом непримиримых врагов.

При сопоставительном анализе представленной метафорической модели в русском и английском языках следует обратить внимание на сходство фреймово-слотовой структуры, на ее частотность и продуктивность в обоих языках. Все это позволяет сделать вывод о том, что военная источниковая сфера является универсальным средством для концептуализации выборов главы государства. В американских и российских публицистических текстах описанная модель представляет собой целостное, детально-структурированное образование.

Для американских текстов характерна повышенная «насыщенность» военной метафорикой, чем обусловлено наличие большего числа слотов, принадлежащих описываемой модели. Так, можно отметить наличие слотов *Skirmish – Перестрелка, Defence – Оборона* в американском политическом дискурсе, тогда как для предвыборной кампании в России харак-

терны лишь отдельные наименования, представленной понятийной сферы. Рассмотренная модель наполнена агрессивным прагматическим потенциалом, т.к. ассоциативно связана с борьбой в политических кругах, враждебным отношением кандидатов друг к другу, не желанием находить компромиссы при решении накопившихся проблем.

## **2.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в американском и российском политическом дискурсе**

Театральная метафора относится к числу наиболее традиционных в самых различных лингвокультурах. Отмечают, что истоки восприятия мира как театра восходят к Шекспиру (Н.А. Кузьмина, 1999). Широкое распространение и употребление театральной метафоры на современном этапе связывают, во-первых, с особенностями современных политических кампаний, во-вторых, с развитием СМИ. По мнению политологов, усиление тенденции к стиранию границы между программой новостей и развлекательным шоу привело к популяризации политики, к распространению, так называемой «символической политики» или «политики театра», «основанных на образах или «имиджах» политических деятелей, специально сконструированных на потребу господствующим умонастроениям и вкусам» (К.С. Гаджиев, 1994, с.389).

Созерцательное участие масс в политических процессах обуславливает роль народа лишь как адресата-наблюдателя, «который воспринимает политические события как некое разыгрываемое действие» (Е.И. Шейгал, 2001, с.66). Любая избирательная кампания ставит своей целью привлечение на свою сторону как можно большей доли электората, обеспечение поддержки сторонников того или иного политического течения, а это, безусловно, заставляет напрямую или опосредованно (через СМИ) обращаться к массам. Политические лидеры обязаны постоянно помнить о наблюда-

телях (зрительской аудитории), а значит, играть на публику, тщательно режиссировать свои действия, держать под контролем результаты общественного мнения, т. е. обращать особое внимание на внешние факторы кампании, ее форму, а не содержание. Кроме того, политический дискурс с театральным сближает такая черта как ритуальность. Основная масса политических процессов может рассматриваться как совокупность «обрядовых» действий (процедура голосования, выступление кандидатов в президенты, разного рода дискуссии, церемония инаугурации), акцентирующих внимание на внешней стороне событий.

Считается, что театрализация избирательной кампании достигла наиболее завершенной (гипертрофированной) формы в США. Описанные социальные факторы влияют естественным образом на активизацию театральной терминологии применительно к политической сфере общества. Включение в агитационно-политические тексты США едва ли не всей лексики из поля «театр» создает целостную картину отражения в общественном сознании процесса проведения президентской кампании и выборов главы государства США.

Исследователями не раз отмечалась актуальность театральной метафоры для российского политического дискурса (А.Н. Баранов, О.Н. Григорьева, 2003, Ю.Н. Караулов, 1994, Н.И. Кузьмина, 1999, Т.Б. Соколовская, 2002, Ю.Б. Феденева, 1998, А.П. Чудинов, 2000, 2001, Е.И. Шейгал, 2000 и др.). Активизация театральной метафоры приходится на эпоху Б.Н. Ельцина (Н.А. Кузьмина, 1999). В дальнейшем сфера театра стала постоянным источником метафорической экспансии в политических текстах. «Очевидна театрализованная природа всех предвыборных шоу. Предвыборные «постановки» делаются по самому настоящему сценарию, в них участвуют множество профессиональных актеров, редакторов, суфлеров, рабочих сцены, костюмеров и декораторов. Аудитории этих театрализованных шоу огромны» (О.Н. Григорьева, 2003, с. 2). Показательно, что в

ряде европейских стран и в России в последнее время идет тенденция к распространению личностного характера политики, более характерного для США (К.С. Гаджиев, 1994), что может оказывать влияние на продуктивность концептуальной метафоры ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в российском политическом дискурсе.

В соответствии с тематикой исходной понятийной сферы, представленной в описываемой модели, субъекты политики в избирательной кампании выступают на театральных подмостках, исполняя написанные специально для них разнообразные роли. Как и любое шоу, политическое имеет своих сценаристов, режиссеров, постановщиков, а также публику в лице электората, следящего из зала за развитием событий на сцене. Иногда театральная метафорика переходит в метафору кино, цирка или других видов зрелищного представления. И тогда на экране появляются актеры кино, танцовщицы, которые без труда справляются с предписанными им ролями, профессионально танцуют, снимаются в кино.

### **2.2.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в американском политическом дискурсе**

Представленная модель насчитывает 364 метафорических словоупотребления в американских текстах предвыборной агитации. В рамках рассматриваемой модели выделяются следующие фреймы.

#### **1.Фрейм: “ Kinds and elements of show” – «Виды и элементы зрелищных представлений»**

Составляющие данный фрейм метафоры отображают внешнюю сторону политических процессов, представляя выборы главы государства как театрализованное представление. Избирательная кампания может номинироваться как какой-либо из видов драматического театра. Метафоризация описываемого события возможна также посредством словоупотреблений, обозначающих смежные с театром виды зрелищных представлений.

## **Слот 1.1. Drama theatre and its kinds - Драматический театр и его виды**

Театральность, зрелищность, пронизывающие политические процессы, связанные с избранием первого лица США, эксплицируются наименованиями данного слота: *drama* (драма), *performance* (представление), *tragedy* (трагедия), *comedy* (комедия), *spectacle* (зрелище, спектакль). Ср.:

*If fate had put Gore and Bush in the other's place on election night, the drama of the next five weeks would have had everybody playing the opposite role* (M. Kinsley / Time, 25.12.00 - 1.01.01). [Если бы судьба поменяла Гора и Буша в ночь выборов, то в драме, разыгравшейся в последующие пять недель, каждый бы сыграл противоположную роль.] *This election is not an award for past performance* (E. Pooley, K. Tumulty, T.M. Edwards / Time, 13.03.00). [Эти выборы – не присуждение награды за показанное представление.] *But every time Clinton looked to the future, his past pulled him back. The story – and the promise of his presidency – unraveled like a Shakespearean meld of tragedy and farce* (J. Alter / Newsweek, 22.01.01). [Но всякий раз, когда Клинтон вглядывался в свое будущее, прошлое тянуло его назад. Обещания на посту президента – повороты сюжета, напоминающие сплав шекспировских трагедий и фарса.] *...the Vice President was showering him with roses – a spectacle that's likely to continue this week, if Gore finishes off Bradley on Super Tuesday* (E. Pooley, K. Tumulty, T. M. Edwards / Time, 13.03.00). [...вице-президент осыпал его (Брэдли) розами – спектакль, который вероятно продолжится на этой неделе, если Гор обыграет Брэдли в супер вторник.]

Денотативная область функционирования метафор данного слота охватывает ведение предвыборной кампании.

## **Слот 1.2. Other kinds of show - Смежные виды представления**

Более узкие категории по отношению к метафоре театра - *show* (шоу), *parade* (парад), *circus* (цирк), *vaudeville* (водевиль). Представленные метафорические словоупотребления являются распространенными в нарративе «Выборы президента США», акцентируя внимание коммуникантов на карнавальности избирательной кампании. Ср.:

*It was less a campaign than a parade, and one that he (Bush) didn't always seem to be enjoying much* (N. Gibbs, J. Carney, J. F. Dickerson, M. Dufty / Time, 14.02.00). [Это больше походило на парад, чем на предвыборную кампанию, и ему (Бушу), казалось,

*это не всегда нравилось.] In the deeding autumn of 2000, the players in Washington not employed by George W. Bush or Al Gore were calling it the Seinfeld Election: a show about nothing – or, anyway, not very much (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Актеры, не нанятые Бушем или Гором осенью 2000 года, называли предвыборную кампанию шоу по Сайнфельду - шоу ни о чем или о незначительном.] Though justices wear sober black robes, their moves last week were center stage in a political circus (H. Fineman / Newsweek, 18.12.00). [Хотя судьи носят строгие черные одежды, их действия на прошлой неделе напоминали заглавные номера цирковой программы.]*

Метафорическое осмысление политической ситуации может осуществляться в музыкальных концептах. В этом случае пики политической активности, конфликтные ситуации представляются как *crescendo* (*крецендо* – *нарастание силы звучания*), а сам процесс как музыкальное произведение, например, *symphony* (*симфония*). Ср.:

*It wasn't any one note Joe Lieberman struck that set the... watchdogs growling. It was the whole sacred symphony... "When it reaches a certain crescendo, you know it," observes Abraham Foxman (N. Gibbs / Time, 11.09.00). [Джо Либерман не просто нажал ноту, которая заставила рычать сторожевых псов .... Это целая священная симфония... "Когда она наберет полный звук, вы узнаете об этом", - заметил Авраам Фоксмен.]*

В развернутом метафорическом контексте проводится параллель между деятельностью президента и работой дирижера. Гармония, благозвучие в оркестре во многом зависят от того, кто им руководит. Политические, экономические промахи, ошибки концептуализируются как звуковой диссонанс, дисгармония. Ср.:

*Coda: Yes, there was dissonance and clatter. But most of the country liked Bill Clinton's way of striking up the band (J. Alter / Newsweek, 22.01.01). [Кода: Да, звуки музыки диссонировали и звенели в ушах. Но большей части страны нравилось, как Билл Клинтон дирижировал оркестром.]*

Характерная для американских текстов предвыборной агитации репрезентация электорального процесса как шоу, театра коррелирует с представлениями носителей языка о популяризированности политики.

### Слот 1.3. Movies - Кинематограф

В соответствии с тематикой исходной понятийной сферы предвыборная кампания в США, а также отдельные выступления кандидатов в президенты могут быть представлены как разнообразные жанры кинематографа: *movie* (кино), *feature film* (художественный фильм), *soap opera* (мыльная опера), *cartoon film* (мультипликационный фильм), *preview* (рекламный показ). Ср.:

*Like any other soap opera, this one was full of colorful characters and behind-the-scenes maneuvering* (T. Evan, M. Isikoff / Newsweek, 27.11.00). [*Эта мыльная опера, как и любая другая, изобиловала яркими типажам и закулисными интригами.*] *But Bradley compares the primary schedule to a movie. Iowa and New Hampshire “are like the previews”, he says, and the March contests “are the feature”* (E. Pooley / Time, 31.01.00). [*Брэдли сравнивает программу предварительных выборов с кино. Айова и Нью-Гемпшир «напоминает рекламный показ», - говорит он, а мартовские состязания - «основной полнометражный фильм».*]

Эскалация иронических смыслов может происходить, если деятельность президента метафоризируется как сюжет мультфильма. Ср.:

*No, the reason I’m going to miss Bill Clinton is that watching him these past eight years has given me the same unbridled, childlike joy as watching cartoon. Clinton was our first cartoon president* (C. O’Brien / Time, 8.01.01). [*Нет, причина, по которой я буду скучать по Биллу Клинтону заключается в том, что, глядя на него в течение восьми лет, я получал огромное удовольствие, равное удовольствию, которое ребенок получает от просмотра мультлика. Клинтон был нашим первым президентом из мультфильма \мультипликационным президентом\.*] *Some saw hope in the 2000 election, hope that either candidate would offer strong cartoon potential* (C. O’Brien / Time, 8.01.01). [*Некоторые надеялись на выборы 2000, что каждый из кандидатов проявит такие же широкие возможности в сфере мультипликации.*]

Мультипликация – жанр кинематографа, ассоциирующийся с позитивными эмоциями: добрые детские чувства и переживания, положительный герой всегда остается в выигрыше, зло наказано. Осмысление деятельности президента посредством метафорики из сферы мультипликации позволяет соизмерить достаточно контрарные сущности: с одной стороны,

политика как основополагающая система, на которой базируется общественный строй; с другой, легкий непритязательный жанр мультипликации. Метафоры рассматриваемого слота создают яркий эмотивный эффект, акцентируя внимание адресата на отсутствии глубины и серьезности в деятельности политических лидеров.

Кинематограф как вид искусства завоевал большую популярность, хорошо известен каждому современному человеку, поэтому представленная сфера, являющаяся осмысленной и структурированной в сознании носителей американской лингвокультуры, служит широко распространенным источником метафорического переосмысления. Анализ текстов показывает, что метафоры, входящие в состав данного слота, активно функционируют на протяжении всей избирательной кампании.

#### **Слот 1.4. Elements of show - Элементы представления**

Метафорическое представление президентской кампании как зрелищного искусства обуславливает востребованность названий элементов представления в качестве темпоральных репрезентантов, актуализирующих семантику «начала» и «завершения».

*In general, ...hearings serve as a kind of overture to the First Act of a new President, a preview of all the themes and characters that will share the stage and shape the combat for the next four years (N. Gibbs / Time, 15.01.01). [В общем, ... судебные слушания заседаний служат увертюрой к первому акту правления нового президента, рекламным показом всех тем и персонажей, которые будут на сцене и определяют претендентов на следующие четыре года.] On the other hand, the U.S. Supreme Court remains one of the most trusted institutions in the land, and its involvement raised the hope for a clear denouement to the post-election drama (H. Fineman / Time, 4.12.00). [С другой стороны Верховный суд США остается учреждением, вызывающим наибольшее доверие граждан, а его участие усиливает надежды на благополучную развязку драмы, разыгравшейся после выборов.]*

### **Слот 1.5. Spectacle preparation and actors' performing - Подготовка спектакля и выступление актеров**

Предвыборная кампания может осмысливаться лишь как репетиция (подготовка) к выступлениям в политическом театре. Ср.:

*Gore and Bush could consider 2000 a dress rehearsal (L. Mirror / Time, 4.12.00). [Гор и Буш могли бы считать выборы 2000 генеральной репетицией.]*

Развернутый метафорический контекст, репрезентирующий политические события, создается за счет метафор данного слота, проявляющих широкие возможности для актуализации разнообразных смысловых компонентов: *to clown* (изображать из себя клоуна), *to juggle* (жонглировать), *to dance* (танцевать), *to waltz* (вальсировать), *to sing* (петь), *to play the piano* (играть на пианино). Ср.:

*As the primary season heats up, the candidates are showing their true colors: McCain juggles the issues to cheers and disbelief; Bradley dances with two left feet; Bush echoes dear old Dad; and Gore barks like a junkyard dog (J. Carney / Time, 31.01.00). [Пока предварительные выборы набирают обороты кандидаты показывают свое истинное лицо (окраску): Маккейн жонглирует проблемами под крики восторга и недоверия, Брэдли танцует на двух левых ногах, Буш вторит своему дорогому папочке, Гор воеет как выброшенный на улицу пес.] He liked to clown around sometimes sophomoricly (E.Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Ему (Бушу) нравилось изображать из себя клоуна, пусть даже это не всегда удачно получалось.]*

Основу метафоризации рассматриваемых словоупотреблений составляет внешняя, открытая любому избирателю сторона президентской кампании. Помня о зрительской аудитории, актеры-политики вынуждены лицедействовать, красиво держаться перед камерами, совершая действия-трюки, привлекающие внимание зрителей, рассчитанные на зрелищность, создание яркого эффекта. Денотативная область применения данных метафор охватывает разнообразные действия субъектов политики, совершаемые ими в ходе избирательной кампании.

## 2. Фрейм: “ Theatre staff” – «Работники театра»

В работе избирательной кампании активно участвуют работники разных сфер деятельности, которые активно привлекаются к подготовке любого политического события. Достаточно просто провести параллель между театральной труппой, создателями театрализованных представлений, работниками сцены и профессиональными деятелями, занятыми в сфере политики. Рассматриваемый фрейм представлен наименованиями, метафоризирующими всех участников политического процесса.

### Слот 2.1. The author of a play and spectacle creators - Автор пьесы (сценария) и создатели спектакля

Скрытая, «закулисная» сторона избирательной кампании США, связанная с подготовкой (постановкой) политических событий, метафоризируется посредством составляющих рассматриваемого слота. Ср.:

*The public face of Mr. Bush's makeover has been a series of well-choreographed press conferences. More interesting has been what has gone on behind the scenes (N. Gibbs, M. Duffy / Time, 31.01.00). [Публичный имидж мистера Буша был представлен серией хорошо поставленных пресс конференций. Гораздо интереснее, что происходило за кулисами.]*

Тематика источникового слота «сценарий» активно взаимодействует со слотом сферы-мишени «политические процессы». Таким образом, осуществляется перенос содержания, в результате которого ход президентской гонки репрезентируется как постановка по заранее написанному сценарию, развязка которого ясна, а автор текста, в большинстве случаев, неизвестен. Ср.:

*It is Republican leaders in Tallahassee and Washington, not Democratic ones, who weave lurid scenarios of legislative intervention if they don't get their way (M. Kinsley / Time, 4.12.00). [Именно лидеры республиканцев, не демократов, придумают \сплетут\ страшный сценарий вмешательства в законодательную деятельность, если им не удастся достичь своей цели.]*

Метафорическое использование концепта «сценарий» актуализирует отрицательные ассоциативные признаки, связанные с идеей постановочно-

сти, заранее известного исхода (развязки) политического сюжета президентской кампании.

## **Слот 2.2. Actors and their roles (images) – актеры и их роли (амплуа)**

Критическое начало текстов предвыборной агитации воплощается в метафорике рассматриваемого слота, для чего используются номинации типа: *clown* (клоун), *vaudeville showgirl* (девушка из водевиля), *juggler* (жонглер), *actor* (актер), *cast* (состав исполнителей), *player* (актер). Ср.:

*Before a speech in Des Moines, Iowa, on Wednesday night, Nov. 1, he (Bush) sashayed around backstage like a vaudeville showgirl, twisting his waist one way thrusting his arms out the other (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [В среду первого ноября перед тем как произнести речь в Де-Мойне штата Айова, стоя за кулисами, он (Буш), вращая таз в одну сторону, а руки вытягивая в другую, что очень напоминало движения девушки из вальса.]*

В американских текстах агитационно-политического характера используется метафорическое наименование *gladiator* (гладиатор) для номинации кандидатов в президенты, придерживающихся жесткой тактики ведения кампании. Ср.:

*He's (Gore) to be a gladiator in the arena too – a pro who known how to get the job done, ... because “the presidency is not an academic exercise or seminar, it's a daily fight (E. Pooley / Time, 17.01.00). [Он также должен быть гладиатором на арене – профессионалом, знающим свое дело, ...потому что деятельность президента – это не зарядка для ума, не семинар, это ежедневная борьба.]*

Векторы агрессивности являются неотъемлемой частью концепта «война» и могут активно взаимодействовать, как видно из примера, с театральной метафорикой.

Представленная метафорика употребляется в соответствии с основной прототипической функцией – исполнение роли. В устраиваемом политическом шоу участники ведут себя на сцене согласно приписываемым им амплуа в постановке. В тексты предвыборной агитации вводятся следующие

метафорические выражения: *to play the role* (играть роль), *to master the role* (разучивать роль), *image* (имидж, образ), *character* (образ, герой). Ср.:

*Al Gore has played supporting actor to Bill Clinton's leading man* (N. Carlston / *Businessweek*, 20.12.99). [При исполнителе главной роли Билле Клинтоне Гор сыграл роль второго плана.] *Now George Bush was playing the role of lout* (E. Cliff / *Newsweek*, 20.11.00). [В тот момент Джордж Буш играл роль деревенщины.] *The roles had reversed: now it was Bush, not Gore, who sounded clintonesque* (E. Cliff / *Newsweek*, 20.11.00). [Роли поменялись: теперь именно Буш, а не Гор, говорил \звучал\ как Клинтон].

Задачей первостепенной важности для каждого политика является создание своего имиджа, на который реагирует электорат, из этого вытекает необходимость в совершенстве знать роль, предписанную сценарием.

Прагматический потенциал метафор данного фрейма можно сформулировать следующим образом: кандидаты на пост президента хорошо владеют техникой актерского мастерства, чему способствует их постоянное появление на телевидении, участие в различных программах. Участники президентской гонки не просто создают себе определенный имидж, играя на публику, но и прибегают к «легкомысленным» актерским приемам для внесения элемента зрелищности, наглядности. Такие наименования как *clown* (клоун), *vaudeville showgirl* (девушка из водевиля), *lout* (деревенщина) создают уничижительную коннотацию иронии при метафоризации образов кандидатов в президенты.

### **3. Фрейм “Theatre Hall and Properties” – «Зал театра и реквизит»**

#### **Слот 3.1. The stage of the theatre - Театральная сцена**

Анализ контекстов употребления политической метафоры показывает, что места, где происходят политические события (зал заседаний, сцена), концептуализируются и представляются посредством коннотативно нагруженной театральной метафоры. Помимо стертых метафор *political stage* (политическая сцена), *political arena* (политическая арена) встреча-

ются в метафорическом контексте наименования *stage* (сцена), *backstage* (за кулисами), *curtain* (занавес). Ср.:

*Working behind the scenes, he helped... Bill Clinton carry Illinois in 1992 (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Работая за кулисами, он помог... Биллу Клинтону победить на выборах в Иллинойсе в 1992.] The supreme court itself was looking very much like a political arena unto itself, its justices divided roughly along party and certainly philosophical lines (H. Fineman / Newsweek, 18.02.00). [Даже Верховный Суд очень напоминал политическую арену: его члены разделились в зависимости от партийных предпочтений и определенных философских взглядов.]*

Из представленных примеров становится ясным, что субъекты политики лишь частично «отрабатывают номера» на сцене, перед зрителями. Большая часть работы проводится вне поля зрения публики. Многие важные решения принимаются за кулисами, тайно, зачастую даже без ведома участников театрализованного представления.

### **Слот 3.2. Theatre Properties – Театральный реквизит**

Данный слот представлен немногочисленными метафорами типа: *costumes* (костюмы), *make up* (грим), *scenery* (декорации). Ср.:

*... there may never be a better time than these next few weeks to sit right up close to the small stage, where you can hear the lines that are fubbed and see costumes that don't quite fit and watch the candidates trying to master their roles (N. Gibbs, M. Duffy / Time, 31.01.00). [...лучшего случая, чтобы подсесть поближе к сцене, где слышны неточные реплики, есть возможность разглядеть костюмы, которые не совсем в пору и понаблюдать за кандидатами, разучивающими свои роли, может не представиться, чем в течение следующих нескольких недель.]*

Из приведенных примеров следует, что театральные атрибуты являются неотъемлемой частью политического шоу и содействуют созданию правдоподобия представления, приданию ему большей схожести с реальной действительностью, а также способствуют визуальному восприятию гонки за пост главы государства.

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в американском политическом дискурсе представлена следующими фрей-

мами: «Виды и элементы зрелищных представлений», «Работники театра», «Зал театра и реквизит». В целом, метафорика вышеописанной модели актуализирует периферийные семы лицемерия, «ненатуральности», имитации политической действительности, акцентирует внимание адресата на идеи постановочности, лицедейства, игры на публику. Все это несет негативный прагматический потенциал, усиливает неуважительное отношение электората к субъектам политики и их деятельности. Активизация векторов притворства и наигранности достигается посредством сопоставления театральной метафорики с реальной жизнью. Концепты «театр», «представление», «шоу», активно используемые для структурирования знаний о политическом пространстве и его субъектах, ассоциативно связаны с театрализацией политических процессов в США, их популяризацией, манифестируют персонифицированный характер предвыборной кампании.

### **2.2.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР в российском политическом дискурсе**

В российском политическом дискурсе метафорическая модель с исходной понятийной сферой театр также является продуктивной (301 метафорическое словоупотребление) и детально структурированной. Развернутый метафорический контекст позволяет описывать поле политики в театральных терминах. Метафорические кластеры, концептуализирующие электоральный процесс, создают целостную картину отражения в общественном сознании функционирования политических институтов власти.

#### **1. Фрейм: «Виды и элементы зрелищных представлений»**

##### **Слот 1.1. Драматический театр и его виды**

Визуальное восприятие избирательной кампании, ее наглядность обуславливают близость политического и театрального дискурсов и позволяют концептуализировать президентскую гонку через театральную метафо-

рику. События, происходящие во время предвыборной кампании, могут быть репрезентированы как *спектакль, комедия, действие, политический театр, трагикомедия, театр абсурда, гастролы, пьеса*. Ср.:

*Посрамлены алчные шоумены «выборных технологий», народ не желает быть зрителем политических трагикомедий (Ю. Васильев / РГ, 5.01.00). Если же подойти к делу не с формальной, а с логической точки зрения, все происходящее напоминает театр абсурда (М. Юсин / Известия, 25.01.00). Точному следованию этой режиссерской сверхзадаче и следует, по мнению Житинкина, объяснить успех Путина в политическом театре (Р. Медведев / РГ, 5.04.00).*

### **Слот 1.2. Смежные виды представлений**

Активная деятельность субъектов политики, направленная на победу на выборах номинируется в текстах предвыборной агитации как *шоу, стриптиз, кино (многосерийная эпопея, боевик), балаган, концерт*. Ср.:

*Но в этом как раз самая сильная сторона человека, точно понявшего, что сегодня нужно нашему народу, уставшему от политического балагана (Ю. Васильков / РГ, 5.01.00). Право, очень не хотелось говорить о политическом стриптизе, который устроили оппоненты Владимира Путина, когда уже стали известны предварительные итоги голосования (В. Кулик / КП, 3.03.00). О своей основной заслуге в прошедшем «шоу» Элла Александровна, кажется, и не догадывается, а если знает, то молчит (А. Достов / МП, 24.03.00). Впрочем, люди всегда чем-нибудь недовольны: то переживают, что наступит коммунистический реванш, а в эфире – сплошной Ельцин, то наоборот – подавай захватывающий предвыборный боевик. Боевика не обещали, потому многие попросту проигнорировали урны для голосования (С. Бабаева / Известия, 28.03.00).*

Оценочная нагрузка метафор, репрезентирующих президентскую кампанию как театрализованное представление, шоу, содержится в самих словоупотреблениях. Жанровые особенности зрелищных видов искусства коррелируют со спецификой метафорических номинаций.

### **Слот 1.3. Цирк**

Театральная метафора очень тесно связана с цирковой. Те же субъекты политической деятельности предстают в роли артистов цирка, совершая

разнообразные трюки, демонстрируя ловкость рук, развлекая публику (в лице избирателей) номерами своей незатейливой программы. Ср.:

*Есть такая цирковая профессия – антиподист. Это когда артист подбрасывает и ловит предметы не руками, а ногами. В последнее время все большее число отечественных политиков (больших и малых) предлагают российским избирателям освоить премудрости этого старинного жанра. Проголосовать не руками, а ногами (С. Чугаев / КП, 21.03.00). Есть что-то мелкое, циничное и смешное одновременно в показательных трюках, направленных на «повышение» рейтингов кандидатов в президенты (А. Хисамов / РВ, 22.03.00). Достаточно вспомнить первый съезд «Отечества» в колонном зале, чтобы воскликнуть: да, все те же на манеже! (А. Салуцкий / МП, 31.03.00). Думаю, что это были обычные предвыборные трюки, желание покрасоваться перед публикой, понравиться кому-то из избирателей (Б. Ямианов / РГ, 5.04.00).*

По наблюдениям О.Н. Григорьевой, «каждый политик – сам автор и исполнитель, герой собственного быта», однако во многих выступлениях «можно усмотреть черты разных традиций» и в частности «черты народной «смеховой» культуры» (2003, с. 3). Несерьезность, абсурдность действий кандидатов в президенты эксплицируются через метафорическую номинацию клоун. Ср.:

*Они (власти) играют в свою циничную командную игру, на фоне которой причуды Ельцина были только клоунскими репризами между главными номерами программы (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00). Славная когорта кандидатов в президенты, похоже, лишена главного клоуна: ЦИК отказал в регистрации Владимиру Жириновскому (В. Устюжанин / КП, 19.02.00).*

#### **Слот 1.4. Элементы представления**

Как известно, театральный сценарий имеет свою структуру: он состоит из *актов и сцен*, имеет *прелюдию, репризы, пролог и финал*, может быть богат *коллизиями сюжета*. Хорошо известные избирателям элементы драматических произведений широко используются в политической речи, придавая выборам символическую форму. Ср.:

*Речь пока идет лишь об инстинктивном старте очередного акта драмы, а финал ее по-прежнему неизвестен (П. Богомолов / Правда, 6/7.01.00). Впервые выборы в Думу стали не самостоятельной акцией или простой пробой сил перед президентски-*

ми выборами, а настоящей прелюдией к электоральной битве за пост главы государства (А. Колесников / МП, 19.01.00). Продемонстрированная им (В. Жириновским) многосерийная эпопея «Война и ЦИК» заслуживает отдельного признания. Количеству задействованных инстанций и коллизиям сюжета позавидовал бы сам Конан Дойл (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00). Пока не ясно, выйдет ли инициатива Владимира Путина за рамки простой кадровой перестановки в чиновничьих кругах. Понятно одно: это только еще пролог (В. Носков / РГ, 17.05.00).

Агитационно-политические тексты периода президентских выборов 2000 г. в России наполнены метафорическими выражениями, переносящими содержание фрейма «Виды и элементы зрелищных представлений» на самые разнообразные события, происходящие в рамках борьбы за пост главы государства. Это позволяет наблюдателю (зрителю, читателю) воспринимать политическую борьбу как шумное, красочное зрелище, показываемое на потребу электорату.

### **Слот 1.5. Подготовка спектакля и выступление**

Представленный слот очень активно взаимодействует с политической сферой-мишенью. Всевозможные понятия, связанные с подготовкой, выступлением, постановкой театральных действий, метафорически представляют деятельность российских политиков.

Идеи постановочности политических процессов «навязываются» электорату посредством активно используемой в политическом контексте театральной метафорики. Избирательная кампания обычно тщательно *режиссируется*. Ср.:

*Либо скандал режиссирован самими обвиняемыми (кандидатами) для создания информационного ажиотажа и привлечения внимания к собственным персонам (А. Мякенький / МП, 3.03.00). Но лучшая режиссура предвыборной кампании по праву принадлежит Станиславу Говорухину (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00).*

В текстах агитационно-политического дискурса театр противопоставляется реальной действительности. Это может быть выражено посредством таких смысловых оппозиций как *играть роль – жить, играть роль – быть самим собой*. Ср.:

*Вы как хотите, говорит он своим коллегам, а я не желаю играть роль в приготовленной вами пьесе, я буду просто жить. Действительно, как быть коллегам, если все они давно подзабыли, что значит жить в политике. Если все они на свою беду только и умеют играть в государственников, демократов патриотов, реформаторов, оппозиционеров, премьеров и т. д. (О. Савченко / РГ, 28.03.00).*

Смысловые антитезы правдивый – лживый, настоящий – наигранный, искренний – лицемерный усиливают негативный эмотивный эффект, «эксплуатируя» векторы искусственности, пронизывающие описание деятельности субъектов политики.

Непредсказуемость действий кандидатов в президенты воспринимается как *импровизация*. Ср.:

*Единодушно отметив, что финальная импровизация Ельцина войдет в золотой фонд «мирового политического театра», американские специалисты по России сосредоточили внимание на фигуре Владимира Путина... (А Баранов / КП, 15.01.00)*

В метафорическом контексте президентских выборов не все выступления участников гонки за пост главы государства оцениваются положительно. Отсутствие высокого рейтинга приравнивается к *исполнению роли второго плана, игре в эпизодах*. Ср.:

*Григорий Явлинский – человек серьезный... Он не согласен быть на вторых ролях (А. Мякенький / МП, 7.03.00). Евгений Савостьянов... Юрий Скуратов... Аман Тулеев... Алексей Подберезкин... Поучаствовали так себе. Мелькнули в каких-то эпизодах и все (А. Семенова, Ф. Достова / МП, 24.03.00).*

Наименования представленного фрейма создают развернутый метафорический контекст для концептуализации деятельности участников президентской кампании, которая ассоциативно связывается в сознании коммуникантов с игрой актеров, выступлением артистов цирка, режиссурой спектакля.

## **2. Фрейм: «Работники театра»**

### **Слот 2.1. Автор пьесы (сценария) и создатели спектакля**

Метафорика слота эксплицирует «закулисную» работу по подготовке театрализованного действия. Выступления кандидатов в президенты тща-

тельно готовятся, прорабатываются, режиссируются. Иногда талантливый политик может самостоятельно выполнять функции автора и режиссера. В рамках описываемого слота выделяются следующие наименования: *сценарист, режиссер, кукловод, постановщик, драматург*. Ср.:

*По-видимому, кремлевские сценаристы избирательной кампании решили вновь сыграть пьесу образца 1996 года: «Все против общего врага страны» (А. Степанов / Известия, 13.01.00). Безапелляционность заявлений Явлинского и феноменальный рост его рейтинга всерьез озаботили президентских драматургов (И. Иванцов / КП, 23.03.00). Психолог Леонид Кроль считал, однако, что Путин не только талантливый актер, но и сам себе режиссер и даже автор какой-то особой собственной пьесы, а также новой необычной стилистики (Р. Медведев / РГ, 5.04.00).*

В текстах предвыборной агитации часто представляется театральный концепт «сценарий». Ср.:

*По-другому в российской демократии не бывает. И оригинальный сценарий придумывать не надо – все апробировано (Э. Котляр / МП, 12.01.00). Таким образом, и. о. Президента Владимир Путин пошел по «чрезвычайному» сценарию (С. Бабаева / Известия, 11.01.00). Конечно, возможны экзотические сценарии, например, назначение премьером министра иностранных дел Игоря Иванова (А. Колесников / МП, 15.03.00). Лучший предвыборный сценарий у Владимира Жириновского... (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00).*

Постановка театрализованного представления требует участия многочисленных специалистов. Сами политики, их помощники и спичрайтеры, организаторы политических событий метафорически представляются как *гримеры, костюмеры, суфлеры и т. д.* Ср.:

*Удивляясь и негодуя по поводу успеха Путина, «Новая газета» пыталась представить и. о. Президента как актера, который оказался на большой политической сцене, не зная ни своей роли, ни пьесы, в которой ему предстояло играть, не понимая также, кого из многочисленных суфлеров он должен слушать (Р. Медведев / РГ, 5.04.00).*

Широко используются в разнообразных метафорических контекстах наименования *кукловод и марионетка*, представляющие как отдельных кандидатов, так и целые партии. Ср.:

*Жизнь тем временем неотвратно приближала судный час выборов. Казалось, ничто не помешает кукловодам расставить марионетки по тем полочкам, которые им предопределялись (Ю. Васильков / РГ, 5.01.00). И все чаще будет подниматься вопрос: а была ли отставка Ельцина действительно добровольной, коль так нагло жестко действуют кремлевские кукловоды по отношению к депутатам, региональным лидерам, обществу? (Ш. Муладжанов / МП, 11/12.01.00) Так называемые независимые депутаты бегом рванули в «Единство» - аморфное, разношерстное образование, называющее себя партией власти, хотя на деле это не более чем многоголовая ее марионетка (В. Петров / Правда, 11/12.01.00).*

Акцентуация негативных смыслов в обеих метафорических номинациях связана, с одной стороны, с идеей отсутствия самостоятельности в принятии решений, свободы действий (метафора – *марионетка*), с другой, имеют место ассоциации с образом тайного управления политическими процессами вопреки воле самих кандидатов в президенты (метафора – *кукловод*).

## **Слот 2.2. Актеры и их амплуа**

Метафоры, составляющие данный слот, актуализируют широкий спектр наименований ролей, которые приходится исполнять политикам. Так, кандидаты в президенты могут номинироваться как *актеры*, *персонажи* (*политики*), *карлики*, *«говорящие головы»*, *марионетки*. Ср.:

*Общественное сознание демонизировало многих персонажей российской политики (Н. Долгополов / Труд, 1.02.00). Поэтому кемеровского губернатора и воспринимают не как «говорящую голову», а как эффективного и способного управленца (В. Нилов / Известия, 22.03.00).*

Кандидаты, добившиеся успеха в ходе избирательной кампании, репрезентируются как *солисты*, а политики, проявившие себя неудачно, осмысливаются в образах *статистов*. Непрофессионализм кандидатов в президенты, их некомпетентность в сфере политики ассоциируется с *игрой актеров из школьного драмкружка*. Ср.:

*Явлинский сознательно поставил себя на роль статиста для подтверждения легитимности выборов (А. Баранов / Правда, 26/27.01.00). И еще – крепнущими симпатиями к одному из солистов тогдашнего политического театра (М. Крушинский / КП,*

10.02.00). Я уж не буду сейчас называть «солистов» известных политических партий и движений (М. Левченко / Правда, 16/17.01.00). В регламентных выступлениях будущие общенародные «неизбранники» на высший пост выглядят как актеры из школьного драмкружка (И. Юрьев / РВ, 22.03.00).

В соответствии с занимаемым положением в политике, а также с проявленными персональными качествами участники политического процесса предстают в знакомых зрителю образах.

*Думское меньшинство свой неуспех раскрутило до уровня шекспировских трагедий. Вышли на сцену и обманутый король Лир (Примаков), и загнанный в угол Гамлет (Явлинский) и страдающий Ромео (Кириенко) (С. Благодаров / КП, 27.01.00).*

При всем разнообразии примеров, представленных в рассматриваемом слоте, их объединяют негативные ассоциативные смыслы, связанные с оценкой субъектов политики как людей, живущих в мире, лишь воссоздающем реальную действительность. Кандидаты в президенты не всегда самостоятельны в принятии решений, т.к. зачастую за них это делают другие, а они лишь исполняют чью-либо волю. Соответственно, для участников политической гонки становятся важными проблемы, касающиеся лишь их самих, а также того действия, в котором они принимают участие.

### **3. Фрейм: «Зал театра и театральный реквизит»**

#### **Слот 3.1. Театральная сцена**

Главным местом проведения политических событий является сцена. Нередко действия в политике осмысливаются как *выход на сцену* и *уход со сцены*. Ср.:

*Его уход с политической сцены был на редкость демократическим актом (Е. Крутиков / Известия, 5.01.00). Не имиджмейкеры сделали Путина, а Путин вышел на авансцену, и страна в него влюбилась (С. Коломейцев / Известия, 23.03.00). ...на политической сцене России такой сюжет встречается, пожалуй, впервые (Р. Медведев / РГ, 5.04.00). Некоторые из сторонников Путина считали такой исход выборов даже более предпочтительным, если учесть, что еще год назад мало кто из нас не только не знал, но и не слышал о Путине, столь неожиданно появившимся на политической сцене (Р. Медведев / РГ, 5.04.00).*

Наиболее часто денотативная сфера применения таких метафор охватывает места проведения событий президентской кампании, наглядную сторону гонки за президентство или политику в целом.

### **Слот 3.2. Театральный реквизит**

Для придания большей зрелищности политическому шоу персонал театра и основные участники действия пользуются *спецэффектами, декорациями, гримом*. Ср.:

*Не исключено, что, скажем, Явлинский, Примаков откажутся от унижительной роли декораций (О. Герасименко / РГ, 5.01.00). Спецэффекты, спецсловечки, спецкортеж, спецдороги, спецсамолет и еще масса всяких «спец» всплыли в процессе деловых поездок по стране Владимира Путина (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00). Зато лучший грим был у Геннадия Зюганова. Гримировать Геннадия Андреевича стали так густо и обильно, что лидер коммунистов с каждым днем становится все больше похож на шарж своего исторического предшественника. Ну и хорош был «макияж» политический. Чувствуя падающий рейтинг красных идей, Зюганов все чаще гримируется под социалиста, а то и консерватора (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00).*

Посредством метафоры данного фрейма на первый план выходят значения зрелищности, наглядности, эффектности политической борьбы. Основные события происходят на сцене театра, кандидаты в президенты периодически приходят или уходят с нее, используют всевозможные театральные атрибутов для придания большего правдоподобия своему имиджу.

В целом, концептуальная метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР заполняет политическое коммуникативное пространство, имея высокий потенциал воздействия на читателя. Составляющие данную метафорическую модель фреймы («Виды и элементы зрелищных представлений», «Работники театра», «Зал театра и театральный реквизит») носят оценочный характер и эксплицируют негативный «пучок» ожиданий и ассоциаций. Активизация коннотативно нагруженной театральной метафоры в российском политическом дискурсе частично обусловлена влиянием американской политики, носящей персонифицированный характер. Следовательно, интенции коммуниканта, репрезентующего избирательный про-

цесс через составляющие вышеописанной модели, – представить его как зрелище, театрализованное шоу и, как следствие, усилить векторы неискренности, популяризации, имитации политической реальности, разоблачить фальшь, лицемерие.

Вышеописанные результаты показывают, что метафорическая модель с исходной понятийной сферой «театр», является универсальной, для носителей российской и американской лингвокультур. Элементы постановочности, театрализации электорального процесса эксплицируются посредством детально-структурированных фреймов. Сфера политики концептуализируется в метафорах, репрезентирующих драматические действия, а также «легкомысленные» театральные жанры, например, *балаган*, *стриптиз*, *vaudeville* (водевиль), *show* (шоу) и т. д. В американском агитационно-политическом дискурсе выделяется целый слот «Кино», тогда как в российских публицистических текстах встречаются лишь отдельные наименования кинематографа. Российский нарратив «Выборы президента» выявляет актуализацию метафорических словоупотреблений с исходной понятийной сферой «Цирк», формирующих отдельный слот. В американском политическом дискурсе метафора цирка не так продуктивна. Следовательно, национальная специфика в рамках рассматриваемой модели наиболее ярко проявляется лишь в количественных показателях. В целом, представленная модель «насыщена» наименованиями, несущими негативную эмотивную окраску.

### **2.3. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОВЕРНОВАНИЯ (ИГРА) в американском и российском политическом дискурсе**

Показателем продуктивности и широкого распространения концептуальной метафоры является актуальность сферы-источника для общества в

определенный период времени (А.П. Чудинов). Спортивная тематика представляет собой универсальное средство для метафорического переосмысления сферы политики. Точка соприкосновения политического дискурса со спортивно-игровым - элемент агональности, состязательности, который проявляется как «непрекращающийся диалог-поединок между партией власти и оппозицией» (Е.И. Шейгал, 2000, с.32). Ярко выраженный конкурентный характер культуры поведения является важной родовой чертой в политике США. Американцы воспринимают политическую жизнь как состязание, поединок. Э.Я. Баталов отмечает, что существующая в сознании граждан «Нового света» концептуализация мира политического как «арены взаимного противоборства», борьбы против оппонентов и конкурентов часто проявляется «во внешней манере политического поведения американцев» (1990, с.198). Исследователь подчеркивает характерную для политиков Соединенных Штатов напористость, наступательность, которые порой переходят в агрессию и враждебность.

Политическая борьба за президентство ассоциативно связана с игрой и спортом в сознании носителей русского языка. Л.В. Балашова, анализируя метафорическое поле игры, описывает его как «самостоятельную, иерархически организованную систему, способную наименовать и охарактеризовать практически все сферы “непредметного мира”» (2003, с.46). Ведущую роль, по мнению исследователя, в структуризации описываемого поля имеет оценка игры носителями языка. В целом, современное общество, ориентированное на активную, деятельностную жизненную позицию, одобряет участие человека в жизни-игре, резко осуждая несоблюдение правил или азартные игры, в которых выигрыш связан не с мастерством, а со случайностью.

Спортивно-игровая метафорика, ее активное функционирование в публицистических текстах уже изучалась лингвистами (Ю.Б. Феденева, 1998, А.П. Чудинов, 2001а, 2001б). Исследования показали, что «основной

объект метафорической экспансии спортивной метафоры в политическую сферу – разнообразные выборы» (А.П. Чудинов, 2001а, с. 19). Особая актуальность спортивно-игрового метафорического словоупотребления в ситуации выборов связана с тематикой соперничества, конкуренции, объединяющими политический дискурс со спортивно-игровым. Следовательно, спортивно-игровое понятийное поле выступает источником для универсального осмысления мира политического.

Электоральный процесс – это всегда «пик» политической активности, доминантной чертой которого неизбежно становится состязательный характер, усиленная конкуренция, борьба. С этим, по нашему мнению, связана актуализация метафорических наименований со сферой-донором «соревнования», которые мы относим к числу базисных в агитационно-политическом дискурсе. Учитывая вышесказанное, остается добавить, что динамика предвыборной гонки соответствует накалу страстей в спорте, а наличие победившей и проигравшей сторон, зрителей, болельщиков позволяет говорить о том, что коннотативно нагруженная спортивно-игровая метафорика органично вплетается в канву политического дискурса и становится его неотъемлемой частью.

### **2.3.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ (ИГРА) в американском политическом дискурсе**

Спортивная метафорика насчитывает в рассмотренных нами текстах предвыборной агитации 425 словоупотреблений.

Необходимо отметить, что спортивная тематика коррелирует с игровой, поэтому нам представляется целесообразным отнести к анализируемой модели несколько основных смысловых узлов концепта *game* (*игра*), значение и толкование которых мы определяли в соответствии с данными

“Webster’s Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language” (1996).

- времяпрепровождение, забава, шутка;
- соревнование, спортивное состязание;
- вид деятельности, требующий подчинения определенным правилам, служащий времяпрепровождением, развлечением двух или более участников;
- тактика поведения, уловки.

Рассматриваемая метафорическая модель включает следующие фреймы, продуктивные в нарративе «Выборы президента».

### **1. Фрейм: “Games” – «Игры»**

#### **Слот 1.1. Games (in general) - Игра вообще (без конкретизации)**

К данному слоту мы относим метафорику с исходной понятийной сферой игра в значении тактика поведения, преследующая определенную цель, хитрости, уловки. Ср.:

*The same quality that had fueled Bradley’s rise – his high-minded detachment from the game of politics – was now to ensure his defeat (E. Pooley, K. Tumulty / Time, 13.03.00). [Высокомерная отстраненность от политических игр, качество, когда-то обеспечившее Брэдли успех, теперь стала причиной его поражения.] As if anybody needed reminding, both campaigns appear intent on proving that politics isn’t a game for sissies... (R. Simon / U. S. News & World Report, 4.12.00). [Как будто кто-то нуждался в напоминании, что политика – не игра для маменькиных сынков, кампании обеих сторон проявили настойчивость, доказывая это.] “That’s the game in American politics”, he (Bush) scoffed referring to press inquiries about past drug use, “and I refuse to play it (J. Carney / Time 25.12.00 – 1.01.01). [«Это игра в американскую политику», - сообщил он с издевкой, намекая на попытки прессы выяснить его причастность к употреблению наркотиков в прошлом, «и я отказываюсь в нее играть».]*

Президентская кампания 2000 года в США осмысливается как нечестная, полная тайных замыслов и интриг, а кандидаты, соответственно, как их участники и организаторы.

В политических текстах, освещающих ситуацию выборов, распространен концепт *game over* (конец игры), эксплицирующий смыслы, связанные с завершением, окончанием гонки для кого-либо из ее участников. Ср.:

*A reporter told him gently that a lot of political people think the game is almost over and that he's (Bradley) running out of steam (E. Pooley / Time, 31.01.00). [Репортер вежливо сообщил ему, что многие политики считают, игра, в общем-то, окончена и что запас его энергии (сил) истощен.]*

### **Слот 1.2. Games of Chance - Азартные игры**

Для представления и оценки действий участников борьбы за пост главы государства широко используется метафорика карточной игры. Слот представлен структурно-однотипными конструкциями: *to play cards* (играть в карты), *to shuffle the deck* (тасовать колоду), *to deal the hands* (раздавать карты на руки).

*Bush won't say if or where he might compromise. "I'm not playing my cards at the beginning of the game," he told Time. But while the cards are dealt, Bush is grabbing a chance to charm other players (E. Pooley / Time, 25.12.00 – 1.01.00). [Буш не сказал, пойдет ли он вообще на компромисс. «В начале партии я играю не своими картами», - сообщил он в интервью журналу Тайм. Но когда раздают карты, Буш ловит момент, чтобы обмануть других игроков.]*

Попытки перехитрить конкурентов, изменить тактику поведения репрезентуются как игра в карты, зачастую сопряженная с обманными действиями.

Скрытые умыслы, тайные намерения, связанные с азартными играми, достаточно популярными в США, могут манифестироваться посредством следующих метафорических словоупотреблений: *to play the slots* (играть на автоматах), *to play a numbers game* (играть в цифры) и т. п. Ср.:

*Bush's top strategist in the state, Warren Tompkins, says McCain is "taking positions to the left in order to find a constituency, to play a numbers game" (E. Pooley / Time, 7.02.00). [Главный стратег Буша Уоррен Томпкинс говорит, что «Маккейн пытается занять позицию слева, чтобы обрести поддержку избирателей и поиграть в цифры».] Like playing slots in Vegas, there is just enough of payoff in democracy to keep us coming back for*

*more (A. Quindler / Newsweek, 20.11.00). [Демократия как игра на автоматах в Вегасе, выигрываешь ровно столько, сколько нужно, чтобы не уйти.]*

В США, где широко распространен нелегальный игорный бизнес, азартные игры, несмотря на их популярность, вызывают неодобрительное отношение. Президентская кампания, представленная как карточные или азартные игры вызывает негативные ассоциативные признаки. Метафорика данного слота имеет широкий потенциал воздействия, т.к. репрезентирует политику как нечестное занятие, где многое делается «на удачу», в обход норм, правил, законов.

## **2.Фрейм: “Sport Games” – «Спортивные игры»**

### **Слот 2.1. Speed Competitions - Состязание в скорости**

Как показывает материал, наиболее распространенный способ концептуализации президентской гонки – системный характер метафорических переносов, охватывающих в первичных значениях наименования скоростных видов спорта, *run (бег), horse race (бега)*, на сферу-мишень «политика». Ср.:

*Professor Polsby says the press and television engage in “the manufacture of horse race “ (about elections) (A. Clymer / The New York Times, 2.01.00). [Профессор Полсби утверждает, что пресса и телевидение занимаются «организацией бегов».] he was running to become the next President with a clumsy attempt to distance himself from the current one (E. Pooley, K. Tumulty, T. M. Edwards / Time, 13.03.00) [...он бежал к президентскому посту, совершая неуклюжие попытки оторваться от преследователей.] ....and suddenly an election that looked like a sleeper becomes a horse race (H. Finemann / Newsweek, 4.09.00). [Неожиданно выборы, напоминавшие спячку, стали похожи на скачки.] With the two candidates running neck-and-neck in the polls right after Labour Day, the outcome is expected to be determined by “swing voters” in a handful of large states who tend to vote Democratic but can be persuaded to vote Republican, as they did Ronald Reagan (E.Cliff / Newsweek, 20.11.00). [По предварительному подсчету голосов ко дню Труда, оба кандидата бегут наравне /шея в шею/, поэтому исход решат избиратели, в нескольких больших штатах, не имеющие постоянной партийной приверженности, которые намерены голосовать за демократов, но могут передумать в*

*пользу республиканцев, как это случилось, когда они отдали предпочтение Рональду Рейгану.]*

Соревнования в скорости представляют собой едва ли не самые динамичные виды спорта: побеждает не тот, кто набрал наибольшее количество очков, а первый пришедший к финишу, следовательно, болельщики имеют возможность видеть, как самый быстрый спортсмен обгоняет своих конкурентов. Визуальное восприятие развития событий на беговой дорожке/гоночной трассе, а именно, движение вперед, стремление обойти других участников гонки ассоциируются с деятельностью политических оппонентов, направленной на завоевание лидирующего положения в предвыборной кампании (увеличение рейтинга, обеспечение поддержки избирателей).

## **Слот 2.2. Sport notions – Спортивные понятия**

Взаимопересекаемый характер президентской гонки и спортивных состязаний, ассоциативно связанных друг с другом в сознании носителей языка, выявляется при помощи метафор *contest* (*состязание, соревнование*), *prizefight* (*состязание на приз в боксе*). Ср.:

*The fight for more votes in Florida, through the contest litigation allowed under Florida election law, could still determine the fate of 43<sup>rd</sup> presidency (Ch. Ragavan / U.S. News & World Report, 4.12.00). [Борьба за большинство голосов во Флориде стала состязанием в стенах суда, что допускается избирательным законодательством Флориды, это помогло определить судьбу 43-го президента.] Through a five week Florida prizefight (E. Pooley / Time, 25.12.00 – 1.01.00). [По окончании пятинедельного состязания боксеров во Флориде.]*

Анализ текстов показывает, что активизация метафор, входящих в состав данного слота происходила в период кризиса, когда судьба президентства была под вопросом.

Манера ведения поединка в спорте, приемы, используемые участниками соревнований в ходе встречи, коррелируют с разнообразными действиями кандидатов в президенты, поэтому метафоры рассматриваемого слота оказываются востребованными для описания событий, происходящих на политической арене страны. Ср.:

*But the campaign was hungry for a knockout in the first debate (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Но участники кампании жаждали завершить первые дебаты нокаутом.]*

Правила спортивных состязаний репрезентируют политические законы, нормы, которые необходимо соблюдать. Такого рода соответствия метафоризируются через номинацию *rules (правила)*. Политические процессы, как и спортивные, имеют начало, завершение, а итоги игры определяются счетом. Ср.:

*He (Gore) is sharper when he's in fight, but Bush has not played by the Gore's rules (N. Gibbs / Time, 28.08.00). [Он более жесток в схватке, но Буш не играл по правилам Гора.] It is simply not fair, ladies and gentlemen to change the rules either in the middle of the game or after the game has been played (R. Simon / U. S. News & World Report, 4.12.00). [Это просто-напросто бесчестно, дамы и господа, менять правила по ходу игры или после ее окончания.] Anyway, it is not the middle of the game. The game is over. We are trying to determine the score. It is not, the game for heaven's sake (M. Kinsley / Time, 4.12.00). [В любом случае, это не середина игры. Игра окончена. Мы пытаемся определить счет. Но это ведь не игра, ей-богу.]*

Прагматический потенциал данного слота можно сформулировать следующим образом: существующие нормы и правила зачастую нарушаются или же их пытаются изменить в ходе «игры». Жесткие, силовые приемы в спорте соответствуют агрессивному поведению политиков и оживляют смыслы, ассоциативно связанные с военной метафорикой, а именно, конфронтационный, антагонистический характер кампании 2000 г.

### **Слот 2.3. American Football - Американский футбол**

Репрезентация политических процессов как *football game* - *футбольного матча*, а его участников как *quarterbacks* - *защитников*, *players* – *игроков* широко используется в разнообразных метафорических контекстах. Ср.:

*“It's like a football game and they're running ahead and clearing the way running interference and blocking for Bush”, said Mr. Grimes (R. L. Berke / The New York Times, 2.01.00). [«Это похоже на футбольный матч, где все бегут вперед, расчищая себе дорогу, сталкиваясь и преграждая путь Бушу», - сказал Мистер Граймз.] We felt he (Bush) did a good job at the convention. It's like a football game. If you are three touchdowns*

*ahead at halftime, then you don't worry so much (H. Sidey / Time, 20.11.00). [Он (Буш) чувствовал, что хорошо поработал над конвенцией. Это похоже на американский футбол. Если к середине игры у вас есть преимущество в три мяча \проводка мяча через линию противника\, тогда не стоит слишком беспокоиться.] Some aids tried to find a virtue in Bush's swaggering style, comparing him to a quarterback who wants the ball in the fourth quarter (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Некоторые помощники пытались оправдать развязную манеру Буша, сравнивая его с защитником, играющим мяч в последней четверти.] Jesse Jackson says the conclusion to this year's campaign is like a football game tied in the fourth quarter (R. Lascayo / Time, 20.11.00). [Джесси Джексон высказался о кампании этого года как о футбольном матче, развязка которого произошла в последние минуты.]*

Представление выборов как игры в американский футбол выявляет ряд негативных ассоциаций, связанных со спецификой данной игры, а именно, жесткостью, возможностью получить или нанести травму, выбыть из борьбы

### **3.Фрейм: “Participants in Games” – «Участники состязаний»**

Рассматриваемый фрейм составляют метафорические номинации, способные передавать широкий спектр коннотаций. Так, слот «Спортсмены» ассоциативно связан со спецификой ведения президентской кампании каждым из ее участников, слот «Лидеры и аутсайдеры» выявляет оценочно-интерпретационные характеристики деятельности кандидатов на пост главы государства, составляющие слота «Спортивная команда» манифестируют «единство», «сплоченность» на пути к достижению цели.

#### **Слот 3.1. Sportsmen - Спортсмены**

Образ политиков, принимающих участие в президентской гонке, представлен рядом метафорических наименований из сферы-источника метафорической экспансии «Спорт». Так, кандидат в президенты может номинироваться как *Olympic athlete* (участник олимпиады), *competitor* (участник соревнований), *ballplayer* (игрок с мячом), *prizefighter* (боксер

профессионал), *lightweight* (спортсмен в легком весе), *heavyweight* (тяжеловес). Ср.:

*Saying he expected to win in South Caroline, he added, "I'm a competitor and I'm prepared to compete" (R. L. Berke / The New York Times, 3.02.00). [Заявив, что собирается одержать победу в Южной Каролине, он добавил: «Я участник состязаний и готов состязаться.] *Bush now the self-declared underdog, has been drilling like an Olympic athlete for the three debates he faced on Oct. 3, 11 and 17 (K. Tumulty, J. F. Dickerson / Time, 2.10.00). [Буш, признавший себя неудачником, подошел к подготовке к трем дебатам 3, 11, 17 октября, как если бы тренировался для участия в олимпиаде \был участником олимпиады\.]**

В целом наименования вызывают положительные ассоциации. Метафора *sportsman* (спортсмен) имеет коннотации «сильный», «энергичный», «молодой», «целеустремленный», то есть спортивная метафорика имплицитно выражает набор качеств, необходимых любому политику, акцентируя внимание адресата на действенной, активной позиции участников электорального процесса.

### **Слот 3.2. Leaders and outsiders - Лидеры и аутсайдеры**

Успех политических деятелей, стремящихся стать главой государства, выражен метафорическими словоупотреблениями, наиболее ярко передающими смысловые ассоциации «лидерства», «победы»: *leader/leading contender* (лидер), *champion* (чемпион), *favourite* (фаворит), *winner* (победитель); а неудачи как *loose* (поражение), *defeat* (поражение), *underdog* (проигравшая сторона). Иными словами, смысловое содержание представленного слота основывается на противопоставлении победителей проигравшим. Ср.:

*Mr. Bush and Mr. Gore are still favourites, they may well face each other in November 2000. But now in an unaccustomed position for the leading contenders, they are playing catch-up at least ... in the state of New Hampshire... (R. L. Berke / The New York Times, 2.01.00). [Главными фаворитами предвыборной гонки все еще остаются мистер Буш и мистер Гор, возможно, именно они останутся претендентами на президентский пост в 2000. Но сейчас, занимая непривычную позицию для лидеров, они играют в догоняшки в Нью-Гемпшире.] *For now at last, Gore has managed to emerge from the shadow of Bill**

*Clinton, to sell himself as the champion of government aid for the middle class... (H. Fineman / Newsweek, 4.09.00). [К настоящему моменту Гор уже перестал быть тенью Билла Клинтона, ему удалось представить себя как чемпиона, работающего в правительстве, защищающего интересы среднего американца \среднего класса\.] Bush also declared that he is now the “underdog” in the race (N. Gibbs / Time, 18.09.00). [Буш также объявил, что сейчас представляет проигравшую сторону в гонке.] “Americans love winners,” said Barlett. “If you give the impression you’re a winner people will move over and join the team... (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [«Американцы любят победителей», - сказала Барлетт. «Если вы победитель, то люди изменят к вам свое отношение и присоединятся к вашей команде».]*

В США в условиях существующей конкуренции, состязательности кандидаты на пост президента ставят своей задачей просто создание собственного положительного образа, имиджа победителя. Очевидно, что победа, успех, удача могут интерпретироваться как личные заслуги «чемпиона», вызывать прогнозируемые негативные ассоциации к проигравшему как слабой стороне, не способной принимать участие в борьбе на равных.

### **Слот 3.3. Team – Спортивная команда**

Каждый участник предвыборной гонки имеет своих сторонников, помощников, которые содействуют и помогают в организации и проведении кампании. В агитационно-политическом дискурсе США для представления предвыборного «штаба» кандидатов в президенты используется спортивный концепт *team* (команда). Ср.:

*He (Bush) and Bullock were helluva team (M. Ivins / Time, 25.12.00). [Он и Буллок были чертовски сильной командой.] I have been a part of a team that changed our country’s economic policy (A. Gore / Business Week, December 1999). [Я был частью той команды, которая изменила экономическую политику нашей страны.] Look, I understand politics. This is a world where there are people who want to join the Administration to make more money eventually, to further their own cause at the expense of being a team player (G. W. Bush / Time, 25.12.00 – 1.01.00). [Послушайте, я понимаю политику. Это мир, где люди хотят занять место в руководстве, чтобы, в конечном счете, действовать в личных интересах, при этом оставаясь игроками команды.]*

Коннотативно нагруженная метафорика представленного слота эксплицирует смыслы «единство», «сплоченность», «стремление действовать сообща» для достижения общей цели, следовательно, несет позитивный оценочный характер.

В основе метафорической модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЕ лежат концепты «спорт» и «игра». Имеющая в метафорическом контексте общий «пучок» смыслов и ассоциаций, спортивно-игровая метафорика структурирует целостную картину электорального процесса в сознании коммуникантов. Рассматриваемая концептуальная метафора является базисной для американской политической культуры. Ее воспроизводимость и «активность» в ситуации выборов обусловлены представленностью основных принципов политической культуры в массовом сознании.

### **2.3.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЕ (ИГРА) в российском политическом дискурсе.**

Описываемая модель является продуктивной в контексте президентских выборов 2000 г. и насчитывает 362 метафорических словоупотребления.

Следует отметить, что к описываемой модели мы относим не только спортивную метафорику. На наш взгляд, целесообразно включить во фреймовую структуру метафорические словоупотребления, относящиеся к игровой источниковой сфере. Так, вслед за А.П. Чудиновым, мы рассматриваем в рамках данной модели следующие узлы (значения) концепта игра:

- забава, развлечение;
- преднамеренный ряд действий, преследующий определенную цель: интриги, тайные замыслы;

- занятие, обусловленное совокупностью определенных правил, приемов и служащее для заполнения досуга, развлечения;

- особый род спортивных состязаний (А.П. Чудинов, 2001а, с.121).

## **1. Фрейм «Игра, виды игры»**

### **Слот 1.1. Игра вообще**

Номинация *игра* в текстах предвыборной агитации имеет широкую сочетаемость, метафорически представляя президентскую кампанию как действие, пронизанное тайными замыслами и интригами. Вследствие этого предвыборная гонка (впрочем, как и политика в целом) осмысливается в образах игры. Ср.:

*Похоже, взаимопонимание по этому вопросу существует, но Кремль явно затевает какую-то более сложную игру (А. Степанов / Известия, 13.01.00). Для всех зарегистрированных соискателей кремлевского трона началась платная рекламная игра по правилам избберкома (Я. Юферова / Труд, 11.02.00). Все мы хотели узнать правду о Бабицком, но когда судьба этого журналиста... неоправданно заслоняет судьбы многих, может быть, гораздо более нуждающихся в защите страдающих россиян, то любой понимает, что это нужно для циничных предвыборных игр (Г. Знаменский / РГ, 4.03.00).*

Требования, предъявляемые ЦИКом кандидатам, метафорически репрезентируются как *правила игры*, которым необходимо следовать. Ср.:

*И это не упрек Владимиру Путину, который лишь согласился играть по предложенным ему и фактически единственно возможным для него правилам игры, это упрек и в то же время вопрос самому себе (А. Кива / МП, 15.01.00). Причем это отнюдь не политическая слепота известных политиков, а тактика, диктуемая правилами игры (А. Степанов, К. Катанян / Известия, 20.01.00).*

Традиционно политические игры вызывают негативные ассоциации. Метафора игры подчеркивает идею дистанцированности политиков от народа, их индифферентности к электорату, поглощенности ходом игрищ.

Политические действия, представленные как развлекательные игры, «обнаруживают» массовость, зрелищность, «легкомысленность» процесса проведения предвыборной кампании. Ср.:

*Теперь страна бодро приступает к всенародной игре «Выбери вождя» (А. Смирнов / МП, 6.01.00).*

## **Слот 1.2. Азартные игры**

Карточная по сфере-источнику лексика вводится в метафорический контекст предвыборной агитации. «Арсенал» метафор, представленный в данном слоте, включает номинации *колода, пасьянс, козырь*. Ср.:

*«Путин – не окончательная фигура в президентском пасьянсе, его политическая карьера не столь очевидна, как это многим кажется сегодня», - считает Дадашев (В. Александров / Правда, 11/12.01.00). В противном случае Путину придется раскрывать карты до выборов, что тоже чревато (И. Зверев / МП, 2.03.00). Учитывая численность населения и настрой в российских мегаполисах, их электорат дает Явлинскому очень серьезную карту перед Зюгановым, который проигрывает Явлинскому именно в крупных городах (С. Коломейцев / Известия, 23.03.00).*

Употребление метафорического наименования *козырь* связано с его прототипической функцией – преимущество, которое используется в нужный момент в споре, борьбе, т. е. выявляет доминантные позиции в предвыборной платформе политиков, их выгодное положение по сравнению с другими кандидатами.

*Основным козырем Примакова, который он успел не раз озвучить в своих поездках по стране, стала борьба с коррупцией (С. Коломейцев / Известия, 23.03.00). Всем понятно, что до июня социальных, экономических и военно-чеченских козырей у Путина не прибавится. (А. Семенова, А. Достов / МП, 24.03.00).*

Участники политических игр делают ставки, из которых стремятся извлечь максимальную выгоду. Метафоры, подчеркивающие идею азартности, случайности, увлеченности ходом игры, могут развертываться в политическом контексте и создают яркий негативный эффект.

*Эти политики всегда ставили на «партии власти», но не всегда угадывали конъюнктуру – один играл в тонкие игры ОВР, но потом благоразумно отколол «Всю Россию» от «Отечества», другой, оставаясь в НДР, присматривался к другим губернаторским политическим объединениям. Когда конъюнктура стала слишком прозрачной, они оба поставили на беспроигрышную фигуру – Путина (А. Колесников / Известия, 13.01.00).*

Карточно-игровая сфера представляет собой в настоящее время актуализированный источник метафорической экспансии. Употребленные в агитационно-политических текстах метафоры карточной игры оживляют негативные ассоциативные признаки. Это связано, в первую очередь, с популярным соотношением политики и игры по степени серьезности. Если политическая деятельность должна вызывать представление нелегковесного, нешуточного, нелегкомысленного занятия, то игра подчеркивает идею развлечения, забавы, отдыха, удовольствия, веселья. Репрезентированная в игровых терминах президентская кампания, таким образом, совмещает дистанцированные по значению смыслы, имея высокий потенциал воздействия на читателя.

## **2. Фрейм: «Спортивные игры – соревнования»**

### **Слот 2.1. Состязания в скорости**

В контексте президентских выборов в РФ востребованными оказываются метафорические наименования таких скоростных видов спорта как *марафон, скачки, бег*. Ср.:

*Тем не менее, он (Тулеев) собирается включиться в бег на среднюю дистанцию (А. Колесников / Известия, 11.01.00). После того как непотопляемый Владимир Жириновский вернулся на трассу предвыборного марафона и Центризберком, кажется, окончательно разобрался с перечнем кандидатов на президентский пост, самое время еще раз оценить шансы двенадцати претендентов на президентский пост, самое время еще раз оценить шансы двенадцати претендентов (А. Топорков / Известия, 15.03.00). Последние намерения различных социологических служб выявили соперника Явлинского в споре за 3-е место – это кемеровский губернатор Тулеев. В этом сегодня главная интрига скачки (В. Днепров / Известия, 16.03.00).*

Следует отметить, что для метафорической характеристики избирательной кампании особенно широко употребляются номинативные сочетания, подчеркивающие ситуативно-обусловленную кратковременность описываемого политического события. Сюда относятся *бег на короткую/спринтерскую дистанцию*. Ср.:

*Политический «солидняк» - Примаков, Лужков, Строев, Лебедь скорее всего не решатся выставиться на спринтерской дистанции (А. Баранов / Правда, 26/27.01.00).*

*Вот и финишировал марафон по выборам президента. Дистанция оказалась как никогда короткой (Л. Ковальский / РГ, 28.03.00).*

Причины активизации таких метафорических словоупотреблений обусловлены дискурсивными факторами, которые в значительной степени определяют ассоциативно-смысловую нагрузку подобных контекстов, что связано с непродолжительностью президентской кампании, т. к. время, отпущенное на ее проведение, было сокращено почти вдвое.

Концепты «старт» и «финиш» выявляют, соответственно, начальный и конечный этапы борьбы за кресло главы государства. Ср.:

*Или его «подкачали»: задержка на старте вытолкнула Жириновского в толкотню аутсайдеров забега (В. Днепрова / Известия, 16.03.00). А время другой – либеральной – оппозиции, несмотря на отчаянные усилия Явлинского на финише гонки, в России не пришло (Г. Бовт, Е. Крутиков / Известия, 28.03.00).*

Очевидно, что метафорическое представление выборов президента как скоростных видов спорта оживляет такие ассоциативные признаки «быстрота», «динамика», «стремительность», связанные в сознании коммуникантов с последними выборами главы РФ. Этим, в значительной степени, обусловлена активизация метафоры описываемого слота.

## **Слот 2.2. Другие виды спорта**

Эмоционально-оценочный характер носят метафоры, составляющие рассматриваемый слот. Метафорика, используемая для описания деятельности кандидатов в президенты, заимствуется в основном из бокса: *грозги*, *нокаут*, *нокдаун* и т.д. Как известно, данный вид спорта является одним из самых жестких, следовательно, концептуализация манеры ведения президентской кампании как игры в бокс вызывает представление о причинении ущерба политическому противнику. Ср.:

*Жесткий стиль общения с региональной элитой привел некоторых особо строптивых губернаторов и президентов в состояние, именуемое в боксе «грозги». Дальше уже нокаут. (А. Крупнов / Известия, 5.01.00). Отказавшись от участия в борьбе за кресло губернатора Санкт-Петербурга, Сергей Степашин, по мнению некоторых, послал себя в политический нокдаун (Л. Николаев / РГ, 10.03.00).*

Таким образом, денотативная область функционирования таких метафор – практически любая сфера деятельности участников президентской кампании. Очевидно, что такого рода метафорические словоупотребления несут негативную эмотивную окраску, что создает нелицеприятный образ политиков, ставящих своей целью – победу на выборах.

Шахматы связаны в сознании коммуникантов с игрой, требующей определенных навыков, умением мыслить логически, шахматисты традиционно считаются людьми умными, способными продумывать свои действия на несколько ходов вперед. Политика, репрезентированная как игра в шахматы, «обнажает» дальновидность кандидатов в президенты, умение правильно рассчитать свои силы, предсказать ситуацию, угадать замыслы конкурента.

*Президентской администрации пришлось в этом году разыгрывать сложную многоходовую комбинацию (С. Коломейцев / Известия, 23.03.00). Однако при этом правильным образом должны быть расставлены кадры. И тот, кто расставляет их на шахматной доске, должен знать, ради чего он это делает (А. Колесников / МП, 29.03.00).*

Таким образом, составляющие рассматриваемый фрейм метафоры репрезентируют политическую деятельность кандидатов в президенты, «эксплуатируя» разнообразные по смысловой и эмотивной нагруженности смыслы. Динамика, кратковременность избирательной кампании выявляются посредством метафор скоростных видов спорта, жесткая, грубая линия поведения участников электорального процесса представлены через метафорические наименования, относящиеся к сфере-источнику «бокс», расчетливость политических деятелей эксплицируется при помощи шахматной метафоры.

### **3. Фрейм: «Участники соревнований»**

#### **Слот 3.1. Спортсмены**

Характерным проявлением для русскоязычных текстов предвыборной агитации стало метафорическое словоупотребление *соперник* для номинации субъектов политики. Ср.:

*Человек, совмещающий посты президента и премьера, держащий в руках рычаги бюджетного финансирования, поддержанный могучей кучкой Семьи, ... просто по определению не может проиграть схватку униженным 19 декабря соперникам, как бы те ни хорохорились (Ш. Муладжанов / МП, 5.01.00). Впрочем, пока реальной альтернативы Путину на выборах не видно. Его соперники способны обозначить борьбу, но вряд ли могут рассчитывать на победу (А. Степанов, К. Катанян / Известия, 20.01.00).*

Не содержащий негативных коннотаций концепт «соперник», употребленный в метафорическом контексте борьбы, наполняется агрессивным прагматическим потенциалом, эксплицируя смыслы «враждебность», «безжалостность», «жестокость».

Участники политической борьбы за главный пост страны могут номинироваться посредством других спортивных метафор, выявляющих дух соперничества, конкуренции, противостояния, пронизывающих электоральный процесс. Ср.:

*Учитывая опыт Жириновского во время импичмента, можно полагать, что и компартия, выдвигая Зюганова на роль спарринг-партнера в гонке с Путиным, решила озолотиться на этом случае (Э. Котляр / МП, 12.01.00). Сдались и считающие себя политическими тяжеловесами Яковлев с Шаймиевым, чье заявление о поддержке Путина на президентских выборах нельзя расценивать иначе, как измену блоку (В. Петров / Правда, 11/12.01.00).*

Идеи конкуренции, состязательности, являющиеся доминантными в предвыборной кампании, наиболее ярко акцентируются посредством описываемого метафорического словоупотребления. Употребленные в контексте с военной метафорикой, номинации кандидатов на пост президента через спортивные по сфере-источнику метафоры способны вызывать негативные ассоциации, усиливающие конфронтационные смыслы.

### **Слот 3.2. Лидеры, аутсайдеры**

В метафорических выражениях в составе данного слота выделяется смысловая оппозиция наличие – отсутствие шансов на победу, воплощенная в метафорах *лидер – аутсайдер*. Ср.:

*И рейтинги рванули вверх настолько, что локомотив Путина вывез на самый верх таблицы явного аутсайдера думских выборов - некое аморфное объединение то ли «Единство», то ли «Медведь», но с явным силовым уклоном (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00). Однако самой громкой неожиданностью нынешней кампании стал прорыв в лидеры губернатора Кемеровской области Амана Тулеева. Ему, как и многим другим кандидатам, заранее предрекалась роль аутсайдера (В. Нилов / Известия, 24.03.00).*

Введение в политический контекст оппозиции лидер – аутсайдер позволяет коммуникантам выявить рейтинговое положение участников предвыборной гонки в ходе ее проведения. Рассматриваемая метафорика носит оценочный характер, т.к. репрезентирует потенциальные возможности кого-либо из кандидатов выиграть, одержать верх над другими, подчеркивает его главенствующие позиции и, наоборот, может характеризовать ситуацию как неблагоприятную, констатировать отставание.

В соответствии с распределением мест в спорте ранжирование итогов выборов осуществляется при помощи таких метафорических словоупотреблений, относящихся к исходной понятийной сфере спорт, как: *золото, серебро, бронза, 1-я (2-я, 3-я) ступени пьедестала почета, 1-е (2-е, 3-е) место*. Ср.:

*Однако лишь Убожко откровенно заявил, что будет рад оказаться в этой гонке на четвертом месте (А. Степанов, К. Катаян / Известия, 20.01.00). Столь же очевиден и обладатель «серебра» президентской гонки (В. Нилов / Известия, 22.03.00).. Интрига сохраняется в борьбе за бронзу (В. Нилов / Известия, 22.03.00). В центральных районах России у Тулеева неплохие шансы забраться на третью ступень избирательного пьедестала (В. Нилов / Известия, 24.03.00)*

Победа в электоральной битве может быть представлена следующими конструкциями: *победить кого-либо в чем-либо, переиграть кого-либо, выиграть у кого-либо*, имеющими широкую сочетаемость. Развернутый ме-

тафорический контекст позволяет привлечь дополнительную информацию о конечном «счете» в политическом поединке. Ср.:

*Узкие нормы, устанавливающие, кто победил в борьбе, кто проиграл, и кто какое место занял, недостаточны. Что в спорте, что в политике болельщикам важно – с каким счетом (А. Соколов / Известия, 28.03.00). На нынешних выборах и. о. Президента переиграл лидера КПРФ не только на своей территории..., но и на чужом поле (К. Катанян / Известия, 28.03.00). Предполагалось, что и. о. выиграет с сухим счетом – без второго тура, а чаши весов всю ночь подсчета колебались: то ли удастся обойтись без второго тура голосования, то ли нет (М. Соколов / Известия, 28.03.00).*

Особую активность проявляют метафорические сочетания *сход/снятие с дистанции*, репрезентирующие окончание борьбы для кого-либо из участников. Ср.:

*Вполне возможен сход с дистанции любого из кандидатов, за исключением разве что Жириновского (Ш. Муладжанов / МП, 5.01.00). Но стоит первой фигуре – Путину – сойти с дистанции и утратить главные посты в стране, как партия начнет разваливаться (А. Колесников / МП, 24.02.00). А сколько будут стоить чернила, израсходованные на зачеркивание ф. и. о. Жириновского, ежели его все-таки снимут с дистанции (А. Мякенький / МП, 15.03.00).*

### **Слот 3.3. Другие участники состязаний**

Масштабность предвыборной кампании, вовлеченность в нее не только непосредственных участников политической борьбы, но и СМИ, избирателей и т. д., свидетельствуют о наличии *тренеров, судей, болельщиков*, если концептуализация политического процесса происходит в спортивных метафорах. Ср.:

*Собственно, президентские выборы, дату которых сегодня определяют, можно считать уже состоявшимися. Они прошли 19 декабря и завершились победой кремлевских тренеров (Ш. Муладжанов / МП, 5.01.00). Нынешняя избирательная кампания вышла на финишную прямую, но бежит, по общему мнению, как-то вяло, без охоты, по инерции. Все – и непосредственные участники, и судьи, и болельщики, что называется, отбывают номер (А. Архангельский, О. Кабанова / Известия, 16.03.00).*

В целом, спортивная метафорика является удобным средством номинации деятелей политики, имеющих прямое отношение к президентской

кампании, а также образного представления ее опосредованных участников. Частично, составляющие рассматриваемого фрейма могут носить ситуативно-обусловленный характер, актуализируя лидерство и/или отставание в процессе борьбы. В случае сближения с концептом «войны» спортивная метафора подчеркивает конфронтационные, антагонистические, противоречивые смыслы, заполняющие образное пространство военной метафоры. При такого рода номинации спортивно-игровая метафорика становится несвободной от нежелательных ассоциаций агрессии.

При описании метафорической модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЕ, широко распространенной в российских текстах предвыборной агитации, следует обратить внимание на ее целостность и структурированность в сознании носителей языка. Рассматриваемая модель представлена следующими фреймами: «Игра, виды игры», «Спортивные игры – соревнования», «Участники соревнований». В основе модели лежат концепты «спорта» и «игры», которые воспринимаются как дистанцированные от реальной жизни. Следовательно, спортивно-игровая метафорика несет негативную эмотивную окраску. Традиционно и спорт и игры ассоциируются с несерьезным делом, развлечением. Следовательно, политика в целом и избирательная кампания как важная ее составляющая, репрезентированные как спортивные игры, соревнования, вызывают прогнозируемые представления как о сфере далекой от реальной жизни. Восприятие президентской кампании как соревнования эксплицирует элемент состязательности, борьбы, постоянной конкуренции, являющихся неизменными «спутниками» любого субъекта политики.

При сопоставлении представленной модели в контексте российских и американских президентских выборов можно сделать вывод о том, что спортивно-игровое понятийное поле является в настоящий момент актуализированным для репрезентации политической сферы. Специфика концептуализации президентских выборов представителями американской

лингвокультуры выявляется на уровне отдельных слотов и их составляющих. Так, в США президентские выборы ассоциативно связаны с игрой в американский футбол (что совершенно не актуально для России). Популярность, всеобщая увлеченность специфически американскими видами спорта, а также динамика, скорость, быстрота, свойственная им, сближают в сознании носителей языка политику со спортом.

Негативные ассоциативные признаки оживляются, если деятельность политиков репрезентирована как участие в жестких, силовых видах спорта, например, в боксе. Метафора бокса широко распространена в российских и американских текстах предвыборной агитации. Еще одной популярной игрой отечественных и зарубежных политиков являются карты. Тематика карт и азартных игр «навязывает» читателю неодобрительное отношение к субъектам политики. Из сказанного следует, что спортивно-игровая метафорика (выявляя специфику национального менталитета) является универсальным средством концептуализации президентской гонки 2000 в США и России.

### **Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в американском и российском политическом дискурсе**

Метафорическая модель с исходной понятийной сферой дорога/пространство «эксплуатирует» смыслы, привычные общественному сознанию, и одновременно раскрывает глубинные пласты осмысления основных концептов политической сферы общества (политической ситуации «выборы»). Восприятие социальных и политических изменений как движения обуславливает актуализацию смыслов «перемещение в пространстве», «динамика», «изменение» или, наоборот, «замедленность действий», «остановка».

Любая модель характеризуется рядом важных свойств, к числу которых мы вслед за А.П. Чудиновым, относим иерархическое устройство, пересекаемость метафорических моделей, открытость, способность ко все более детальному развертыванию (2001a, с. 38-43, 172-176). Синкретичный характер метафорической модели обусловлен внутренней организацией концепта, а именно, нечеткостью его внутренней структуры, размытостью границ, представленных как в индивидуальном, так и национальном сознании. Такие свойства как отсутствие строгих границ, диффузность характерны для любой метафорической модели. Концептуальная метафора с источниковой сферой «путь» проявляет высокий потенциал к развертыванию. Большинство слотов концептуальной метафоры пути могут быть отнесены к другим моделям в соответствии с семантикой сферы-источника метафорической экспансии. Так, метафорика слота «Транспортное средство» представляет собой яркий пример механической метафоры, а составляющие слота «Погодные условия и ландшафт» могут быть компонентами более широкой экологической метафоры (метафоры стихии).

Частным случаем реализации представленной концептуальной метафоры является модель регулярной многозначности глаголов перемещения в пространстве. Теории метафорического моделирования и регулярной многозначности имеют точки соприкосновения, общие черты и, вместе с тем, свою специфику. Как отмечает А.П. Чудинов, «модель регулярной многозначности глаголов перемещения в пространстве оказывается лишь частным случаем реализации обширной метафорической модели», поскольку «при когнитивном анализе... элиминируются все ограничения, определяющие особенности традиционного структурного подхода» (А.П. Чудинов, 2001a, с.41).

Метафорическое поле пути согласовано с базовыми ценностями в русской культуре. Известный литературовед Д.С. Лихачев в исследованиях, посвященных русской культуре, отмечает устремленность нашей стра-

ны в будущее, ее постоянное нахождение в пути или «при пути». «Мы идем по дороге, но еще не знаем всех ее поворотов и цели, к которой она ведет» (2000, с.82). Быстрая смена общественных настроений, неизменные поиски чего-то нового, некоторая неупорядоченность и даже хаотичность жизни, характерные для отдельного русского человека и государства в целом, способствуют активизации метафоры пути в осмыслении важнейших сфер общественной жизни.

Широко представленная в публицистических текстах концептуальная метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА уже была в поле зрения филологов, занимающихся анализом проблем политического дискурса. В диссертационном исследовании и работах, посвященных изучению проблем метафорического моделирования 90-х гг.. XX века, Ю.Б. Феденева подчеркивает активность метафоры пути в ситуациях «Выборы», «Референдум», «Путч», указывая на содержащуюся в них традиционную смысловую и коннотативную нагрузку в описании политической и социальной сферы общества (Ю.Б. Феденева, 1998, 1999). О.П. Ермакова рассматривает процессы метафоризации как выражение оценки общественно-политической ситуации. Исследователь обращает внимание на тот факт, что тема дороги, пути, движения активно использовалась публицистами уже в XIX веке, причем можно отметить контексты метафорического словоупотребления, почти совпадающие с современными. В дальнейшем, по утверждению автора, поле пути активно функционирует как источник метафорического осмысления политических процессов в период перестройки, а также все годы, предшествовавшие ей (О.П. Ермакова, 2000). Метафорическая модель «Развитие России – это путь (дорога)» анализируется Т.Б. Соколовской (2002), исследующей языковую личность политического лидера. Современные российские политики представляют развитие страны как движение, осуществляемое при помощи транспортных средств, которое может быть сопряжено с различными препятствиями. В работе под-

черкивается, что в направлении развития общества отсутствует широкая вариантность: вперед – хорошо, назад – плохо.

Подчеркивая универсальный характер метафоризации в концептуализации знаний человека о мире, С.Л. Мишланова подробно описывает метафорические модели медицинского дискурса (С.Л. Мишланова, 2002), в рамках которого обнаруживают продуктивность концептуальные метафоры, широко распространенные в сфере политики. Природная метафора, которая в рассматриваемом нами случае является частью метафоры дороги, репрезентирующая сферу медицины как пространство, ландшафт, природные явления, активно используется носителями языка.

В современной публицистике метафора пути широко распространена, одновременно активно взаимодействует с другими метафорическими моделями (механизм, стихии, ландшафт), представляя собой яркий пример способности метафорической модели к разворачиванию по другим направлениям, а также ее открытого характера.

### **Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в американском политическом дискурсе**

В составе описываемой модели, включающей 317 метафорических словоупотреблений, регулярно выделяются следующие фреймы.

#### **1. Фрейм: “Moving in space” – «Перемещение в пространстве»**

Фрейм представлен метафорами движения, служащими для отображения разнообразных действий участников президентской кампании. Дополнительные характеристики деятельности кандидатов в президенты репрезентированы наименованиями, характеризующими способ и среду перемещения, а также средство передвижения, что оставляет возможности для выявления дополнительных смыслов и характеристик описываемого

события, выраженных имплицитно составляющими представленного фрейма.

Многочисленные метафоры, включенные в данный фрейм, в соответствии могут быть далее распределены на несколько групп. Основанием для дальнейшего перераспределения метафорического материала служит, в первую очередь, способ и среда перемещения, определяющие семантику глаголов в их первичных и вторичных значениях.

### **Слот 1.1. Moving on water surface - Перемещение по воде**

Весьма распространенной является концептуализация деятельности претендентов на кресло главы государства как перемещение по воде, например: *to navigate* (плавать (на судне), вести (корабль)), *to swim* (плавать), *to sail* (совершать плаванье), *to cruise* (крейсировать, совершать рейсы). Ср.:

*How Bush sails these choppy waters will determine his legislative fate. He can make it to the lee shore, but to do so, he needs to navigate past three looming obstacles. Their names are Dashle, Dellay and McCain (E. Pooley / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Каким образом Буш совершит плаванье по этим беспокойным водам, определит его судьбу-законодателя. Он может пройти с подветренного берега, но чтобы это получилось, ему необходимо провести судно, миновав три угрожающе-больших препятствия. Их имена Дэшл, Дилей и Маккейн.] While Gore was getting picked apart in the press, George W. Bush seemed to be cruising on a wave of favorable publicity (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [В то время как Гора разносили в прессе в пух и прах, Дж. Буш, казалось, находился на гребне /волне/ благоприятного общественного мнения.]*

Путешествие по воде обычно сопряжено с дополнительными трудностями: большая зависимость от погодных условий, приливов и отливов, оно содержит определенный процент риска, немалое количество опасностей в пути. Для президентской кампании также характерны трудности и случайности, поэтому так легко провести параллель между деятельностью кандидатов в президенты и передвижением по воде.

## Слот 1.2. Moving on land - Передвижение по суше

Другим способом осмысления политических реалий в ситуации выборов является группа метафор, подчеркивающих динамику электорального процесса, осмысление которого ассоциативно связано с перемещением по суше. Для этого в разнообразных метафорических контекстах используются метафоры *to go* (идти, ехать), *to come* (приходить), *to wander* (бродить, скитаться), *to ride* (ехать), *to run* (бежать), *to sweep* (нести, мчаться). Ср.:

*He (Gore) simply turned around and said, "I want to thank you. We've come a long way." (E. Clift / Newsweek, 20.11.00). [Он (Гор) просто обернулся и сказал: «Я хочу поблагодарить каждого из вас. Мы прошли долгий путь».] Bush "...is sweeping through the south like a tornado through a trailer park" (J. Carney / Time, 20.11.00). [Буш проносится по югу как торнадо по стоянке трейлеров.] Republican leaders... feel they have been forced to wander in the presidential wildness... (R. Simon / U.S. News & World Report, 4.12.00). [Республиканские лидеры ... полагают, что их вынудили восемь лет скитаться вдали от президентства.]*

Глаголы со значением передвижения по суше в контексте предвыборной кампании «эксплуатируют» разнообразные смыслы, заложенные в их семантике. Так, *to run* (бежать), *to sweep* (нести) эксплицируют «скорость», «быстроту действий», «стремительность» на пути к президентству. Широкий спектр коннотаций имеет метафора *to wander* (скитаться, бродить), актуализирующая бесцельность, безуспешность, бесполезность, безрезультатность усилий, неудачные действия субъектов политики.

Такие дополнительные признаки, как «трудоемкость», «замедленность действий» содержат метафорические словоупотребления типа: *to stumble* (спотыкаться), *to stick* (застрясть, завязнуть). Ср.:

*Privately, Bush aides admit that their man had a few bad days but they say it's better to stumble now than in October (J. Carney / Time, 4.09.00). [Помощники Буша сами понимают, что их кандидат переживает не лучшие дни, но споткнуться сейчас не так страшно как это будет в октябре.] Gore was "stuck", said Bush's top aide Karl Rove (E. Clift / Newsweek, 20.11.00). [Гор застрял, сказал главный советник Буша Карл Ров.]*

*The Gore campaign stumbled (E. Cliff / Newsweek 20.11.00). [Гор оступился в ходе своей кампании.]*

Трудности, неудачи в избирательной кампании могут быть метафорически представлены посредством следующих наименований, обозначающих препятствия в пути: *a bump* (ухаб), *an obstacle* (препятствие). Ср.:

*New Hampshire has long been known as a bump in the road for front runners, and year will be no exception (G. W. Bush / Time, 14.02.00). [Для лидеров президентской гонки Нью-Гемпшир всегда был ухабом на дороге, и этот год не станет исключением.] Gore views Bush, like Bill Bradley before him, as simply another "obstacle to be overcome" ... (N. Gibbs / Time, 20.03.00). [Для Гора Буш то же самое, чем когда-то являлся Брэдли, - очередным препятствием, которое нужно преодолеть...]*

Нью-Гемпшир играет важную роль в президентской кампании США, т.к. первым в стране проводит предварительные выборы (primaries), в связи с чем, имеет прозвище «политический барометр» (political bellwether). Для представителей демократической партии ведение кампании в этом штате осложняется еще и тем, что он традиционно считается «республиканским».

### **Слот 1.3. Moving vertically - Вертикальные перемещения**

Ориентационные метафоры пространственного (вертикального) перемещения типа ВЕРХ-НИЗ, по утверждению авторов теории метафорического моделирования, согласованы с базисными ценностями, принятыми в американском обществе (Дж. Лакофф, М. Джонсон, 1991). Реально существующие и глубоко укоренившиеся культурные и социальные приоритеты отражены в системе ориентационных метафор, наиболее значимыми из которых являются GOOD IS UP (ХОРОШЕЕ – ВЕРХ), MORE IS UP (БОЛЬШЕ - ВЕРХ). Описанные социальные стереотипы, репрезентированные в текстах предвыборной агитации посредством концептуальной метафоры «пути и пространства», отражают рейтинговую позицию кандидатов в президенты, их успехи или неудачи в процессе проведения кампании за пост главы государства, а также большую или меньшую степень поддержки избирателями того или иного претендента. Соответственно, чем больше сто-

ронников из числа электората привлекает на свою сторону кандидат, чем успешнее он проводит агитационно-политическую кампанию, тем выше поднимается его рейтинг, что согласовано в сознании коммуникантов с пространственными метафорами БОЛЬШЕ – ВЕРХ и ХОРОШЕЕ - ВЕРХ. И наоборот, низкий процент поддержки вписывается в шкалу приоритетов ценностей носителей американской культуры с антитетичным значением. В связи с этим, деятельность участников президентской кампании, метафорически осмысленная как движение вверх, актуализирует позитивные смыслы, а движение, направленное вниз, выявляет в системе метафорических понятий отрицательную оценочную семантику.

Негативные оценочные оттенки, связанные с движением вниз, чаще всего представлены как *to slide (down / over)* (*соскальзывать, падать вниз*). Актуализация положительных периферийных смыслов реализуется посредством метафоры *to climb* (*взбираться*). Ср.:

*And even if he squeaks past Bush in the Granite State, McCain will have no time to savor his victory, because he's got to keep climbing the impossibly stiff cliff that stands between him and the nomination (E. Pooley / Time, 7.02.00). [И даже если ему с трудом удастся обойти Буша в Гранитном Штате (Нью-Гемпшир), у Маккейна не будет времени насладиться победой, потому, что ему придется продолжать взбираться по крутой скале, стоящей между ним и должностью президента.] What Bush didn't realize was that he'd just started sliding down the slippery slope (M.Duffy / Time, 20.11.00). [Буш не осознавал того, что он начал катиться вниз по скользкому склону.] Even a non-alarmist like CNN's Jeff Greenfield likened our democracy to a beautiful antique car sliding over a cliff (M.Duffy / Time, 20.11.00). [Даже обозреватель канала CNN Джефф Гринфилд, которого трудно уличить в паникерстве, сравнил нашу демократию с красивой старинной машиной, срывающейся со скалы.]*

В соответствии с семантикой источниковой сферы пост президента ассоциируется в сознании носителей языка с возвышенностью (скалой, горой), на которую необходимо карабкаться, взбираться, причем восхождение не бывает легким, т. к. склоны горы скользкие, отлогие.

Прагматический потенциал описываемого фрейма можно сформулировать следующим образом, любой вид деятельности участников избирательной кампании связан в сознании коммуникантов с непрерывным движением вперед. Кандидаты в президенты вынуждены постоянно куда-то идти, бежать, плыть, причем путешествие может таить в себе опасности, высокую степень риска. Позитивным зарядом обладают метафоры перемещения, активизирующие смыслы «быстрота», «динамика», «движение вверх», противоположные оттенки заложены в метафорических словоупотреблениях с дополнительными признаками «трудоемкость», «замедленность действий», «движение вниз». Прагматический потенциал метафоры перемещения становится востребованным в контексте политического дискурса США.

## **2.Фрейм: “Moving along the way” – «Пребывание в пути»**

### **Слот 2.1. Route - Путь следования**

Путь следования традиционно связан в сознании коммуникантов с дорогой (road). Концепты «путь», «дорога», проецируемые на сферу-мишень (выборы президента) в процессе познания и преобразования политической действительности, способны вызвать пучок ожиданий и ассоциаций: «протяженность», «линейность», «направленность». Дополнительные смыслы приобретает метафорическое описание избирательной кампании с использованием наименования *tunnel* (тоннель), а именно, «замкнутость», «невозможность изменения маршрута». Президентская кампания в США в текстах предвыборной агитации регулярно метафорически представляется как *road* (дорога), *path* (тропинка), *trail* (трона), *route* (маршрут, дорога), *tunnel* (тоннель). Ср.:

*Unless Bush or Gore gives in, the long trail may lead to the steps of the Supreme Court* (M. Isikoff, S. T. Taylor / *Newsweek*, 20.11.00). [Еще до того как Буш или Гор решат сдаться, долгая дорога может привести к ступеням Верховного суда]. “Long tunnel, small light, but it is not over,” the aide said. “I think Gore gets one more chance.” (E. Cliff / *Newsweek*, 20.11.00). [«Длинный тоннель, слабый свет, но это еще не все,» - сказал по-

мощник. «Думаю, Гор получит еще один шанс.». *Bush had the easier route to the White House – if anything in this election can be considered easy* (H. Fineman / *Newsweek* 18.12.00). [Путь Буша к Белому дому был не таким сложным, если хоть что-нибудь на этих выборах можно считать легким.] *In the United States, for example, the traditional political path has grown more treacherous through the years* (Y. Meachan / *Newsweek*, December 2000 – February 2001). [В Соединенных Штатах, например, традиционный путь в политику \политическая тропа\ с течением времени становится опаснее.]

Из многочисленных примеров видно, что дорога / путь ассоциативно связаны с определенным направлением (направленностью действий). Изменения во времени, его линейность, интерпретация смены событий окружающей действительности концептуализируются носителями языка как разнообразие и изменение видов и пейзажей в пространстве.

## Слот 2.2. **Vehicle - Транспортное средство**

Составляющие слота «Транспортное средство» могут быть также отнесены к другой модели с источниковой сферой «механизмы» (Общество / Человек – это механизм / транспортное средство). Денотативная область функционирования метафор описываемого слота охватывает как самих участников президентской кампании, так и их действия на политической арене. Следует отметить, что слот включает наименования транспортных средств, применяемых для передвижения по суше, по воде, по воздуху: *space shuttle* (космический корабль), *tugboat* (буксирное судно), *liner* (лайнер), *car* (машина). Ср.:

*Now it will be up to Rove, tugboat to Bush's ocean liner, to guide the boss through the tricky political tides of the presidency* (M. Hirsh, Y. Barny / *Newsweek*, 1.01.01). [Теперь дело за Роувом, чтобы взять на буксир лайнер Буша и провести своего босса по неспокойным волнам президентской гонки.] *Bush "has run through Dixie like a big wheel through a cotton field"* (J.F. Dickerson / *Time*, 20.11.00). [Буш «прошел по Дикси (южным штатам) как комбайн по хлопковому полю.] *They are talking about space shuttles: The victor is going to be in orbit, and the loser is going to be in ashes* (R. Simon / *U. S. News & World Report*, 4.12.00). [Они говорят о космических кораблях многоразового использования: победитель полетит на орбиту, а побежденный останется ни с чем.]

Смысловые оттенки «скорость», «быстрота» выявляются в метафорической репрезентации деятельности кандидатов на пост главы государства в процессе избирательной кампании. Для этого используются номинация: *car chase* (погоня). Ср.:

*At some point, one of these candidates is going to wise up and get involved in a car chase, which guarantees live coverage by every TV camera in Los Angeles and the rapt attention of the entire electorate (S. Lopes / Time, 6.03.00). [В определенный момент, кто-нибудь из этих кандидатов может подбросить идею и стать участником автомобильной погони, что означает постоянное появление перед камерами в прямом эфире и пристальное внимание всего электората в Лос Анжелесе.]*

В целом метафора механизма эксплицирует эффективность использования разнообразных транспортных средств в процессе перемещения в пространстве (по пути следования).

### **Слот 2.3. Travelling - Путешествие**

В основе описываемого слота лежит концепт *journey* (путешествие), в связи с чем сама президентская кампания в текстах предвыборной агитации может номинироваться как *trip* (путешествие), *journey* (путешествие). К данному слоту относятся метафорические наименования: *baggage* (багаж), *destination* (место назначения), *tickets* (билеты), *map* (карта). Ср.:

*What a long, strange trip (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Какое странное и долгое путешествие] - заголовок статьи, освещающей ход президентской гонки. "There's no doubt that the Democrats will try to make John McCain carry all the baggage of his party," said Mr. Marshall (A. Clymer / The New York Times, 1.03.00). [«Без сомнения, демократы попытаются заставить Маккейна нести весь багаж своей партии.» - сказал мистер Маршал].*

### **Слот 2.3. Weather and landscape - Погодные условия и ландшафт**

В самом общем смысле метафорика представленного слота репрезентирует политические процессы с точки зрения динамики (их изменения, развития, преобразования) или статики (постоянства, стабильности, неподвижности). В связи с этим, президентская кампания, представленная как природные явления / погодные условия - *avalanche* (снежная лавина), *rain*

(дождь), *lightning* (молния), *hurricane* (ураган), *storm* (буря, гроза), *whirlwind* (вихрь, ураган), *(gale) wind* ((штормовой) ветер); или же температурных условий – *rising/falling temperature* (повышение/понижение температуры), *heat* (жара), *frost* (мороз); выявляет нестабильность мира политического, политических настроений в обществе, политических пристрастий избирателей, а также постоянно меняющееся рейтинговое положение кандидатов в президенты. Ср.:

*There is a long history of gale winds and frost on Inauguration Day, often inside the White House itself (N. Gibbs / Time, 29.01.01). [История гласит, что в день инаугурации дуют штормовые ветра и бывает очень морозно порой внутри самого Белого дома.] But as the hours and days passed the temperature began to rise and so did the stakes (N. Gibbs / Time, 20.11.00). [Но проходили часы, дни, температура начинала подниматься, ставки расти.]*

Аналогичным образом, статичные элементы (природный ландшафт) метафорически представляют сами выборы – *watershed* (водораздел), пост президента – *mountain* (гора), *cliff* (скала) (см. слот 1.4.), кандидатов на пост первого лица страны – *a block of ice, a chunk of ice* (глыба льда). Ср.:

*Through melting hopes, Gore was a block of ice. (J. Carney, J. F. Dickerson / Time, 18.12.00). [В свете исчезающей надежды Гор казался ледяной глыбой.] There's a moment worth waiting for during every presidential debate these days – the moment when Bill Bradley's feeling for All Gore bob into view like a big chunk of ice on a cold gray sea (E. Pooley / Time, 17.01.00). [Стоит дожидаться одного момента в президентских дебатах – момента, когда сочувственное отношение Билла Брэдли к Альберту Гору станет явным подобно появлению большой глыбы льда на поверхности холодного серого моря.]*

Как следует из представленных примеров, президентская кампания, а также ее непосредственные участники ассоциируются в сознании носителей языка с разнообразными природными явлениями, а также с составными частями природного комплекса.

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА в нарративе «Выборы президента» США включает следующие фреймы: «Перемещение в пространстве», «Пребывание в пути». Осмысление поли-

тических процессов как движения вперед ассоциативно связано с восприятием жизни как дороги, путешествия. Перемещение по пути следования двувекторно, следовательно, направленность движения вперед оценивается положительно, а в обратном направлении – негативно. Другим средством оценки президентской кампании – дороги в американском политическом дискурсе являются метафоры, репрезентирующие опасности в пути, а также сложности, возникающие при перемещении в пространстве. Такие ассоциативные смыслы как «трудоемкость», «замедленность движения», «остановка» характерны для метафор рассмотренной модели, содержат отрицательную оценку политической ситуации. Концептуальная метафора пути в американском политическом дискурсе включает номинации транспортных средств, погодных условий, ландшафта, эксплицирующие разнообразные характеристики избирательной кампании за пост президента, базирующиеся на статичных или динамичных характеристиках описываемых явлений.

### **Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА (ПУТЕШЕСТВИЕ) в российском политическом дискурсе**

В дискурсе выборов главы государства метафорическая модель пути играет важную роль. К данной модели относится 229 метафорических наименований.

В составе метафорической модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА регулярно выделяются следующие фреймы.

#### **1. Фрейм «Перемещение в пространстве»**

Денотативная сфера функционирования метафорики рассматриваемого фрейма охватывает активные действия участников предвыборной кампании, представленные как направленные вперед, динамичные, постоянно меняющиеся. В основе фрейма лежат традиционные представления о любом виде деятельности человека и в целом о жизни как о движении вперед,

поэтому большая часть метафорических словоупотреблений связана с перемещением в пространстве.

### **Слот 1.1. Перемещение по воде**

Составляющие представленный слот метафоры отражают представления о деятельности отдельных политиков, политических партий, групп, а также жизни целой страны как свободное перемещение по водному пространству. В соответствии с представлениями об исходной понятийной сфере все субъекты, имеющие то или иное отношение к политике, находятся в постоянном плавании, или просто держатся на воде, доверяясь воле случая, а их судно (если таковое имеется) бесцельно дрейфует. Ср.:

*В Москву Фишера привело желание понять, куда дрейфует политический корабль России и какого курса должна держаться Германия (М. Соколов / Известия, 22.01.00). Если бы мы говорили о депутатской группе «Регионы России», члены которой находятся в свободном политическом плавании, это понятно (М. Гуревич / РВ, 26.01.00). А завтра неизвестно, куда придрейфует этот человек (Степашин) – в «Союз правых сил», «Единство» ... (В. Крупнов / МП, 29.02.00).*

Употребленные в разнообразных контекстах метафоры перемещения по воде содержат отрицательные оценочные смыслы, т.к. вызывают ассоциации несостоятельности, некомпетентности, непрофессионализма политических деятелей. Подобные коннотации, пренесенные на ситуацию выборы главы государства, коррелируют с акцентуацией периферийных смыслов «отклонение от курса», «движение под влиянием внешних факторов/воздействий: ветра, течения», «хаотичность, нецеленаправленность движения».

### **Слот 1.2. Перемещение по суше**

Перемещение по суше может осуществляться как на транспортном средстве, так и без него. Наиболее распространенными являются метафоры, нейтральные по своей оценочной семантике: *идти, передвигаться*, а также существительное *шаг* в значении «действие», «поступок». Ср.:

*Хотя уже сегодня ясно, что Россия пошла по пути демократии и реформ, не свернула с этого пути, смогла заявить о себе как сильное независимое государство, в*

*этом его огромная заслуга (В. Путин / РГ, 5.01.00). ...с первых своих «верховных» шагов Путин показал себя истинным прагматиком, ставящим во главу угла достижение целей, способствующих усилению государства (А. Салуцкий / МП, 29.01.00).*

Дополнительные коннотации приобретают глаголы *шествовать*, *маршировать*, являющиеся интенсификаторами признаков «парадность», «торжественность», «организованность» действий в политической сфере. Ср.:

*Страна дружными колоннами, нерушимым блоком политической элиты и народа, марширует по направлению к президентским выборам (А. Колесников / Известия, 11.01.00). Шествие Путина к президентской должности продолжается (В. Никифорова / Правда, 11/12.01.00).*

Особую роль в политических текстах играют прецедентные имена. Аллюзии к литературным, фольклорным персонажам, историческим личностям апеллируют к базовым ценностям носителей языка, служат маркерами определенного набора качеств. Ср.:

*Но может, и вправду на этот раз нам повезет, и Путин окажется не Сусаниным, ведущим в непроходимую чащу, а Данко, светом своего сердца освещающим дорогу народу из лесных сумерек? (Э. Котляр / МП, 12.01.00).*

Так, сравнение и. о. президента с Сусаниным позволяет провести параллель с известной исторической личностью, тем самым вызывает ассоциации, наводящие читателя на соответствующее понимание ситуации, а именно, направленность действий не на достижение цели, намеренное затягивание решения вопросов, нежелание помочь «ведомым». «Пучок» позитивных смыслов связан с образом известного литературного персонажа – Данко. Сравнение позволяет говорить о способности пожертвовать собой, желании любой ценой помочь людям, разрешить накопленные в обществе проблемы.

К основной цели предвыборной кампании – посту президента можно приближаться не только пешком, но и на каком-нибудь средстве передвижения, для передачи дополнительных смысловых оттенков в текстах предвыборной агитации употребляется метафора *ехать*. Ср.:

*На предвыборном «коньке» - антитеррористической операции – Владимир Владимирович имеет неплохие шансы «въехать» в политический успех (П. Морозов / МП, 5.01.00). В конце концов не так уж важно, на чем приехать к уважению своих соотечественников (В. Горлов / Труд, 15.02.00).*

### **Слот 1.3. Вертикальные перемещения**

Метафорика, представляющая предвыборную кампанию как движение, направленное вверх, легко вписывается в систему ориентационных метафор, опирающихся на пространственную оппозицию верх – низ (Дж. Лакофф, М. Джонсон, 1991). Если GOOD IS UP, BAD IS DOWN (ХОРОШЕЕ – это ВЕРХ, ПЛОХОЕ – это НИЗ), тогда успешные выступления кандидатов в президенты, репрезентированные введением метафор *взлететь*, *восходить (на вершину)*, *вознестись*, в контекст описания президентской кампании, приносят позитивные смыслы. Соответственно, метафорические наименования, обозначающие движение вниз, падение, содержат отрицательные коннотации. Ср.:

*К весне рейтинг Путина может столь же резко упасть, как неожиданно быстро вознесся (А. Баранов / Правда, 26/27.01.00). Прежде всего имеются в виду возможные альянсы между основными восходителями на вершину (В.Ветров / Труд, 28.01.00). Взлеты этого политика оборачиваются неумной лестью некоторых членов его окружения, что не раз подводило к неверным решениям. Напротив, падения оборачивались неумным злорадством бывших друзей и попутчиков (Л. Николаев / РГ, 10.03.00).*

В рамках представленной оппозиции рейтинг субъектов политической деятельности также воспринимается как движущийся по шкале «верх – низ». Ср.:

*Например, таким фактором может стать неудача в чеченской кампании и, как следствие, лавинообразное падение рейтинга Путина (А. Колесников / Известия, 11.01.00). Но премьерский рейтинг скакнул вверх вовсе не из-за этого (П. Воцанов / Труд, 18.01.00).*

Следует отметить, что в большинстве представленных примеров метафорические словоупотребления оживляют ассоциативные признаки «скорость», «быстрота», «неожиданность». Так, сами политики и их рей-

тинги могут быстро/резко скакнуть/взлететь/рвануть вверх или же наоборот, лавинообразно/стремительно упасть. Метафоры рассматриваемого слота отражают политическую ситуацию в соответствии дискурсивными факторами, влияющими на ее развитие. Денотативная сфера функционирования охватываемых фреймом метафорических словоупотреблений – деятельность участников в рамках президентской кампании.

## **2. Фрейм «Пребывание в пути»**

### **Слот 2.1. Путь следования**

В соответствии с семантикой исходной понятийной сферы предвыборная гонка регулярно представлена в российских агитационно-политических текстах как *дорога*, *тропа*. Повороты на дороге символизируют начало нового этапа перемены в жизни, а наличие колеи может облегчить движение. Ср.:

*Однако, когда он (Примаков) смело ступил на тропу публичной политики, оказалось, что она для него опасна и трудна... Каждый шаг вперед по чужой незнакомой дороге приводил к потере популярности, привлекательности годами складывающегося образа (Ф. Смирницкий / РВ, 26.01.00). Путин 2000 загадочен лишь в нюансах. Он обречен двигаться по «колее» имени Ельцина (Е. Крупнов, Г. Бовт / Известия, 28.03.00). Тот поворот в жизни России, который мы наблюдаем в последние восемь месяцев... объясняется многими условиями и причинами (Р. Медведев / РГ, 5.04.00).*

### **Слот 2.2. Транспортное средство**

Составляющие описываемого слота также могут быть отнесены к модели с источниковой сферой механизмы. Метафорический контекст дает основания считать представленные словоупотребления частью модели пути, т. к. они обозначают виды транспорта, служащие средством перемещения по пути следования. Метафорика слота представлена, в основном, наименованиями железнодорожного и водного транспорта: *локомотив*, *паровоз*, *корабль*, *катамаран*. Ср.:

*На сей раз он (Яковлев) прицепился к паровозу всероссийской популярности своего земляка Владимира Путина (А. Кузнецов / РВ, 23.02.00). Предполагалось, что устойчивый проправительственный правоцентристский катамаран составят «Единство» и*

СПС (А. Колесников / МП, 24.02.00). Упаси нас Бог вторично доверить корабль «проштрафившимся капитанам», забывшим не только о жертвах гражданской войны, коллективизации, концлагерей и депортации, но и о жертвах Сумгаита, Баку... (Г. Знаменский / РГ, 4.03.00).

### **Слот 2.3. Погодные условия и ландшафт**

Политическая действительность концептуализируется в сознании носителей языка как природные явления, носящие, в большинстве своем, стихийный характер. Ср.:

*Но так или иначе, а лужковская Москва, делая упор на экономическом развитии, начала быстро преодолевать последствия политических бурь (А. Салуцкий / МП, 31.03.00).*

Представленная метафорика актуализирует негативные периферийные смыслы: разрушительный характер каких-либо явлений или действий в политической сфере общества.

Органы государственного управления могут быть репрезентированы метафорами стихии, выявляя нестабильный характер, непредсказуемость, стихийность описываемого объекта. Ср.:

*Дума – это гейзер: фонтанирует невпопад, и большая часть проблем, как теперь говорят, «ниже пейджера» (Л. Московин / МП, 30.03.00).*

Итак, метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА в российском политическом дискурсе представлена следующими фреймами: «Перемещение в пространстве», «Пребывание в пути», в рамках которых происходит концептуализация предвыборной кампании как движения вперед, перемещения в пространстве. Отличия в репрезентации политической ситуации «Выборы главы государства» в российском и американском политическом дискурсе прослеживаются на уровне отдельных концептов. Так, для представителей американской лингвокультуры более характерно представление политической сферы посредством метафор путешествия, сопряженного с определенным родом трудностями. Российские тексты предвыборной агитации ориентированы на «эксплуатацию» слов «стихийность», «хаотичность», «непредсказуемость» описываемых

явлений. Такого рода представления согласованы с базовыми культурными концептами в сознании носителей обоих языков. Описываемая модель, метафорика которой проявляет большую активность в текстах предвыборной агитации, составляет часть модели «Жизнь – это дорога». Представления о жизни как о перемещении по дороге являются традиционными, как для американского, так и для российского лингвокультурных сообществ.

Рассмотренные в настоящей главе метафорические модели не исчерпывают всего богатства концептуальных метафор в российском и американском агитационно-политическом дискурсе. Можно привести примеры политических метафор, которые также используются, хотя и не столь активно, для репрезентации интересующего нас политического события. К числу продуктивных, но не доминантных относятся метафорические модели с исходными понятийными сферами «механизм», «пища». Механистическая метафора включает 20 и 24 словоупотребления соответственно в американском и российском политическом дискурсе. Метафорическая модель со сферой-донором «пища» охватывает 14 номинаций в американском и 15 наименований в российском нарративах «Выборы президента»

В американских и российских текстах предвыборной агитации концептуальная метафора с технической сферой-источником представляет стройную, эффективно работающую политическую систему. Легко провести параллель между структурированностью органов государственной власти, отрегулированной деятельностью субъектов политики и отлаженной работой механизма, в котором каждая деталь выполняет предназначенную ей функцию.

Другим достаточно продуктивным для политической речи является представление политических реалий в гастрономических концептах. Метафорическая модель с исходной понятийной сферой «пища» базируется на осмыслении и репрезентации политической деятельности как работы органов чувств. Она эксплицирует, своего рода, вкусовое, осязательное,

температурное восприятие политических процессов, а также позволяет выявить взаимосвязь между физиологическими потребностями и особенностями организма и деятельностью политиков.

### **Выводы по второй главе**

На основе анализа рассмотренных материалов можно сделать следующие выводы о функционировании метафорических моделей в нарративе «Выборы президента» в США и России:

1. В российском и американском агитационно-политическом дискурсе в рамках президентской кампании активно функционируют и проявляют высокий потенциал к разворачиванию метафорические модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА - это СОРЕВНОВАНИЕ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА. Для рассмотренных метафорических моделей характерна общность фреймово-слотовой структуры, не выявляющая существенных отличий в осмыслении и репрезентации выборов главы государства в США и России. Метафорические модели с исходными понятийными сферами «война», «театр», «соревнования», «дорога» являются типичными для западного (европейско-американского) культурного пространства, что свидетельствует об их универсальном характере.

2. Метафорическая репрезентация выборов главы государства посредством метафор войны, театра, соревнований, пути, характерная для носителей русской и американской лингвокультур, имеет свою специфику. Основные различия в осмыслении избирательных кампаний США и РФ проявляются на уровне отдельных слотов или концептов, а также при учете количественных характеристик базовых метафорических моделей.

3. Концептуализация избирательной кампании посредством коннотативно нагруженной военной метафоры согласуется с базовыми представлениями о сфере политики представителей Соединенных Штатов и

России. Для политического нарратива «Выборы президента США» метафоризация рассматриваемого политического события через словоупотребления, относящиеся к сфере-источнику «война», является наиболее продуктивной (содержит наибольшее количество метафор). В российских и американских текстах предвыборной агитации метафоры войны содержат агрессивные ассоциативные признаки и служат, в основном, для негативной характеристики президентской кампании.

4. Осмысление ситуации выборов президента в театральных концептах свидетельствует об универсальном характере метафор, составляющих модель ВЫБОРА ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР. В текстах предвыборной агитации США актуализируются метафорические наименования, относящиеся к слоту Movies (Кино). Для российского нарратива «Выборы президента» более характерно «обращение» к сфере-источнику «цирк».

5. Особенности отдельных концептов и слотов, составляющих метафорические модели, связаны с национальной культурой, образом жизни носителей языка: например, продуктивность составляющих слота “American Football” («Американский футбол»), не представленном в российском агитационно-политическом дискурсе, обусловлена актуализацией исходной понятийной сферы для представителей американской лингвокультуры. Слот “Games of Chance” («Азартные игры») представлен более широким спектром метафорических словоупотреблений в американском политическом дискурсе. Для носителей русского языка более характерна репрезентации политики как игры в шахматы.

6. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА - это ДОРОГА выявляет в наибольшей степени такие свойства моделей как диффузность, синкретичность, способность ко все более широкому развертыванию. В структуру модели могут быть включены метафорические наименования транспортных средств, а также явлений природы. В американском нарративе «Выборы президента» рассмотренная модель ассоциативно связана с

концептом travelling – путешествие, актуализирующим общие смыслы с метафорикой пути.

7. К числу продуктивных, но не доминантных относятся универсальные метафорические модели с источниковыми сферами «механизм», «пища». Эти концептуальные метафоры являются традиционными для американской и российской политической речи, но не проявляют высокой активности в нарративе «Выборы президента (2000 г.)».

### **Глава 3. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Выборы президента»: национальная специфика российского и американского дискурса**

В предыдущей главе диссертации нами были рассмотрены наиболее продуктивные метафорические модели в американском и российском политическом нарративе «Выборы президента», основной чертой которых является универсальный характер. Полученные данные свидетельствуют о том, что базовые представления о политической сфере общества в сознании носителей российской и американской культур, несмотря на наличие разных по степени национальной окрашенности метафор, не выявляют черты яркого культурного диссонанса. На концептуализацию политической сферы общества накладывает отпечаток закрепленный в языке тысячелетний опыт «психологической и культурной интроспекции его носителей» (В.Ю. Апресян, Ю.Д. Апресян, 1993, с.27). Базисные метафорические модели – это те, в основе которых лежат физические и социальные явления, составляющие основу человеческой деятельности и взаимоотношений внутри социума.

Основная задача данной главы – описание и анализ продуктивных метафорических моделей, свойственных в большей мере американскому или российскому национальному политическому дискурсу. Исследователи неоднократно отмечали тесную взаимосвязь базовых культурных ценностей и метафорической картины мира (Ю.Д. Апресян, А.Н. Баранов, Е.М. Верещагин, В.Г. Гак, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, Дж. Лакофф, М. Джонсон и др.)

Ведущее значение при выявлении особенностей концептуализации президентской кампании в двух странах играют национальный менталитет, традиции носителей языка, лингвокультурологические характеристики, культурные ценности, исторические предпосылки, а также специфика про-

текания избирательной кампании, влияние политической ситуации на ход предвыборного марафона. Одно и то же событие в политике по-разному осмысливается представителями российского и американского общества, что обусловлено несоответствиями на ментальном уровне. С этим связаны основные отличия языковой репрезентации избирательных кампаний и выборов президента в США и России, поскольку концептуализация сферы политики согласуется с историческим, культурным, социальным опытом лишь отдельного народа и, как следствие, может быть чуждым другому менталитету.

### **3.1. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КОРОНАЦИЯ в российском политическом дискурсе**

Концептуальная метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КОРОНАЦИЯ занимает важное место среди моделей, репрезентирующих ситуацию выборов главы государства в российском политическом дискурсе. Рассматриваемая метафорическая модель отражает, каким образом современное общество представляет себе власть и властные структуры, действующего президента, а также деятельность различных субъектов политики. Исследования ролевых номинаций политического дискурса позволили выявить ролевые архетипы, характерные для русской культуры. Анализ материала показал, что «преобладающим архетипом российских политиков является «отец» (или «царь»), в котором центральное место занимает «царь-батюшка»» (Е.В. Бакумова, 2002, с.155). Исследователь подчеркивает взаимосвязь данного факта с потребностью русского народа в сильном правителе, царе («сильной руке»), который должен быть эталоном совести и законным властителем, причем «преобладание архетипа «отец/царь» является следствием патерналистского лидерства современной российской действительности» (там же, с.157).

В монографии Е.И. Шейгал, посвященной анализу политического дискурса, в рамках базового концепта «Власть» приводятся многочисленные примеры из паремиологического фонда русского языка, отражающие исторически сложившееся восприятие и понимание власти его носителями. Ср.:

*Нельзя на земле без царя стоять; Ведает бог, да государь; Царский глаз далеке сигаает; Грозно, страшно, а без царя нельзя; Бог милостив, а царь жалостив.*

Автор отмечает, что поговорки фиксируют естественность и необходимость царской власти, уравнивание монарха с богом «в монополии на знание истины», «экстраординарные способности и возможности» государя, страх, внушаемый авторитетом царской власти, веру «в царскую милость и снисхождение» (Е.И. Шейгал, 2000, с.84). Образное представление о выборах главы государства моделируется в представленном нами случае в опоре на культурно-исторические традиции русского народа. Г. Почепцов отмечает, что в политической жизни России (как и других стран СНГ) «можно увидеть отсылки на ритуализацию и вербализацию прошлых периодов. ... Россия вводит символизм царской власти...», что является естественной реакцией опоры на уже внедренный и апробированный прошлыми периодами символизм (2002, с. 254). Т.Б. Соколовская описывает метафорическую модель «Президент – царь», получившую широкое распространение в российском политическом дискурсе в конце 90-х годов, причем развитие данной модели, по мнению исследователя, в новейшее время обусловлено социальными и концептуальными факторами (2002).

Метафорическая модель с источниковой сферой «монархия» в соответствии со спецификой русского национального сознания представляет главу государства как пользующегося абсолютной властью монарха, а структуру государственной власти – как своего рода феодальную иерархию, в которой существуют не только царь, но и наследник престола, разнообразные феодалы (удельные князья, региональные бароны и др.), импе-

раторский двор, свита, императорская мантия, корона и другие атрибуты власти монарха.

В рамках представленной модели, насчитывающей 256 метафорических словоупотреблений, регулярно выделяются следующие фреймы.

### **1.Фрейм: «Носитель власти»**

Метафорика описываемого фрейма широко распространена в российском политическом нарративе «Выборы президента» и служит для образной номинации субъектов политики (главы государства, претендентов на президентский пост, активистов политических партий). Составляющие рассматриваемый фрейм метафорические словоупотребления подчеркивают сакральный характер царской власти, актуализируя в различных контекстах широкий спектр коннотаций.

#### **Слот 1.1. Монарх**

Слот представлен концептами «царь», «монарх», «государь», подчеркивающими идеи недостижимости, силы, могущества, авторитета носителя верховной власти, а также его доброты, справедливости, снисходительности. Ср.:

*Превратимся ли мы из ожидающих появления «добротого царя» подданных в граждан, берущих в свои руки судьбу страны, или так и будем, как говорил Чаадаев, «расти, но не взрослеть?» (А. Кива / МП, 15.01.00). Хотя вроде бы было выгодно исполнить роль миротворца и справедливого царя, которую так умело играл время от времени Ельцин, Путин не решился (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00).*

Наделенный властью президент уподобляется царю, если метафорически репрезентируется как *монарх, самодержец, русский Государь, благодетель, правитель Руси*. Ср.:

*Только тогда правитель Руси мог позволить себе слова, от которых у десять лет костерившего его на все лады населения на глазах в новогоднюю ночь стояли слезы (В. Мамонтов / КП, 5.01.00). Именно в этот момент он (Ельцин) перестает быть разухабистым русским увальнем, превращаясь в русского Государя, отечески опекающего страну (А. Архангельский / Известия, 6.01.00). Путина иногда в шутку называют интеллектуальным самодержцем (А. Гатов / КП, 30.11.01).*

Метафорические наименования, составляющие слот «Монарх», «эксплуатируют» дополнительные ассоциативные признаки «вера», «любовь», «почитание», «страх». Уподобление президента царю подчеркивает его абсолютную власть, трепетное отношение к нему подданных и народа, создавая яркий экспрессивный эффект.

### **Слот 1.2. Небожитель**

Показательно, что безграничная власть, возможность постоянно быть на виду, любовь, почитание, поклонение народа ассоциативно сближают президента не только с монархом, но и святым, усиливая эмоциональный эффект, направленный на акцентуацию смыслов «безупречности» и «всемогущества» высшего должностного лица. В соответствии с тематикой источникового слота пост президента может номинироваться как высший чин в церковной иерархии – *патриарх*. Ср.:

*Нам всем почему-то очень хочется, чтобы патриарх российской политики обязательно сюда приехал (А. Гамов / КП, 6.01.00). Примакова может «согреть» мысль о том, что совсем недавно у него был очень высокий рейтинг и в случае неудач Путина фокус общественного интереса может снова повернуться в сторону патриарха отечественной политики (А. Колесников / КП, 19.01.00).*

Дистанцированность «верховного правителя», религиозно-мистический характер власти, а также стремление российского избирателя к абсолютной, всепоглощающей любви и вере находят проявление в контексте выборов президента, репрезентируя его как *мессию, небожителя, президента всея Руси, носителя таинства верховной власти*, чью личность канонизируют и стремятся не упоминать *всё*. Ср.:

*В указе и. о. Президента Владимира Путина нашему ушедшему «небожителю» гарантированы царские привилегии (Р. Колчанов / Труд, 12.01.00). Путин уже фактически глава государства, носитель таинства верховной власти, которая всегда вызывала у немалой части россиян чувство священного обожания (В. Никонов / Труд, 26.02.00). Похоже, что процесс канонизации личности и. о. президента *вовсю* набирает обороты (В. Авербух, Д. Владимиров / Известия, 3.03.00).*

В рамках рассматриваемого фрейма претенденты на пост главы государства могут номинироваться как *апостолы*. Ср.:

*За оставшиеся до конца недели три дня еще есть возможность поразмыслить над кандидатурами «двенадцати апостолов» – претендентов на высокую должность... (В. Денисов / Щит и меч, 26.03.00).*

Относящаяся к представленному слоту метафорика в наиболее яркой форме эксплицирует сакральный, священный характер высшей государственной власти.

### **Слот 1.3. Хозяин**

Характерным проявлением для русскоязычных текстов предвыборной агитации стало метафорическое употребление наименований *хозяин, барин*, для представления личности президента. Ср.:

*О нем (Ельцине) писали как о барине-самодуре, разорившем имение, запутавшемся в долгах, уморившем скот и людей и постоянно меняющем управляющих, на которых он и валил свое банкротство (Р. Медведев / РГ, 6.01.00). То, с какой охотой губернаторы и разномастные партийцы, деятели искусств, истомившиеся в ожидании нового Хозяина, припали к руке свежееиспеченного кандидата... свидетельствует об одном: Россия так и осталась страной, психологически способной воспринять культ (П. Воцанов / Труд, 18.01.00). Этот редкий в политической практике консенсус оказался возможным благодаря тому, что общество осознало свою беззащитность перед произволом хозяина Кремля и его окружения (Г. Шахназаров / РГ, 11.05.00).*

Прагматический смысл данного фрейма можно сформулировать следующим образом: русский народ, несмотря на все страдания, выпавшие на его долю (в коих зачастую было виновато именно руководство), до сих пор не потерял веру в могущественного сильного царя-батюшку, образ которого ассоциируется с образом бога, и пытается увидеть его едва ли не в любом носителе власти. Метафорика фрейма акцентирует смыслы «веры», «преданности», «подчинения». Денотативная область функционирования относящихся к представленному фрейму метафор затрагивает каждого субъекта политики, имеющего то или иное отношение к выборам президента 2000 года.

## 2. Фрейм «Правление монарха»

Образ русского президента-царя в контексте предвыборной кампании последовательно эксплицируется через действия, поступки, свойственные носителю абсолютной власти.

### Слот 2.1. Царствование

Деятельность президента РФ ассоциативно связана с *царствованием монарха*, способного *приподнести царский подарок, отчитываться о плодах собственного царствования, по-царски уйти*. Ср.:

*И сам Ельцин ухитрился весь «отчет» о плодах собственного царствования вместить в несколько слов... (В. Никифорова / Правда, 6/7.01.00). Не может быть, чтобы в такой день этот человек понял, что он сотворил, и потому наконец-то решился расстаться с властью. Словом, преподнести царский подарок народу (В. Никифорова / Правда, 6/7.01.00). Действительно, такого в России еще не бывало: властолюбивый глава государства, которого уже чуть ли не «приговорили» к пожизненному царствованию, находясь в здравом уме и твердой памяти, вдруг надевает пальто и ... уходит (А. Гатов / КП, 5.02.00). Если начало его (Ельцина) царствования было для России периодом надежд, то второй президентский срок стал временем жестоких разочарований (Ю. Скуратов / РГ, 16.03.00).*

Идея абсолютной власти подчеркивается метафорическими конструкциями, позволяющими осмысливать срок президентского правления как *эпоху царствования монарха*, а форму правления как *президентскую монархию*. Ср.:

*Одна из таких идей – обязательство в случае избрания инициировать изменение Конституции, которая бы ликвидировала президентскую монархию (О. Герасименко / КП, 6.01.00). В самой этой фразе заключены все пороки психологии, сформировавшейся в эпоху царя Бориса (П. Воцанов / Труд, 8.03.00). Россия объявляется монархией, ВВП – Президентом Всея Руси, Маршалом Великой Империи (А. Колесников / КП, 24.03.00).*

### Слот 2.2. Атрибуты власти

Одним из основных символов царской власти является *скипетр*, передача которого приравнивается к смене власти. Иногда скипетр может стать орудием борьбы, в таком случае происходит активизация векторов агрес-

сивности, широко распространенных в нарративе «Выборы президента». Ср.:

*И даже не в том смысле, что Борис Ельцин ошарашил весь мир, досрочно передав свой «скипетр» Владимиру Путину, - удивительным образом прореагировали на политическую трансформацию биржи (Н. Бойцов / МП, 19.01.00). В этом случае никакой жесткой вертикали власти не получится: она выродится в скипетр нового властителя, которым он сможет и голову проломить (В. Тимашов / РГ, 7.04.00). Другой атрибут монархической власти – *трон*. Его расположение в пространстве, на возвышении, символизирует недостижимость царя для подданных, его могущество, возможность все видеть и одновременно быть всеми увиденным. В метафорическом контексте президентских выборов широко употребляется наименование *трон*, актуализируя величие и дистанцированность монарха. Ср.:*

*Утверждают, что за сценой борьбу у подножья трона ведут команды Чубайса и Березовского (М. Стахов / МП, 12.01.00). Они страшно боялись появления на троне чужака (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00). Лишь оно способно вознести политика на трон реальной победы (И. Зверев / МП, 2.03.00).*

В текстах предвыборной агитации встречается наименование *мантия*, облачение в которую символизирует наличие властных полномочий у субъектов политики. Ср.:

*Можно не сомневаться, что невзирая на подавляюще высокий рейтинг Владимира Путина, количество желающих увидеть себя в президентской мантии будет пребывать (С. Чугаев / КП, 14.01.00)*

### **Слот 2.3. Передача власти**

Уход действующего президента РФ со своего поста был представлен в СМИ как *отречение от престола* и *передача* его кому-либо из наследников. Ср.:

*Итоги голосования наверняка стали главным аргументом тех, кто убедил Б. Н. Ельцина освободить престол. (Ш. Муладжанов / МП, 5.01.00). Включая Б.Н. Ельцина, которого сподвигли-таки к передаче престола столь верному и популярному наследнику (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00). Тридцать первого декабря совершенно неожиданно для всех он отрекся от «престола». (М. Малюкова / РГ, 28.04.00).*

Метафорические словоупотребления, составляющие рассматриваемый слот слот, акцентируют внимание коммуникантов на несоответствии деятельности президента и его окружения нормам и требованиям современного демократического государства.

#### **Слот 2.4. Наследники**

В метафорических выражениях в составе данного слота выделяются номинации, представляющие участников президентской гонки посредством коннотативно нагруженной монархической метафоры. Кандидаты, в президенты, субъекты политической деятельности, рисуются в образах *престолонаследников, дофинов, кандидатов на трон, соискателей кремлевского трона, соискателей престола*. Ср.:

*По большому счету, на фоне нынешнего Ельцина любой «престолонаследник» выглядел бы орлом (П. Воцанов / Труд, 18.01.00). За десять дней до выборов президента расклад симпатий наших избирателей, похоже, определился: Путин и Зюганов – основные кандидаты на трон (В. Днерпов / Известия, 16.03.00). Гораздо органичнее соискатель престола смотрится не в обществе стенографистки, а в момент вручения наград знаменитым и, простите за слово, немолодым женщинам (С. Новопрудский / Известия, 23.03.00).*

Наиболее распространенным наименованием кандидата в президенты является метафора *наследник*, «отрицающая» законный, демократический способ передачи власти в России. Ср.:

*Многие газеты писали тогда о Немцове как о «дофине» или наследнике (Р. Медведев / РГ, 6.01.00). Помимо «наследника» Путина, среди претендентов на пост первого лица России мы видим все тех же, уставших от думских словопрений паркетных бойцов (К. Сретенский / Труд, 21.01.00). Путин Владимир Владимирович. ... Долгожданный наследник царя Бориса (В. Жириновский / РГ, 18.03.00). Многие чувствуют себя обреченными на победу «наследника» и заранее пытаются подобрать себе место поуютнее в ближайшем его круге (Е. Савостьянов / РГ, 21.03.00). Наследник или преемник придирчиво выбирают, коронуются, им присягают на верность. Ср.:*

*До минувшей недели «Отечество» оставалось, пожалуй, единственным крупным политическим движением, коллективно не присягнувшим на верность и. о. президента*

*Владимира Путина (С. Ильин / РВ, 22.03.00). Наконец, мы пережили президентскую монархию времен упадка. У Бориса Николаевича, как говорится, «все признаки и атрибуты, вплоть до придирчивого выбора наследника (М. Гуревич / РВ, 29.03.00).*

В целом метафоры данного фрейма позволяют провести параллель между действиями монарха и главы государства с демократической системой правления. Негативные ассоциации вызывают метафорические словоупотребления, посредством которых президентские выборы приравниваются к династической передаче власти. Символы монархической власти эксплицируют недостижимость, властность, могущество президента-царя.

### **3.Фрейм: «Подданные монарха»**

#### **Слот 3.1. Свита и двор монарха**

В рамках рассматриваемой модели ближайшее окружение президента, его помощники, представители власти могут представляться как ближайшее окружение монарха, например, *бояре, аристократия, Двор, придворная свита, дворцовый коллектив, слуги. Ср.:*

*Фактически и. о. царя страны предлагается собрать бояр и по-годуновски долго выпрашивать собственной легитимности. Более того: бояр ему надо-таки склонить к участию в выборах да умолять биться с ним за высший пост по-настоящему, до второй, а то и до третьей кровянки (В. Константинов / КП, 6.01.00). Новоявленные бояре опасаются, что победа Путина на выборах обернется не поражением той или иной олигархической группировки, а крушением всей системы «коммерческого феодализма» (Д. Бельский / КП, 16.03.00). Назначенный губернатор всегда будет стараться угодить не жителям региона, а придворной свите, от которой зависит, останется он на своем посту или нет (Е. Савостьянов / РГ, 21.03.00). Однако московский мэр поспешил пристроиться к многочисленной свите (С. Ильин / РВ, 22.03.00).*

Особое место занимает метафорическое представление деятельности окружения монарха, актуализирующее скрытые намерения, тайные замыслы субъектов политики, плетущих *интриги*, устраивающих *дворцовые игрища*, выставляющие напоказ *дворцовую «мишуру»*. Ср.:

*Демократический царь создал под себя византийскую систему управления (Двор и Семья «разруливали» ситуацию лучше системы взаимодействия ветвей власти) (С. Бабаева, Г. Бовт / Известия, 20.01.00). В стране на фоне дворцовых игрищ и тотально-*

го воровства по-крупному произошла передача власти – тем, кто обладал ею до августа 1991 года (Ш. Муладжанов / МК, 21.01.00). Дела и результаты – вот что требуется. А в ютом смысле нынешний и. о. пока отличается только на уровне дворцовых интриг (Ш. Муладжанов / МП, 28.01.00).

### **Слот 3.2. Феодалы и наместники**

Один из важнейших фреймов рассматриваемой метафорической модели – это образное представление периферийной политической элиты, руководителей субъектов Федерации, которые могут метафорически обозначаться как удельные князья, региональные бароны, воеводы, наместники государя. Ср.:

*Я лично с трудом представляю его (Степашина) себе в Совете Федераций среди заседающих там акул-феодалов (а вот Явлинского представляю) (В. Крупнов / МП, 29.02.00). Упреки Москвы в адрес воевод-жуликов не выглядят особенно убедительными (М. Ростовский / МК, 30.03.00). За прошедшие 10 лет поместные властители – губернаторы и президенты – набрали столько суверенитета, что в ряде регионов у начальства наблюдаются острые признаки политического несварения и головокружения того же свойства (М. Гуревич / РВ, 12.04.00). Путин бьется за диктатуру закона и даже не подозревает, что уральские князьки такой ножичек у него за спиной точат (Ф. Сергеев / МП, 5.12.00).*

В других контекстах в качестве важных звеньев феодальной иерархии выступают важные государственные чиновники, руководители крупных кампаний, СМИ, банков и иных подобных структур. Ср.:

*Гусинский стал первым в России медиабароном. Постепенно расширяя сферу влияния, его империя стала включать журнал «Итоги», радиостанцию, спутниковое телевидение (С. Богданов / РВ, 3.03.01). Министры станут политическим прикрытием своих направлений, «министрами-царями» (С. Новопрудный / Известия, 30.03.01).*

Проявляя широкий потенциал к развертыванию, феодальная метафора репрезентирует административные единицы РФ в соответствии с семантикой сферы-источника, актуализируя их родовую принадлежность стоящим у власти, а также возможность быть переданными по наследству. Упорядоченная феодальная система символизирует безраздельную власть руководителей субъектов Федерации. Ср.:

*И наконец, в третьих, никакому олигарху, региональному барону не нужен сильный, независимый ни от кого президент, обладающий правом вмешиваться в дела олигархий и вотчин (С. Чугаев / КП, 14.01.00). Новоявленные бояре опасаются, что победа Путина на выборах обернется не поражением той или иной олигархической группировки, а крушением всей системы «коммерческого феодализма» (Д. Беленький / КП, 16.03.00). И лишь Кемеровская вотчина не досталась никому, кроме губернатора Тулеева (В. Константинов / КП, 28.03.00).*

При изучении представленного материала становится понятным, почему так легко провести метафорическую параллель между президентом и царем, электоратом и подданными. Неограниченная власть монарха, осознание своего могущества, отдаленность от народа, неведение или нежелание проникнуться его бедами, проблемами, придворные интриги ассоциируются в нашем сознании с президентскими полномочиями и привилегиями, «закулисной» жизнью в кулуарах власти, зачастую равнодушному отношению к избирателям. Очевидно, русский народ по-прежнему хочет «отдания себя власти, перенесения на власть своего бремени», «преклонения и благоденствия перед святостью» (Н. Бердяев, 1990, с. 15). Поэтому в российском национальном сознании упорно сохраняется «идеальная» политическая ситуация в монархической стране: к власти приходит разумный, деятельный, осознающий свою ответственность правитель, на которого, видимо, до сих пор уповаает русский народ.

Следует отметить, что концептуальная политическая метафора отражает национальное сознание и существующие в данной стране представления о структуре государственной власти. В частности, при сопоставлении президентских кампаний в Соединенных Штатах Америки и Российской Федерации обращает на себя внимание тот факт, что в средствах массовой информации США интересующая нас метафорическая модель по существу не используется. Президент «Нового света» образно может быть представлен как commander-in-chief (главнокомандующий), prizefighter (боксер-профессионал), the leading man (исполнитель главной роли), hero

(герой) и т. д. Это свидетельствует о том, что в сознании американского народа верховная власть Соединенных Штатов ассоциативно не связана с монархической системой управления. Для американцев политика является занятием, едва ли отличающимся от других, обычной сферой профессиональной деятельности. «Быть политиком – не удел избранных, предназначенных властвовать от рождения или имеющих к тому призвание...» (К. С. Гаджиев, 1994, с. 234). На этом поприще может добиться успеха любой, обладающий трезвым умом, богатым жизненным опытом. Граждане США отрицают незаурядность, исключительность субъектов политики. Президент для американцев – это не монарх, а нанятый народом управляющий, своего рода менеджер, полководец, ведущий за собой нацию, ведущий актер фильма.

Феодальная метафора несвойственна и для британского политического дискурса. Властвующий, но не правящий монарх Соединенного Королевства, королевский двор, семья, атрибуты и символы власти являются прямыми номинациями и не представляют собой источника метафорического переосмысления политической сферы общества.

Патриархальность взглядов российского избирателя (А. Алтунян, 1996), ставшая причиной стереотипизированной оценки политической ситуации в нашей стране, находит свое проявление не только в рамках политического дискурса России. Когда в СМИ США речь заходит о президентской кампании 2000 в РФ, в текстах, посвященных описываемому политическому событию, широко используются метафорические словоупотребления с источниковой сферой «монархия». Президент Российской Федерации репрезентируется как *tsar/czar* (*царь*), *strongman* (*правитель, властитель*), *President of all Russia* (*президент всея Руси*). Ср.:

*Once again, western leaders are giving a new Russian tsar the benefit of doubt (J.Mcgeary / Newsweek, 24.06.00) [И вновь западные лидеры дают новому русскому царю время подумать.] Is Putin a new strongman who will rescue Russia from its decadence?*

(R. Simon / U.S. News & World Report, 17.04.00) [*Является ли Путин той самой сильной личностью, которая выведет Россию из состояния упадка?*]

В политический контекст вводится метафорика, позволяющая провести параллель между действиями российского президента и монарха типа *to inherit* (получить в наследство), *to coronate/coronation* (короновать/коронация). Ср

*Putin is inheriting a sick country in every sense of the word* (J. Carney, D. Waller / Time, 3.04.00). [*Путин получает в наследство страну больную во всех смыслах этого слова.*] *He (Putin) is about to inherit constitutional powers akin to Czar's in what they called an election but amounts to a coronation* (J. Carney, D. Waller / Time, 3.04.00). [*Он, унаследует конституционные полномочия, похожие на царские через то, что на словах называют выборами, а на деле является коронацией.*] *A Russian coronation* (E. Clift / Newsweek, 25.03.00) – заголовок статьи. [*Русская коронация*]

Большое внимание в американских текстах, отражающих избирательную кампанию в России посредством монархических метафорических словоупотреблений, уделяется атрибутам царской власти, передача которых равносильна династической смене власти. Иногда для усиления смысловой нагрузки, связанной с метафорическим обозначением «жестокости», «грубости» и одновременно «властности», «могущества» и «силы» используется наименование *whip* (кнут). Ср.:

*The new man, a former KGB officer has been cracking his whip.* (R. Reich / Time, 13.03.00). [*Приемник, бывший офицер КГБ, щелкает кнутом.*] *Indeed, it is probable that Boris Yeltsin handed over the presidential mantle after Christmas on the understanding that his family and friends would be immune from justice on that score* (N. Gibbs / Time, 23.08.99). [*Возможно, Борис Ельцин передал свою президентскую мантию после рождества в обмен на то, что его семья и друзья не будут подвергаться судебному преследованию.*]

Можно предположить, что самобытность отношения русского народа (российского избирателя) к власти, актуализированная в рассматриваемом нами случае, в метафорических словоупотреблениях представленной модели, составляет важную черту не только специфичности национального менталитета носителей русского языка. Благодатная «психологическая

почва абсолютизма» (А.Н. Баранов, Ю.Н. Казакевич) является исторически обусловленной в нашей стране, выраженной посредством образного языка прессы, представляет собой определенного рода стереотип концептуализации политической сферы общества, сложившийся не только у россиян, но и представителей других наций.

Таким образом, рассмотренная в данном разделе концептуальная метафора является специфичной для российских текстов предвыборной агитации, что подтверждает теснейшую взаимосвязь языка и традиций, культуры, национального самосознания, менталитета, истории народа.

### **3.2. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА в американском политическом дискурсе**

Отличительной чертой политической культуры США является довольно трезвый и приземленный взгляд на политику и ее субъектов, которые ни в коем случае не наделяются исключительностью, а профессия политика вполне доступна любому здравомыслящему человеку, обладающему необходимым багажом знаний и житейским опытом. Политические отношения, по мнению исследователей американской культуры, имеют «ту же природу, что и система управления крупной корпорацией или образовательного учреждения» (К.С. Гаджиев, 1994, с. 243).

В данном разделе диссертации мы рассмотрим систему фреймов и слотов с финансовой сферой метафорической экспансии в нарративе «Выборы президента». Актуализация исходной понятийной сферы «экономика» в американском политическом дискурсе связана с ее детальной структурированностью в национальном сознании. Издревле торговля, товарно-денежные отношения являлись главным условием общественного взаимодействия и развития. Процессы производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг изменяются вместе с общественно-

политическим устройством государства. Экономическая сфера общества является базовой в системе общественных отношений.

По справедливому утверждению Дж. Лакоффа, финансовая источниковая сфера активно используется для осмысления различных областей человеческой деятельности представителями многих культур (G. Lakoff, 1996). Так, основы морали, этические нормы могут концептуализироваться как торговый баланс. Кроме того, экономическая метафорика широко применяется для репрезентации деятельности субъектов политики. Дж. Лакофф описал и доказал важность концептуальной метафоры ПОЛИТИКА – это БИЗНЕС (G. Lakoff, 1991). Представленная метафора становится особенно продуктивной в случае, когда необходимо воздействовать на общественное сознание, что обусловлено прагматическим потенциалом составляющих ее метафорических словоупотреблений.

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА, являясь продуктивной (180 словоупотреблений) в американском политическом дискурсе регулярно представлена следующими фреймами.

### **1.Фрейм “Capital and Financial Operations” – «Капитал и финансовые операции»**

#### **Слот 1.1 Capital – Капитал**

Описываемый слот составляют метафорические словоупотребления, репрезентирующие накопленный опыт, авторитет в сфере политики, а также возможности и перспективы кандидатов в президенты и их помощников. В связи с этим в текстах предвыборной агитации регулярно встречаются метафорическое наименование *political capital* (*политический капитал*), представляющее собой «стертую» финансовую метафору, актуализация внутренних смыслов которой происходит за счет контекстологических средств. Сочетаемость метафоры *political capital* с глаголами, обозначающими финансовые операции, производимыми с денежными ресурсами,

обусловливает акцентуализацию позитивных или негативных оценочных смыслов в зависимости от семантики употребляемого глагола. Ср.:

*...he (Bush) may have spend more political capital defending his picks... (N. Gibbs / Time, 15.01.01). [... он (Буш), возможно, потратил большую часть своего политического капитала, на защиту своих приоритетов.] “I want Dick to build up some political capital... so he can go up to Capitol Hill and spend it” (J. Carney, J. F. Dickerson / Time, 12.02.01). [Я хочу, чтобы Дик скопил небольшой политический капитал..., который он сможет потратить, поднявшись на Капитолийский Холм.] Bush wants to win some relatively quick victories on his first two priorities – a tax cut and education reform – in order to build up capital for harder fight over defense and Social Security reform (E. Thomas / Newsweek, 7.05.01). [Буш хочет одержать несколько относительно легких побед по вопросам, которые он считает наиболее важными, - налоговая реформа и реформа в сфере образования, чтобы накопить политический капитал для борьбы по вопросам обороны и реформ в сфере социального обеспечения.] For Bush, tackling these issues will require spending political capital (F. Zakaria / Newsweek, 7.05. 01). [Рассмотрение этих вопросов будет стоить Бушу определенного политического капитала.]*

Представленные примеры свидетельствуют, что наращивание политического капитала прямо пропорционально увеличению авторитета, влияния, расширению связей и полномочий. «Оживление» негативных ассоциативных признаков возможно при введении в ближайший контекст глаголов, значение которых связано с растратой финансовых накоплений, что свидетельствует об ослаблении политического авторитета.

Другие средства репрезентации возможностей политиков в американской президентской кампании – метафорические наименования финансовых ресурсов, ценных бумаг и действий, производимых с ними *bond* (акция, ценная бумага), *credit* (кредит), *payback* (выплата), *payment* (плата, платеж), метонимический перенос *wallet* (бумажник). Деньги (капитал) можно брать займы, одалживать, получать в кредит, возвращать. Ср.:

*And so the matter of who got paid for doing all these deeds – and whether this payment was in dollars or in votes... (M. Duffy, K. Tumulty / Time, 5.03.01). [Проблема в том, кто заплатил за содеянное, и взималась ли плата в долларах или в голосах избирателей.] In 1989 his father, afflicted by the deficit, lamented in his Inaugural address that “we have more*

*will than wallet*". Today we have more wallet than will (J. Alter / Newsweek, 23.04.01). [В 1989 году его отец, обеспокоенный дефицитом бюджета, жаловался в своей инаугурационной речи, что «мы не теряем силы воли, несмотря на недостаток средств». Сегодня мы обладаем достаточными средствами, но стали слишком безвольными.]

## **Слот 1.2. Financial operations – Финансовые операции**

В рамках представленного слота политические действия кандидатов в президенты могут концептуализироваться как финансовая (экономическая) деятельность (отношения купли-продажи). Наиболее «удобным» и распространенным способом репрезентации работы, производимой участниками президентской кампании становятся, конструкции типа *to cut a deal* (заключить сделку), *to make a bargain* (заключить сделку). Ср.:

*On his final day, Clinton makes a bargain to avoid prosecution* (M. Weisskopf / Time, 29.01.01). [В последний день на своем посту Клинтон заключает сделку, чтобы избежать судебного разбирательства.] *White House insiders think ... – that Edwards will decide his future is better served by cutting a deal with Bush than by killing one* (H. Fineman / Newsweek, 13.08.01). [В Белом доме считают, что ... - будущее Эдвардса зависит от того, заключит ли он сделку с Бушем или отвергнет её.]

Активная деятельность участников предвыборной кампании широко представлена метафорикой, обозначающей в соответствии с тематикой источниковой сферы, разнообразные коммерческие операции: *to market a product* (находить рынок сбыта), *to bid* (предлагать цену), *to get credit* (получать кредит), *to huckster* (торговаться). Ср.:

*But as one of his (Gore's) top advisers admitted, "Gore wasn't fully invested in his campaign either."* (M. Duffy / Time, 20.11.00). [Как заметил один из его советников: «Гор тоже не был полностью поглощен /инвестирован/ своей кампанией.] *A President needs to know how big and disparate this country is. In an election driven by nothing but the nationwide popular vote, would a campaign focus on America's geographic diversity? Or would it act like a company marketing a product and see the country as a collection of demographic subsets...* (J. Greenfield / Time, 20.11.00). [Президенту нужно знать насколько велика его страна и насколько она многолика. Нужно ли сосредотачивать внимание на географическом разнообразии Америки в выборах, где решающую роль играет всеобщее голосование,? Или же предвыборная кампания должна напоминать фирму, про-

*двигающую на рынок свой товар, и воспринимать страну лишь как набор отдельных демографических групп.]*

Представленная метафорика выявляет смыслы «расчетливость», «дух коммерции», «получение выгоды или прибыли», оживляет смыслы доминирующей роли товарно-денежных отношений.

## **2.Фрейм “Economists” - «Субъекты экономической деятельности»**

Субъекты политики, кандидаты в президенты, их сторонники, ближайшее окружение могут быть представлены как лица, занимающиеся коммерческой деятельностью, или же работники предприятий, находящиеся на разных ступенях служебной иерархии. Наиболее частотным в американских текстах предвыборной агитации является метафорическое наименование *dealmaker* (*торговец, агент по продаже*), используемое для номинации кандидатов на пост первого лица страны. Ср.:

*Democratic Sen. John Breaux of Louisiana, a classic congressional dealmaker, was looking forward to cozy relationship with Bush, an old pal (E. Thomas / Newsweek, 7. 05.01). [Сенатор – демократ из Луизианы Джон Бро, представляющий собой классический пример конгрессмена-торговца, ждал с нетерпением момента, когда он сможет установить теплые отношения со старым приятелем Бушем.]*

Другими средствами номинации участников президентской кампании являются метафоры *steward* (*служащий*), *bargainer* (*торговец*). Ср.:

*Although he (Clinton) barely knows how to use a computer himself, he turned out to be the right restless steward on the trip from the Industrial to the Information Age (J. Alter / Newsweek, 22.01.01). [И хотя он (Клинтон) едва знает, как самостоятельно пользоваться компьютером, он больше похож на беспокойного стюарта в поездке из индустриального века в эру информационных технологий.] Things “need not get personal” as bargainers attempt to reconcile the Bush – House version with the one the Senate passed, mostly with Democratic votes (H. Fineman / Newsweek, 13.08.01). [Не стоит «переходить на личности» пока торговцы пытаются уладить спор между членами Белого Дома, возглавляемого Бушем, и Сенатом, представленным в основном демократами.]*

В метафорический контекст для обозначения субъектов политической деятельности вводятся номинации *a man in charge* (*управляющий делами, заведующий*), *master* (*хозяин*), *manager* (*управляющий, заведующий*). Пред-

ставленные метафоры наполнены позитивным прагматическим потенциалом, т. к. акцентируют внимание адресата на сильных позициях кандидатов в президенты, эксплицируя, тем самым, их лидирующие позиции, стремление быть первым, умение управлять делами. Ср.:

*Bush's fellow Republicans will control Congress, but by such small margins that he may be a prisoner of his party, not a master of it* (H. Fineman, M. Brant / *Newsweek*, 1.01.01). [*Соратники Буша по партии будут контролировать Конгресс, но имея такой небольшой перевес, он может стать зависим от партии, а не ее хозяином.*] ... *Cheney, rather than his boss (Bush), is the man in charge* (J. Carney, J. F. Dickerson / *Time*, 19.03.01). [*...скорее Чейни, а не его босс (Буш), является управляющим делами (управляет делами).*] *In fiscal policy, he's (Bush) now a deficit spender, advocate of bigger government, a micromanager of a macro economy* (H. Fineman, M. Brant / *Newsweek*, 29.11.01). [*В вопросах финансовой политики он (Буш) сейчас увеличивает дефицит, выступает за расширение правящей элиты, т.е. является микроуправляющим макроэкономикой.*]

Работники компаний, предприятий могут добросовестно исполнять свои обязанности, быть на службе, а также продавать свои возможности и умения. Метафорические словоупотребления типа *to sell oneself* (*продать себя*), *to serve somebody/something* (*служить кому-то/чему-то*) используются для передачи такого рода информации. Ср.:

*"I was not elected to serve one party, but to serve one nation"* (H. Fineman, M. Brant / *Newsweek*, 1.01.01). [*Меня избрали, чтобы я служил интересам народа, а не одной партии.*]

Денотативная сфера функционирования метафор данного фрейма целиком охватывает участников президентской гонки, их ближайшее окружение, а также других субъектов политической деятельности, включая действующего президента. Действия участников электорального процесса концептуализируются в рамках описываемого фрейма в финансовых метафорах нейтральных по своей оценочной семантике.

В целом, метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА включает систему метафорических словоупотреблений, актуализированных в американских текстах предвыборной агита-

ции. Метафорка анализируемой модели, представленной фреймами «Капитал и финансовые операции», «Субъекты экономической деятельности», не несет отрицательных коннотаций, что не совсем характерно для текстов, освещающих ситуацию выборов. Финансовая сфера, основанная на товарно-денежных отношениях, представляет собой нейтральный, а в ряде случаев позитивно окрашенный источник метафорического словоупотребления в американском политическом дискурсе.

В настоящее время финансовая метафора «набирает силу» в российских публицистических текстах. Исследователи отмечают ее заметную активизацию в последние годы, что «связано с усилением роли товарно-денежных отношений в новых социальных условиях и повышением уровня ... экономической эрудиции» граждан нашей страны (А.П. Чудинов, 2001г, с. 18). Увеличивающийся объем знаний в финансово-экономической сфере, детальная структурированность в национальном сознании представляют собой важные факторы для актуализации и развертывания описываемой метафорической модели.

Характеризуя финансовые метафоры в российском политическом дискурсе по степени образности, А.П. Чудинов выделяет их два типа в современной политической речи: «живые» метафоры, сохраняющие двуплановость, внутреннюю форму и имеющие, как правило, пейоративную эмоциональную нагрузку, а также «стертые» финансовые метафоры с почти утраченной образностью (там же, с. 21-22).

Как показывает материал, в ситуации выборов президента РФ 2000 года метафоры с финансовой источниковой сферой носят, скорее, окказиональный чем систематический характер. В рамках описываемой модели нами было зафиксировано 20 метафорических словоупотреблений. Все представленные финансовые метафоры относятся к разряду «стертых», т. е. почти утративших образность, не сохранивших двуплановость: *политический капитал, кредит доверия, аванс власти*. Ср.:

*Свой «огромный аванс» от россиян Путин получил (В. Крупнов / МП, 28.03.00). Однако весьма существенным представляется то обстоятельство, что кредит доверия Путину выдан под залог прекращения бездействия (А. Серов / Известия, 28.03.00). К сожалению, у него (Чубайса) плохая кредитная история. Я имею в виду кредит доверия у населения (В. Путин / РГ, 31.03.00). Выборы 26 марта показали, что политический капитал В. Жириновского уже исчерпан, а у Явлинского он медленно уменьшается (Р. Медведев / РГ, 5.04.00). Но я понимаю, что ваша поддержка это только аванс власти в целом и, разумеется, мне, вступающему сегодня в должность Президента страны (В. Путин / РГ, 11.05.00).*

Таким образом, метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА проявляет большую продуктивность в нарративе «Выборы президента» США. В текстах предвыборной агитации Соединенных Штатов представленная концептуальная метафора активно используется для характеристики профессиональных качеств субъектов политической деятельности. Кроме того, финансовая метафорика репрезентирует действия кандидатов в президенты и их сподвижников, как в рамках предвыборной кампании, так и в общем в сфере политики. Метафорические словоупотребления обладают нейтральным или позитивным оценочным потенциалом в ситуации выборов главы государства Соединенных Штатов. В российском политическом дискурсе представленную метафорическую модель составляют, в основном, «стертые» словоупотребления. Финансово-экономическое тематическое поле актуализируется на современном этапе в сознании носителей русского языка, что связано с дискурсивными причинами. В связи с этим, метафорика описываемой модели, несмотря на низкую частотность в политическом нарративе «Выборы президента» в РФ, проявляет потенциал к развертыванию.

### **3.3. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ в российском и американском политическом дискурсе**

Метафорическая модель, актуализирующая смыслы, связанные со сферой источником «болезнь», получила широкое распространение в российском политическом дискурсе. Отмечено, что специфическим свойством концептуальной метафоры ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ является ее способность выстраивать в сознании коммуникантов целостное семантическое поле, перенесенное в поле политики, что не было характерно для нее ни в какое другое время (О.П. Ермакова, 2000). Многочисленные исследования морбиальной метафоры (О.П. Ермакова 2000, Е.В. Колотникова, 2002, С.Н. Муране, 2003, Ю.Б. Феденева, 1998, Ю.Н. Филиппович, 2000, А.П. Чудинов, 2001а,б, Т.В. Шмелева, 2001 и др.) позволяют признать ее «фактом современного культурного сознания», в связи с чем, можно предположить, что это явление носит не просто национальный, а «более общий, если не глобальный характер» (Т.В. Шмелева, 2001, с. 5). По утверждению О.П. Ермаковой, истоки морбиальных метафор в публицистических текстах «восходят к идее уподобления общества живому организму со всеми его особенностями», вследствие чего активно используется в работах А.И. Герцена, В.Г. Белинского, М.Е. Салтыкова-Щедрина, Н. Бердяева, А.В. Луначарского и далее в доперестроечный период в советской прессе (2000, с. 51-53).

В соответствии с семантикой источниковой сферы общество в целом представляется как больной организм, требующий немедленной медицинской помощи, в противном случае может наступить летальный исход. Субъекты политической деятельности, следовательно, репрезентируются как врачи, лекари, призванные залечить раны или исцелить больной организм. Но компетентность медицинского персонала неизменно вызывает сомнения. Представленная модель включает 170 метафор.

В исследованиях А.П. Чудинова, посвященных морбиальной метафоре (2001а), отмечается, что образы, соответствующие метафоре больного организма, объединены концептуальными векторами агрессивности, тре-

возможности, отклонения от естественного порядка вещей, что отражает «безысходность, дурные предчувствия», «представления о неправильности и недопустимости существующего положения» (А.П. Чудинов, 2001, с. 67).

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ регулярно представлена следующими фреймами.

### **1. Фрейм: «Диагноз»**

#### **Слот 1.1. Болезнь вообще (без конкретизации)**

Характерным для русскоязычных текстов проявлением стало метафорическое употребление лексики, принадлежащей к разным частям речи, входящей в словообразовательное гнездо «боль»: боль, болезнь, болезненный. Денотативная область функционирования затрагивает практически любую сферу политической деятельности: политическую систему в целом, органы государственной власти, общество, социальные отношения. Ср.:

*Главный вопрос, впрочем, заключается не в этом, а в том, до какой степени оно (правительство) будет профессиональным, работоспособным и обладающим политической волей для проведения болезненных реформ, особенно в социальной сфере (Ш. Муладжанов / МП, 15.03.00). Ельцин – неизбывная печаль и непроходящая головная боль левых (А. Гатов / КП, 30.03.00). Депутатский корпус не блистал мудростью, наш все еще молодой парламент страдал всем набором болезней... (Г. Шахназаров / РГ, 11.05.00). Одна из самых опасных болезней России сегодня – разболтанный, дорогостоящий, неэффективный и коррумпированный бюрократический аппарат (Е. Савостьянов / РГ, 21.03.00). Хладнокровно наблюдая изнутри, как старый Кремль воюет с новым ...президент, похоже, воспринимает происходящее как болезнь переходного периода (А. Гатов / КП, 30.11.01).*

Представленные метафоры эксплицируют негативные ассоциативные признаки, связанные с нездоровьем, неестественным и ненормальным функционированием социально-политических систем. Пораженный болезнью орган, зараженный человек неизменно испытывает страдание, боль и является достаточно уязвимым. Интенция коммуниканта, представляющего политику как болезнь, – показать существенные нарушения, отклонения от нормальной деятельности в рамках системы.

## Слот 1.2. Физические болезни

Слот представлен немногочисленными метафорическими наименованиями. Негативное отношение к субъектам политики или явлениям из политической сферы эксплицируется посредством конструкций типа *вызывать/испытывать аллергию*. Масштабность, распространение болезней политической системы передаются в текстах посредством метафоры – *эпидемия*, а затяжной характер, кризисное состояние через введение в метафорический контекст прилагательного *хронический*. Ср.:

*Ельцин оставляет обществу в наследство хронический кризис и многочисленные ошибки власти (О.Герасименко / КП, 6.01.00). Сегодня общество охвачено эпидемией малодушия (Е. Савостьянов / РГ, 21.02.00). Прежде всего Путин выигрывает в глазах людей как антипод Бориса Ельцина, который под конец президентства вызывал очень сильную аллергию своими болезнями, неработоспособностью (В. Никонов / Труд, 26.02.00). Во-первых, Путин в отличие от Ельцина не испытывает аллергии к коммунизму (С. Чугаев / КП, 31.03.00).*

Метафоры с исходной понятийной сферой болезней носят оценочный характер, они характеризуют ситуацию выборов и политическую ситуацию в целом в основном как неблагоприятную. Прагматический потенциал метафор описываемого фрейма можно представить следующим образом. Политические, экономические, социальные отношения внутри общества заражены и поражены различными болезнями, оздоровление и возвращение к нормальному, естественному ходу вещей требует немедленного принятия эффективных мер.

### 2. Фрейм «Симптомы болезни»

При детальном рассмотрении метафор болезни становится очевидным, что деятельность политических партий, блоков, репрезентированная посредством морбиальных метафорических словоупотреблений, способна активизировать эмоциональное восприятие политической ситуации выборов. В связи с этим, профессиональные недостатки политиков, их неспособность принять меры может рассматриваться как *политическая слепота*,

злокачественные наросты. Общество, электорат, в создавшейся ситуации оказываются парализованными. Ср.:

*Остальные видят именно себя претендентами на выход во второй тур, если он, конечно, понадобится. Причем это отнюдь не политическая слепота известных политиков, а тактика, диктуемая правилами игры (А. Степанов, К. Катанян / Известия, 20.01.00). «В условиях паралича политической воли мы готовы взять на себя ответственность за будущее страны.» - это программа ОВР (Н. Семенова / КП, 15.03.00). Назначаемость губернаторов и мэров разорвет связь власти и интересов народа, как следствие – паралич воли общества (Щит и меч, 16.03.00). Впрочем, идентичное отношение нового Президента и нового председателя Счетной палаты к «олигархам», как, впрочем, и к другим злокачественным наростам последнего десятилетия, может вылиться в эффективный тандем... (Л. Николаев / РГ, 20.04.00).*

### **3. Фрейм «Лечение болезни и состояние больного»**

#### **Слот 3.1. Способы лечения**

Находящаяся в «запущенном» состоянии политическая система требует принятия не просто действенных, эффективных мер, а радикальных методов лечения, оздоровления, способных вывести пациента из тяжелого состояния. Решительные методы борьбы с болезнями, особенно актуальные в предвыборный период, поскольку нацелены на улучшение ситуации в обществе, представлены посредством введения в метафорический контекст лексики из сферы болезни: *реанимация, шокотерапия, хирургическое вмешательство*. Ср.:

*И обнадеживающая реанимация на политической сцене правых сил, ведомых молодым да ранним премьером Путиным, чей рейтинг достиг запрограммированного Кремлем и поддерживаемого народом политического апогея (А. Гамов / КП, 5.01.00). Он (Ельцин) слепо поверил в целительную силу «шокотерапии» и в целительную силу рынка... (Р. Медведев / РГ, 6.01.00). Владимир Путин надел хирургический халат. Операцию по возрождению России и. о. Президента начал с Северо-Запада (А. Гамов / КП, 13.01.00). Нынешние правители реанимируют и поднимают общественное значение государственных органов (В. Тимашов / РГ, 7.04.00).*

#### **Слот 3.2. Состояние больного**

Зачастую методы лечения не приносят ожидаемых результатов, что приводит к летальному исходу. Ср.:

*Сколько, к примеру, говорилось о том, что целевые программы - «мертворожденные дети», а они, по словам премьера, не только не сокращаются, а, наоборот, плодятся все больше (Н. Ефимович / КП, 4.02.00). Ликвидация выборов парламента по партийным спискам приведет к отмиранию политических партий... (К. Титов / КП, 16.03.00).*

В составе данного слота выделяется ряд метафорических словоупотреблений, несущих смысловую оппозицию метафорике описываемой модели. Такого рода метафоры представляют концепт «здоровье» и не особенно продуктивны в ситуации выборов главы государства. Часть из них употребляется, чтобы передать разные оттенки модальности, эксплицируя, таким образом, предположительность, желание осуществить какое-либо действие для достижения желаемого результата, разную степень уверенности говорящего. Ср.:

*Мы хотим построить государство со здоровой политической системой и развитой здоровой экономикой... (А. Серов / Известия, 11.03.00). Здоровые силы общества, все честные люди должны встать на защиту конституционных завоеваний (К. Титов / КП, 16.03.00).*

Следует отметить, что часть составляющих данного фрейма метафор нагружена позитивным прагматическим потенциалом. В случае если адресант одобряет деятельность главы государства, кандидатов в президенты, политических партий и групп, то при введении в метафорический контекст сочетаний с прилагательным «здоровый» достигаются положительный коннотации, связанные с дееспособностью, нужностью, эффективностью. Ср.:

*Если проанализировать фундаментальные идеологические основы думских фракций, то станет очевидно, что именно очень близкие по духу «Единство» и ОВР составляют тот здоровый центр, который в итоге и будет определять законотворческий процесс (А. Салуцкий / МП, 29.01.00). В данном случае Путин стал как бы центром кристаллизации всего того, что в прошлые времена называли бы «здоровой частью общества» (Р. Медведев / РГ, 11.03.00).*

Представленный материал свидетельствует об актуализации и детальной структурированности сферы болезни в сознании носителей русского языка. Описанные метафорические словоупотребления являются эмотивно нагруженными, активизирующими негативные смыслы неестественного, ненормального хода вещей, нарушения деятельности и функционирования политической системы.

В нашем исследовании уже не раз отмечалось, что концептуальная метафора – это средство отражения национального сознания и представлений об окружающей действительности членов социума. Описание и анализ метафорических моделей политического нарратива «Выборы президента» требует учета дискурсивных факторов, общественной ситуации, знания специфики социальных, политических событий, способных оказать существенное влияние на активизацию метафор, относящих к той или иной сфере-донору. На примере американской президентской кампании 2000 года отчетливо видно, каким образом явления общественной, политической жизни осмысляются посредством метафорических словоупотреблений.

Концептуализация выборов главы государства посредством морбидной метафорики, раскрывающая глубинные пласты осмысления, понимания основных концептов политики носителями русского языка, представляет собой малопродуктивное понятийное поле в американских текстах предвыборной агитации. Описываемая метафорическая модель не является детально-структурированным образованием в американском политическом дискурсе. Иными словами, метафора болезни носит, скорее, окказиональный, чем системный характер. Хотя в ряде случаев метафорически употребленная лексика тематической сферы «болезнь» проявляет потенциал к активизации и развертыванию.

Выборы главы государства США в 2000 году были затянувшимися и непростыми. Некоторое время нация жила в напряженном ожидании исхо-

да гонки за пост первого лица страны, и никто не мог дать ответ на один животрепещущий вопрос: Кто из двух кандидатов от основных политических партий стал президентом? Подобный ход событий существенным образом повлиял на активизацию метафор с исходной понятийной сферой «болезнь». Как отмечалось в СМИ, нации была нанесена травма, тяжелый удар, что причиняет боль гражданам страны. Вполне естественным кажется проблема выздоровления и исцеления народа, залечивания ран. Все это находит отражение в соответствующих словосочетаниях, создающих развернутый метафорический контекст: *terrible trauma* (ужасная травма), *wound* (рана), *psychic blow* (удар по психике), *hurt the nation* (причинять боль нации), *heal the wounds* (залечивать раны). Ср.:

*Can you heal the wounds? (W. Isaakson, J. Kelly / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Сможете ли вы врачевать? (вопрос Дж. Бушу)]. But Bush is convinced that his powers of persuasion are unique and irresistible that he will succeed in healing the nation and building consensus (E. Pooley / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Но Буш уверен, что обладает уникальным даром убеждать, которому не возможно противостоять, поэтому он сумеет исцелить нацию и прийти к согласию.] And now at the end, by putting the country through terrible trauma to serve his own (Gore's) needs and retain personal power, he shows that if he is not a complete Clinton clone, he is at the very least a man who has absorbed and accepted the central ethos of Clintonism... (E. Pooley / Time, 25.12.00 – 1.01.01) [И теперь, когда он (Гор) нанес нации сильную травму, действуя лишь в своих собственных интересах ради сохранения личной власти, он доказывает, что является, если не полностью клоном Клинтона, то, по крайней мере, человеком, впитавшим в себя и принявшим основные идеи клинтонизма...] (P. Noonan / Time, 4.12.00).*

Граждане США гордятся политическим строем, политическими традициями своей страны. В их представлении политическая система Соединенных Штатов близка к совершенству «и не нуждается в сколько-нибудь существенных изменениях» (К.С. Гаджиев, 1994, с. 241). В связи с этим, возможно именно сбой в ходе избирательной кампании (при голосовании и подсчете голосов) вызвали растерянность, шок и даже негодование. По

нашему мнению, упомянутые факторы могли оказать влияние на появление и активизацию морбиальной метафоры.

Однако необходимо еще раз подчеркнуть, что метафора болезни в американском политическом дискурсе носит ситуативный, окказиональный характер (57 словоупотреблений), появляясь в публицистических текстах лишь в периоды противоречий и конфликтов, что все-таки свидетельствует о «здоровье» политической, экономической систем и общественных отношений в национальном сознании.

При сопоставлении метафорической модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ в американском и российском политическом дискурсе можно выделить ее специфические характеристики, идентифицирующие базовые черты осмысления описываемого политического события, представителями двух стран. Для носителей русского языка морбиальная метафора «эксплуатирует» смыслы, привычные общественному сознанию, являясь интенсификатором негативных эмотивных признаков, и носит системный характер, создавая целостную картину отражения политической ситуации. Модель представлена фреймами: «Диагноз», «Симптомы болезни», «Лечение болезни и состояние больного».

Анализ агитационно-политических текстов США показывает, что метафорическое поле «болезни» перенесенное в поле политики, не актуализировано в сознании носителей американской культуры. Представленная концептуальная метафора носит ситуативный характер и служит для усиления смысловой и экспрессивно-оценочной нагрузки.

## **2.7. Национальная специфика при использовании зооморфной и доместической метафоры в американском и российском политическом дискурсе**

Не все метафорические модели в ситуации выборов главы государства представлены широким спектром наименований и словоупотреблений, обладают высокой частотностью и продуктивностью. Политическая метафора, а точнее отдельные метафорические модели могут по-разному «вести себя» в различных политических нарративах, т. е. активизироваться или, наоборот, проявлять тенденцию к снижению активности. Обращаясь к проведенным ранее исследованиям метафоры в политическом дискурсе (А.Н. Баранов, Т.С. Вершинина, О.П. Ермакова, Ю.Н. Караулов, П.О. Миронова, А.Б. Ряпосова, Т.Б. Соколовская, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов и др.), следует обратить особое внимание на то, что все модели, рассматриваемые в настоящем разделе диссертации, представляют собой четко организованную систему и составляют неотъемлемую часть политической речи. Количество такого рода метафор, представленных в нашем материале, относительно невелико, хотя сфера-донор является хорошо осмысленной и детально структурированной в сознании носителей языка.

Необходимость анализа таких моделей обусловлена важностью целостного и системного описания метафорической репрезентации ситуации выборов главы государства. Поэтому наряду с наиболее частотными моделями должны быть представлены и те, которые проявляют невысокую степень активности, т. к. они также способны вызывать ассоциации, актуализировать дополнительные смыслы в контексте президентской кампании, выявлять особенности, специфику национальной политической картины мира. К числу малопродуктивных в данном исследовании мы относим следующие модели: **ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ЖИВОТНЫЙ МИР**, **ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СТРОИТЕЛЬСТВО**.

Большой объем экстралингвистической информации содержат зооморфные метафоры, служащие в большинстве случаев средством номинации субъектов политической деятельности и содержащие одновременно

оценку денотата. В диссертационном исследовании Т.В. Вершининой (2002) представлен подробный анализ фреймов и слотов концептуальной метафоры ПОЛИТИКА – это МИР ЖИВОТНЫХ. Автор подчеркивает, что в рамках рассматриваемой модели наиболее насыщенным оказался фрейм «Наименования животных», причем чаще всего на образах, заимствованных из сферы-источника «Мир животных», базируются номинации политических деятелей, политических партий, объединений и организаций. Наши материалы показывают, что в российском и американском нарративах «Выборы президента» наибольшую активность проявляет метафорика упомянутого фрейма, т. е. наименования животных служат ярким, эмоционально-нагруженным средством для репрезентации и одновременно оценки деятельности кандидатов в президенты, лидеров политических партий, а также граждан страны.

Зооморфные образы и символы являются неотъемлемой частью современной политической речи США. Концептуальное пространство политического дискурса Соединенных Штатов могут заполнять устоявшиеся, традиционные метафорические образы–символы представителей животного мира, “стертые” метафорические номинации, прочно вошедшие в политический обиход, а также “свежие” метафоры, тянущие за собой шлейф разнообразных ассоциативных признаков.

Традиционными американскими зооморфными символами являются *the (Democratic) donkey* – (демократический) осел, и *the (Republican) elephant* - (республиканский) слон. Ведущие партии США получили графическую символику благодаря известному политическому карикатуристу и иллюстратору Томасу Насту, впервые опубликовавшему образы республиканцев и демократов в еженедельнике *Harper's Weekly* еще в 70-х годах XIX века. В нарративе “Выборы президента” США традиционная символика политических партий оказывается мало востребованной. Различные зооморфные метафоры, утратившие внутреннюю образную форму, и, как

следствие, перешедшие в разряд «стертых», окказионально используются в политическом дискурсе, для характеристики субъектов политической деятельности. Так, сторонники урегулирования международных конфликтов мирным путем номинируются *doves* (голуби), а политики, придерживающиеся жесткого политического курса, известны как *hawks* (ястребы). Президент, завершающий последний срок на своем посту, репрезентируется в текстах предвыборной агитации как *lame duck* (хромая, подбитая утка). Метафорическое наименование *horse* (лошадь, лошадка) представлено широким спектром сочетаний, вошедших в политический язык: *dark horse* (/темная лошадка/ неожиданно выдвинутый, неизвестный ранее кандидат), *stalking horse* (/заслонная лошадь/фиктивная кандидатура на выборах). Ср.:

*It is though Gore has become a stalking horse for all those elitist liberals ... (N. Gibbs / Time, 20.03.00). [Для представителей либеральной элиты Гор выполнял функцию фиктивного кандидата на пост президента ...]*

Оживление дополнительных смыслов метафорического наименования *horse*, входящего в приведенном примере в хорошо известную поговорку, происходит за счет широкого контекста, в котором зооморфная метафорика проявляет синкретичный характер, т. к. коррелирует с понятийной сферой пути/дороги, стихий. Ср.:

*Don't change horses in midstream," Mario Cuomo tells us. But Clinton and Gore were not the horse that brought us across the stream – the American people made the greatest economic current that pushed Clinton and Gore safely to shore. And now the latter brag at how they used spurs and whip. A change is in order: the stream has been crossed, the horse should buck, throw off the old and get a new rider, one worthy of it. Of us. That man in this race would be Bush, the gentleman from Texas (P. Noonan / Time, 6.11.00). [Со слов Марио Куомо, «Лошадей на переправе не меняют». Но Гор и Клинтон не были той лошадью, которая перевозила нас через реку – американская нация явилась тем сильным течением, которое прибило Клинтон и Гора к безопасному берегу. А они теперь ставят себе в заслуги то, как умело использовали шпоры и кнут. Время перемен пришло: реку пресекали, лошадка должна взбрыкнуть и сбросить старого наездника, а взамен получить*

нового, более достойного ее. Более достойного нас. Таким человеком, принимающим участие в гонке, является Буш – джентльмен из Техаса.]

В американском политическом дискурсе используются негативно окрашенные метафоры фрейма «Обращение с животными»: *fodder* (приманка), *trap* (ловушка), *mousetrap* (мышеловка). Ср.:

*These more fundamental questions and concerns about the way the system works are generally shelved, or used fodder to appeal voters... (A. Clymer / The New York Times, 2.01.00). [Наиболее важные вопросы, например, как действует система, часто остаются без ответов или используются в качестве приманки для привлечения избирателей...] This, though the Bush strategists, put Gore in a mousetrap (E. Cliff / Newsweek, 20.11.00). [Стратеги Буша думали, что этим заманят Гора в мышеловку.]*

Представленные словоупотребления метафоризируют деятельность человека, в основе которой лежат обман и, следовательно, достижение корыстных целей нечестным путем в области политики.

Субъекты политической деятельности репрезентируются посредством зооморфных номинаций, эксплицирующих разнообразные смыслы. Представление политиков при помощи наименований *lion* (лев), *bull* (бык), выявляет семы «силы», «власти» даже «агрессии», в противовес которым употребляется метафора *lamb* (ягненок), символизирующее беспомощность, отсутствие опыта, неспособность к решительным действиям. Позитивно окрашенным является метафорическое словоупотребление *beaver* (бобер), подчеркивающее трудолюбие, деловитость, изобретательность; отрицательные коннотации возможны при введении в политический контекст номинации *skunk* (скунс). Ср.:

*But at least one skunk will be hiding in the gift bin, a present from Bush's former G. O. P. presidential rival (J. Dickerson, D. Waller / Time, 15.01.01). [Но хотя бы один скунс будет преподнесен в качестве подарка Бушу от соперника по республиканской партии.] The Democrats on the Hill seemed to be catching the spirit of President Clinton who has been...a busy beaver in his last days in office (E. Thomas, M. Hosenball / Newsweek, 15.01.01). [Демократы, казалось, уловили настрой Президента Клинтона, напоминавшего ... в последние дни пребывания в должности занятого бобра.]*

Итак, к описываемой модели относится 55 словоупотреблений. Реализация номинативно-оценочной функции зооморфной метафоры в текстах предвыборной агитации США способствует расширению ассоциативных признаков репрезентируемой политической ситуации. Большинство описываемых метафор, к которым относятся традиционные политические символы, «стертые» словоупотребления, метафорика с яркой внутренней формой, служат средством образной номинации и одновременной характеристики деятельности субъектов политики.

Негативный прагматический потенциал заключают словоупотребления, номинирующие субъектов политической деятельности в зооморфных концептах в российском политическом дискурсе, т. к. для этих целей избираются наименования представителей животного мира, традиционно ассоциирующиеся в сознании носителей языка с отрицательными характеристиками. Ср.:

*Так кто же управляет Россией? Конечно, не Путин. И не Волошин с Абрамовичем. И не Березовский с цепными псами (Ш. Муладжанов / МП, 21.01.00). В российской политике, как в никакой другой много хамелеонов (П. Пригодин / КП, 22.01.00). Они даже забыли про «призрак коммунизма» и начали атаку на нового «опасного зверя» (И. Иванцов / КП, 23.03.00). В нарративе «Выборы президента» РФ население страны представляется как беспомощное, раненое, жалкое животное или стадо, интересы которого мало учитываются при решении политических и экономических вопросов. Ср.:*

*Народ наш, Россия напоминают мне собаку с перебитым хребтом. Она еще воет, скулит, но дом охранять уже не может! (В. Карпенко / МП, 19.02.00). Но прилично ли держать народ за бессловесное стадо? (В. Денисов / РВ, 23.03.00)*

Позитивную окраску приобретает наименование волк, используемое в публицистических текстах, причем усиление положительных коннотаций происходит за счет контекстологических факторов, способствующих усилению эмотивной нагрузки и эксплуатации дополнительных смыслов. Так, сочетание *опытный волк* эксплицирует знание, мудрость, практические

навыки и умения в сфере политики; *молодой волк* – это, скорее всего, обладатель силы, выносливости, энергии. Ср.:

*Но время работает и на опытных думских волков типа Жириновского или Селезнева (Л. Москвин / МП, 14.01.00). Существует и как минимум еще один вариант: ротация происходит, но к руководству приходит еще не слишком засвеченный в большой политике и управлении клан «молодых волков» (А. Колесников / МП, 15.03.00).*

В текстах предвыборной агитации РФ широко распространена символика политических партий и движений. В отличие от американских графических символов, зооморфные образы российского политического дискурса появились относительно недавно, но, как показывают исследования (Т.С. Вершинина, А.П. Чудинов), в современной политической речи активно используются органистические по сфере-источнику метафоры. Так, фитоморфным образом-символом политической партии, возглавляемой Г.А. Явлинским, является «Яблоко». Этот метафорический образ вводится в контекст президентской гонки. Ср.:

*Если б невкусный, по определению не только левых, но и правых товарищей фрукт «Яблоко» их стараниями не попал в парламентское меню, это можно было бы считать главным отрицательным итогом выборов (С. Ильина / РВ, 1.03.00).*

Зооморфным символом политического движения «Единство» в избирательной кампании служил медведь. Разнообразные контексты и производные связаны с развитием этого образа: *медвежий, шкура медведя, Топтыгин, берлога, ловушка, егерь*. Ср.:

*Ведь есть такой закон политической жизни, сформулированный некогда Александром Лебедем: два медведя в одной берлоге не живут (если только это не Шойгу с Карелиным) (А. Колесников / Известия, 11.01.00). Камнем преткновения стала фигура мэра Самары Георгия Лиманского, избранного главным «Топтыгиным» области – безальтернативно и за явным преимуществом (Н. Бусыгина / КП, 17.02.00). Организаторам «медвежьего шоу» нужно посмотреть правде в глаза: Шойгу – начинающий политик, а «Единство» – еще далеко не партия (А. Болояц / КП, 3.03.01). Сегодня ответ на этот вопрос может выглядеть так: «Медведь», скорее всего попал в ловушку, умело подготовленную егерями из КПРФ (М. Панкратова / КП, 29.01.00).*

Фольклорный образ *медведь*, заимствованный в политический дискурс, имеет коннотации «хозяин», «сильный», «неуправляемый», «неуклюжий». Примечательно, что зоометафора *bear (медведь)* оказывается востребованной в американских агитационно-политических текстах, для экспрессивно-оценочной номинации, как отдельных российских политических деятелей, так и в качестве наименования целой страны. Ср.:

*For the last decade, Mr. Yeltsin has dominated the Russian political stage like an erratic, lumbering bear, emerging from periodic bouts of poor health, purported drinking... (C. Bohan / The New York Times, 1.01.00). [Последнее время пребывание господина Ельцина на политической арене напоминало действия/поведение неуклюжего, косолапого медведя, появляющегося между приступами болезни и запоями...] ... whereas the CIA is now sensibly worrying about the decline of Russian power, Mr. Rice seems to think the mothy old bear should be kept firmly in his cage (J. Dickerson / Time, 15.01.01). [... в то время как в ЦРУ заметно обеспокоены уменьшением политического влияния России, мистер Райс, кажется, считает, что лучше держатъ полинявшего \изъеденного молью\ старого медведя в клетке.]*

Концепт *bear (медведь)* для представителей американской лингвокультуры не имеет положительных ассоциативных признаков, т.к. «эксплуатирует» такие смыслы как «грубый», «сердитый», «резкий», «неуклюжий», «невоспитанный». Рассматриваемое метафорическое наименование не связано содной из политических партий, а скорее, представляет собой стереотипизированный образ самой России.

Рассмотренная метафорическая модель в российском политическом дискурсе содержит 49 наименований. Основная масса зооморфных метафорических словоупотреблений используется для характеристики субъектов политической деятельности и электората. Большая часть метафор ориентирована на «эксплуатацию» негативных ассоциативных признаков «агрессия», «опасность», «вред», население страны оценивается как беспомощное, бессильное, неспособное на решительные действия. Политическая символика современной России активно используется в СМИ. Образы-

символы политических партий и движений представлены соответствующими метафорами с органистической исходной сферой.

В рамках системы концептуальных метафор, «участвующих» в создании политического нарратива «Выборы президента», прослеживается активизация метафоры сферы-донора «строительство». Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СТРОИТЕЛЬСТВО служит интенсификатором таких полярных признаков как целостность – раздробленность, создание – разрушение. Кандидаты в президенты активно используют в предвыборных выступлениях концептуальную метафору строительства, подчеркивая, тем самым, перспективность своих предвыборных программ.

П.О. Миронова отмечает, что в рамках стратегии редукционизма, широко применяемой в политической речи для создания образа «светлого будущего», активно используются концептуальные метафоры, связанные со строительством общества. Это позволяет не просто выделить «аспекты проблемной ситуации», но и представить возможные пути их решения (2003, с. 95-102). При характеристике понятийной сферы «дом», как сферы метафорической экспансии, А.П. Чудинов уделяет особое внимание тому, что данное тематическое поле обладает всеми необходимыми условиями для активного использования носителями языка в качестве сферы-источника для концептуализации политических процессов: данная сфера является хорошо осмысленной и знакомой каждому человеку, имеет высокий потенциал воздействия, концепт «дом» «обладает развернутой сетью элементов внутренней организации», кроме того, это «наиболее естественная и комфортная сфера существования человека и его семьи» (2001a, с. 154-155).

Исходная понятийная сфера позволяет связать сходство политических взглядов, общие цели, совместную деятельность с созданием, строительством

вом, направленным на обновление, улучшение и процветание американского общества. Ср.:

*...I ask for your support on the basis of the better, fairer, more prosperous America we can built together (A. Gore / U. S. News & World report, 4.10.00). [...Я прошу вас поддержать меня во имя более развитой, законолюбивой, процветающей Америки, которую мы сможем построить вместе.] Prosperity can be a tool in our hands – used to build and better our country (G. Bush / U.S. News & World report, 12.10.00). [Процветание может стать инструментом в наших руках, используемым для строительства и обновления нашей страны.]*

Отцы-основатели политической системы Соединенных Штатов метафорически представляются как *architects* (*архитекторы*) американской Конституции, создатели фундамента, основ системы выборности власти, на которой базируется государственная структура. Ср.:

*We may need a constitutional amendment to avoid another mess like Tuesday's, but it's unfair to blame the architects of the U. S. Constitution. (K. Phillips / Time, 20.11.00). [Возможно, нам нужна еще одна поправка к Конституции, чтобы избежать повторной неразберихи, произошедшей во вторник, но нечестно обвинять в этом создателей \архитекторов\ Конституции США.]*

В противовес позитивно окрашенным метафорическим словоупотреблениям в американской политической речи встречаются отрицательно нагруженная метафорика, выявляющая недостатки политической системы. Глаголы и глагольные сочетания типа *to wreck* (*разрушать*), *to crack* (*трескаться*), *to crack down* (*ломать*), *to split* (*раскалывать*), содержат в своей семантике компоненты, эксплицирующие разрушение, уничтожение, развал, следовательно, направлены на критику политической системы, деятельности кандидатов в президенты, существующих в стране законов и порядков. Ср.:

*His (Bush's) entire message was built around the promise to heal the divide, restore people's faith in a system that seemed cruddy and cracked (N. Gibbs / Time, 20.11.00). [Его обращение было целиком и полностью сосредоточено на обещании устранить разногласия, вернуть веру людей в систему, кажущуюся абсурдной и дающей трещины.] The wildest election in our history revealed a nation split so evenly that it took a controversial in-*

*tervention by the Supreme Court to settle the issue (M. Duffy / Time, 25.12.00 – 1.01.01). [Самые безумные выборы в истории нашей страны показали явный раскол нации, поэтому понадобилось сомнительное вмешательство Верховного Суда, чтобы разрешить проблему.]*

Метафорика строительства в нарративе «Выборы президента» США служит средством обозначения деятельностной, активной роли кандидатов в президенты во время избирательной кампании или выявляет негативный «пучок» ассоциаций, связанный с манифестацией недостатков в политических процессах. Денотативная сфера применения охватывает деятельность кандидатов в президенты в рамках борьбы за пост главы государства. Рассмотренная модель включает 49 словоупотреблений.

В российской политической речи в ситуации выборов главы государства описываемая концептуальная метафора позволяет провести параллель между множеством проблем, накопившихся в современном обществе, отрицательным отношением к деятельности политических лидеров, неустойчивыми общественными отношениями, экономической нестабильностью и разнообразными поломками, разрушениями фундамента, здания, других строительных конструкций. В социальной политической, экономической сферах царят *разруха, развал*, а органы государственной власти представляют собой *неустойчивые плавающие конструкции*. Ср.:

*На этот сакраментальный вопрос за него и всех его подельников емко и выразительно ответил Б. Клинтон: Ельцину удалось разрушить коммунизм (В. Никифорова / Правда, 6/7.01.00). Такая «плавающая» конструкция парламента неустойчива и не проверена, однако пока другой схемы партнерства с Думой у правительства и администрации президента нет (А. Колесников / МП, 24.02.00). Только ЛДПР пыталась помочь дряхлеющим «путчистам» спасти огромное государство от развала (В. Жириновский / РГ, 16.03.00). Президентом он (Явлинский), конечно, никогда не станет, но разрушить Россию умеет профессионально, какой бы пост ни занимал – вице-преьера при Горбачеве, советника при Немцове или пустозвона при Госдуме (В. Жириновский / РГ, 18.03.00). В создавшейся ситуации встает вопрос о перспективах: сохранять построенное или строить заново? Ср.:*

*Мы верим, что на смену смуте и неопределенности переходного периода приходит время кропотливого строительства новой России (Ю. Васильков / РГ, 5.01.00). На новом витке своих завихрений развернулся на 180 градусов, возглавил злобствующих болтунов-разрушителей, неспособных не то чтобы строить, но и даже сохранить построенное (В. Никифорова / Правда, 6/7.01.00).*

Образ главы государства может быть представлен посредством метафоры, несущей смысловую оппозицию, как *ломатель*, *разрушитель* или *созидатель*. Ср:

*Для этого нам нужен Президент-созидатель, а не ломатель, ибо это уже проходили (В. Молоканов / РГ, 4.03.00). К сожалению, этот харизматичный, мощный и властный человек (Ельцин) по сути своей разрушитель, а не созидатель (Ю. Скуратов / РГ, 16.03.00).*

Метафорическая модель с источниковой сферой «строительство» представлена 45 словоупотребления в нарративе «Выборы президента РФ».

Таким образом, представленный материал свидетельствует, что метафора строительства репрезентирует полярные смыслы. Отрицательные коннотации, связанные с деструкцией, развалом, более масштабно представлены в российских текстах предвыборной агитации, что обусловлено дискурсивными факторами. В американском нарративе «Выборы президента» негативные смыслы актуализируются лишь в период противоречий и конфронтаций. Доминантная роль в текстах предвыборной агитации отводится образам созидателя, творца, строителя, если речь заходит о будущем страны, перспективах развития общества.

### **Выводы по третьей главе**

Рассмотрев закономерности функционирования метафорических моделей в политическом нарративе «Выборы президента», можно сделать следующие выводы:

1. Метафорические модели ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КОРОНАЦИЯ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА, ВЫБОРЫ

ПРЕЗИДЕНТА – это БОЛЕЗНЬ представляют собой детально структурированные образования в агитационно-политическом дискурсе США и России. Рассмотренные концептуальные метафоры являются яркими примерами проявления национально-специфических, исторических, лингвокультурных характеристик политической картины мира. Каждая из представленных моделей выявляет особенности репрезентации ситуации выборов главы государства, обусловленные не столько национальным языком, сколько национальными самосознанием, национальной культурой, национальными традициями, а также множеством дискурсивных факторов, способных оказать существенное влияние на активизацию политической метафоры.

2. Концептуальная политическая метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это КРОНАЦИЯ обнаруживает наиболее существенные различия в агитационно-политическом дискурсе США и России. Метафоры исходной понятийной сферы «монархия» активно функционирует лишь в текстах предвыборной агитации РФ. Осмысление демократического режима как монархической формы правления не характерно для представителей американской лингвокультуры т.к. не имеет для этого исторических предпосылок. В российском нарративе «Выборы президента» монархическая сфера метафорической экспансии актуализирована на современном этапе, в связи с чем, рассмотренная модель представляет собой детально структурированное образование.

3. В текстах, освещающих предвыборную кампанию в Соединенных Штатах, активно функционируют метафорические словоупотребления финансовой источниковой сферы. Характерное для носителей языка осмысление американской президентской кампании в базовых концептах экономики начинает проявлять потенциал к активизации в российском политическом дискурсе. Среди метафорических наименований, составляющих модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА, встреча-

ются как «стертые» словоупотребления, утратившие образную форму, так и сохранившие ее «живые» метафоры.

4. Репрезентация избирательной кампании 2000 года посредством морбиальной метафоры, представляет собой особенность российской политической речи. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА - это БОЛЕЗНЬ, являясь базисной для носителей русского языка, носит окказиональный, ситуативно-обусловленный характер в рамках президентской кампании в США. Морбиальная по сфере-источнику метафора, гибко реагируя на внеязыковые изменения, начинает активно функционировать в американских политических текстах в период противоречий и конфликтов.

5. Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СТРОИТЕЛЬСТВО актуализирует дополнительные ассоциативные признаки «целостность – раздробленность», «создание – разрушение», а также может служить интенсификатором отрицательных характеристик политической системы. Наиболее масштабно негативные коннотации, связанные с разрушением, развалом, деструкцией в самых разных сферах современного общества, представлены в нарративе «Выборы президента РФ».

6. Метафорические словоупотребления, составляющие модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА - это МИР ЖИВОТНЫХ, часто выполняют номинативно-оценочную функцию в политическом дискурсе США и России. Денотативная область функционирования зооморфной метафоры – наименования субъектов политической деятельности, обнаруживающие «пучок» негативных ассоциаций. Концептуальные метафоры со сферой-источником метафорической экспансии «мир животных» охватывают традиционную символику ведущих политических партий, широкий спектр «стертых» метафорических наименований, а также метафоры с яркой внутренней формой.

## **Заключение**

Положенная в основу настоящего сопоставительного исследования метафорического моделирования выборов президента США и России теория когнитивной метафоры широко распространена в нашей стране и за рубежом (Дж. Лакофф, М. Джонсон, М. Тернер, Ж. Фоконье, А.Н.Баранов, Ю.Н. Караулов, И.М. Кобозева, Е.С. Кубрякова, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов и др.). Современные научные достижения в области теории и практики метафорического моделирования свидетельствуют о том, что политическая метафора является средством концептуализации, репрезентации и оценки политической действительности, способным оказать эмоциональное воздействие на адресата и стимулировать его к необходимым для адресанта действиям.

Разработанные в области метафорического моделирования методики, а также использование сопоставительного, контекстуального, дискурсивного, лингвокультурологического анализа позволяют выявить закономерности в организации политического дискурса США и России, а также специфические характеристики, свойственные русской или американской политической метафоре.

Проведенное исследование показывает, что сложная система концептуальных метафор, характеризующая современный российский и американский политический дискурс, в значительной степени совпадает. В политическом нарративе «Выборы президента» США и России регулярно используются метафорические модели с исходными понятийными сферами: «война», «театр», «игры/соревнования», «дорога/путь». Состав базовых метафорических моделей достаточно однотипен. Отличия наблюдаются лишь на уровне отдельных слотов, что обусловлено дискурсивными факторами. Наиболее важной причиной несоответствия метафорических образов рассмотренных моделей можно считать специфику национального самосознания, историко-культурные традиции носителей языка.

Важное место с точки зрения лингвокультурных особенностей занимают метафорические модели с исходными понятийными сферами «монархия» и «экономика». Составляющие данные модели метафорические словоупотребления наиболее ярко обнаруживают специфику национального менталитета. Метафора болезни проявляет «гибкий» характер в политическом дискурсе США, т. к. резко активизируется лишь в определенной политической ситуации (в наших материалах это скандал с подсчетом голосов в штате Флорида, который оказался решающим при определении победителя в президентской гонке). В российских текстах предвыборной агитации эта модель активно функционирует на всем протяжении избирательной кампании. Широкий спектр оттенков и коннотаций выявляют концептуальные метафоры с исходными понятийными сферами «животный мир», «строительство». Эти модели содержат метафорические словоупотребления, репрезентирующие базовые представления носителей языка о сфере политики, а также обнаруживают яркий национальный колорит.

Во всех описанных в настоящем диссертационном исследовании метафорических моделях сферой-магнитом являются политические реалии. Наиболее частотными оказались словоупотребления, метафорически представляющие субъектов политики (кандидатов в президенты, ближайшее окружение участников предвыборной кампании, лидеров политических партий, действующих или бывших глав государств, руководителей субъектов РФ), а также деятельность политиков в рамках борьбы за пост главы государства. Все рассмотренные в данной диссертации модели согласуются с базовыми представлениями американцев и русских об избирательной кампании и тесно связаны с особенностями политической культуры двух стран. Тексты предвыборной агитации США и России содержат универсальные характеристики электорального процесса, что прослеживается в однотипном составе фреймов. Метафорические номинации характеризует

примерно одинаковая встречаемость (частотность) в политическом нарративе «Выборы президента» в Соединенных Штатах и РФ.

Прагматический потенциал рассмотренных в диссертационном исследовании концептуальных метафор и соответствующих им сфер метафорического притяжения (сфер-источников) разнообразен по содержанию коннотативной нагрузки, степени эскалации эмоций, акцентуации приоритетных смыслов и ассоциаций. Нами рассмотрена группа моделей, обладающих наиболее сильным агрессивным прагматическим потенциалом, способная актуализировать дополнительные смыслы, связанные с политической борьбой, конфронтацией политических мнений и взглядов, антагонистическим характером гонки. К таким метафорическим моделям, активно функционирующим в рамках президентской кампании, могут быть отнесены следующие: ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ЖИВОТНЫЙ МИР. Модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СОРЕВНОВАНИЯ манифестирует смыслы тревожности и агрессивности, когда переходит в метафору войны. В американском политическом дискурсе метафорика упомянутых моделей характеризуется более высокой частотностью. Другой важной чертой американских текстов предвыборной агитации является их более толерантный характер. Метафорические образы с негативным прагматическим потенциалом гораздо богаче в российском политическом дискурсе, что представляет собой яркую черту современной политической речи в целом, а также связано с активизацией языковых ресурсов в политической ситуации выборов главы государства.

В рамках президентской кампании оказались востребованными метафорические модели с позитивным прагматическим потенциалом или содержащие нейтральные по эмотивной нагрузке словоупотребления, к числу которых относятся: ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ДОРОГА, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СТРОИТЕЛЬСТВО, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА. Актуализация дополнительных (зачастую пейо-

ративных) смыслов описанных моделей происходит за счет контекстологических средств.

Метафорические модели с исходными понятийными сферами «война», «соревнования/игры», «театр», «монархия» представляют разряд социальной метафоры. Сфера-источник метафорической экспансии «болезнь» позволяет отнести соответствующую модель к антропоморфной метафоре. Метафорика сферы-донора «животный мир» репрезентирует метафору природы. Артефактная метафора включает модели «механизм», «строительство».

В настоящей диссертации рассмотрены далеко не все вопросы, представляющие интерес для специалистов в области когнитивной лингвистики. В связи с этим, необходимо определить перспективы дальнейшего сопоставительного исследования когнитивной метафоры в российском и американском агитационно-политическом дискурсе, к числу которых мы относим следующие:

- сопоставление закономерностей метафорического моделирования и выявление особенностей концептуализации реальности в дискурсе ведущих политических партий США и России, в которых могут быть обнаружены приоритетные концептуальные метафоры, отражающие специфику политических взглядов и течений;

- максимально детальное изучение, описание и сопоставление ведущих метафорических моделей, активно функционирующих в политическом дискурсе двух стран для репрезентации различных политических ситуаций;

- сопоставление закономерностей метафорического моделирования выборов главы государства в различные периоды времени и на различных этапах развития общества, что позволит рассмотреть и изучить отдельную политическую ситуацию с учетом ее динамики и изменения во времени;

- значительную перспективу имеют работы, ориентированные на сопоставительное изучение политического дискурса разных стран, т.к. такие исследования способны выявить лингвокультурные особенности национальных картин мира, сравнить специфику восприятия и метафорической репрезентации политических реалий носителями разных языков;

- большую значимость могут иметь исследования, сопоставляющие закономерности метафорического моделирования различных политических событий и ситуаций.

## Библиография

1. Агеенко Е.Л. Русская речь у микрофона // Русская речь. 1996. №1.
2. Алексеева Л.М., Мишланова С.Л., Уткина Т. И. Метафоризация в научно-популярном тексте // Текст-2000: теория и практика. Междисциплинарные подходы. Ижевск, 2001.
3. Алексеева Л.М. Основные параметры научного текста // Текст-2000: теория и практика. Междисциплинарные подходы. Ижевск, 2001.
4. Алексеева Л.М. Метафоры, которые мы выбираем (опыт описания индивидуальной концептосферы) // С любовью к языку. Сборник научных трудов. Посвящается Е.С.Кубряковой. Москва – Воронеж, 2002.
5. Алтунян А.О собирателях земли русской: Жириновский как публицист // Вопросы литературы. 1996. №2.
6. Апресян В.Ю., Апресян Ю.Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания. 1993. № 3.
7. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Лексическая семантика. М, 1995.
8. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1.
9. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. М., 1990.
10. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1999.
11. Багичева Н.В. Россия – мать или мачеха? (Метафорическое моделирование образа Родины) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 5.
12. Базылев В.Н. Автопортреты политиков: от психопоетики к психополитике // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания, М., 1999.
13. Бакумова Е.В. Ролевая структура политического дискурса. Дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002.

14. Балашова Л.В. Метафорическое поле игры в истории русского языка // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении. Волгоград, 2003.
15. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Постулаты когнитивной семантики // Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии. Барнаул, 2001.
16. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новаторство. М., 1991.
17. Барсенков А.С. и др. Политическая Россия сегодня. (Исполнительная власть, Конституционный суд, лидеры партий и движений). М., 1993.
18. Барсенков А.С. и др. Политическая Россия сегодня. (Высшая представительная власть). М., 1993.
19. Баталов Э.Я. Политическая культура современного американского общества. М, 1990.
20. Белозерова Н.Н. Три типа метафоризации // Актуальные проблемы лингвистики. Екатеринбург, 2002, №15.
21. Беляевская Е.Г. Когнитивные основания изучения семантики слова // Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии. Барнаул, 2001.
22. Билоус Л.С. Textoобразующая роль метафоры (на материале американской научно-фантастической литературы). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2001.
23. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. М., 1990.
24. Борковец Н.И. Проблема перевода технической метафоры с немецкого на русский язык в художественных текстах // Риторика и лингвокультурология: теория и практика преподавания. Екатеринбург, 2001
25. Борковец Н.И. Техническая метафора в художественной картине мира (на материале немецкой прозы XX века и ее переводов на русский язык). Дисс... канд. филол. наук, Екатеринбург, 2003.

26. Бушев А.Б. Филологические ресурсы переубеждения: терапевтическая метафора //Межкультурные коммуникации. Челябинск, 2002.
27. Вежбицка А. Сравнение – градация – метафора // Теория метафоры. М., 1990.
28. Вежбицка А. Антитоталитарный язык в Польше // Вопросы языкознания. 1994. № 4.
29. Вежбицка А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.,2001а.
30. Вежбицка А. Сравнение культур через посредство лексики и прагматики. М., 2001б.
31. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. М., 1980.
32. Вершинина Т.С. Политическая метафора В.В. Жириновского // Риторика и лингвокультурология: теория и практика преподавания. Екатеринбург, 2001
33. Вершинина Т.С. Метафора в политическом дискурсе: традиции и новаторство // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.
34. Вершинина Т.С. Зооморфная, фитоморфная и антропоморфная метафора в современном политическом дискурсе. Дисс... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002.
35. Ву Бок Нам Метафорическое представление межличностных отношений (когнитивный аспект) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2002: Т. 8. С. 4 – 18.
36. Выборы в механизме народовластия в Российской Федерации. Екатеринбург, 2000.
37. Выборы 2000 года в Соединенных Штатах. М., 2001.

38. Гавенко С.В. Культурологический аспект аргументативного дискурса: американская культура как культура спора // Языковые и культурные контакты различных народов. Пенза, 2001.
39. Гаджиев К.С., Гудименко Д.В., Каменская Г.В. Политическая культура: теория и национальные модели. М., 1994.
40. Гаджиев К.С. Политическая наука. М., 1994.
41. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М., 1988.
42. Гак В.Г. Язык как форма самовыражения народа // Язык как средство трансляции культуры. М., 2000.
43. Григорьева О.Н. Политический театр современной России (взгляд филолога) // Интернет-журнал «Полемика». Публикации Irex-Russia, 2001, № 9.
44. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М., 2001.
45. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. № 4.
46. Ермакова О.П. Семантические процессы в лексике // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 2000.
47. Желтухина М.Р. Политический анекдот как жанр политического комического в массовой медиакультуре // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении. Волгоград, 2003.
48. Жинкин Н.К. Язык - Речь – Творчество. Исследования по семиотике, психолингвистике, поэтике. М., 1998.
49. Залевская А.А. Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
50. Зеркин Д.П. Основы политологии. Ростов н/Д., 1996.
51. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

52. Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
53. Карпенко Е.И. К проблеме национально-культурных метафорических коннотаций // Актуальные проблемы германистики и романистики. Смоленск: 2002. ч. II.
54. Качанов Ю.Л. Опыты о поле политики. М., 1994.
55. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. №5.
56. Клишин А.И. Конкретные и абстрактно-метафорические значения в структуре глагола: проблемы семантики (на материале английского языка). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2001.
57. Клочко Н. Ценностные оппозиции в фокусе эмоций // *Respectus Philologus*, 2002. № 2 (7).
58. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2000.
59. Кобозева И.М. Прагматический подход к идентификации метафоры в политическом дискурсе СМИ // Язык массовой информации как объект междисциплинарного исследования. М., 2001.
60. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология, 2001, № 6.
61. Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии. Барнаул, 2001.
62. Колотнина Е.В. Метафорическая модель «Субъекты экономической деятельности – это животные» // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.
63. Колотнина Е.В. Метафорическое моделирование действительности в русском и английском экономическом дискурсе. Дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2001.

64. Колотнина Е.В. Развертывание концептуальной метафоры в английском экономическом тексте // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2003. Т. 9.
65. Колшанский Г.В. Объективная Картина мира в познании и языке. М., 1990.
66. Кононова И.В. Метафорическое варьирование семантики английского глагола. Дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 1998.
67. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс – медиа. СПб., 1999.
68. Косых Г.Д. Коммуникативная модель метафорического высказывания в современном немецком языке. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2000.
69. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной политической речи // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 2000.
70. Кубрякова Е.С. Человеческий фактор в языке.: Язык и порождение речи. М., 1991.
71. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука // Вопросы языкознания. 1994. № 4.
72. Кубрякова Е.С. Семантика в когнитивной лингвистике // Известия АН. Сер. литературы и языка. 1999, т.58, № 5 - 6.
73. Кубрякова Е.С. О разных подходах к изучению СМИ // Язык массовой информации как объект междисциплинарного исследования. М., 2001.
74. Культура парламентской речи. М., 1994.
75. Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции языка. Екатеринбург; Омск, 1999.
76. Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург; Пермь, 1995.

77. Купина Н.А., Битенская Г.В. Свертекст и его разновидности // Человек – Текст – Культура. Екатеринбург, 1994.
78. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987
79. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М., 1990.
80. Лапшина В.В. Виды метафор в политическом дискурсе // Актуальные проблемы германистики и романистики. Смоленск, 2002. ч. II.
81. Лихачев Д.С. Русская культура. – М., 2000.
82. Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке. М., 1999.
83. Лурия А.Р. Язык и сознание. М., 1979.
84. Майданова А.М., Амиров В.М., Енина Л.В. и др. Речевая агрессия в средствах массовой информации. Екатеринбург, 1997.
85. МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. М., 1990.
86. Малько А.В. Основы политологии. М., 2000.
87. Манькова Л.А. Лингвистическая типология газетных заголовков (90-е годы). Дисс ... канд. филол. наук. М, 2000.
88. Марковкина И.Ю., Данилова Е.В. Специфика языкового сознания русских и американцев: опыт построения «ассоциативного гештальта» текстов оригинала и перевода // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
89. Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2001.
90. Метафора в языке и тексте. М., 1988.
91. Минский М. Фреймы для представления знаний. М., 1979.
92. Миронова П.О. Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе: когнитивно - прагматический аспект. Дисс. ... канд. филол. наук. Омск, 2003.

93. Мистюк Т.Л. Тенденция семантической эволюции современного русского языка (на базе неологической метафоризации общеупотребительной лексики в газетной публицистике 1992 – 1997 гг.). Дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1998.
94. Мишланова С.Л. Метафоризация концептов «здоровье/норма» и «болезнь/патология» в медицинских текстах // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
95. Мишланова С.Л. Метафора в медицинском дискурсе. Пермь, 2002.
96. Многозначность в лексике современного языка. Екатеринбург, 1999.
97. Морозова А.В. Процедура установления и верификации фреймовой структуры ограниченной предметной области (флора и фауна). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2000.
98. Москвин В.П. Русская метафора. Волгоград, 1997.
99. Москвин В.П. Русская метафора: параметры классификации // Филологические науки, 2000, № 2.
100. Муране С.Н. Лексика военной сферы в постсоветском политическом дискурсе // Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения. СПб, 2001.
101. Муране С.Н. Лексика медицинской сферы в языке современной российской и латвийской прессы // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2002, Т. 8. С. 134 – 143.
102. Муране С.Н. Лексика медицинской сферы в языке современной российской и латвийской прессы // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2002. Т. 8.
103. Мурзин Л.Н. Язык, текст и культура // Человек – Текст – Культура. Екатеринбург, 1994.
104. Нецименко Г.П. К постановке проблемы «язык как средство трансляции культуры» // Язык как средство трансляции культуры. М., 2000.

105. Никитин М.В. Метафора: уподобление vs. Интеграция концептов // С любовью к языку. Сборник научных трудов. Посвящается Е.С.Кубряковой. Москва – Воронеж, 2002.
106. Новиков Л.А. Семантика русского языка. М., 1982.
107. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001.
108. Ортега-и-гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М., 1990.
109. Паренти М. Демократия для немногих. М., 1990.
110. Плущер-Сарно А. Государственная Дума как фольклорный персонаж: Пародия, плач, исповедь и пасквиль - жанры русской политики // Логос, 1999, № 9.
111. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков (на материале российских и британских газет второй половины 1980 – 1990 годов. Синтаксический аспект). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001.
112. Политическая история России. М., 1998.
113. Политология. М., 1999.
114. Постовалова В.И. Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы (к проблеме оснований и границ современной фразеологии) // Фразеология в контексте культуры. М, 1999.
115. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998.
116. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2000.
117. Почепцов Г.Г. Русская семиотика. М., 2001.
118. Проскуряков М.Р. Концептуальная структура текста: лексико-фразеологическая и композиционно-стилистическая экспликация. Автореф. дисс. ... доктора филол. наук. Спб, 2000.
119. Рахилина Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость. М.: Русские словари, 2000.

120. Рахилина Е.В. Когнитивная семантика: История. Персоналии. Идеи. Результаты // Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии. Барнаул, 2001.
121. Ремизов М. Война, язык и невращения // Логос, 2000, № 2 ([www/ruthenia.ru/logos/number/2000\\_02](http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_02)).
122. Решетников С.В., Денисюк Н.П., Чудаков М.Ф. Политология. М., 1999.
123. Родионова Е. Националистический дискурс газеты "Завтра" // Логос, 2000, № 1.
124. Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 2000.
125. Рыжкова Е.В. Метафора флористического круга в английском языке. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2001.
126. Ряпосова А.Б. Милитарная метафора в современном агитационно-политическом дискурсе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000а. Т. 6.
127. Ряпосова А.Б. Агрессивный прагматический потенциал криминальных метафор, функционирующих в агитационно-политическом дискурсе периода федеральных выборов (1998 – 2000гг.) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000б. Т. 7.
128. Ряпосова А.Б. Криминальный жаргон в дискурсе российских выборов // Язык. Система. Личность. Языковая картина мира и ее метафорическое моделирование. Екатеринбург, 2002а.
129. Ряпосова А.Б. Метафорические модели с агрессивным прагматическим потенциалом в политическом нарративе “Российские федеральные выборы (1999 – 2000 гг.)”. Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002б.
130. Савант Р. Употребление фразеологизмов в газетном тексте в постперестроечном периоде. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1997.

131. Самосудова Г.Г. Метафоризация концептуальной картины мира и ее языковые экспоненты (на примере английских сказок Л. Кэролла «Алиса в стране чудес» и «Алиса в Зазеркалье»). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1999.
132. Семенова Н.В. Когнитивный аспект представления подтекстовой информации в переводе. Дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2000.
133. Серио П. Русский язык и советский политический дискурс: анализ номинаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999.
134. Симашко Т.В., Литвинова М.Н. Как образуется метафора (деривационный аспект). Пермь, 1993.
135. Складывающаяся Г.Н. Метафора в системе языка. Спб., 1993.
136. Скребцова Т.Г. Американская школа когнитивной лингвистики. Спб., 2000.
137. Скребцова Т.Г. Метафоры современного российского внешнеполитического дискурса // *Respectus Philologicus*. № 1(6), 2002.
138. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления. М., 2002.
139. Соколовская Т.Б. Языковая личность лидера (на материале газет новейшего времени). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2002.
140. Солганик Г.Я. Лексика газеты. М., 1981.
141. Сорокин Ю.А. Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
142. Сорокина М.В. Манипулятивный потенциал метафоры в американском политическом дискурсе периода войны в Ираке // *Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества*. Екатеринбург, 2003. Т. 10.

143. Староселец О.А. Экспериментальное исследование понимания метафоры текста. Дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1997.
144. Степаненко А.В. Лингвокогнитивные особенности функционирования метафоры в политическом дискурсе. Автореф. дисс. ... канд филол. наук. М., 2001.
145. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. М., 1997.
146. Стернин И.А. Русский коммуникативный идеал и толерантность // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
147. Сыров В.Н. Метафора, нарратив и языковая игра. <http://siterium.trecom.tomsk.ru>.
148. Суй С. Лексические особенности русской городской газеты (на материале Санкт-петербургских газет). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2000.
149. Тарасов Е.Ф. Язык как средство трансляции культуры // Язык как средство трансляции культуры. М., 2000.
150. Телия В.Н. Метафора и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. М., 1990.
151. Телия В.Н., Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. М., 1988.
152. Теория метафоры. М., 1990.
153. Тимофеева С.Ю. Влияние средств массовой информации на реализацию социальной политики (на примере Челябинской области). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2000.
154. Урысон Е.В. Фундаментальные способности человека и наивная «анатомия» // Вопросы языкознания. 1995. № 3.
155. Феденева Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века: Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1998.

156. Феденева Ю.Б., Чудинов А.П. Метафорическое моделирование в российском политическом дискурсе // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания, М., 1999.
157. Феденева Ю.Б. Политическая метафора: эволюция и прагматика // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 4.
158. Феоктистова А.Б. Когнитивные аспекты семантики идиом, обозначающих чувства – состояния. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1996.
159. Филиппович Ю.Н. Исследование метафор информационных технологий // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
160. Фразеология в контексте культуры. М., 1999.
161. Фридмен Л. Американская правовая культура и федерализм // Политические исследования. 1992. № 4.
162. Харченко В.К. Функции метафоры. Воронеж, 1991.
163. Холодовский К.Г. Парламентские выборы 1999 года и партийное структурирование российского общества // Политические исследования. 2000. №2.
164. Ченки О. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях // Вопросы языкознания. 1996. №2.
165. Чес Н.А. Функционирование метафорических концептуальных систем в текстах современной англоязычной прозы (на материале художественной литературы). Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2000.
166. Что такое демократия? Парламентаризм и правительственная система – определение и разграничения // Политические исследования, 1992, №3.
167. Чудинов А.П. Типология варьирования глагольной семантики. Свердловск, 1988.
168. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург, 2001а.

169. Чудинов А.П. Реализация метафорической модели как сверх-текст // Текст-2000: теория и практика. Междисциплинарные подходы. Ижевск, 2001б.
170. Чудинов А.П. Современная Россия в зеркале концептуальной метафоры // Филологический класс. 2001в. № 6
171. Чудинов А.П. Финансовая метафора в современной политической речи // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001г. Т. 7.
172. Чудинов А.П. Политический нарратив и политический дискурс // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2002а. Т. 8. С. 69 – 77.
173. Чудинов А.П. Метафорическая модель и методика ее описания // Язык. Система. Личность. Языковая картина мира и ее метафорическое моделирование. Екатеринбург, 2002б.
174. Чудинов А.П. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Российские выборы на рубеже веков» // Respectus Philologicus. 2002г. №2 (7).
175. Чудинов А.П. Методика сопоставительного исследования метафорических моделей // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2003а. Т. 9.
176. Чудинов А.П. Интертекстуальность политического текста // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2003б, Т. 10.
177. Чудинов А.П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора). Екатеринбург, 2003в.
178. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-х. Современная Россия в языковом отображении. М., 1998.

179. Шаховский В.И. Желтухина М.Р. Роль комического в дискурсивном портрете политика // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
180. Шабес В.Я. Событие и текст. М., 1989.
181. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Москва; Волгоград, 2000.
182. Шенделева Е.А. Полевая организация образной лексики и фразеологии / Фразеология в контексте культуры. М., 1999.
183. Шестопал Е.Б. Личность политика. М., 1998.
184. Шинкаренкова М.Б. Милитарная метафора в рок-поэзии / Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2003, Т. 10.
185. Шмачкова Т.В. Мир политических партий // Политические исследования. 1994. № 1-2.
186. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. М., 1973.
187. Шмелева Т.В. Морбуальная оптика // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001, Т. 7.
188. Шудегова Е.А. Милитарная метафора в российском и американском политическом дискурсе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2002, Т. 8. С. 46 – 54.
189. Шудегова Е.А. Милитарная метафора в американских политических текстах // Язык. Система. Личность. Языковая картина мира и ее метафорическое моделирование. Екатеринбург, 2002.
190. Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991.
191. Язык и наука конца 20 века. М., 1995.
192. Язык как средство трансляции культуры. М., 2000.
193. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. М., 1980.
194. Язык о языке. М., 2000.

195. Яковлева С.Ю. Семантически структуры несвободных словосочетаний с метафорическим компонентом (на материале лексико-семантического поля с архисемой «Человек»). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001.
196. Ян Э. Государственное и этническое понимание нации: противоречия и сходство // Политические исследования. 2000. №1.
197. Яцкович И.А. Когнитивный аспект словарного перевода английских фразовых глаголов. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2000.
198. Beaudry A., Schaeffer B. Winning local and state elections: The guide to organizing your campaign. N. Y., London: The Free Press, 1986.
199. Cibulkiene J. The Metaphorization of Elections as war in the 2001 General Election campaign of Great Britain // Respectus Philologicus. 2002. №2 (7).
200. Cohen A. From Yeltsin to Putin. Milestones on an unfinished journey // Policy Review. April-May 2000. №100.
201. Colton T. J., Turker R. C. Patterns in Post – Soviet Leadership. Westview Press, 1996.
202. Kramersch C. Language and Culture. Oxford university press, 2000.
203. Kronenwetter M. Political Parties of the United States. – Springfield: Haunts, Enslow, 1996.
204. Lakoff G. Metaphor, Morality, and Politics, Or, Why Conservatives Have Left Liberals In the Dust // What Conservatives Know That Liberals Don't. – Chicago Press, 1996.
205. Lakoff G., M. Johnson. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
206. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // [http://rowlf.cc.wvu.edu:8080/semiotic/lkof\\_met.html](http://rowlf.cc.wvu.edu:8080/semiotic/lkof_met.html).
207. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

208. Lakoff G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify War in the Gulf// D. Yallet (ed.). Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf. Honolulu, 1991.
209. Obermayer H.J. Russia's Dysfunctional Media Culture // Policy Review. August-September. 2000. №102.
210. Squire P., Lindsay J. M., Covigton C. R., Smith E. Dynamics of democracy. Vadison etc.: Brown & Benchmark, 1995.
211. Thompson E. Russia after Yeltsin // Policy Review, June and July 2000 № 101.
212. Turner M., Fauconnier G. Metaphor, Metonymy and Binding // Metonymy and Metaphor. Ed. by A.Barcelona. – Mouton de Gruyter, 1998.
213. Ware A. Political Parties and Party systems. Oxford University Press, 1996.

### **Словари**

1. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю, 1991.
2. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.
3. Баранов А.Н., Добровольский Д.О., Михайлова М.Н., Паршин П.Б., Романова О.И. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. М., 2001.
4. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1996.
6. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М., 2001.
7. Томахин Г.Д. США. Лингвострановедческий словарь. М., 2000.
8. Americana. English – Russian Encyclopedic Dictionary, 1996.

9. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language.  
N.Y., 1996.

**Список сокращений названий источников**

КП – Комсомольская правда

МП – Московская правда

РВ – Российские вести

РГ – Российская газета