

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет  
имени Н.А. Добролюбова»

На правах рукописи

СЛОБОДЕНЮК Елена Александровна

**СОЗДАНИЕ ОБРАЗА БРИТАНСКОГО И НЕМЕЦКОГО ПОЛИТИКА  
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ  
В АСПЕКТЕ ОППОЗИЦИИ «СВОЙ – ЧУЖОЙ»**

Специальность 10.02.04 – германские языки

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент Е.В. Плисов

Нижний Новгород – 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА В МЕДИАДИСКУРСЕ .....	14
1.1. Медиадискурс как область создания образа политика .....	14
1.2. Базовая оппозиция «свой – чужой» в создании медийного образа политика .....	26
1.3. Невербальные средства создания образа политика .....	33
1.4. Вербальные средства создания образа политика .....	39
1.5. Метафора как средство создания образа политического деятеля .....	48
ВЫВОДЫ .....	54
ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ СМИ (ДЭВИД КЭМЕРОН) .....	56
2.1. Построение образа британского политика в медиадискурсе Великобритании и реализация оппозиции «свой – чужой» .....	56
2.2. Визуальная и вербальная составляющие в создании образа Дэвида Кэмерона .....	62
2.3. Лексические характеристики, метафорика и гендерные стереотипы в создании образа премьер-министра Великобритании .....	77
ВЫВОДЫ .....	100
ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ ГЕРМАНИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ (АНГЕЛА МЕРКЕЛЬ) .....	102
3.1. Лингвистические средства реализации оппозиции «свой – чужой» при создании образа иностранного политика .....	102
3.2. Особенности сочетания визуального и вербального в создании образа действующего политического лидера Германии .....	109

3.3. Ключевые слова, метафорика и гендерные стереотипы в оценке образа политического деятеля Германии.....	122
ВЫВОДЫ .....	144
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	146
БИБЛИОГРАФИЯ .....	151
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	181

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальным вопросом современного языкознания является социополитический аспект функционирования языка. Процессы глобализации приводят к тому, что все большую роль в информационной картине мира играет дискурс средств массовой информации: «тексты массовой информации, или медиатексты, являются одной из самых распространенных форм современного бытования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в прочих сферах человеческой деятельности» [Добросклонская 2008: 5]. СМИ объединяют информационное пространство государств и народов, формируют у аудитории во всем мире представление о реальности в ее политическом, социальном и иных аспектах.

Одним из базовых направлений формирования общественно-политической реальности посредством медиадискурса является создание образов политических деятелей. Настоящая диссертационная работа посвящена исследованию лингвистических и экстралингвистических средств формирования и предъявления массовому адресату образов ведущих действующих политиков Великобритании (премьер-министра Дэвида Кэмерона) и Германии (Федерального канцлера Ангелы Меркель) в контексте базовой семантической оппозиции «свой – чужой» в современном британском медиадискурсе.

Медийное конструирование образа политика в XX-XXI вв. стало предметом отдельных исследований: образ политика символически проецируется на самые различные сферы общественного бытия и призван оправдывать ожидания мифологического, национально-идентификационного, социального и эстетического характера. Представление о политическом образе обуславливает обращение к нему как объекту исследования ученых в области: политической коммуникации (Е.А. Баженова, Е.В. Кишина, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др.), теории дискурса (О.С. Иссерс, М.Л. Макаров, С.Н. Плотникова, Т. ван Дейк и др.), медиалингвистики (Э.В. Будаев, Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, А.П. Чудинов, Т.В. Шмелева и др.), гендерной лингвистики (Е.С. Гриценко,

О.В. Рябов, Т.Б. Рябова, И.Н. Шустова и др.) изучения медиадискурса, медиатекста и механизмов речевого воздействия (Н.Д. Арутюнова, В.В. Богуславская, Т.Г. Добросклонская, Дж. Лозанова, Е.С. Кубрякова, Р. Келлер, Ю. Линк и др.).

Изучение способов конструирования образа политика характеризуется как непосредственно теоретической, так и значительной практической ценностью, поскольку направлено на облегчение межкультурной коммуникации и обеспечение адекватного восприятия личностных и профессиональных особенностей политических деятелей.

Существующие исследования посвящены рассмотрению отдельных аспектов изучаемого феномена. В целом теоретические сведения и фактические данные о политическом образе и реализации способов и средств его формирования в рамках дискурсивных практик характеризуется фрагментарностью и узкоспециализированной направленностью. Отсутствуют комплексные исследования, одновременно отражающие лингвистические и экстралингвистические особенности конструирования медийного образа политиков, относящихся к разным культурам, имеющих различную гендерную, языковую, политическую и иную принадлежность в рамках бинарной семантической оппозиции «свой – чужой». Вышеперечисленными обстоятельствами объясняется **выбор темы, объекта и предмета исследования.**

В диссертации выдвигается **гипотеза** о том, что образы ведущих европейских политиков – премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона и Федерального канцлера Германии Ангелы Меркель – предьявляются массовому адресату в современном британском медиадискурсе при помощи лингвистических и экстралингвистических средств в рамках прототипической базовой семантической оппозиции «свой – чужой» и отражают этнокультурные особенности британского языкового сознания.

**Актуальность исследования** определяется его включенностью в коммуникативно-прагматическую парадигму лингвистических исследований и современной тенденцией к разностороннему анализу процесса формирования

образа политиков средствами медиадискурса. В определенной степени значима проблема анализа способов воздействия дискурса на общественное сознание, особенно в области конструирования образа политического деятеля с помощью метафорической концептуализации и взаимодействия визуальной и вербальной составляющих медиатекста.

Особо важным представляется сравнительное исследование способов и средств формирования образа политика собственной страны и другой страны в медиадискурсе в аспекте базовой оппозиции «свой – чужой» с учетом гендерных характеристик, использования метафоры, аксиологической и ключевой частотной лексики. «Свой – чужой» входит в перечень универсальных бинарных противопоставлений, аккумулирующих в себе все многообразие и многовековой жизненный опыт конкретной лингвокультурной общности. В этой связи культурный статус оппозиции вызывает необходимость исследования ее языкового воплощения. Кроме этого, отличительной особенностью антиномии «свой – чужой» является ее универсальность, которая заключается в том, что она позволяет по своему усмотрению относить тех или иных людей к числу «своих» и «чужих».

**Объектом исследования** выступают способы создания образа политика, формируемого современной британской качественной прессой (2005–2015 гг.).

**Предметом исследования** является специфика разноуровневых средств, взаимодействие которых создает своеобразие образа политиков: действующего британского премьер-министра Дэвида Кэмерона и действующего Федерального канцлера Германии Ангелы Меркель.

**Цель** предпринятого исследования заключается в изучении составляющих политического образа и выявлении набора эффективных средств и способов конструирования образа политика с учетом лингвистических и экстралингвистических особенностей британского медиадискурса.

Поставленная цель предусматривает решение следующих конкретных **задач**:

- описание специфических особенностей медиадискурса и его места в системе дискурсов;
- рассмотрение роли и значения базовой оппозиции «свой – чужой» в создании образа политика в СМИ;
- систематизация лингвистических и экстралингвистических способов создания образа политика в современном медиадискурсе;
- анализ лингвистических средств реализации оппозиции «свой – чужой» в британском медиадискурсе при создании образа Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель;
- характеристика соотношения вербальных и невербальных средств создания образа политика в британских СМИ на примере образов Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель;
- определение роли оценочной и ключевой частотной лексики, а также гендерных стереотипов в лингвистическом создании образов Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель в британском медиадискурсе;
- выполнение сравнительного анализа метафорической концептуализации образов британского и немецкого политика в британских печатных СМИ.

**Эмпирическую базу исследования** составили тексты британских печатных СМИ, посвященные оценке деятельности и личности Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель, отобранные из журналов *The Newsweek*, *The Economist*, *The Spectator* и газет *The Times*, *The Financial Times*, *The Daily Telegraph*, *The Guardian*, *The Independent* за период 2005–2015 гг. В ходе выполнения настоящей работы было проанализировано более 500 статей, для подробного исследования были отобраны вошедшие в список источников иллюстративного материала 80 текстов в жанрах *информационно-аналитическая статья*, *передовая статья*, *редакционная статья* (из них 39 текстов объемом 187 тыс. знаков посвящены Дэвиду Кэмерону; 41 текст объемом 195 тыс. знаков посвящен Ангеле Меркель). Основанием отбора послужил комплекс критериев, среди которых: не менее одного упоминания

имени политического деятеля (для однозначной атрибуции медиатекста), не менее пяти характеристик личности персонажа, биографических данных, его способностей, профессиональных качеств, прямых или косвенных оценок профессиональной деятельности, а также наличие визуального компонента медиатекста. Отбор фактического материала осуществлялся из крупнейших по объему и тиражу национальных газет и журналов политической направленности, претендующих на независимость и объективность изложения материала.

Исследование языкового материала в соответствии с поставленными задачами проводится на основе интерпретативного, контекстуального, дефиниционного, дискурсивного, лингвокультурологического **методов анализа**, метода концептуального анализа, а также компьютерного частотного анализа лексики. Для описания закономерностей выбора средств языкового оформления высказывания в зависимости от экстралингвистических факторов используется коммуникативно-прагматический подход.

**Методологической и теоретической основой** исследования послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в области:

- лингвистики текста и теории дискурса: Э. Бенвениста, И.Р. Гальперина, А.А. Залевской, Г.Я. Солганика, Ю.С. Степанова, В.Е. Чернявской, Т. ван Дейка и др.;

- медиалингвистики: Н.Ф. Алефиренко, Т.Г. Добросклонской, В.Г. Костомарова, А.В. Полонского, О. Бойд-Баррета, Н. Фэркло, Д. Мэтисона, М. Талбот и др.;

- когнитивной лингвистики: Н.Д. Арутюновой, Г.И. Берестнева, Г.А. Волохина, Е.С. Кубряковой, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, В.Н. Телия, М. Джонсона, Дж. Лакоффа и др.;

- политической лингвистики: Н.В. Агапкина, Э.В. Будаева, Н.А. Красильниковой, П.Б. Паршина, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал и др.;

- гендерной лингвистики: Е.С. Гриценко, О.В. Рябова, Т.Б. Рябовой, Д. Таннен, Н. Фэркло, И.Н. Шустовой и др.;

- лексикологии и стилистики: И.Б. Голуб, Л.П. Крысина, Л.А. Новикова, В.П. Москвина, Ю.М. Скребнева, Ю.С. Степанова и др.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что в нем впервые:

- рассмотрена модель создания образа политического деятеля в дискурсе британских СМИ в компаративном аспекте, что позволяет выделить общие и специфические способы создания «своего» и «чужого» политика;

- на основе корпуса текстов современных печатных изданий выявляются наиболее продуктивные и эффективные лингвистические и паралингвистические средства, участвующие в формировании образа политика своей и чужой страны (гендерные стереотипы, оценочная, ключевая частотная лексика, метафорика, сочетание вербального и визуального компонентов медиасообщения), предполагающие разноаспектную характеристику используемых средств;

- широко использован метод компьютерного частотного анализа лексики для выделения ключевых лексем в создании образа политика;

- образ немецкого политика и его метафорическая концептуализация впервые исследуются на материале качественной британской прессы, что позволяет ожидать новых результатов, касающихся особенностей оценки образа политика в медиадискурсе. Образ действующего канцлера Германии интересен тем, что, с одной стороны, он представляет собой обобщение характеристик, определяющих женщину-политика (в сравнении с мужчиной-политиком), лидера Германии, представителя соседствующей страны-партнера, с другой стороны, образ создается и тиражируется изданиями британской качественной прессы.

**Теоретическая значимость** проведенного исследования заключается в расширении рамок прагматического, дискурсивного и лингвокультурного подхода к представлению образа ведущих политиков двух европейских стран в британском медиадискурсе. В работе предлагается оригинальная комбинация методов изучения и анализа средств создания политического образа в рамках противопоставления «свой – чужой». Расширено представление о совокупности и

взаимовлиянии лингвистических и экстралингвистических способов создания образа политического деятеля, в том числе о роли гендерных стереотипов, концептуальной метафоры, ключевой частотной и оценочной лексики. Данное исследование представляет собой дальнейшую разработку междисциплинарного подхода к анализу дискурса СМИ, включающего области социолингвистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии, психолингвистики, теории коммуникации.

**Практическая ценность** исследования состоит в возможности использования изложенных положений и полученных данных в преподавании теоретических дисциплин и разработке спецкурсов по политической лингвистике, когнитивной лингвистике, социолингвистике, медиалингвистике, лингвострановедению, в курсе лингвистической интерпретации текстов политической тематики, а также результаты исследования могут найти применение у специалистов в области политической коммуникации.

На защиту выносятся **следующие основные положения:**

1. Инструментарий средств создания образа политика в британском медиадискурсе включает лингвистические (лексическая реализация оппозиции «свой – чужой», гендерных стереотипов, метафоризация, широкое применение оценочной лексики) и экстралингвистические средства. Каждый из исследуемых политических образов имеет специфический набор средств, используемых для его репрезентации в английском языке.

2. Создание в британском медиадискурсе образа премьер-министра Великобритании определяется лингвокультурными стереотипами британского социума. При реализации оппозиции «свой – чужой» в отношении британского политика вступает во взаимодействие целый комплекс вербальных и невербальных средств, отбор и комбинация которых обусловлены необходимостью балансировать между интересами «своих» и «чужих».

3. Конструирование образа иностранного (немецкого) политика в британских СМИ при реализации оппозиции «свой – чужой» характеризуется амбивалентностью. Лингвистические средства позиционирования А. Меркель как

«чужой» (с опорой на национальные, этнические, языковые, культурные признаки) сочетается с ее репрезентацией как «своей» (на основе единства европейской политики, концепции культурного родства). При этом позиция «чужого» не связана с образом врага.

4. Языковые приемы позиционирования политика в аспекте оппозиции «свой – чужой» сочетаются с визуальными средствами (фотографиями, карикатурами), которые существенно облегчают восприятие и усиливают воздействие на читательскую аудиторию, обогащая создаваемый образ дополнительными смыслами.

5. Английские медиатексты обладают высокой степенью культурной значимости в реализации оппозиции «свой – чужой». Репрезентируя стереотипные представления британской национальной культуры в отношении политического деятеля, с одной стороны, медиасообщение способно к смысловому расширению и трансформации конструируемого образа, с другой. Аксиологическая направленность создаваемого образа базируется на национально-культурных особенностях, но ее формирование зависит от идеологического предназначения медиасообщения.

**Соответствие содержания диссертационного исследования паспорту специальности**, по которой оно рекомендовано к защите (10.02.04 – германские языки). Диссертация выполнена в соответствии со следующими пунктами паспорта:

- слово, как основа единства языка, типы лексических единиц, структура словарного состава, функционирование лексических единиц, развитие и пополнение словарного состава, лексика и внеязыковая действительность, лексикологические категории, фразеология, синтаксический строй, особенности стилистического воздействия и экспрессивных средств германских языков;
- исследование особенностей использования сопоставлений на разных уровнях, выявление особенностей восприятия, употребления, типичных

лингвокультурных ошибок и особенностей использования в разных языковых общностях.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты диссертационного исследования были представлены на международных и всероссийских научных конференциях: «Теория и практика современных гуманитарных и естественных наук» (Петропавловск-Камчатский, 8-11 февраля 2011, 8-10 февраля 2012), «Социальные варианты языка-VII» (Нижний Новгород, 14-15 апреля 2011), «Интерпретация образа человека как лингвистическая проблема» (Киров, 5-7 октября 2011), «Восток – Запад: проблемы межкультурной коммуникации» (Петропавловск-Камчатский, 16-17 ноября 2012), «Мир – Язык – Человек» (Владимир, 22-24 ноября 2012), «Скребневские чтения» (Нижний Новгород, 30 октября 2012, 16-17 апреля 2014), «Научные перспективы XXI века. Достижения и перспективы нового столетия» (Новосибирск, 13-14 марта 2015), «Язык. Культура. Коммуникация: инновационные подходы к изучению языков и литератур» (Чернигов, Украина, 22-23 апреля 2016), а также на заседаниях кафедры английской филологии ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» в 2014, 2015 и 2016 гг. По материалам исследования опубликовано 15 научных работ (в том числе три в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ).

**Структурно** диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложения.

Во **введении** обосновывается выбор темы, объекта и предмета исследования, определяется его актуальность и научная новизна, формулируются цель и задачи работы, раскрывается ее теоретическая значимость и практическая ценность, описывается эмпирическая база и методология исследования, структура диссертации.

**Глава I** посвящена исследованию роли медиадискурса в современном языкознании, а также основных составляющих стратегии построения образа политика в медиадискурсе – как лингвистические (реализация базовой оппозиции политического дискурса «свой – чужой»), метафоризация, отражение гендерных

стереотипов, оценочность), так и экстралингвистические, визуальные (полиграфические, иллюстративные средства).

В **Главе II** рассматриваются медиатексты, посвященные британскому политику Дэвиду Кэмерону: проанализированы способы создания его образа при реализации оппозиции «свой – чужой», включая особенности его визуального представления, лексические характеристики политика, способы метафорического осмысления его деятельности и гендерные стереотипы.

В **Главе III** анализируется ряд медиатекстов современной британской прессы, посвященных немецкому политику Ангеле Меркель, с позиции лексической и образной реализации противопоставления «свой – чужой», с точки зрения соотношения визуального и вербального компонентов медиатекстов, а также ключевой лексики, метафорической концептуализации и гендерных стереотипов.

**Заключение** содержит обобщение теоретических и практических положений исследования, намечается круг проблем для дальнейшей разработки.

**Библиография** включает работы отечественных и зарубежных исследователей, посвященные общим и специальным вопросам избранной темы.

В **приложении** представлены графические иллюстрации к медиатекстам: фотографии и карикатуры, которые позволяют проанализировать особенности визуальных средств создания образа политиков в медиадискурсе.

# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА В МЕДИАДИСКУРСЕ

## 1.1. Медиадискурс как область создания образа политика

Медиадискурс является одним из актуальных объектов исследования современной лингвистики: язык СМИ оперативно отражает перемены в языке общества, представляя срез общедоступного речеупотребления. Привлекая политических и исторических «героев» в качестве актантов медианарратива, медиадискурс создает единое поле мирового сюжета политики. Пространство новостей сближает и интригует, становится мощным средством объединения и притяжения, важным фактором построения современной картины мира. В.И. Ивченков точно замечает, что «мир становится медиацентричным» [Ивченков 2012: 247].

В современной медиалингвистике особое место занимают проблемы формирования общественного мнения и манипулирования им в СМИ, а также проблемы семиотической природы медиатекстов в контексте межкультурной коммуникации. Средства массовой информации, оказывая огромное влияние на картину мира целевой аудитории медиадискурса, зачастую создают представления о политиках как символических представителях государств. Т. ван Дейк справедливо утверждает, что «ни один другой тип дискурса не является настолько распространенным, разделяемым и одновременно воспринимаемым большим количеством людей» [ван Дейк 2013: 80].

Язык СМИ, для обозначения которого во многих работах используется понятие «медиадискурс», является предметом исследования ряда зарубежных ученых (Т. ван Дейка, А. Белла, М. Монтомери, Н. Фэркло) и отечественных лингвистов (Г.В. Степанова, Д.Н. Шмелева, О.А. Лаптевой, А.Н. Васильевой и мн. др.). Изучение медиадискурса проводится на широком междисциплинарном поле: в рамках социо- и психолингвистики, семиотики и дискурс-анализа, лингвокультурологии и стилистики.

Понятия «язык СМИ» и «медиадискурс» синонимичны, однако в первом случае актуализируются лингвистические характеристики явления, а второй термин отражает более широкое понимание экстралингвистической составляющей феномена, что является актуальным для настоящего исследования. Медиадискурс охватывает и сообщение, и канал его передачи, и все экстралингвистические факторы, влияющие на форму и содержательные компоненты, такие как наличие отправителя и получателя, культурно обусловленные традиции кодировки и декодирования сообщения и различных видов контекста коммуникации. Следует отметить два основных подхода к определению медиадискурса: формальный, согласно которому социальные и когнитивные функции языка не влияют на его внутреннюю организацию, и функциональный, в соответствии с которым внешние функции языка влияют на внутреннюю организацию языковой системы. Другими словами, формальные определения сосредоточены на тексте, а функциональные – на контексте [Шевченко 2008: 9].

В исследованиях по медиалингвистике предложен ряд дефиниций медиадискурса. А.В. Полонский определяет его как «динамичную информационную среду» формирования знаний о мире и социуме [Полонский 2009: 152], выделяя в медиадискурсе такие свойства, как непрерывность, протяженность, объемность, когнитивный потенциал. Н.Ф. Алефиренко называет медиадискурс «речемыслительным образованием событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами» [Алефиренко 2009: 31], предлагая рассматривать его одновременно как коммуникативное событие, ценностно-смысловое единство, «речь, погруженную в жизнь», и социальную деятельность. Последнее отличает понятие медиадискурса от речевого акта и текста как таковых.

Наиболее точным представляется определение Т.Г. Добросклонской, которая трактует медиадискурс как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и

сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2008: 153], то есть как сложное, взаимосвязанное и многоаспектное явление, касающееся различных сторон лингвистической и внеязыковой действительности.

Медиадискурс как информационное поле включает понятие «медiateкст», что нашло свое распространение в англоязычной лингвистике с начала 1990-х годов. По сравнению с традиционным пониманием текста как целостной и связной последовательности знаковых единиц, понятие медiateкста включает новые смысловые измерения, то есть может рассматриваться и «как сложный знак, и как символ культурного контекста, определенного культурно-исторического периода» [Шевченко 2008: 13].

Медiateкстом называют текст, в котором наряду с вербальной (линейной) составляющей наличествует уровень смысла, добавляемый с помощью медийных свойств того или иного СМИ: в прессе это графические знаки и иллюстрации, на радио – голос и музыка; телевидение, Интернет продуцируют многоуровневые медiateксты, включающие вербальный и аудиовизуальный уровни. При этом вербальный уровень (традиционный текст) и медийная составляющая могут сочетаться на основании различных принципов (дополнение, иллюстрация, выделение, контраст и пр.), образуя целостное произведение. Понятие медiateкста может объединять такие жанры, как телереклама и аналитическая журнальная статья, газетная заметка и запись в интернет-блоге.

Кроме того, характерной особенностью семантики медiateкста является его дискурсивность, то есть включенность вербальной составляющей в общий экстралингвистический контекст формата, времени, медиаресурса. Другими словами, понимание медiateкста во многом обусловлено его коммуникативным фоном, в сочетании с которым сообщение медиа выступает в качестве метасообщения, включающего особенности реконструкции событий, модальность и другие факторы.

В понятии медiateкста воплощается широкое понимание современными исследователями текста как «любого дискурса, зафиксированного каким-то способом репрезентации: письмо, магнитная лента, фотография, видео или любая

их комбинация» [Petersen 2005: 60]<sup>1</sup>. Текст уходит от определенности письменной фиксации, однако сохраняет ключевые качества: он фиксируется (с помощью того или иного медиа-посредника), он обладает чертами завершенности и связности, имеет четкую структуру и отличается тематическим единством.

Важной характеристикой медиатекста является его живая связь с контекстом и требование коммуникативной успешности, то есть адекватной обратной связи. Большое значение обретает адресат медиатекста – читатель, зритель, слушатель. Медиатекст обладает собственными стратегиями информирования и привлечения внимания, способствует поддержке различных типов идентичности. Декодирование медиатекстов напрямую связано с социальным положением и идеологическими предпочтениями читателя. Ориентация на анализ читательского восприятия сообщения стала одной из отличительных черт западной традиции дискурс-анализа медиатекстов [Schiffrin 2008: 421-422].

Существенные свойства медиадискурса и стереотипные составляющие медиатекста (здесь можно еще раз вспомнить о неразрывности элементов в коммуникации) позволяют материализовать фрагменты действительности. «Медиатексты выступают как часть экстравертной фигуры – дискурса, не только потому, что они соположены ему и могут играть иную роль, но и потому, что сами могут быть дискурсом, который объединяет средства, связывающие стереотипное коммуникативное поведение и референтные ситуации общения, нередко принципиально изменяющие всю его семантику» [Пастухов 2014: 93].

Медиадискурс играет важную роль в системе иных дискурсов (в том числе и дискурсивных систем, традиционно определяемых в отечественной лингвистике как функциональные стили языка). Во многом формирующий семантику современного языка как такового, медиадискурс был назван академиком Н.И. Конрадом «общим языком нации», поддерживающим стандартное понимание имен и понятий [цит. по: Солганик 2012: 11]. Он тесно взаимодействует со стилями литературного языка и с разговорной речью,

---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод мой, если не указано иное – Е.С.

заимствует из функциональных стилей языка те средства, которые отвечают его задачам. И если ранее «стиль прессы» считался частью газетно-публицистического функционального стиля, то теперь с распространением массовых коммуникаций, как утверждает Г.Я. Солганик, «язык СМИ (массовой коммуникации) можно определить как широкое функционально-стилевое единство, в рамках которого объединяются языковые средства разных функциональных стилей (прежде всего, газетно-публицистического), а также нелитературных средств (просторечие, жаргоны)»; он существует «рядом и параллельно с функциональными стилями» [Солганик 2012: 12]. Подобная тенденция прослеживается в работах В.Г. Костомарова, который предлагает выделить особый тип массово-коммуникативных стилей, наряду с книжным и разговорным [Костомаров 1971: 68], указывая на то, что традиционно выделяемый публицистический (газетно-публицистический) стиль отличается особой открытостью стилистической системы, незамкнутостью, потенциалом к включению единиц самых различных стилей, а также многожанровостью и многостильностью.

Говоря о «дискурсе культуры» и «дискурсе политики», необходимо заметить, что в современной лингвистике эти сферы определяются как «наиболее крупные области духовного пространства, в которых действует язык СМИ» [Солганик 2012: 16].

Перефразируя Г.Я. Солганика, можно сказать, что медиадискурс тесно взаимодействует с дискурсом религии, науки, образования, этики, связывая эти сферы с общенациональной картиной мира, обогащая отвлеченно-литературный дискурс культуры прагматизмом прямого воздействия на аудиторию.

Медиадискурс служит своего рода посредником между иными дискурсами (политическим, экономическим, юридическим) и социумом, а также использует дискурсивные средства устной речи, распространенные в социуме (схема 1).

Важнейшим свойством медиадискурса становится взаимодействие не только с литературным языком, но и с полем нелитературного национального языка. По мнению Г.Я. Солганика, «используя нелитературные пласты

национального языка (просторечие, жаргоны), олитературивая единицы этих пластов, медиадискурс обогащает литературный язык, расширяя его границы и демократизируя его» [Солганик 2012: 20]. Е.А. Шейгал также пишет об инновационной и медиаторной роли медиапространства: «Дискурсивное пространство СМИ является полигоном для обкатки языковых и концептуальных инноваций» [Шейгал 2012: 132]. А.В. Полонский отмечает связь между «эталонностью» языка СМИ и его опосредованностью речевой практикой: «Язык масс-медиа принял на себя важнейшую культурологическую функцию языка-эталона, но эталона, который формируется не только творчеством журналистов, но и нашей повседневной практикой говорения» [Полонский 2009: 152].

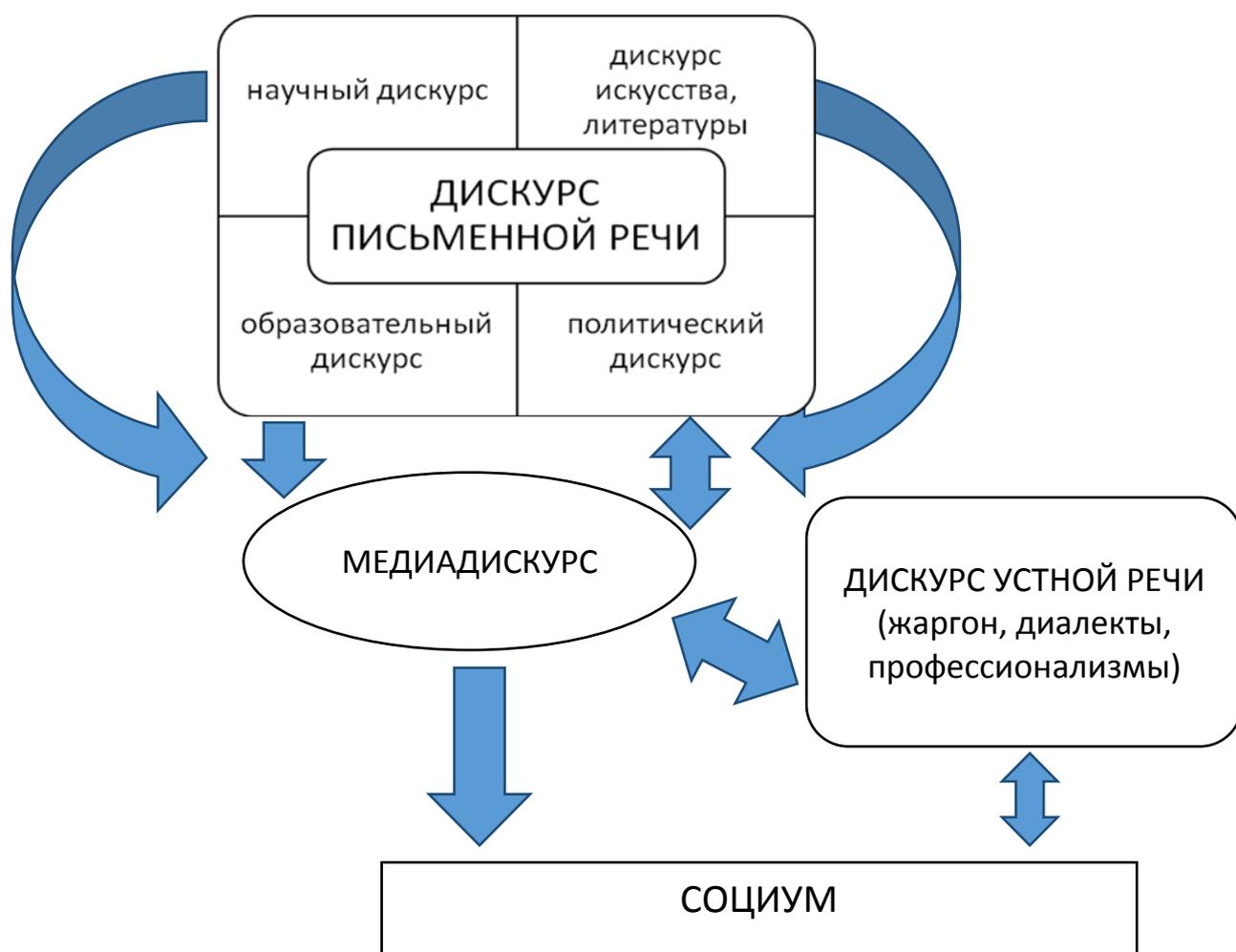


Схема 1. Медиадискурс в системе дискурсов

Говоря о современной социальной роли медиадискурса, Н. Фэркло отмечает, что масс-медиа является ключевым элементом в глобальном рассеивании информации, новостей, интерпретаций, стратегий и дискурсов; СМИ отражают все аспекты социального бытия, включая подробности личной жизни [Fairclough 2007: 103]. И эти послания не нейтральны; они опосредованы, медиированы, испытали влияние конвенций, норм и практик тех или иных медиа, пережили реконтекстуализацию и так или иначе получили оценку, встроены в аксиоматическую иерархию социума [Fairclough 2007: 103].

Политика как институт человеческой деятельности тесно взаимосвязана со средствами массовой коммуникации. По словам В.З. Демьянкова, «политические тексты <...> по своему предназначению ориентированы на массового читателя» [Демьянков 2012: 77]. В исследованиях Дж. Корнера упоминается мысль о том, что само слово «демократия» имеет прямое отношение не только к политике, но и указывает на присутствие необходимости взаимодействия с медиадискурсом [Corner 2008: 212]. Следует отметить, что любой политический режим начинает свою деятельность с захвата СМИ, что свидетельствует о неразрывной связи медиадискурса и политики. Средства массовой информации остаются в современном мире одной из ключевых форм выражения политической власти и освещения политических событий, формирования и измерения общественного мнения; современный политик – это обязательно лицо медийное.

Проблемами взаимовлияния медиадискурса и политического дискурса в отечественной науке занимались такие ученые, как Г.Я. Солганик, Е.И. Шейгал, А.Н. Баранов, П.Б. Паршин, Ю.А. Сорокин, А.П. Чудинов. В зарубежной англистике существенный вклад в разработку этих проблем внесли такие ученые, как Т. ван Дейк, Р. Водак, Ю. Хабермас, Н. Фэркло и др.

Говоря о тесной взаимосвязи этих двух дискурсов, Е.И. Шейгал отмечает, что, поскольку общество не может напрямую наблюдать за политическими процессами, влияющими на социальную жизнь, СМИ выступают как своего рода «агенты влияния», воссоздающие эту картину для читателей и таким образом формирующие общественное мнение [Шейгал 2000: 36].

В своих работах Г.Я. Солганик постулирует неразрывность дискурса политики и СМИ: «СМИ – это одна из форм существования и функционирования политики» [Солганик 2012: 17]. Обеспечивая связь между обществом и государством, медиадискурс взаимообусловлен с политическим дискурсом: «С одной стороны, СМИ являются трансляторами идей государственных органов, с другой – субъектами политической деятельности» [Солганик 2012: 18]. Политика составляет «главное содержание деятельности» СМИ. Политическая лексика, транслируемая через СМИ, не только отражает реалии политического периода, но и формирует данные концепты в социальном восприятии и оценке: *гласность, реформы, вертикаль власти, саммит* и пр. Фактически Г.Я. Солганик утверждает неразрывность и единство политического и медиадискурса, указывая на единые свойства этих дискурсов: «с политикой, с остротой борьбы связаны и негативные явления в языке СМИ (речевая агрессия, сокрытие истины, злоупотребление бранной лексикой)» [Солганик 2012: 21]. Определяя язык СМИ как «язык, предназначенный для информирования и оценки, прежде всего, общественно-политических реалий» [Солганик 2012: 21-22], ученый фактически определяет дискурс масс-медиа через политический дискурс, привлекая мнение О.Н. Паршиной, которая включала газетный дискурс печатных СМИ и устный журналистский дискурс в область политического дискурса [Солганик 2012: 22].

Однако несмотря на определенную общность предмета и подходов к его интерпретации, между профессиональными подъязыками СМИ и политики есть определенные различия. Медиадискурс, в отличие от политического дискурса, ориентирован на «простого читателя» и включает тексты, написанные посредниками между профессиональными политиками и массовой аудиторией.

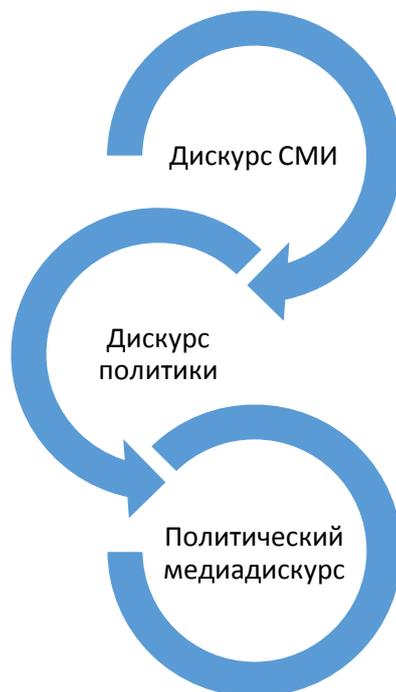
Современные исследователи приходят к выводу о том, что деятельность политика сегодня все больше опосредована медиадискурсом: все реже появляются «прямые» политические выступления, они, как правило, опосредованы тем или иным видом СМИ. Этот процесс, названный Н. Фэркло «медиатизацией политики» [Fairclough 2007: 87], отмечается в исследованиях с 1995 года.

С.А. Виноградова более обоснованно разделяет дискурс СМИ и политики: в то время как речь политика относится к политическому дискурсу, репортаж о ней по телевидению тяготеет к сфере СМИ; если текст закона является частью политического дискурса, то газетная статья о законе принадлежит дискурсу СМИ [Виноградова 2010: 46].

Т. ван Дейк придерживается более узкого подхода, определяя политический дискурс как класс жанров, ограниченных политикой, куда входят дебаты, партийные программы, речи [Dijk 1998]. Американский исследователь Р. Джослин указывает на единую функциональную нагрузку деятельности журналиста и политика, связанную с манипуляторной потенцией текста: и тот и другой воссоздают социальную и политическую реальность для своей аудитории согласно своему видению политической картины [Joslyn 1986: 326]. Г. Лауэрбах и А. Фетзер отмечают сложную структуру взаимодействия политического дискурса и медиа [Lauerbach, Fetzer 2007: 14-15].

Некоторые исследователи обращаются к понятию политического медиадискурса, обозначая им явление, находящееся на пересечении двух типов дискурса, которое носит неизбежно манипулятивный характер: «Политический дискурс СМИ является сложным коммуникативным явлением с манипулятивным потенциалом, направленным на достижение определенной цели и решение соответствующей задачи» [Виноградова 2010: 45]. Е.А. Шейгал пишет: «Медиатизация политики <...> приводит к возникновению медиатизированного политического дискурса» [Шейгал 2012: 121]. С.Е. Калташкина отмечает, что тексты политической тематики занимают особое место в медиадискурсе, поскольку обладают количественным превосходством и оказывают большое влияние на аудиторию [Калташкина 2013: 3]. Американский исследователь Н. Фэркло замечает, что большинство жанров современного политического дискурса являются уже не столько жанрами политического дискурса, сколько жанрами медиадискурса [Fairclough 1995]. Обоснованным видится предлагаемое Н.В. Смирновой разделение политического дискурса на институциональный политический дискурс и медийный политический дискурс [Смирнова 2012: 30].

Таким образом, на пересечении дискурса СМИ и политического дискурса образуется «политический медиадискурс» (схема 2).



*Схема 2. Политический медиадискурс по отношению к дискурсу политики и дискурсу СМИ*

Ряд традиционных форм медиатекста имеет отношение к политическому дискурсу, например, новости, аналитические материалы. К таким формам относится и «портрет политика», определяемый современными исследователями как «жанр медиатекста, который в ходе многопланового системного сочетания вербальных и невербальных характеристик формирует в лингвистическом сознании массовой аудитории узнаваемый образ политического деятеля» [Агапкин 2012: 13], а также как «сложный жанр публицистики, реализующий интенцию создания положительного или отрицательного образа политика и являющийся комбинацией жанров очерка, эссе, беседы, биографии и литературного портрета» [Бакумова 2002: 117].

Тем не менее, медиатекст, ограниченный политической тематикой, в рамках данного исследования рассматривается как часть дискурса СМИ. Основанием для данного подхода служит тот факт, что политический дискурс большинством

относится к типу институционального дискурса, а медиадискурс представляет собой вид адаптации институционального дискурса к широкой аудитории.

Изучение особой роли образа в формировании массового сознания и его участия в обеспечении жизнеспособности медийного дискурса само по себе является весьма продуктивным.

Образ представляет собой психолингвистическое явление, но помимо когнитивного освоения реальности, он нуждается в толковании, вербализации, и, следовательно, становится предметом интереса семиотики и лингвистики. Лингвистический образ представляет собой абстрактное понятие, которое находит воплощение в языке и речи.

Работа американского ученого Р. Полборна, посвященная анализу образа как феномена коммуникации, раскрывает структуру и функциональное поле этого явления [Полборн 2003]. Согласно данному исследованию, основной функцией образа является представление себя и заявление о себе с целью привлечения внимания аудитории. Структуру образа составляют так называемые «видимости», то есть «проявления свойств, особенностей носителя образа, которые специально подобраны, откорректированы и объединены в некую систему, чтобы соблазнить аудиторию» [Полборн 2003: 8]. Эти видимости существуют как в сознании самого носителя образа, так и в сознании аудитории. Указывая на связь образа с дискурсом, Р. Полборн сообщает, что с помощью слова человек постоянно выражает и действительность, и мнимость, что при малых затратах дает большой эффект, позволяя манипулировать смыслами, оправдывать, обвинять и т.п. [Полборн 2003: 8].

Наиболее важными дискурсивными характеристиками из общих свойств образа (всего их насчитывается более 400), предложенных Р. Полборном, представляются: узнаваемость («свой» образ легко вступает в коммуникативный процесс и быстро принимается аудиторией); свобода интерпретации (рамки образа позволяют насыщать его дополнительными деталями); знаковость (СМИ заменяют действительность знаковой реальностью, что ведет к созданию особого мира образов).

Политический образ, формируемый в массовом сознании, имеет характер стереотипа и связан с эмоционально окрашенным представлением политического лидера. Образ может конструироваться как в позитивном, так и в негативном ключе: интенция создания положительного образа связана с актуализацией лидерских качеств, чаще всего применяется в политической рекламе и пропаганде; негативный образ политика обычно складывается в ситуации политической борьбы.

Образ политического деятеля создается на разных уровнях, включая следующие контексты: семья, прошлое, спорт, домашние животные, хобби, слабости [Почепцов 2001: 73]; при этом считается важным указать образование, религиозные воззрения, стиль одежды и речи. Неоспоримым является тот факт, что образ политика может формироваться с помощью предыстории (биография, религиозные склонности, семейное положение, награды, хобби), настоящего (партия, должность, ценности, отношения с другими политиками; харизма, манеры и стиль), прогнозов на будущее (планы политической деятельности) [Бакумова 2002: 124]. Некоторые из перечисленных аспектов несут большую семантическую нагрузку в построении образа, некоторые меньшую, однако все подчинено общей цели – приближению политика к народу и созданию образа, близкого электорату.

Следует отметить, что кампания по созданию образа и имиджа политика включает такие важные принципы, как использование обыденного языка и повседневных, всеобщих проблем, привлечение внешних экспертов, принятие того, что работа с образом является дополнением, а не заменителем политики [Gruse 1992]. Это сложный процесс, в котором взаимодействуют все его компоненты на различных уровнях: рациональном и эмоциональном, вербальном и невербальном. В немалой степени политический образ создается в СМИ с целью его дальнейшего использования в работе с массовым сознанием. Избиратель голосует не за лидера, а за его некий образ, который является персонифицированным отражением представлений избирателя, проекцией его проблем и потребностей [Чудинов 2003: 248].

Итак, существует ряд различных параметров, определяющих образ политического героя и являющихся основополагающими в понимании его места в системе медиадискурса. Они делают образ центральным элементом коммуникации, подчеркивают его инструментальность и базовое воздействие в дискурсивной практике СМИ.

## **1.2. Базовая оппозиция «свой – чужой» в создании медийного образа политика**

Одной из основных оппозиций, характеризующих медийный дискурс, является оппозиция «свой – чужой» [Жуков 2002; Иссерс 1996; Почепцов 1999; Филинский 2000; Красильникова 2005 и др.]. По мнению П. Канчани, данная оппозиция является эффективным средством воздействия в медиадискурсе: «модель процесса политической коммуникации, основанная на противопоставлении “мы – они”, включает <...> факт оказания давления на реципиентов через механизм коммуникативных стратегий и тактик, важнейшими из которых являются макростратегии дискредитации и самопрезентации» [Канчани 2007: 4]. Для медийного дискурса данная оппозиция является базовой, так же как для морального дискурса – добро и зло, а для эстетического – красота и безобразие [Шейгал 2000: 121].

Бинарная оппозиция задает простейшие семантические основы для построения образа политика как «своего» (положительный аспект) и «чужого» (как правило, негативный аспект). Как вариант данной оппозиции некоторые исследователи выдвигают противопоставление «мы – они» [Попова, Стернин 2000; Ерилова 2003; Sandikcioglu 2003; Hülse 2000]. В рамках изучения данной проблематики рассматривается понятие «другого» «как персонально-субъектной артикуляции феномена, обозначенного в классической традиции как “свое – иное”» [Смоляк 2004: 46]; «чужой» – это инаковый, другой, инобытийный.

История оппозиции «свой – чужой» определяется как «оппозиция архетипических смыслов, которые, возникнув на заре сознательной деятельности

человека, не утратили своей актуальности до настоящего времени» [Баженова, Мальцева 2009: 29]. Простота данного противопоставления приводит к его продуктивности в медиадискурсе, что, в свою очередь, связано с высоким прагматическим потенциалом дихотомии, ее «удобством и простотой в плане манипулирования сознанием» [Баженова, Лапчева 2003: 17]. Выражение оппозиции языковыми средствами многообразно и включает метафорику, гиперболы, аллюзии, цитатность, прецедентность, разложение фразеологических единиц, эвфемизацию и дисфемизацию, оценочную и разговорную лексику, сочетание разных стилистических средств [Алиева 2010].

Смысловая модель оппозиции «свой – чужой» воссоздается учеными в связи с представлением некоторого «сферического пространства», включающего совокупность центральных и периферийных компонентов, причем «дуалистический характер анализируемой группировки предопределяет выделение двух основных структурных компонентов – сферы “свое” и сферы “чужое”, базирующихся вокруг фигуры говорящего. Ядром семантической общности категории является субъект речи – Я, оценивающий мир относительно себя. Разнообразные явления, входящие в личную сферу субъекта речи, формируют сферу “свое”. То, что выходит за пределы личной сферы говорящего, образует пространство сферы “чужое”» [Кишина 2009: 49].

Во многом дискуссионным остается вопрос о статусе оппозиции «свой – чужой»: является ли она семантической или лингвокультурологической категорией. Описание ее семантики с позиций традиционной лингвистики представлено в работах Е.П. Захаровой, А.Б. Пеньковского, Р.Н. Порядиной и др. [Захарова 1998; Пеньковский 1989; Порядина 2002]. А.Б. Пеньковский рассматривает «чуждость» как семантическую категорию и полагает, что ее принципиальное отличие от «свойственности» заключается в недискретном характере «чужого». В качестве основы пейоративного отчуждения автором обозначаются гиперболизация и генерализирующее обобщение. Сущность последнего заключается в том, что коммуникант, отрицательно оценивая тот или иной объект, доводит эту отрицательную оценку до предела, исключая объект из

своего культурного и / или аксиологического мира, и, соответственно начинает отчуждать его и называть элементом другой, враждебной ему культуры [Пеньковский 1989: 54-82]. Рассматривая категорию «свойственности», Р.Н. Порядина приходит к заключению о том, что к основным средствам выражения данной категории можно отнести лексические единицы, обозначающие наименование субъекта речи, ребенка, домашних животных, природных явлений [Порядина 2002: 78].

В настоящем исследовании, в силу его сравнительно-лингвокультурологической специфики, используется преимущественно лингвокультурологический подход к рассмотрению оппозиции «свой – чужой», поскольку задача сопоставительного исследования способов построения политических образов в медиадискурсе заключается в выявлении универсальных и частных тенденций категоризации мира в рамках национальной лингвокультуры, что связано с менталитетом, традициями, идеологией.

Сохраняя свое значение тысячелетиями, данная оппозиция является одной из культурных констант [Степанов 1997: 480]. Столкновения с чужой культурой и чужим языком становятся преимущественным объектом исследований в области изучения противопоставления «своего» и «чужого». По справедливому замечанию Ю.А. Сорокина и И.Ю. Марковкиной, чужая культура и язык кажутся поначалу странным и малопонятным явлением, что вызывает ощущение недоверия, настороженности к чужой культуре. С другой стороны, у реципиента может возникнуть любопытство, чувство интереса и приязнь к образам и способу существования чужой культуры [Сорокин, Марковкина 1988: 7].

В политической лингвистике оппозиция «свой – чужой» рассматривается как базовая, ключевая категория политического дискурса, способствующая осуществлению его основных функций: манипулятивной, ориентирующей и инструментальной (П. Бурдые, Р. Водак, О.С. Иссерс, М.Л. Макаров, Н.А. Санцевич, Ю.С. Степанов, А.А. Филинский, Т.В. Цивьян, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, К. Шмит и др.). Категория «свой – чужой», по точному замечанию Н.А. Красильниковой, «является не только важнейшим средством

концептуализации, категоризации и оценки действительности, но и эффективным способом воздействия на сознание адресата» [Красильникова 2005: 10].

Поскольку политическая коммуникация, как правило, представляет собой борьбу за «монополию легитимной номинации», манипуляция образами своего и чужого является ее неотъемлемой частью. Медиадискурс является посредником процесса завоевания политиком доверия адресата, привлечения избирателей в лагерь «своих», в том числе за счет отмежевания от «чужих», а также создания требуемой картины мира, исходя из трактовки данных координат.

Е.И. Шейгал разграничивает три основных типа знаков, основанных на оппозиции своего и чужого: знаки ориентации (идентификации агентов), интеграции (сплочения «своих») и агональности (агрессии) [Шейгал 2000: 122]. Базовая оппозиция задает векторы трех главных процессов: различения своих и чужих, сплочения своих и агрессии по отношению к другим. При этом противопоставление может реализовываться как открыто (при помощи социальных, идеологических, политических, этнических маркеров), так и имплицитно, через коннотации терминов, через модальность и тональность дискурса, его этикетность или антиэтикетность, выбор лексики, метафоры и пр.

Е.А. Баженова и С.А. Лапчева более подробно структурируют речевую реализацию данной оппозиции, выделяя следующие приемы:

1) идентификация (А есть В): атрибуция «своих» происходит на основе признания символов добра и зла, соответствующих аксиологии авторского дискурса;

2) атрибуция (А обладает свойствами В): указание на признаки, присущие объекту, позволяет идентифицировать его с одним из членов оппозиции «свой – чужой»; при этом данный прием обладает большим прагматическим потенциалом, поскольку вывод об идентификации объекта делает не автор медиатекста, а адресат, вывод имплицитован, и «добыча» знания собственными усилиями повышает его значимость для адресата;

3) стереотипизация (А имеет отношение к В, где В – концепт, опосредованно связанный с понятием добра / зла), актуализируются ассоциативные связи;

4) навешивание ярлыков по ассоциативным связям; в основе наименования находится частный признак объекта или звуковая форма слова (прием паронимической аттракции) [Баженова, Лапчева 2003: 18].

По справедливому замечанию Н.А. Красильниковой, удобство использования данной категории для манипуляции общественным сознанием в медиадискурсе обусловлено именно относительным и подвижным характером семантики оппозиции: «Гибкость, нефиксированный характер концептов *свои* и *чужие* создает условия для того, чтобы по своему усмотрению относить тех или иных людей к числу СВОИХ или ЧУЖИХ» [Красильникова 2005: 208]. Особое внимание в этом процессе размежевания «своих» и «чужих» уделяется тактике метафорической дискредитации «чужих», оппонентов; героизации «своих», сторонников, что ведет к поляризации своих и чужих в образах соответственно героев и преступников, друзей и врагов.

Понятие «чужого» конструируется в самых различных семантических направлениях: «чужой» как неместный, иностранный, размещенный за пределами родной культуры; как удивительный, особенный, контрастирующий с привычным; как неведомый, незнакомый и недоступный для познания и т. д. [Садохин 2005: 69]. В.Г. Лысенко предлагает следующие трактовки оппозиции «свой – чужой»: этологическая (биологически обоснованная настороженность к чужому); мифологическая («аномальность» чужого, «Тень» по Юнгу); моральная (модель «антиподов»); расовая («низкая» раса); возрастная (оценка состояния «чужого» как более детского, неразвитого, понятие «детского» состояния культуры); руссоистская модель «естественного состояния»; пассеистская модель (идеализация прошлого чужой культуры); универсалистская модель (чужое и свое как инварианты единого начала) [Лысенко 2010].

Среди важнейших векторов современного понимания и реализации данной оппозиции выявлена национальная идентичность, которая служит актуальным

материалом для появления стереотипов восприятия и антагонизма [Попова, Стернин 2000]. Однако в медиадискурсе оппозиция «свой – чужой» трактуется не только в контексте национальной идентификации. Так, например, в советском медиадискурсе национальность была одним из малозначительных факторов данной оппозиции; более значимы были противопоставления трудящиеся – эксплуататоры, коммунисты – сторонники «буржуазной идеологии»; Советский Союз и страны народной демократии (в союзе с «национально-освободительным движением») – агрессивные круги НАТО [Лассан 1995]. СМИ советского периода маркировала как «чужих» враждебно настроенные страны и идеологически противостоящих строю граждан. Н.А. Санцевич рассматривает реализацию оппозиции «свой – чужой» в немецком и русском дискурсе в противопоставлениях «Россия – Запад» (конкретизирующийся в оппозициях «опасный – неопасный», «здесь – там») и «народ – власть» (в частности, «бедный – богатый») [Санцевич 2003]. В концепции эволюционизма, в частности марксистского, «чужие» – это культуры, понимаемые автором текста как ранние стадии развития общей модели общества, а своя культура является точкой отсчета; это приводит к тенденции оценки иных культур как неразвитых, отсталых. На социальном уровне образ «чужого» связан с отчуждением от образов малоимущих, маргиналов.

При этом «чужой» может превращаться в образ врага: свои национальные или идеологические атрибуты оцениваются со знаком плюс, а все чужое, выходящее за круг привычного, становится топливом для «образа врага» [Чугров 1993: 12-13]. Как отмечает Л.З. Копелев, «образы чужого как представления о другом народе, укоренившиеся в сознании, подсознании и ставшие предубеждением, последовательно трансформируются и перерастают в образы врага, в предрассудки, от которых человечество страдает с самого начала своего существования» [Копелев 1993:12]. Подобную точку зрения можно встретить в работе М. Хогга и Д. Абрамса, которые интерпретируют трансформацию образа «чужого» в образ «врага» в милитаристском ключе: «члены мы-группы находятся

в отношении мира, порядка, закона друг к другу. Отношения ко всем не-членам, или они-группам – это отношения войны и трофеев» [Hogg, Abrams 1998: 17].

Образ «своих» и «чужих» значительно различается в зависимости от биполярной и многополярной политических схем мира [Руженцева 2013]. Е.В. Хлыщева ставит вопрос о нарастающей необходимости принятия «чужого» как «своего» в контексте современного состояния локализирующегося общества, при этом «можно говорить о начале формирования европейской социокультурной идентичности, которая базируется на идеях солидарности и ответственности» [Хлыщева 2010: 19], культурного плюрализма, связанного с идеей релятивизма. Исследователи признают, что оппозиция «свой – чужой» должна и может рассматриваться с учетом постепенного перехода от биологического состояния человечества к культурному (А.В. Шпилов, В.Г. Лысенко и др.). Само предложение видеть в «чужом» «другого», «инакового» является отражением тенденции к признанию независимости культурных традиций.

Несомненно, для британского медийного дискурса понятие «своего» опирается не только на национальный признак. Для политической культуры Великобритании характерны такие традиционные ценности, входящие в понятие «своего», как политическая стабильность, постепенность и эволюционность развития, образ островного (особого) пути, принцип легитимности (Н. Оуэн, Дж. Сникер, Л. Фадеева и др.). Вера британцев в то, что их страна – родоначальник европейской и американской демократии, связана с опорой на исторический опыт: принятие Великой хартии вольностей (1215), законодательного Акта «Habeas Corpus Act» (1679), Славная революция и Билль о правах (1688–1689). Доверие граждан к власти основано на установившихся традициях и законах, что в свою очередь порождает уважение к закону. «Своими» для англичан являются не только ценности демократии, но и представление о значительности роли простого человека (народа) в принятии политических решений, в духовном и политическом развитии страны.

Выявленные особенности изучаемого феномена свидетельствуют о том, что в современной политической лингвистике, дискурсивной лингвистике и

лингвокультурологии наличествует достаточный опыт анализа семантических и культурологических реализаций базовой оппозиции «свой – чужой», который позволяет выделить важные архетипические, концептуальные (глубинно-семантические) смыслы бинарного противопоставления. Эти феномены наряду с расовыми, национальными, социальными, идеологическими, лингвокультурными и языковыми характеристиками входят в объем понятийных противочленов оппозиции «свой – чужой» и играют важную роль в ходе дальнейшего исследования способов создания образа британского и зарубежного политика в современном британском медиадискурсе.

### **1.3. Невербальные средства создания образа политика**

При анализе особенностей и средств формирования образа политика в дискурсивной практике одним из фундаментальных становится вопрос о том, какую роль играет в этом процессе креолизованный текст.

Принятое разграничение предметов научного исследования ведет к тому, что лингвистические работы сосредоточиваются на вербальной составляющей медиасообщения, в то время как медиатекст необходимо исследовать в сумме его семиотических уровней. Взаимодействие этих уровней в пространстве медиатекста является одной из важных стратегий построения медиадискурса; сегодня «в центре внимания ученых оказались примеры синтеза языковой и визуальной знаковых систем» [Ворошилова 2013: 11].

Проводя комплексное изучение медиадискурса, исследователь выходит за границы чистой лингвистики, поскольку даже самый традиционный печатный медиатекст включает в себя не только вербальную, но и визуальную составляющую. Таким образом, являясь креолизованным текстом, он представляет собой «фактуру, состоящую из двух и более негомогенных частей, принадлежащих к другим знаковым системам, нежели естественный язык» [Сорокин, Тарасов 1990: 180-181].

Исследование данной проблематики не утрачивает свою актуальность, и за последние годы интерес к невербальным средствам коммуникации, «визуальной» информации значительно возрос, что отмечается в работах, посвященных лингвистике семиотически осложненного, составного, креолизованного текста [Анисимова 2003, Бернацкая 2000, Ворошилова 2013, Кириллов 2006, Лазарева 2003, Чудакова 2005 и др.].

Особенностью знаковой структуры медиадискурса является то, что он сам, в силу своей многоплановости, становится «знакообразующей базой», и потому семантика медиадискурса оказывается шире и глубже семантики составляющих его высказываний [Алефиренко 2009].

Семантическая структура медиатекста печатного или электронного вида может быть определена как сочетание вербальных знаков (заголовка, вводки, текста, подписи к иллюстрациям) и знаков невербального характера (фотографии, рисунка, карикатуры, коллажа и пр.). Это сочетание может быть рассмотрено как единое семиотическое пространство, служащее выражению единого послания аудитории.

Семантика графики выражается в шрифтовом и цветовом выделении, иллюстрациях, верстальном решении, выделении фона и обрамлениях. Все это дополняет вербальную составляющую, образуя синкретический язык газетно-журнальных (в том числе электронных) СМИ. Электронные СМИ отличаются не только добавлением аудиовизуальной составляющей (роднящей их с радио и телевидением); в Интернете текст насыщается семантически за счет возможности гиперссылок, то есть обретает новые измерения смысловой глубины.

Современные виды СМИ отличаются, прежде всего, семантическими возможностями собственного языка воздействия. Способ опосредования информации во многом предопределяет структуру и содержание этой информации. Следует отметить в качестве примера, что аудиотекст сильно отличается от записанного текста; текст, насыщенный гиперссылками, предлагает иной тип представления информации, чем видеоматериал, который также

является медиатекстом. Таким образом, знаковая система медиатекста совмещает в себе системы знаков ее компонентов.

Корпус знаков, составляющих семиотическую структуру медиадискурса, включает специализированные вербальные и невербальные знаки, а также неспециализированные знаки, имеющие содержательную специфику вследствие устойчивого употребления в языке СМИ. Невербальный знак с точки зрения семиотики значительно отличается от вербального, поскольку семиотика изображения характеризуется неопределенностью, размытостью; именно поэтому, как правило, зрительные образы на плакатах, в рекламе, комиксах, карикатурах обычно подкрепляются текстовой частью (лозунг, афоризм). В визуальных образах содержится сочетание денотативного и коннотативного значений (например, голубь как птица и голубь как символ мира), причем второе, ассоциативное значение предполагает понимание исходя из культурных конвенций воспринимающего.

Если вербальная информация воспринимается рационально, то невербальная, по признанию исследователей, воздействует на подсознательном уровне, на эмоции. При этом, как отмечает Г.Г. Почепцов, информация непосредственно текста усваивается на 7 %, а наличие визуального образа повышает восприятие до 55 % [Почепцов 2004]. Вместе с тем, визуальное сообщение воспринимается проще, чем текст и осмысливается как нечто целое, что повышает прагматический потенциал креолизованного текста: «визуальные средства, в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятие, теории), позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие (хотя сработать оно может значительно позднее), причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [Розин 2006: 26]. Важно отметить, что визуальная информация не требует обязательного предварительного знания языка сообщения, что делает ее универсальной.

Среди проверенных способов создания визуального имиджа политика, в частности, – рекомендации известного имиджмейкера Жана Сегела «одеваться только у известных кутюрье, всегда иметь хорошую физическую форму, выглядеть загорелым оптимистом»; ставить яркий свет, засвечивающий морщины [Почепцов 2001: 19].

Более того, современные масс-медиа, включая Интернет, являются проводниками экранной культуры, в которой письменно-печатный язык может дополняться не только графикой, но и устной речью, музыкой, анимацией и пр. Говоря о структуре современных СМИ, исследователи располагают их по убыванию значимости: 1) Интернет с интернет-журналистикой и социальные сети; 2) телевидение; 3) радио; 4) кино; 5) печатная пресса [Жаркова 2014].

Визуальная составляющая креолизованного текста, такого как медиатекст, также имеет прямое отношение к метафоре как когнитивной процедуре. Э.В. Будаев и А.П. Чудинов отмечают, что «многие концептуальные политические метафоры имеют давние традиции не только на вербальном уровне» [Будаев, Чудинов 2006: 132]. Б. Бергену, исследовавшему визуальные и текстовые метафоры на американском материале, удалось доказать, что оба вида метафор основываются на одних и тех же принципах переноса, метафорических моделях, следовательно, ментальная природа метафоры первична по отношению к ее языковому или визуальному воплощению [Bergen 2004]. А.Н. Баранов поддерживает мысль о том, что визуальный компонент политического медиатекста может рассматриваться как одна из форм существования политических метафор [Баранов 1991: 192]; при этом визуальные метафоры во многом коррелируют с вербально выраженными. Исследователи сходятся во мнении, что «метафоры невербального ряда, например, содержащиеся в политической карикатуре, отражают индивидуальную интерпретацию событий, но эта интерпретация несет на себе отпечаток национального коллективного сознания» [Будаев, Чудинов 2006: 133].

Большинство современных медиатекстов относятся к текстам с частичной креолизацией, то есть между вербальным и невербальным компонентами

складываются автосемантические отношения: текстовая часть относительно независима (доминирует), а изобразительная – факультативна (вспомогательна) [Анисимова 2003]. Однако существуют тексты с полной креолизацией, где вербальная часть не существует отдельно от визуальной (наблюдается явление взаимной синсемантии). Это, прежде всего, карикатуры.

В целом, необходимо отметить, что в практике исследования креолизованных текстов разработано несколько классификаций функций визуального компонента в тексте. Е.Е. Анисимова выделяет следующие главные типы отношений между текстовой и изобразительной частью креолизованного текста: отношения взаимодополнения (вербальный комментарий вторичен) и взаимозависимости (текст выполняет главную функцию) [Анисимова 2003]. С.Д. Зауэрбир предлагает выделять отношения параллельной корреляции, комплементарной корреляции, субститутивной корреляции (невербальная информация замещает вербальную) и интерпретативной корреляции (связь устанавливается ассоциативно) [Sauerbier 1978].

Вслед за ним М.Б. Ворошилова предлагает выделять отношения параллельной корреляции, перекрестной корреляции (семантика компонентов частично перекрывается), оппозитивной корреляции (противоречие с комическим эффектом), интерпретативной корреляции (ассоциативная связь компонентов) и поддерживающей корреляции (один компонент поддерживает другой) [Ворошилова 2013: 35-37].

Существуют и более развернутые классификации. В настоящей работе используется наиболее подробная классификация Е.А. Ереминой, которая выделяет следующие функции иллюстраций в медиатексте:

- визуальной поддержки основной идеи (базовая),
- визуальной поддержки одного из аспектов основной идеи,
- символизации,
- иллюстративная функция,
- расширения смыслового пространства медиатекста,
- дублирования (в основном относится к графикам, таблицам),

- структурирования текста медиасообщения (в основном относится к графикам, таблицам),
- снятия информационной перегруженности текста (в основном относится к графикам, таблицам);
- репрезентации образной составляющей медиатекста (в основном относится к рисункам) [Еремина 2007: 7-8].

Одним из самых распространенных визуальных видов политических медиатекстов с преобладанием знаков невербального характера является карикатура (в английском языке – как *caricature*, так и *cartoon*). Определяя карикатуру как «эмоционально насыщенную форму критики», Е.А. Артемова выделяет следующие функции: сатирическая, социальная, творческая, культурной памяти, эмотивная, иллюстративная [Артемова 2002: 89-97].

Имеет основания точка зрения, согласно которой общепринятое понимание политической карикатуры связано с сочетанием «гротескного изображения человека и аллюзии, что создает контекст, в который и помещается персонаж» [Артемова 2002: 76].

Но ведущим типом иллюстрации, сопровождающим политический медиатекст, является фотография, которая играет особую роль в презентации образа политика: «Получатели снимка выявляют значения, предусмотренные автором, интерпретируют их» [Семенова 2011: 89]. Именно фотографии в большинстве случаев представлены как визуальная составляющая исследованного массива медиатекстов. Это можно объяснить тем, что использование невербального компонента медиасообщения связано напрямую с его наиболее адекватной интерпретацией. Восприятие и понимание визуальной информации представляет собой сложный процесс, определяемый как когнитивная деятельность, результатом которой является установление смысла невербального компонента медиатекста. Все воспринимаемое должно подвергаться интерпретации, для чего оно должно быть включено в некоторую когнитивную схему – определенный набор представлений о мире. Фотография помогает адекватному прочтению медиасообщения. Смыслоразличительные элементы

фотоизображения основаны на узнавании важных политических деятелей; реальных ситуаций, которые обсуждаются мировой общественностью длительное время; событий, связанных с личной жизнью и профессиональной деятельностью политиков; проблемных ситуаций, свойственных определенной стране; государственной символики и т.д. Часто карикатуры не получают должной или адекватной интерпретации, что может быть связано, например, с узнаванием только лиц или других деталей и непониманием общего смысла карикатурного изображения, а также с многозначностью, которая лежит в основании любого комического текста. Адекватное понимание текста карикатуры имеет место, но при условии, что сюжет изображения связан с национальной политической жизнью, знанием своих реалий [Артемова 2002: 150-154].

Проблема понимания смысла текстов в значительной степени возрастает в процессе межкультурной коммуникации и обусловлена культурно-языковыми различиями. К межкультурным сбоям приводят несовпадения семиотических систем на разных уровнях языка и культуры. Значимыми для межкультурной коммуникации являются все виды знаков, употребляющиеся на вербальном и невербальном уровнях.

Таким образом, результат исследования показал, что отличительной чертой креолизованного текста является его способность создавать образ политика более чем в одной системе знаков. Невербальные, визуальные компоненты медиатекста не только дополняют текстовую часть сообщения, но и вступают с ним в многообразные взаимоотношения, обогащая его семантику. Именно благодаря встрече смыслов, возникающей при взаимодействии в креолизованном тексте визуального и вербального начал, рождается особая образность, усиливающая воздействие текста на адресата.

#### **1.4. Вербальные средства создания образа политика**

Одним из базовых средств создания образа политика в медиадискурсе становится оценочная (аксиологическая) лексика. Оценочность, как признают

исследователи прагматической стороны языка и речи, является одной из основных составляющих авторской позиции и точки зрения, в особенности это справедливо в отношении публицистических текстов. Важно отметить, что наличие в медиадискурсе концептуальной оппозиции «свой – чужой» и оценочность текста взаимосвязаны, так как их реализация зависит от позиции адресанта и его стремления оказать определенное воздействие на адресата.

Языковая оценочность стала предметом исследования в работах В.Н. Телия, Н.Д. Арутюновой, Н.В. Ильиной, В.Л. Темкиной, И.В. Фадеевой, М.С. Ретунской и др. В настоящей работе оценочность, вслед за В.П. Новиковым, понимается как «выраженное в семантике языкового знака ценностное отношение субъекта оценки к ее объекту по типу «“хорошо – плохо”» [Новиков 1992: 6]. Оценка как выражение одобрения или неодобрения играет в медиадискурсе особую структурообразующую роль.

Оценочный компонент речевого воздействия является катализатором прагматической функции языка современной британской прессы, а оценочная лексика, соответственно, представляет важнейшую прагматическую характеристику при создании образа политика в медийном дискурсе. А.А. Карамова выделяет в качестве предмета исследования такой лексический слой, как «оценочная общественно-политическая лексика» со специфической, исторически сложившейся концептосферой [Карамова 2001]; В. Штефан – экспрессивно-оценочную политическую лексику [Штефан 1984]. В современной лингвистике оценочность рассматривается уже не столько как выражение эмоционально-экспрессивного субъективного отношения говорящего, сколько как логико-семантическая категория. Оценка в составе семантической структуры термина носит рационально-логический характер. При этом рациональная оценка базируется на знании объективно присущих референту свойств [Ретунская 1998].

Исследуя оценочную лексику языка британских СМИ, В.П. Новиков выделяет эвалюативы (эксплицитно-оценочные лексемы) и оценочные имплицативы (оценочные смыслы репрезентируются в определенных контекстах) [Новиков 1992: 114]. Данное противопоставление также представлено в терминах

«ингерентный» (оценка закреплена в семантике слова) и «адгерентный» (оценочность возникает в речи окказионально в результате контекста или ситуации); это более распространенное противопоставление встречается в работах В. Штефана, М.С. Ретунской, О.Б. Бугаевой, И.Н. Пьянзиной и др.

В.П. Новиков производит сравнение оценочной лексики в «качественной» и массовой британской прессе, делая вывод о преимущественном употреблении имплицитных и косвенных способов для выражения оценки в «качественных» изданиях, отмечая и тенденцию ко «все более активному употреблению оценочной лексики сниженного стилистического регистра в текстах различных жанров газет «качественного» класса» [Новиков 1992: 115-116]. По справедливому замечанию И.Н. Пьянзиной, «апеллируя к интеллектуально-культурологическому тезаурусу читателя, его фоновым знаниям, неординарная имплицитная оценка способствует повышению престижа периодического издания. В тексте создаются адекватные условия для ее однозначного декодирования, что объясняется требованиями прогнозируемого и моделируемого прагматического эффекта сообщения» [Пьянзина 2000: 5]. Согласно данным исследования О.Б. Бугаевой, основанным на изучении языка *The Times* и *The Guardian*, в 64 % используется ингерентно-оценочная лексика, а в 36 % случаев – адгерентно-оценочная [Бугаева 2012: 154]. Так или иначе, непрямая оценка, присутствующая в текстах британских печатных СМИ наряду с эксплицитной оценкой, призвана скрыть наличие редакционной позиции и авторской установки.

Медиадискурс обладает достаточно богатой оценочной природой и стремится воздействовать на читателя всей совокупностью оценочных средств. В основе оценочной структуры медиатекста находится аксиологическая шкала, главным свойством которой является двунаправленность (полярность). Исследователи выделяют на шкале оценок положительные и отрицательные зоны, а также находящуюся между ними зону нейтральной (амбивалентной) оценки. Таким образом, в медиатексте в силу его прагматической направленности широко используется весь спектр оценок: от превосходной до сниженной.

Для выделения оценочности в лексических единицах применяются оппозитивный метод и компонентный анализ, опирающийся на словарные дефиниции, а также словообразовательный анализ, таксономический анализ, сочетаемостный критерий. Так, типичное языковое выражение превосходства политика над другими выражается с помощью использования прилагательных в превосходной степени (гиперболизация качеств), а также лексики из поля *независимость, интеллект, энергичность, смелость, честность, ответственность, компетентность, удачливость, уникальность* [Филатова 2009]. Оценочное значение может передаваться специальными классами слов, среди которых можно выделить, например, группы ключевых лексем медиатекстов, посвященных политикам и их деятельности. Но следует принимать во внимание тот факт, что ключевые слова могут не содержать в себе определенной оценочной семантики, следовательно, в подобных случаях будут относиться к типу амбивалентной лексики.

Одним из распространенных способов передачи оценки в британской медиадискурсивной практике является использование стилистически сниженной лексики: сленга, просторечия, диалектизмов, вульгаризмов, например, «The German chancellor, Angela Merkel, has described as “totally unacceptable” remarks by a senior US official who said “*fuck* the EU” while speaking about the crisis in Ukraine» [Pikington 2014]. Присутствие сниженных языковых элементов в медиатекстах возможно при условии умеренного и целесообразного использования данных лексем, когда они способны значительно расширить выражение оценки, при этом не превышать степень допустимости их употребления.

Авторская оценочная номинация, основанная на образном переносе, служит также мощным сигналом в силу своей необычности и нетривиальности. Создание образа, кодирующего целый комплекс ощущений, вызывающего в сознании ассоциативные логические и эмоциональные связи, является одним из средств усиленного воздействия на адресата [Пьянзина 2000: 11]. Оценочный компонент метафор, к которым прибегают авторы информационно-аналитических

материалов, содержится в словосочетаниях типа *melody of freedom, political climate, frosty and steel politician, shooting war of election, ruthless power player*.

По мнению Т.Г. Добросклонской, представляя собой универсальный стилистический прием, основанный на употреблении слова в непрямом значении, метафора позволяет углубить содержание медиа-текста с помощью ярких оценочных, часто культуроспецифичных образов [Добросклонская 2010: 138].

Частота использования и окраска оценочной лексики в характеристике политиков являются важными показателями при анализе способов создания политических образов в медиадискурсе. Кроме оценочности и метафоризации в этом процессе, в особенности при сопоставительном исследовании образов мужчины-политика и женщины-политика, активно задействована гендерная спецификация.

Несмотря на кажущуюся неприменимость гендерных терминов в политике, «гендерные стереотипы постоянно вовлекаются в маркировку политиков, социальных и политических институтов» [Рябова 2008: 1]. По оценке Дж. Скотт, гендер – первичное средство означивания отношений власти [Скотт 2001: 422]. Так, в современной России, по замечанию исследователей, в качестве важнейших тенденций выступают «наделение образа страны маскулинными коннотациями, демаскулинизация Чужих, создание привлекательных моделей национальной маскулинности» [Рябова, Рябов 2011: 68-69].

Д. Кэмерон в этой связи подчеркивает, что «женский язык» (*women's language*) – это символическая категория, а «язык, используемый женщинами» (*the language used by women*) – эмпирическая [Cameron 1998]. Аналогично можно говорить о символических и эмпирических категориях мужественности и женственности, а также о том, как они – и связанные с ними допущения и послышки – артикулируют друг друга, например, как гендерные стереотипы, идеалы и образцы опосредуют дискурсивное продуцирование гендерной идентичности [Гриценко 2011: 184].

Гендерные стереотипы понимаются как устойчивые схематичные и эмоционально окрашенные представления о персональных характеристиках

мужчин и женщин: о личностных качествах, поведенческих и эмоциональных характеристиках, приписываемых мужчинам и женщинам [Рябова 2008: 1].

Исследуя гендерные стереотипы, Е.С. Гриценко приходит к следующему заключению: «Соответствие гендерным нормам и ожиданиям – важный аспект языкового конструирования имиджа политического лидера» [Гриценко 2011: 170]. Гендерные предпочтения строятся на стереотипах, говоря о которых в обыденной логике (и языковом сознании), отмечается следующее: «Мнение “многие X являются Y” (например, “большинство политиков – мужчины”) может быть и верным, однако если оно используется в суждении об индивидуальном члене группы (например, “женщина X не является / не может / не должна быть политиком”), имеет место стереотип» [Гриценко 2011: 45]. При этом причиной важнейшего когнитивного диссонанса становится тот факт, что женщины-политики занимаются делом, традиционно понимаемым как мужское занятие.

Все богатство гендерной стереотипизации медийного дискурса отражено в его метафорическом срезе. Важно отметить, что «понятия для метафорического описания политической деятельности привлекались из традиционных мужских занятий, таких как война и спорт» [Будаев, Чудинов 2006: 142]. «Мужские» метафоры агрессии и конфронтации в политическом дискурсе воспроизводят в общественном сознании представление о политике как о «мужском деле, в котором не остается места для женщин-политиков» [Будаев, Чудинов 2006: 142]. К такому выводу приходят как отечественные, так и зарубежные исследователи.

Примером гендерной оценки в медиадискурсе США является характеристика, данная благожелательной прессой Бараку Обаме (*the latest model of modern masculinity*); уничижительный по коннотации ярлык его супруги Мишель (*angry black woman*); сексистское прозвище *diva* для Сары Пейлин (победительницы конкурсов красоты), кандидата в вице-президенты от республиканской партии [Гриценко 2011: 175].

При исследовании мирового медийного дискурса лингвисты приходят к выводу о доминировании образа сильного лидера и метонимического переноса «сильный лидер – сильное государство» [Филатова 2009: 110]. Стереотипные

представления о «настоящем мужчине» и «настоящем лидере» (успешном политике) зачастую совпадают. В связи с этим, женщине, которая вступает на территорию политики, необходимо выбирать между тем, на какой образ ей ориентироваться: «настоящего лидера» или «настоящей женщины», поскольку эти образы противопоставлены в картине мира адресата медийного дискурса.

Как отмечает Д. Таннен, когда мужчина производит впечатление убедительного, логичного, прямого, властного и влиятельного человека, он тем самым повышает и свою ценность как мужчина. Если же такое впечатление производит женщина, она рискует понизить свою ценность как женщина [Таннен 2005: 440]. Имеет свои основания точка зрения о том, что «когда женщины принимают мужской стиль поведения, чтобы соперничать в борьбе за власть, они изображаются в СМИ как более агрессивные, чем мужчины, потому что их политическая активность вступает в противоречие с глубоко укорененными представлениями о присущем женщине поведении» [Будаев, Чудинов 2006: 143]. По заключению зарубежных ученых, занимавшихся этим вопросом, женщины-политики описываются либо как слишком агрессивные, либо как недостаточно женственные [Gidengil, Everitt 2003; Wei 2001].

Гендерная иерархизация социальных и политических явлений связана с имплицитным, архаичным, укорененным в ментальности и языке отождествлением мужского начала с властью, а женского – с подчинением. В исследованиях по данному вопросу отмечается, что в медийном дискурсе стран Запада доминирует тактика метафорической маскулинизации «чужого», направленная на активизацию императива противодействия аморальному врагу» [Будаев, Чудинов 2006: 140], в то время как в дискурсе Востока актуализируется метафорическая феминизация «чужого» как фактор его ослабления. Маскулинность и власть соотносятся в таких атрибутах, как сила и разум, воля и активность, контроль и справедливость; атрибуты традиционно женского поведения или приписываемые женщине (инертность, эмоциональность, пристрастность, эмпатия, нерешительность) связаны с представлением о подчинении.

В иерархии традиционного общества, отражающейся в привычках языкового сознания, маскулинность и ее атрибуты стоят выше женственности. Именно поэтому власть постулирует себя маскулинно и воспринимается избирателем как «право мужчин». Андроцентризм в оценке полов имеет глубокие корни в общественном сознании и имеет прямое отношение к самой структуре властных отношений и социальной организации как таковой. Как только объект политического дискурса (политик, государство, партия, действие) получает характеристику при помощи гендерных маркеров, он снабжается всем набором ценностных атрибуций, связанных с гендерной стереотипизацией.

Не только собственно политическая деятельность, но и интерес к ней маркирован в медиадискурсе как маскулинное явление: «освещение политических событий в СМИ строится в соответствии с мужской картиной мира» [Будаев, Чудинов 2006: 142]. Политические факты и события являются областью мужских интересов: так, в американском медиадискурсе статьи, знакомящие читателей с кандидатами в конгрессмены, присутствуют только в мужских журналах, что позволяет рассматривать политику и относящиеся к ней события как гендерно маркированные темы [Гриценко 2011: 111].

К политикам, вне зависимости от пола, применяются фреймы «мужского» метафорического нарратива, которые, однако, по-разному концептуализируют политиков-женщин и политиков-мужчин, по-разному оцениваются применительно к ним.

Конструирование мужественности в американских предвыборных практиках представляет собой комплекс разнообразных приемов. К числу наиболее заметных можно отнести идентифицирующие и оценочные номинации (в том числе политические ярлыки), ключевые эпитеты, маскулинную символику предикатов, гендерно значимые аллюзии и антитезы [Гриценко 2011: 178]. Серьезная роль в создании маскулинного образа политика принадлежит метафоре войны, в целом, агональным метафорам.

Таким образом, позиционирование и создание образа женщины-политика является по сей день непростой задачей. Продуцируя мужскую модель поведения,

женщина-политик получает упреки в отходе от женского начала; придерживаясь женской модели поведения, она, по сути, отказывается от возможности проявлять себя в политическом мире с его иерархией, властью силы, агональным началом.

В любой момент женщина-политик рискует получить оценку со стороны гендерно-стереотипного восприятия; так, «для создания негативного имиджа женщины-политика также часто применяется лексика с гендерно маркированным оценочным компонентом» [Шустова 2013: 222]. Гендерная асимметрия, заключающаяся в численном превосходстве политических лидеров-мужчин, привела к появлению в англоязычном медийном дискурсе категории «политические жены» (political wives), которая тоже является проявлением гендерно-оценочного отношения [Гриценко 2011: 183].

Большую работу в этом направлении провели британские имиджмейкеры, которые одними из первых переняли опыт американских. По справедливому замечанию Г.Г. Почепцова, «Великобритания <...> обладает наилучшим опытом политического символизма, пройдя длительный путь с помощью такого лидера, каким была Маргарет Тэтчер» [Почепцов 2001: 180].

Создание образа женщины-политика, переступающего гендерные стереотипы, достигалось с помощью выработки визуального стиля и продуманных дискурсивных стратегий; выполнение этих целей привело к тому, что бывший премьер-министр Великобритании Маргарет Тэтчер, занимая маскулинную позицию лидера, оправдала ожидания электората в отношении своего гендера, даже когда вела войну на Фольклендах и проводила жесткие экономические реформы. Так, «с помощью профессиональных инструкторов Тэтчер понизила тон и темп речи <...>, прежде ее высокий голос стереотипно ассоциировался с чрезмерной эмоциональностью. Избавившись от “визгливости”, она стала звучать “по-государственному”, а ее слегка хрипловатый тембр воспринимается многими как сексуальный» [Fairclough 1989: 183].

К атрибутам того, что Н. Фэркло называет «изящной зрелой женственностью среднего класса» (middleclass smart adult femininity), были отнесены продуманная прическа, элегантные костюмы, украшения (броши,

ожерелья) и неизменная дамская сумочка премьер-министра. Исследуя тексты ее интервью, Н. Фэркло демонстрирует, как особенности дискурса – особенности инклюзивного и эксклюзивного использования местоимений, выражения модальности (have got вместо must, I wonder if perhaps I can answer вместо may be I can answer), очередность высказываний в диалоге, «вежливый, но твердый» тон и пр. – способствуют созданию «субъектной позиции женщины-политического лидера в социальном контексте, характеризующемся институционализированным сексизмом» [Fairclough: 178].

Таким образом, в медиадискурсе, несмотря на сложности гендерного позиционирования женщины-политика, возможно создание образа политика, который отвечает и агональной сути политики как социального действия, и иерархизации политического мира, и гендерным ожиданиям граждан.

### **1.5. Метафора как средство создания образа политического деятеля**

Важнейшей и активно исследуемой стороной медиадискурса является его метафорика. Современная теория метафоры, в том числе в политическом дискурсе, развивается в трудах Н.Д. Арутюновой, А.Н. Баранова, Г.С. Баранова, М. Блэка, Э.В. Будаева, С.С. Гусева, М. Джонсона, Д. Дэвидсона, Л. Дж. Козна, Н.Ф. Крюковой, Дж. Лакоффа, С. Левина, А. Ортони, П. Рикера, Дж. Серля, Н.И. Сукаленко, В.Н. Телии, А.П. Чудинова, А.Д. Шмелева и многих других. Метафоры, отражающие когнитивные процессы концептуализации мира, являются мощным средством создания образа политика в медиадискурсе.

Среди множества теорий метафоры наиболее значимой в контексте настоящего исследования является когнитивно-дискурсивная теория концептуальной метафоры, развивающаяся в контексте когнитивной лингвистики. Ценность когнитивного подхода к феномену метафоризации связана с выходом исследования за пределы собственно языкового значения.

Метафорическое моделирование в современной когнитивистике понимается как основная ментальная операция над концептуальными структурами (доменами,

фреймами, гештальтами, ментальными пространствами), как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира, отражающие национальное, социальное и личностное самосознание. «Человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет» [Чудинов 2001: 8].

Два важнейших концептуальных домена, на которых при метафоризации происходит процесс взаимодействия между структурами знания (фреймами и сценариями) – сфера-источник, исходная понятийная область (source domain) и сфера-мишень, новая понятийная область (target domain) [Lakoff 1980]. Опыт взаимодействия человека с окружающим миром (первоначально – физический опыт, организующий категоризацию действительности в виде простых когнитивных структур) приводит к тому, что элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень. Это и составляет сущность когнитивного потенциала метафоры.

В исследованиях базовых ментальных структур, лежащих в основе категоризации политического мира, метафорические модели рассматриваются как средство выявления структур репрезентации действительности, которые не всегда выражены эксплицитно [Андерсон 2007; Белов 2008; Белт 2007; Боринская 2011; Будаев 2006; Ерилова 2003]. Объединение семантики образов из сферы-мишени и сферы-источника приводит к формированию нового уровня смысла.

В исследованиях по политической метафорологии [Боринская 2011; Будаев 2006, 2011; Никонова 2004; Соловьева 2011; Чудакова 2005; Чудинов 2001; Чудинов 2003, 2013; Шехтман 2006; Frankowska 1994] накоплен большой материал, позволяющий с достаточной степенью точности говорить о полноте классификации сфер-источников метафорической экспансии. Она включает следующие компоненты (в терминологии уральской школы политической метафорологии):

– антропоморфная метафора (политические реалии как подобия объектов и процессов в человеческом теле);

- природоморфная метафора (живая и неживая природа: формы рельефа, почва, недра, климат, стихийные бедствия, метеоусловия);
- социоморфная метафора (политика как театр, спорт, криминал, война, игра, образование, профессия);
- артефактная метафора (механизм, постройка, компьютер, инструмент, оружие, транспорт, аппаратура, техника, коммунальное хозяйство, кухня, одежда).

Указанные сферы в том числе определяют богатство метафорических концептуализаций образов политиков в медиадискурсе.

Сферы-мишени метафорической экспансии также являются актуальным предметом изучения и анализа; в частности, в настоящей работе исследуется сфера-мишень «субъекты политической деятельности», представленная фигурами Ангелы Меркель и Дэвида Кэмерона; по необходимости в сферу исследования будет вовлекаться и наиболее популярная в европейском политическом дискурсе [Будаев, Чудинов 2006: 128] сфера-мишень «Европа (Евросоюз)», сфера «Политика», сфера «Международные отношения».

Структура метафорической модели отображается в теории метафорического моделирования в понятиях фреймов и слотов. Фрейм понимается как концептуальная структура для декларативного или процедурного представления знаний о типизированной ситуации или типичных свойствах объекта; слот – компонент фрейма, детализирующий свойства и элементы типизированной ситуации [Сергеев 1987; Чудинов 2001]. При этом для точного описания метафорической модели «в равной степени важен состав фреймов как в сфере-источнике, так и в сфере-магните», а система фреймов «предстает как своего рода когнитивный динамический сценарий, отражающий представления о типичной последовательности развертывания модели» [Чудинов 2003: 71], например: заболевание – симптомы – диагноз – лечение – выздоровление (смерть). При характеристике слота в метафорологии употребляют термин *концепт*, а совокупность концептов национального сознания образуют концептосферу.

Характеризуя иконичность кодировки информации в медиадискурсе, исследователи выделяют понятие медиафрейма как «основной когнитивной структуры» медиадискурса, проявляющейся на лексическом, синтаксическом и графическом уровнях [Вильчикова 2013: 6]. На лексическом уровне, по мнению Е.В. Вильчиковой, медиафрейм формируется метафорическими структурами, на синтаксическом – проявляется в последовательности, близости и объеме освещения объектов; графический медиафрейм соотносится с невербальными средствами выражения медиадискурса.

Метафора в когнитивной лингвистике, понимаемая как способ организации когнитивных структур и высвечивания имплицитных смыслов, включает в себя не только собственно метафору, но и другие текстовые средства не прямой номинации (символ, сравнение, олицетворение, гипербола, оксюморон и др.), объединяемые понятием *метафоризации* как когнитивной процедуры. Возможность отнесения этих явлений к общему понятию метафоры детерминирована тем, что тропеические, лексические и синтаксические средства пробуждения рефлексии затрагивают общие закономерности процессов понимания и смыслоконструирования [Крюкова 1988, 1999, 2000].

Исследователи выделяют самые различные функции метафоры в тексте, при этом могут быть выделены преимущественные функции метафор в различных видах текстов: эстетическая и активационная (активизация восприятия адресата) в поэтическом тексте, познавательная в научном дискурсе [Кобозева 2001: 134-135]. Говоря о функциях метафоры в политическом дискурсе, И.М. Кобозева вслед за А.Н. Барановым выделяет познавательную и аргументативную [Кобозева 2001: 134]; А.В. Степаненко отмечает важность прагматической, когнитивной, эмоциональной, репрезентативной функций, а также функций хранения и передачи национального самосознания, традиций культуры и истории народа [Степаненко 2002: 24]. А.П. Чудинов относит к основным функциям политической метафоры когнитивную, коммуникативную, прагматическую и эстетическую [Чудинов 2003: 59-66].

Поскольку одним из ведущих признаков медийного дискурса является манипулятивность, метафора также может исследоваться как средство манипуляции общественным сознанием. Некоторые исследователи отмечают «ритуальный», схематичный характер метафоры, что помогает использованию ее в манипулятивном дискурсе: «Метафоры более удобны для манипулятора по сравнению с прочими языковыми средствами, поскольку они являются готовыми штампами мышления <...> Соблазн облегчить процесс восприятия заставляет человека вместо изучения и осмысления прибегать к ассоциациям и аналогиям: определять эти вещи соответствующей метафорой, которая отсылает его к иным, уже изученным явлениям» [Малюкова 2010: 176]. Таким образом, здесь метафора понимается как алогичный, антианалитический способ концептуализации мира, противостоящий аналитическому осмыслению ситуации.

Исследование метафоры в медийном дискурсе дает материал для существенных заключений лингвокультурологического характера: «Анализ своеобразия употребления средств метафоризации для построения каждого из смыслов медийного дискурса способствует выявлению национально-культурных «идеальных» представлений о человеке и обществе, определяемых спецификой метафоризации» [Ерилова 2003: 14].

Политический медиадискурс становится материалом для абсолютного большинства отечественных исследований по политической метафоре; в европейских исследованиях доля медийного и институционального политического дискурса как материала исследований политической метафоры примерно равны [Будаев, Чудинов 2006: 92-95].

Исследователи национальных политических медиадискурсов уже накопили достаточный опыт и достаточную базу для определенных статистических выводов. Так, по материалам исследований политической метафоры, в европейском политическом дискурсе лидируют метафоры со сферой-источником «Война» (28,6 %), «Дорога, движение» (28 %), затем со снижающейся частотностью – «Дом, строительство», «Человек, организм»; «Спорт, игра» и пр. [Будаев, Чудинов 2006: 121]. По данным Ю.А. Соловьевой, основанных на

англоязычном политологическом дискурсе, политики «левого» направления предпочитают метафоры строения или механизма, правого – метафоры живой природы [Соловьева 2011: 6]. Установлены определенные закономерности, позволяющие утверждать, что для описания капиталистических, империалистических взглядов используются метафорические концепты, основанные на представлениях о человеке, живой природе, т.е. наблюдается связь с природными явлениями, на которые сложно повлиять. Для описания либеральных идей применяются метафорические концепты, связанные с представлениями о мире вещей, механизмов, которые подчиняются первой группе и которые управляют деятельностью людей, не стоящих у власти.

Приведенный обзор свидетельствует об актуальности и мощном потенциале метафоры как средства построения образа политика в современном медиадискурсе.

## ВЫВОДЫ

1. Политический образ, формируемый в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, связан с эмоциональной окрашенностью политического лидера. В зависимости от направленности медиаисточника, интенции адресанта сообщения и средств конструирования, образ может создаваться в коммуникативном пространстве как в позитивном, так и негативном ключе. Понятие медиадискурса, в рамках которого создается образ политика, охватывает и сообщение, и канал его передачи, и все экстралингвистические факторы, включая пространственно-временные показатели, национально-культурную, идеологическую, партийную принадлежность политического деятеля. Медиадискурс активно взаимодействуя с другими дискурсами и социумом, создает обширное информационное поле, состоящее из медиатекстов.

2. Оппозиция «свой – чужой», являющаяся одной из базовых в медийном дискурсе, задает простейшие семантические и культурологические основы для построения образа как «своего», так и «чужого» политика. Расовые, национальные, социальные, идеологические, лингвокультурные, языковые и другие характеристики входят в объем данной оппозиции. Она определяет направления главных процессов: различения своих и чужих, сплочения своих и агрессии по отношению к другим, при этом универсальность данной оппозиции позволяет по своему усмотрению относить тех или иных политиков к лагерю «своих» и «чужих». Противопоставление может реализовываться как открыто, так и имплицитно, через выбор и комбинацию лексики, метафоры и т.д. Одни и те же средства способны вывести политического героя из круга «своих» в число «чужих» и наоборот. Предложение видеть в «чужом» не врага, а «другого», «инакового» является отражением тенденции к признанию независимости культурных традиций.

3. Медиатекст включает в себя не только вербальную, но и визуальную составляющую, то есть является креолизованным текстом. Сочетание вербальных и невербальных знаков рассматривается как неделимое информационное

пространство, служащее выражению единого послания аудитории. Визуальный компонент, в частности фотография и карикатура, значительно повышает прагматический потенциал медиатекста. Ведущими функциями иллюстраций в медиасообщении являются визуальная поддержка основной идеи (базовая) или одного из ее аспектов, символизация, иллюстративная функция, расширение смыслового пространства медиатекста.

4. Одним из самых эффективных языковых средств создания образа политика в медиадискурсе является оценочная лексика, как ингерентная, так и адгерентная. Частота использования и окраска оценочной лексики являются важными показателями при анализе способов формирования политического образа в англоязычном медиадискурсе. В основе оценочной структуры медиатекста находится биполярная аксиологическая шкала. Оценочное значение может передаваться специальными классами слов, среди которых можно выделить ключевые лексемы. Образ политиков во многом формируют гендерные стереотипы. К ним, вне зависимости от пола, применяются фреймы «мужского» метафорического нарратива, которые по-разному концептуализируют политиков-женщин и политиков-мужчин. Создание образа маскулинности и фемининности может быть достигнуто с помощью выработки специальных дискурсивных средств и способов, среди которых отмечается метафоризация, оценочность.

5. Метафора является мощным средством создания образа политика в медиадискурсе, помогая выстраивать его на уровне ассоциаций. Метафора, понимаемая как способ организации когнитивных структур и высвечивания имплицитных смыслов, позволяет углубить содержание сообщения с помощью ярких, зачастую культуроспецифичных образов, делая язык информационно-аналитического текста более экспрессивным. В медиадискурсе функционирует особая система взаимосвязанных метафорических концептов, посредством которых репрезентируются политические образы.

## ГЛАВА II. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ СМИ (ДЭВИД КЭМЕРОН)

### 2.1. Построение образа британского политика в медиадискурсе Великобритании и реализация оппозиции «свой – чужой»

Дэвид Уильям Дональд Кэмерон – самый молодой премьер-министр Британии за период почти в два века, который привел консерваторов в британское правительство после тринадцатилетнего периода верховенства лейбористской партии. Дэвид Кэмерон отличается аристократическим происхождением, окончил Итонский колледж и Оксфордский университет, что является ожидаемым уровнем происхождения и образования для человека, занимающего такой высокий пост в британском обществе.

Премьер-министр в Британии – настолько значимая фигура, что исследователи находят возможным изучить лингвокультурный типаж (специфическая разновидность концепта) «британский премьер-министр», который имеет определенный набор черт и характеристик и является знаковым понятием английской лингвокультуры [Васильева 2010]. По заключению исследователя, отношение к фактическому главе государства в Британии может меняться, но «неизменно является эмоционально маркированным» [Васильева: 4-5], оно отражается и в осмыслении образа конкретного британского политика.

Реализация оппозиции «свой – чужой» в отношении Дэвида Кэмерона связана, в первую очередь, с построением образа «своего» с помощью ключевых национально-культурных, социальных и языковых характеристик.

Судя по исследованным текстам, для британских СМИ весьма немаловажно происхождение политика. Исследователь лингвокультурного типажа британского премьер-министра Л.А. Васильева указывает, что политический лидер имеет в сознании британцев определенный «идеальный образ»: «Британский премьер-министр – это мужчина среднего возраста, с типичной прической и одеждой»

[Васильева 2010: 9], также закончивший частную школу и классический университет. «По национальности глава правительства Великобритании – британец, преимущественно англичанин <...> для премьер-министра характерно аристократическое происхождение» [Васильева 2010: 10]. Дэвид Кэмерон отвечает этим требованиям. Вероятно, с этим фактом связано то, что в исследованных материалах фактически не обсуждается его биография, исключая одно упоминание, суть которого сводится к тому, что, несмотря на образование и происхождение, его нельзя назвать баловнем судьбы.

Рассмотрим некоторые оценки деятельности Дэвида Кэмерона в британских СМИ, используя еще не упомянутые материалы.

В качестве одного из главных достоинств образа Дэвида Кэмерона пресса с самого начала отмечала его «привлекательность», личные качества и умение нравиться. Перед выборами, когда Кэмерон должен был сменить Гордона Брауна, газеты оценивали его фигуру как «привлекательную, но, к сожалению, неясную» – «Cameron remains appealing but frustratingly vague» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010]. В том же материале содержится и более сниженная оценка его личных качеств: «Suddenly Cameron looked like the indecisive “ditherer” he used to accuse Brown of being» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010].

В качестве положительных сторон премьер-министра как человека в медиа утверждается его преданность семье, милосердие, глубокое понимание социальных проблем (это связывают, в том числе, с болезнью и смертью первенца в семье Дэвида Кэмерона). Так, в статье *The Guardian* описана дружба семьи Кэмерона с известной актрисой Хеленой Бонэм-Картер и цитируются слова актрисы о премьер-министре и его жене: «David Cameron is incredibly witty, incredibly bright and incredibly genuine <...> they are people to be taken seriously» [Pulver 2014]. В этой характеристике содержится превосходная оценка интеллектуальных способностей премьер-министра и его близких, интенсифицированная лексическим повтором («incredibly»).

С Дэвидом Кэмероном связаны многие социальные ожидания, в том числе касающиеся здравоохранения («David Cameron is expected to pledge a new drive by the UK to discover drugs and treatment for dementia» [Dementia research 2014] – подпись под фотографией премьер-министра в статье *The Guardian*). Жители Британии ожидают от него живого участия и конкретных действий в этой сфере, рассматривая ее как исключительную сферу ответственности своего премьер-министра.

Статья в *The Guardian* содержит спокойную позитивную оценку политики Дэвида Кэмерона в отношении исламских стран, направленной на стабилизацию режимов в Сомали, Нигерии, Мали и Ираке, отмечая, что Кэмерон действует более сдержанно по сравнению с предыдущим премьером Тони Блэром, который призывал к военной интервенции стран («The right answer is to be *long term, hard-headed, patient and intelligent* with the interventions that we make, and the most important intervention of all is to make sure that these governments are fully representative of the people who live in their countries <...> this would be done with *a very clear eye and a very hard head*») [Mason 2014]. Подобная позиция главы правительства Великобритании связана не только с действиями страны на внешнеполитической арене, но и с внутренней политикой. Кэмерон вынужден занимать взвешенную позицию в отношении тех стран, откуда в Британию направлены интенсивные потоки мигрантов, т.е. его деятельность вовне можно рассматривать как политику не в отношении «чужих», а в отношении государств и людей, которые тесно связаны с Британией (потенциально «своих»).

Вместе с тем критика деятельности Дэвида Кэмерона может быть связана с нечеткостью его политических целей и непоследовательной экономической политикой. Так, он заявляет, что Британия должна пересмотреть свое членство в ЕС, однако, по мнению *The Economist*, Кэмерон не имеет точного представления о том, что именно нужно пересматривать: «To hold that line he needs to know (or credibly *claim to know*) two things: what to renegotiate for domestic political purposes and what he can realistically renegotiate for diplomatic and economic ones. Like everyone else, he has a *clear sense of neither*» [David Cameron and Europe 2013].

Сложность политических и экономических задач, стоящих перед британским премьер-министром и их комплексный характер ведут к необходимости балансировать между внутренними и внешними интересами, между «своими» и «чужими».

По мнению СМИ, премьер-министр находится в крайне невыгодной позиции из-за ситуации с Евросоюзом; у него нет сил воздействовать в должной мере как на внешнюю, так и внутреннюю политику: «The prime minister cuts a *weakened, diminished, lonelier figure* this weekend – a prime minister of the Conservative and Unionist party who risks overseeing the break-up of the United Kingdom and Britain's departure from the European Union» [A Bad Day for Britain, Mr Cameron 2014]. Критикуются в СМИ и двойные стандарты в отношении России, в которой заинтересована Великобритания: «accusing the prime minister of being soft on Russian interests in the UK for fear of hitting the City's lucrative trade with Russia» [Buckley 2014]. Трудность решаемых Кэмероном политических задач в отношении России обусловлена экономической конъюнктурой, он должен учитывать и продвигать внутренние торгово-промышленные интересы Британии («своих») в условиях интеграции с политическими интересами Евросоюза (ситуативно «чужих»). Кэмерон вынужден балансировать между интересами различных групп внутри своей страны – политических, экономических, социальных.

В 2013 году *The Economist* публикует статью, всесторонне критикующую неясную политику Кэмерона-«иллюзиониста» («illusionist»): поскольку большинство британской публики не особенно заботится о политике Евросоюза и еще меньше понимает в ней («The wider British public cares little and understands less» [David Cameron's EU strategy 2013]), правительство использует это в своих интересах, освещая в прессе собственные действия и решения в благоприятном ключе. Так, выход Британии в 2011 году из европейского денежного союза был преподнесен в английской прессе как большой успех (заголовок: «UP EURS: Bulldog PM sticks up for Britain»); однако, на деле таковым не являлся. Также неточны обещания Дэвида Кэмерона новых урегулирований политики страны с

помощью референдума, который будет проведен до 2018 года. Британский премьер должен проводить взвешенную политику и учитывать интересы «своих» и «чужих» не пересечении внутривнутриполитических и международных интересов. Однако внутри «своих» британцев он представляет узкие партийные интересы консерваторов. Лейбористы в этом случае оказываются представителями оппозиции – лагеря «чужих». В частности, консерваторы хотят отвергнуть сотню правил Евросоюза в области юстиции и внутренней политики, которые не имеют отношения к Великобритании (в то же время лейбористы предлагают отмену только 95 правил).

Кэмерона критикуют также за некоторые случайные высказывания: так, в 2015 году он назвал мигрантов из Кале «роем людей» («swarms of people»), что вызвало крайне негативные оценки прессы и других политиков: лейборист Хэрриэт Харман оценила высказывание Кэмерона как «“divisive” language», добавив, что «he should remember he is talking about people and not insects» [Westcott 2015]. Советник по делам беженцев добавил, что Кэмерону следует избегать «подстрекательских выражений» («avoid inflammatory language») [Westcott 2015]. В результате, структура образа британского политика оказывается многослойной: он воспринимается как «свой» коллегами по партии и сторонниками его политических взглядов, в качестве «чужого» он выступает для политических оппонентов. Вместе с тем, сторонники и оппоненты могут создавать единый лагерь «своих» для решения общенациональных задач.

Таким образом, на основании прямых и косвенных оценок деятельности премьер-министра в СМИ можно говорить о том, что пресса высоко оценивает личные качества Кэмерона и некоторую часть его политических решений, однако, несомненно, считает его цели неопределенными, а обещания во многом невыполнимыми. Относительно критическая оценка способностей и поступков Дэвида Кэмерона в прессе связана с тем, что в английском политическом дискурсе, в отличие от русского, выбор главы государства понимается не как *коронация*, а как подбор *менеджера* [Зеленяева 2013: 13], то есть обслуживающего государство персонала, а не его главы.

Общим основанием для оценки политиков в британском газетном дискурсе становится сравнение с политиками прошлого.

*The Financial Times*, сравнивая перестановки в правительстве, сделанные Тони Блэром и Кэмероном, приходит к выводу, что Дэвид Кэмерон начинает с более разумных позиций: «Tony Blair's reshuffles were notoriously messy and Mr Cameron has generally made a better job of implementing ministerial changes, but things can still easily go wrong» [Parker 2014]. В целом сравнение с Тони Блэром, как показывает анализ британских газет, по большому счету весьма некомплементарно. Так, *The Guardian* высмеивает будущий прием у премьер-министра, посвященный творческой интеллигенции Англии, на основании того, что такое прославление английского поп-искусства слишком сильно напоминает печально известное движение периода Тони Блэра под названием «Cool Britannia».

Сопоставление Кэмерона со своими политическими предшественниками почти всегда бывает не в пользу первого. Так, о Кэмероне пишет *The Guardian*: «He was rattled when the media pack taunted him with *unflattering comparisons with Margaret Thatcher*» [A Bad Day for Britain 2014]. Медиа известно, что образцом для подражания Дэвид Кэмерон считает Геральда Макмиллана: «he had learnt from his political hero Harold Macmillan» [Watt 2014], который еще до Тэтчер ввел в британскую политику жесткий стиль руководства. По сравнению с Тэтчер, премьер-министр ведет себя крайне новаторски, возможно, даже подрывая репутацию консервативной партии: «But the latest roster of Conservative MPs – more than half are newcomers to Westminster – are seen as suspicious of the *drift away from Thatcherite orthodoxy*» [Underhill 2010]. Образ Тэтчер выступает в качестве эталона «своего» политика. При этом сравнение Ангелы Меркель с Тэтчер – одна из постоянных черт ее образа в СМИ, которая в некоторых ситуациях позволяет обнаружить в образе Ангелы Меркель черты «своего» политика.

Одно из изданий приходит к прямому сопоставлению Ангелы Меркель и Дэвида Кэмерона: «Merkel is no great strategist, but a much cleverer tactician than the prime minister» [A bad day for Britain, Mr Cameron 2014]. Это интересное

заключение проливает свет на понимание образов Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель в британских СМИ.

Проанализированные особенности реализации оппозиции «свой – чужой» в отношении образа Дэвида Кэмерона свидетельствуют о наличии комплекса характеристик, приводящих к формированию образа «своего». Среди них ведущими являются национально-культурные (указание на происхождение, внешний вид, типичные черты поведения, соответствие стереотипу образа британского премьер-министра), социальные (отсылка к партийной принадлежности, идеологическим позициям, образованию и уровню интеллекта), языковые (упоминание неоднозначных высказываний премьер-министра, которые приводят к созданию дистанции в восприятии образа «своего» или таких высказываний, которые приводят к интимизации общения и делают образ ведущего политика ближе). Формирование образа зачастую осложняется использованием невербальных средств в медиатексте.

## **2.2. Визуальная и вербальная составляющие в создании образа Дэвида Кэмерона**

В создании образа политического деятеля особую роль играет включение невербальной информации в структуру медиасообщения. Конституируемый таким образом креолизованный текст обладает большим прагматическим потенциалом. В качестве визуальных компонентов медиатекстов, посвященных Дэвиду Кэмерону, используются фотографии и карикатуры, обладающие своей функциональной спецификой.

В проанализированных 39 медиатекстах, посвященных Дэвиду Кэмерону, визуальный ряд представлен 34 фотографиями (87,1%) и 5 карикатурами (12,9%). Каждый медиатекст имеет в своем составе только один визуальный компонент.

Наибольшую часть иллюстраций среди исследованных текстов составили фотографии, что отвечает общей тенденции, согласно которой в британской

прессе «фотографии доминируют над другими типами визуальных составляющих смыслового пространства медиатекста» [Еремина 2007: 13].

Ряд рассмотренных статей содержит фотографии, которые являются иллюстрациями сказанного, в частности, фотопортреты премьер-министра (рис. 1, 2, 4-9); однако рассмотрение деталей фотографии (задний фон, окружение, надписи, выражение лица, жесты) позволяет обнаруживать новые оттенки смысла, символики, вплоть до расширения смыслового пространства медиатекста.

Большая часть статей сопровождается фотографиями Кэмерона-оратора. Так, статья в *The Guardian* под названием «David Cameron Joins Calls for Promoting 'British Values' in Schools» («Дэвид Кэмерон присоединяется к призывам о введении “британских ценностей” в школах») сопровождается фотографией премьер-министра, активно говорящего перед микрофоном; на него светит яркое солнце, он в костюме традиционных темных тонов, в голубой рубашке и без галстука (рис. 1, см. Приложение<sup>2</sup>). Ситуация выступления политика без галстука традиционно рассматривается как сближение с электоратом. Такой способ создания «своего» традиционно используется в медиажанре «без галстука» (результат метонимического переноса) как средство достижения эффекта доступности и открытости. Подпись – «David Cameron wrote about the subject in a Sunday newspaper» («Дэвид Кэмерон написал по этой теме в воскресной газете»); таким образом, визуально объединяется образ премьера – выступающего на публику и пишущего. Фотография выполняет здесь главные функции визуальной поддержки основной идеи и иллюстрирующую функцию.

Статья в *The Guardian* под названием «David Cameron: Isis is Planning to Attack UK» сопровождается фотографией эмоционально говорящего в парламенте Дэвида Кэмерона, на которого напряженно и недоверчиво смотрит один из слушателей, выражение лица которого, несомненно, отражает скептическое и настороженное отношение части избирателей к военным инициативам (рис. 2). Подтверждение этому мы находим в комментарии журналиста: «Cameron set out his argument after the Labour leader, Ed Miliband, pressed him to explain the

---

<sup>2</sup> Здесь и далее ссылки на рисунки в Приложении

government's response to the turmoil during prime minister's questions». Здесь к базовым функциям иллюстрации добавляется символическая. Данный пример демонстрирует расхождение в идеологических взглядах премьер-министра с частью электората, оппозиции, что может рассматриваться как временное отнесение, причисление Дэвида Кэмерона к лагерю «чужих».

Статья в *The Independent* под заголовком «David Cameron's Choice for Britain's EU Commissioner Receives Lukewarm Response» («Выбор Дэвидом Кэмероном британского комиссара не получает должного одобрения в Евросоюзе») сопровождается фото Дэвида Кэмерона, застигнутого корреспондентами на улице Брюсселя; он идет в традиционном темном костюме, белой рубашке и в синем галстуке; перед ним выставлены микрофоны различных медиакомпаний. По лицу премьер-министра, сжавшего губы и опустившего глаза, очевидно, что он напряженно размышляет об ответе, но пока не готов его дать (рис. 3). Подпись под снимком связывает заголовок и фотографию: «Prime Minister David Cameron Arriving in Brussels». Таким образом, фото диалогически дополняет сообщение о «холодном приеме» кандидатуры, предложенной Дэвидом Кэмероном на место комиссара в Евросоюзе от Великобритании: «David Cameron went into a meeting of EU leaders facing criticism over his choice for Britain's European commissioner amid tough talks over who should fill senior posts in Brussels». Иллюстрация выполняет, наряду с базовыми, функцию визуальной поддержки одного из аспектов основной идеи медиатекста (сосредоточивает внимание читателя на образе премьер-министра и его видимого затруднения).

Статья в *The Independent* «Cameron Returns to Brussels Hoping for Better Luck» удачно сопровождается фотографией Дэвида Кэмерона, эмоционально выступающего на фоне надписи «Europe», которое актуализирует тематику европейских договоренностей (рис. 4). Пальцы премьер-министра вытянуты вперед в жесте, словно охватывающем некий шар; жестикуляция Дэвида Кэмерона оживляет снимок и в конstellляции с надписью «Europe» придает иллюстрации символическое звучание.

Статья в *The Financial Times* под заголовком «Cameron Begins Cabinet Reshuffle» сопровождается портретом премьер-министра, «выходящим» из тени, за которым следует другой мужчина, лицо которого полностью остается в тени (рис. 5). И у премьер-министра, и у его спутника лица озабоченные; эта фотография ассоциативно указывает на то, что перестановки в правительстве, которым посвящено содержание статьи, оказываются непростой задачей для политика, а также символизирует скрытые пока в тени намерения и будущие назначения. Пока неизвестно, насколько масштабными ожидаются правительственные перестановки, но из авторской оценки понятно, что они будут непростыми: «...this is a wholesale clear-out, and Cameron seems to be serious about significant increasing the proportion of women in his government». На фотографии Дэвид Кэмерон словно выводит за собой человека из тьмы, что, несомненно, придает фотографии наряду с иллюстративностью определенную символичность.

Статья в *The Financial Times* под названием «Cameron Faces Reproach and Scorn over Gove's Demotion» сопровождается портретом премьер-министра, выходящего из автомобиля: его лицо напряжено и обращено к встречающим, что невербально дополняет образ «встречи с упреком и презрением» (рис. 6). Дело в том, что при перестановках в правительстве Дэвид Кэмерон потребовал перемещения Майкла Гоува с поста министра образования на место главного организатора парламентской фракции партии («chief whip»), а популярного среди консерваторов Лайама Фокса – с поста министра обороны на менее важный пост в Министерстве иностранных дел. Эти и другие проекты понижения в должности вызвали критику политики Дэвида Кэмерона. Иллюстрация также несет, наряду с иллюстративным, символическое значение.

Статья в *The Telegraph* «School Strikes Must Be Stopped, Says David Cameron» проиллюстрирована портретом выступающего Дэвида Кэмерона, который смотрит в камеру и в чем-то убеждает зрителя, наставляюще подняв указательный палец (рис. 7). Подпись под рисунком не оставляет вопросов: «David Cameron has pledged to enforce stricter strike laws» [Paton 2014]. Здесь иллюстрация также не является визуальным дублированием идеи, но

поддерживает отдельные аспекты основной идеи (отношение Дэвида Кэмерона к забастовкам учителей и выступление с дидактических позиций). Использование подобных иллюстраций ведет к дистанцированию от некоторых групп читательской аудитории.

Символическая функция в некоторых иллюстрациях становится ведущей, выявляя заложенные в статье смыслы. Так, статья *The Guardian* «David Cameron: We'll Stop Britons Going Out to Join Islamists» проиллюстрирована фотографией, где Дэвид Кэмерон выходит из двери с номером 10, то есть из своей резиденции на 10 Downing Street (рис. 8). В подзаголовке статьи этот номер актуализируется, он становится синонимом самого премьер-министра: «*No 10 reveals 65 arrests linked to Syria and 14 passport seizures as prime minister warns of security threat to Britain*». «*No 10*» является метонимическим переносом и в совокупности с визуальным рядом символизирует властные полномочия Дэвида Кэмерона (резиденция → хозяин резиденции). Концепт «Downing Street 10» является ключевым для английской лингвокультуры и относится к традиционному ряду «своих» концептов-локализаторов: Buckingham Palace, Westminster Palace, Hyde Park. Создатели этих концептов – британцы – не должны, по мнению Кэмерона, примыкать к террористическим исламистским группировкам, которые осознаются британским большинством как «чужие». Однако, как легко заметить, визуально поддерживается только один аспект основной идеи статьи: личная воля Дэвида Кэмерона как главы государства.

Статья под заголовком «Britain's David Cameron Talks Economic Recovery at the White House» в *Newsweek* содержит портрет говорящего Дэвида Кэмерона на одном из его прямых эфиров (на фоне надписи «PM direct»). Премьер-министр вытянул руки в характерном жесте убеждения: руки на уровне пояса параллельно, пальцы напряжены и вытянуты вперед (рис. 9). Интересно отметить, что в иллюстрации заключается полемический смысл, поскольку она вступает в диалог с заголовком и с текстом сообщения: в статье подчеркивается тяжелое положение британской экономики и стремление Дэвида Кэмерона экономить («...nearly every area of British government expenditure will face serious cuts under Cameron's

budget»), в том числе, на личных расходах и критикуется устройство многочисленных дорогих сеансов прямой связи *PM direct*, эта ситуация стала причиной критики премьер-министра в СМИ. Таким образом, иллюстрация расширяет здесь смысловое пространство текста, является своего рода выходом в гипертекст британской политики и экономики.

Статья *The Guardian* под названием «A Bad Day for Britain, Mr Cameron» сопровождается фотографией, на которой премьер-министр, глядя мимо камеры, что-то убедительно говорит двум блондинкам: подпись под фотографией уточняет, что это президент Литвы Даля Грибаускайте и премьер-министр Дании Хелле Торнинг-Шмитт (рис. 10). Дэвид Кэмерон говорит, подняв руку в жесте убеждения, женщины внимательно слушают его с озабоченными лицами. Сочетание фотографии с заголовком и с подзаголовком («The prime minister's refusal to negotiate with his European partners has left him looking vulnerable and friendless») ярче выявляет коммуникативный посыл статьи: Британия под управлением Дэвида Кэмерона отказывается от полноценного взаимодействия с партнерами из Европы, что, несомненно, понижает ставки британского лидера. Фотография наряду с основными, выполняет символизирующую функцию. Дэвид Кэмерон занимает центральное место на фотографии (около 50% площади), крайние позиции, меньшие по объему, занимают его европейские коллеги. Причиной является ориентированность данного медиатекста на британскую аудиторию. Образ наставника является символом лидерского положения Британии на европейской политической арене: «It is a truism that Conservative prime ministers invariably come to grief over Europe, undermined, demoralised and ultimately destroyed by the long civil war inside the Tory party. It is also the case that Conservative prime ministers have achieved great things in and for Europe, and for Britain». Для читательской аудитории *The Guardian* это должно послужить знаком того, что британский лидер представляет и продвигает интересы «своего» государства, а «чужие» коллеги визуально находятся в подчиненном положении и вынуждены считаться с авторитетным мнением более тяжеловесного политика.

Значимая фотография сопровождает статью в *The Financial Times* под названием «David Cameron Opposes Donald Tusk for Senior EU Job»: на ней Дэвид Кэмерон приветствует шлепком по вытянутой руке Жана-Клода Юнкера, выдвижению которого на пост председателя Европейской комиссии британский премьер-министр ранее противодействовал. Фотография мало связана с заголовком, но сама по себе настолько интересна и значима, что привлекает внимание (рис. 11). Подпись под ней также не связана напрямую с заголовком: «High five: David Cameron meets Jean-Claude Juncker in Brussels on Thursday»; таким образом, фотография связана с темой статьи лишь частично, а заголовок задает только одну из тем, поднимаемых в сообщении. В статье предлагается развернутое пояснение, раскрывающее значение фотографии: «Mr Juncker greeted Mr Cameron at a Brussels hotel with a “high five” – a gesture of reconciliation after the UK prime minister tried unsuccessfully to block his appointment to the post. <...> Aides of Mr Juncker have said he has forgiven Mr Cameron for opposing his nomination to commission president, but they added the Luxembourger would not forget the aggressive nature of the attacks» [Parker 2014]. Таким образом, жест приветствия на фото является репрезентантом примирения двух направлений европейской политики, знаком важного консенсуса «своих» и «чужих». Здесь заметно расширение смыслового пространства текста за счет интертекстуального, многоуровневого фото.

В статье *The Independent* под названием «Who Are You Trying to Kid, Mr Cameron?» иллюстрирующая фотография вступает в смысловой диалог с названием и подзаголовком («Little that the Prime Minister says about the reshuffle bears scrutiny»). На фотографии изображены Дэвид Кэмерон и Майкл Гоув, известный не только дружбой с премьер-министром, но и тем, что он стал одной из наиболее значимых «жертв» перестановок в правительстве (рис. 12). В статье содержится пояснение того, почему и как Дэвид Кэмерон «дурачит» («kid») своих коллег и избирателей. В то время как он утверждает, что главный организатор парламентской фракции партии консерваторов – это одна из главных должностей в правительстве, автор статьи пишет: «Of course the Chief Whip has nothing at all to

do with governing. So it cannot be one of the most important jobs in Government. It is a purely party post based in the House of Commons <...> Mr Gove's salary will drop from £134,565 to £98,740 a year. He will no longer be a full member of the Cabinet» [Smith 2014]. Таким образом, премьер-министр сознательно вводит аудиторию в заблуждение относительно сути кадровых перестановок. Он, по всей видимости, не вполне откровенен также в отношении оценки самой фигуры Гоува: в то время как Дэвид Кэмерон называет его «one of my big-hitters, one of my real stars, one of my great political brains», автор статьи язвительно замечает: «Mr Gove, a brilliant, committed, passionate crusader for good education, albeit sometimes wrong-headed and infuriating, has been driven out» [Smith 2014]. Зная, что Гоув – личный друг Дэвида Кэмерона, британский читатель видит символическое значение фотографии: на вопрос, заданный в заголовке, при взгляде на фотографию напрашивается ответ: Кэмерон хочет одурачить ближайшего друга и соратника. Политическая конъюнктура требует иногда смены приоритетов в отношении «своих» и «чужих». Здесь видится пример вынужденного отказа от продвижения интересов «своих» ради ситуативного, обусловленного конкретной политической ситуацией, временного союза с «чужими».

Сравнительно редко в СМИ используются фотографии, которые могут быть названы семейными: на них Дэвид Кэмерон появляется со своей женой или детьми. В 2010 году, перед вступлением его в должность, *The Newsweek* сопроводила материал фотографией будущего премьер-министра, идущего с женой, Самантой Шеффилд, с улыбкой на лице, под прицелом фотоаппаратов (рис. 13). Оба супруга радостны, за ними идут другие люди. Подпись под фотографией указывала на обретение лидером партии тори земли обетованной «после 13 лет пребывания в пустыне» («After 13 years in the wilderness, David Cameron will move into 10 Downing Street») [Underhill 2010], то есть длительного отсутствия влияния; визуально Кэмерон и его жена действительно выглядят как лидеры народной массы, ведущие ее за собой. Несмотря на личную эмоционально-позитивную окраску, фотография символизирует место Дэвида Кэмерона как лидера, «нового Моисея» партии тори. Фотография дополняет образ

лидера, добившегося долгожданного успеха, личными чертами, делая его «своим» для большинства читательской аудитории популярного британского еженедельника.

Сравнительно редки в качестве иллюстраций фотографии, которые могут быть рассмотрены как «случайные» кадры со стороны, как фото папарацци. К таким относится фото 2011 года, опубликованное в статье *The Guardian*, посвященной теме дружбы семьи Кэмеронов с известной актрисой Хеленой Бонем-Картер (рис. 14). На фото изображены на прогулке несколько человек, в том числе сама Бонем-Картер, Тим Бертон, Майкл Гоув и Дэвид Кэмерон с женой. Премьер-министр несет на животе в специальном рюкзаке одного из своих маленьких детей. Статья служит развернутым комментарием к фотографии. В ней рассказано, в частности, об истории дружбы семей и об истории фото: «The Howards End star's friendship with the Camerons dates back to the period when the future prime minister worked as director of corporate affairs at Carlton Communications in the mid-1990s. Her relationship with the Camerons became an object of sustained media curiosity after the emergence of a photograph taken on 1 January 2011, taken as she and her partner, film director Tim Burton, accompanied the Camerons and education secretary Michael Gove on a country walk» [Pulver 2014]. В статье также приведены высказывания актрисы о Дэвиде Кэмероне и его семье: «Both he and his wife have an amazing sense of humour and sense of proportion, and they are people to be taken seriously». Таким образом, можно сказать, что в данном случае не столько фотография является иллюстрацией текста, сколько текст «вырастает» из фотографии, становится журналистским исследованием на ее тему; не фотография «дублирует» текст и поддерживает его идею, а напротив, текст направлен на раскрытие семейных и дружеских отношений, продемонстрированных на фотографии-импульсе.

Другая фотография семейной тематики, явно постановочная, сопровождает язвительную статью в *The Guardian*, в которой автор обсуждает будущий прием в резиденции премьер-министра, под заголовком «How Should David Cameron Spice Up His 'Cool Britannia' Party?». Дэвид Кэмерон и жена на фотографии сидят за

низким столиком, лицом друг к другу, за чашкой кофе (так что каждый из них сидит в профиль относительно фотографа) (рис. 15). Теплая семейная фотография сопровождается едкой подписью, обращающей ситуацию в обсуждение будущего банкета: «"Who shall we sit next to Boris?": "Dave" and "Sam Cam" plan for their 30 June reception» [Hogan 2014]. Подзаголовок статьи поясняет, в чем состоит определенная двусмысленность планируемого приема: «The PM is hosting a reception celebrating 'Britain's creative industries'. But how to avoid comparisons with Tony Blair's infamous 'Cool Britannia' bash» [Hogan 2014]. Предложенная иллюстрация демонстрирует в насмешливом ключе ситуацию расширения «своего» семейного круга до размеров целой партии.

Среди медиатекстов о Дэвиде Кэмероне с ведущей визуальной составляющей следует выделить карикатуры. Основной прагматической функцией карикатуры является «осмеивающая» функция (Л.В. Орлецкая), которая заключается в способности создавать сатирический эффект посредством разоблачения и осмеяния значимых для представителей определенной культуры общественно-политических явлений. Социальная направленность текстов политических карикатур призвана формировать и регулировать общественно-политическое сознание и может служить средством развенчивания тщательно создаваемых имиджей и масок, образуя при этом другие. Карикатура, как визуальный компонент медиатекста, служит не только транслятором некоторого сообщения, но и генератором новых идей, то есть выполняет творческую функцию. Креативный процесс создания комического креолизованного текста следует рассматривать как один из способов выражения активности, воспринимающего действительность субъекта, он демонстрирует внутренний механизм его осуществления, который обладает универсальным характером и основан на общей схеме когнитивных процессов [Вартанян 1994: 41-42].

Карикатура в *The Guardian* опубликована 15 июля 2014 года под названием «Steve Bell on David Cameron's Cabinet Reshuffle» (рис. 16). На ней изображен красноголовый Кэмерон в смокинге с винтовкой в руках, который целится в группу мужчин в костюмах. Один мужчина лежит на полу, другой стоит на

колених с поднятыми руками, сзади еще несколько силуэтов. Недалеко от группы «политических заложников» сидят на корточках веселые женщины. В лицах героев карикатуры просматривается сходство с персонажами, подвергшимися перестановке в правительстве: новый министр образования Ника Морган и новый министр по делам окружающей среды Лиз Трасс (женщины), а также отставленные Оуэн Патерсон, Майкл Гоув. Еще одно узнаваемое лицо – бывшего министра иностранных дел Уильяма Хейга – изображено в виде шарика, который улетает вверх; так символически отражена самая громкая отставка нынешней реформы правительства. Кэмерон целится в голову Гоува; премьер-министру приписана реплика: «Remember – this is not a demotion», что продуцирует иронический смысл карикатуры (перевод Гоува с поста министра воспринимается многими как понижение в должности). Таким образом, авторы креолизованного текста осмысливают группу перестановок в кабинете министров как ситуацию политического терроризма с захватом заложников и жертвами. В анализируемом медиасообщении наблюдается явление функциональной конвергенции, т.е. способности иллюстрации выполнять комплексную функцию: репрезентация образной составляющей медиатекста в совокупности с расширением его смыслового пространства. Карикатура как вид комического креолизованного текста почти всегда задает специфический вектор рассмотрения фактологической информации, порождая новые смыслы.

Карикатура Криса Ридделла «Look Who's Pointing the Finger» опубликована в *The Guardian* (серия «The Observer comment cartoon»). На ней Кэмерон, с язвительным выражением лица, иронически склонившись, показывает пальцем на лидера лейбористов Эда Милибанда (кроме портретного сходства, на него указывает подпись под названием – «Chris Riddell on Conservative attempts to discredit the Labour leader»). Указывая пальцем, Кэмерон говорит Милибанду: «You're weird», – это отсылка к критике стиля главы лейбористов со стороны газет; прическа Эда Милибанда была названа «странной» (рис. 17).

Однако на карикатуре много деталей, которые указывают, что позиция Дэвида Кэмерона не выглядит более выигрышной, чем у его политического

соперника. На шее премьер-министра, пригибая его к земле, висит мельничный жернов с надписью «Referendum on Europe». Это указывает на обещание Дэвида Кэмерона устроить референдум по поводу того, должна ли Великобритания оставаться частью Евросоюза. Под мышкой у премьер-министра зажата плетка-девятихвостка с надписью *Austerity* – «аскетизм», «строгая экономия»: вероятно, имеется в виду, что Кэмерон стремится внушить обществу мысль о необходимости экономии, вместо того чтобы всеми силами улучшать социально-экономическое положение Британии.

Кроме того, в плечо премьер-министра впилося фантастическое существо, напоминающее горгулью или демона, с надписью *UKIP* (United Kingdom Independence Party). Эта партия является главным инициатором выхода Британии из ЕС, придерживается консервативных взглядов: инициирует ужесточение иммиграционной политики, создание рабочих мест только для британцев и привлекает протестный электорат. На выборах в Европарламент от Великобритании в 2014 году она сенсационно победила, получив поддержку более чем четырех миллионов избирателей. Конечно, такую мощную политическую силу Кэмерон не может не учитывать; в то же время проведение референдума ставит под вопрос добрые отношения Великобритании с остальной Европой, поскольку создает прецедент для отстаивания различными странами собственных условий вхождения в ЕС.

Задняя часть костюма Дэвида Кэмерона горит; на факеле, торчащем в нижнем правом углу карикатуры, написано *SHN*. Эта аббревиатура, вероятнее всего, расшифровывается как *Stop Hunger Now*: это название международной некоммерческой организации, которая занимается проблемами голода во всем мире. Сегодня в Великобритании уже наступил продовольственный кризис: цены на еду слишком велики для многих англичан.

Таким образом, «странность», в которой критики обвинили Миллбанда (уничижительный характер образа на карикатуре), гораздо в большей степени относится к Дэвиду Кэмерону. Премьер-министр действительно находится в непростом положении, поскольку вынужденный решать сложные вопросы

экономики, социального обеспечения и политики. В данном креолизованном тексте реализуется комплексная функция иллюстрации: карикатура визуально поддерживает основную идею, содержащуюся в сообщении, принимает участие в его смысловой трансформации, репрезентирует образную составляющую (через набор атрибутов мистических состояний) и выполняет символизирующую функцию. Обращает на себя внимание также специфика взаимодействия заголовка и иллюстрации, где первый компонент креолизованного текста выполняет дейктическую функцию по отношению ко второму.

В карикатуре Криса Ридделла «"Coleridge" Cameron's Ship is Becalmed» («Корабль Кэмерона по-кольриджевски заштило»), опубликованной в *The Observer* (серия «The Observer comment cartoon») 29 июня 2014 года, содержится аллюзия на известное стихотворение английского поэта Кольриджа «Rime of the Ancient Mariner» (рис. 18). Карикатура озаглавлена «Rime of the Ancient P.R. Man», то есть «Сказание старого пиарщика».

На карикатуре изображена ситуация, когда Мореход (в его роли – Кэмерон) находится на борту брошенного корабля с подвешенным на шее убитым им альбатросом, а за его спиной – устрашающий образ Смерти. У альбатроса на груди надпись *Coulson*, это указывает на Энди Коулсона, главного редактора таблоида *News of the World* и помощника Дэвида Кэмерона по связям с прессой. Коулсон был осужден за незаконное прослушивание мобильных телефонов знаменитостей и политиков на полтора года тюремного заключения.

Смерть в виде скелета пирата имеет на голове треуголку с надписью *Wonga* (жаргонное название денег). «Wonga» – название ведущего оператора на рынке микрокредитования, который был неоднократно осужден за недобросовестную рекламу и письма к заемщикам о несуществующих непогашенных задолженностях. После скандалов, связанных с «Wonga», от сотрудничества с ней отказалась англиканская церковь. Однако к «Wonga» имеет отношение ряд лиц, так или иначе связанных и с премьер-министром: Адриан Бикрофт, спонсор партии тори, а также бывший советник Кэмерона по международным делам Джонатан Лафф. Таким образом, правление Дэвида Кэмерона может быть во

многим связано с компанией со скандальной репутацией. Особенно значим этот факт в период, когда Великобритания переживает период самого длительного спада уровня жизни со времен королевы Виктории, в то время как компания «Wonga», наживающаяся на кредитах, отпраздновала в 2013 году 36-процентный рост прибыли. Корабль, на котором плывет мореход-Кэмерон со своим страшным спутником, имеет название *The Coalition*, указывая на первое коалиционное правительство под управлением премьер-министра со времен Черчилля. Очевидно, автор карикатуры весьма пессимистично оценивает перспективы брошенного корабля. В руке у Кэмерона – истлевающий остаток газеты с надписью «European Policy».

В уста Кэмерона вложена прямая цитата из стихотворения Кольриджа:

*Day after day, day after day,  
We stuck, nor breath nor motion;  
As idle as a painted ship  
Upon a painted ocean.*

За днями дни, за днями дни  
Мы ждём, корабль наш спит,  
Как в нарисованной воде,  
Рисованный стоит.

(пер. Н. Гумилева)

Карикатурист указывает на точный момент в стихотворении: корабль попал в мертвый штиль как наказание судьбы за убийство альбатроса. Таким образом, карикатура, отсылая к одному из самых мрачных произведений английской литературы, весьма пессимистично оценивает роль Дэвида Кэмерона и его правительства в английской истории и политике. Для анализируемого медиасообщения будет характерна реализация нескольких функций, среди которых базовой является функция расширения смыслового пространства медиатекста за счет интертекстуальных включений в смысловое пространство креолизованного текста.

Можно сделать вывод, что текст медиасообщения и иллюстрация к нему формируют единое смысловое пространство, выполняют единую прагматическую задачу. В исследованных медиатекстах различные формы прагматического воздействия на получателя информации ведут к единой цели: созданию образа премьер-министра, структурированию информации о нем, фокусировке на наиболее существенных с точки зрения читателя чертах его личности и событиях, в которых он участвует.

Анализ фактического материала показал, что большинство представленных иллюстративных компонентов креолизованного текста – фотографии. К основным функциям проанализированных фотоматериалов относятся визуальная поддержка основной идеи медиатекста или одного из ее аспектов, расширение смыслового пространства медиасообщения, символизация. Практически не зарегистрированы случаи, когда визуальный компонент выполняет дублирующую, структурирующую или элиминирующую функции. В проанализированном корпусе наблюдается прямая взаимосвязь между аксиологической направленностью визуального компонента и формированием образа британского политика в оппозиции «свой – чужой».

56% фотоматериалов участвуют в создании мелиоративной тональности медиатекста, репрезентируя Дэвида Кэмерона в позитивном ключе. 30% представленных иллюстративных материалов указывают на то, что образ премьер-министра Великобритании осмысливается критически. Значительно реже (24%), в ситуациях, когда иллюстрации расширяют смысловое пространство медиатекста, аксиологическая направленность носит амбивалентный характер. При этом вербальный контекст содержит однозначное указание на аксиологическую заданность медиатекста.

Особое место в ряду визуальных средств занимает карикатура. Все проанализированные примеры свидетельствуют о полифункциональном характере визуального компонента по отношению к тексту. Аксиологическая направленность карикатур лишена амбивалентности и носит четко выраженную негативную ориентацию. Анализируемый комический креолизованный текст

отличается отчуждением образа не только оппонентов, но и «своего» политического деятеля.

### **2.3. Лексические характеристики, метафорика и гендерные стереотипы в создании образа премьер-министра Великобритании**

Образ Дэвида Кэмерона является одним из знаковых в современном британском дискурсе. Его образ в СМИ структурируется концептуальными метафорами, которые рассматриваются в современной лингвистике как основной способ познания мира; таким образом, употребляемые в СМИ метафоры не только выражают отношение журналистов к образу или действиям премьер-министра, но и обладают потенциалом структурировать отношение читателей. Необходимо отметить, что метафоризация в рамках аналитических материалов британских качественных медиаресурсов несколько ниже по сравнению с агитационно-политической речью (политическим красноречием), однако оценочный потенциал метафорики отличается взвешенным подходом, а сами метафоры – точностью употребления.

Анализ ключевых слов медиадискурса, посвященного созданию образа политика, помогает визуально и количественно определить лексические направления и тенденции создания образа (в сравнении с ключевыми словами медиадискурса об Ангеле Меркель). Также в случае Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель немаловажно сопоставление роли гендерных стереотипов в создании образа политического деятеля.

Важнейшей задачей финальной части главы является семантический и стилистический анализ ключевых лексем и метафорических моделей, задействованных в создании образа британского политика в современном британском медиадискурсе, установление лексико-семантических групп, наиболее продуктивных в представлении образа Дэвида Кэмерона.

Одним из важных инструментов анализа способов создания образа политического деятеля в медиадискурсе в настоящей работе стал частотный

анализ лексики. Он был выполнен с помощью компьютерной программы Wordle ([www.wordle.net](http://www.wordle.net)) по следующей методологии. Используемые в исследовании тексты британских СМИ в полном текстовом объеме были введены в специальную форму на сайте [www.wordle.net](http://www.wordle.net). Вся лексика текстов была проанализирована в программе, была определена ее частотность. На последнем этапе работы программа обобщила частотность лексики визуально, в виде лексической схемы, где наиболее частотная лексика представлена наибольшим размером шрифта. Размер шрифта уменьшается по мере убывания частотности лексемы; слова, не вошедшие в финальную визуальную схему, обладают сравнительно малой частотностью в корпусе исследуемых медиатекстов. Лексика статей была упорядочена по принципу «облака» ключевых слов (Схема 3).

Слова, отраженные в «облаке» лексики наибольшим размером, являются наиболее часто употребительными в исследованных текстах; чем больше размер слова, тем чаще оно встречается. Полученная картина позволяет с достаточной полнотой представить лексические доминанты анализируемых медиатекстов.



проблематики для современной Британии. Этой же причиной обусловлена частотность употребления лексической единицы *Juncker (Juncker's)*. Фамилия политического противника Дэвида Кэмерона – Жана-Клода Юнкера, главы Еврокомиссии, является одним из ключевых слов первой величины. В описании Дэвида Кэмерона встречаются и другие личные имена, но не на первых местах в частотной иерархии (*Gove, Kennedy, Tusk, Mogherini*). Выделенные на основе компьютерного анализа имена представляют субъектов внутренней и внешней политики Британии.

Употребление личных имен в описании образа Дэвида Кэмерона призвано представить его положение как участника современной политической жизни, политической борьбы. Британский медиадискурс включает Дэвида Кэмерона в политико-информационное пространство не только своей нации, но и всей современной Европы.

Среди топонимов, исключая вышеуказанные (относящиеся к Европе и Великобритании в целом), в медиадискурсе, связанном с построением образа британского премьер-министра, высокой частотностью отличаются лексемы *Scotland / Scottish*, обозначая важную проблему современной британской политики, а также *Brussels* (штаб-квартира Евросоюза), *Europe*. Здесь также можно отметить, что в построении образа Дэвида Кэмерона топонимическая сфера ключевой лексики медиадискурса не ограничивается британским контекстом, но также ориентирована на внешнюю политику.

Рассмотрим характеристики других слов из «облака» ключевой лексики. Здесь можно выделить группу политической лексики, а также приобретающей политическое значение в данном контексте. Прежде всего, это названия должностей, званий и органов: *Lord, Council, secretary, ministerial, president, spokesman, appointment, Commons, Commission, government, state*. Значительная группа лексики относится к партиям и политической борьбе: *party / parties, member / members, programme, Conservative, Labour, Tory, campaign, team, opposition, electoral, election, voters, candidates*. К этой группе примыкают лексемы, относящиеся собственно к понятию политики: *political, policy*, к

политической деятельности: *reshuffle, speech, reform*; к экономическим процессам: *economic, trade, investment*, а также к проблемным зонам социальной политики: *education*. Исторические аллюзии сравнительно нечасты, но также попали в число ключевых слов (*Carta Magna*). Можно заключить, что образ Дэвида Кэмерона создается в сложной системе взаимоотношений внутри страны, в области внутренней политики.

Оценочное значение может создаваться специальными классами слов (преимущественно знаменательными частями речи). Отметим, что ряд ключевых слов, взятых из «облака» лексики медиатекстов, посвященных Дэвиду Кэмерону, может содержать в себе различную оценочную семантику. К словам с положительной оценочной коннотацией (мелиоративам) можно отнести: *leader, respect, important, team, quality, first, top, right*, а также лексемы с контекстуально обусловленной положительной коннотацией *UK, British, Prime, Minister*, так как они передают национальную принадлежность и занимаемую высокую должность Дэвида Кэмерона, что говорит об общности происхождения политика и читательской аудитории. Полярные позиции занимают лексические единицы с негативной коннотацией (*difficult, reshuffle*). Следует отметить, что в «облаке» ключевых слов медиатекстов, посвященных Дэвиду Кэмерону, отсутствуют слова с ярко выраженной отрицательной семантикой. Отрицательный ассоциативный фон можно увидеть в фамилии политического противника Дэвида Кэмерона – Жана-Клода Юнкера, контексты употребления позволят раскрыть отрицательную оценочную семантику этого контекстуального пейоратива. Подавляющее большинство ключевых слов будут носить амбивалентный характер, что связано со стремлением дать объективную оценку деятельности британского премьер-министра.

Оценка национальной принадлежности Дэвида Кэмерона и интерпретация ключевых слов *UK, British* в положительном ключе и *EU, European* в отрицательном, будут семантически поддерживать бинарную оппозицию «свой – чужой». При этом часто встречаются лексемы с семой объединения: *including, team, union, join, together, added*.

Среди ключевых лексем-прилагательных многие отличаются положительной оценочной коннотацией (*first, top, High, important*). Важное место занимают среди прилагательных понятия из области безопасности / публичности (*secure, private, public, others*). Также в разряд ключевых входят слова, характеризующие количество (*much*), временно-порядковое (*former*) и топологическое размещение объектов (*foreign, around, forward*). В этой группе лексем наблюдается нивелирование эксплицитной оценочности и стремление к точности указания, в частности, на пространственно-временные характеристики образа.

Ключевые слова-существительные включают разнообразную лексику по тематике политического дискурса (*comments, article, case, example, events / event, process, country / countries, people, detail, values, job, quality, face*). Важно отметить, для создания медиадискурса о Дэвиде Кэмероне СМИ практически не используют в качестве ключевых слов базовые метафоры политического дискурса, ограничиваясь более четкими и предметными существительными, имеющими отношение к реальной политике.

Ключевые лексем-глаголы отличаются достаточно высокой частотностью. Эта группа включает глаголы восприятия (*see*), дискурсивные глаголы (*replied*), глаголы со значением модальности (*wanted*), собственно глаголы действия и глаголы изменения состояния (*rules, made, get, cut, become / became*). Сравнительно небольшую группу составляют глаголы с семантикой восприятия или способов действия. Авторы медиатекстов отдают предпочтение динамическим глаголам, которые обозначают действия, события и процессы, связанные с теми или иными изменениями.

Важно отметить, что среди ключевых слов большое место занимают союзы: *since, whether, also, however, still*, наличие большого количества которых (в основном, уступительных и противительных), свидетельствует об изобилии такого рода конструкций в медиатекстах о Дэвиде Кэмероне.

Также отличительной чертой медиадискурса о Дэвиде Кэмероне является частотность числительных (*five, two, one, three*) и временных указателей (*time, September, now, years/year, yesterday, later, summer*) среди ключевых слов.

Таким образом, в британском медиадискурсе образ Дэвида Кэмерона имеет точные, детальные черты, локально и темпорально детерминированную фиксацию.

Учитывая когнитивную роль метафорического осмысления действительности, в том числе политической, представляется важным исследовать способы и приемы метафоризации образа действующего премьер-министра Великобритании.

В исследовании используется типология метафорических сфер-источников, которые конкретизировали образ Дэвида Кэмерона как действующего британского политика (сфера-мишень).

Элементы сферы-источника делают сферу-мишень более понятной, конкретизируют образ политика; этот процесс особенно важен в медиадискурсе политического характера, поскольку этот вид дискурса способен формировать когнитивные репрезентации реальности.

Поскольку в современной школе политической метафорологии разработана наиболее конкретная и точная классификация сфер-источников метафор [Будаев 2006; Чудинов 2003; Чудинов 2013], она используется в настоящей работе для типологизации и обобщения метафорической концептуализации исследуемого образа политика.

Схематическое представление о реализации тех или иных видов метафор в создании образа британского политика в современном медиадискурсе Великобритании отображено в таблице 1.

*Таблица 1. Сферы-источники метафорической экспансии в построении образа Дэвида Кэмерона в британском медиадискурсе*

<b>Тип метафоры</b>	<b>Реализованные подтипы метафоры</b>	<b>Примечания</b>
Антропоморфная метафора	Семья	Происходит преломление метафоры «семьи» в плоскость «наследования». Наблюдается метафорическая параллель «власть – наследник»
	Болезнь (морбиальная)	Продуктивна в отношении политической жизни британского политического лидера
Природоморфная метафора	Живая природа	Данная сфера отличается крайне малой продуктивностью
Социоморфная метафора	Война (агональная)	Политик может рассматриваться как военный деятель, равный и сильный участник политической баталии; в определенном контексте как жертва военных действий, одинокий воин. Особенно актуальна метафора сражения накануне выборов
	Спорт и игра	Одна из самых продуктивных сфер (политика связана с борьбой, соревнованием). Отсутствие отрицательной оценки, в том числе при описании выборов (исключение – образ нечестного игрока)
	Денежное обращение	Политика ассоциируется с финансовыми операциями (негативная коннотация)
	История	Мало используемая область, в основном наделена положительными коннотациями
	Профессия	Активно реализуется, в том числе относительно творческих профессий. Представлена преимущественно в негативном ключе
Артефактная метафора	Вещь (богатство)	Образ политика метафорически ассоциируется с безбедной жизнью
	Здание	Реализации метонимического сравнения политика с его официальной резиденцией, местом получения элитного образования
	Инструмент	Действия политика наделяются функциями инструмента

Антропоморфная метафора представлена в данном контексте достаточно широко – в виде морбиальной метафоры и метафоры семьи.

Морбиальная метафора (болезни) достаточно продуктивна в отношении политической жизни Дэвида Кэмерона. Так, отношение Дэвида Кэмерона к кадровым перестановкам в правительстве охарактеризовано как аллергическая реакция: «David Cameron *has been allergic* to cabinet reshuffles» [Cameron shuffles away from Europe 2014]. Действия лейбористов могут вызвать у премьер-министра головную боль: «Labour may yet claim that the uncertainty created by the debate on Britain's membership needs to be ended decisively – a convenient pretext for changing position, backing a 2015 vote and giving Mr Cameron *an almighty headache*» [David Cameron and Europe 2013]. Таким образом, в исследованном материале премьер-министр испытывает серьезные недомогания в связи с внутренней политикой Великобритании.

В то же время сам политик рассматривается как способный причинять физическое и душевное беспокойство, «приводить в дрожь» партию тори: «Mr Cameron was seen walking into the Commons on Monday afternoon, *sending a frisson* through the Tory parliamentary party» [Parker 2014]. При семантической отдаленности сопоставляемых денотатов намечается нечто общее, в качестве *tertium comparationis* выступает «некомфортное состояние, обусловленное чем-либо» (холодом, критикой, боязнью). Контекстуальная актуализация нового смысла приводит к отрицательной оценке последствий деятельности британского премьер-министра.

Характерной для Британии в отношении политики является преломление метафоры семьи в плоскость наследования. Власть, по мнению СМИ, – объект наследования. Метафора власти как некой наследуемой субстанции привела к употреблению в отношении Дэвида Кэмерона метафоры «наследника» Тони Блэра: «he, not Brown (whom the Conservatives loved to paint as a nun-Blairite Old Labour retrograde), was the rightful “*heir to Blair*”» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010]. Место премьер-министра как «унаследованное» осмыслено и в метафоре, используемой в тексте издания *The Newsweek*: «he'll

*inherit* a financial mess that's almost unprecedented in peace time Britain» [Underhill 2010]. Таким образом, в этом примере очевидно отношение к власти премьера как наследственной, что сближает ее с королевской.

При описании Дэвида Кэмерона британский медиадискурс обнаруживает незначительное количество природоморфных метафор. К метафорической сфере живой природы можно отнести выражение *a rogue elephant*, использованное однопартийцем премьер-министра и свидетельствующее о том, что Дэвид Кэмерон бывает излишне «горяч», он уподобляется «бешеному слону»: «Dave was deeply pissed off with Michael. He was really annoyed by the spat with Theresa May. There was also the issue of his former special adviser Dominic Cummings who turned on the prime minister in his blog. That caused a frisson in No 10. The party wants to run a highly disciplined election campaign – there can be no place for *a rogue elephant*» [Watt, Wintour 2014]. В этой характеристике содержится негативная оценка неприемлемого, по мнению автора, поведения премьер-министра в условиях политической борьбы. Негативный оценочный потенциал текста усиливается благодаря использованию таких лексических единиц, как «pissed off», «really annoyed», «turned on», «frisson».

Разновидность социоморфной метафоры, агональная милитарная метафора является одной из весьма значимых и частотных в медиадискурсе. Вместе с тем, как замечает А.П. Чудинов: «Милитарная метафора навязывает обществу конфронтационные стереотипы решения проблем, ограничивает поиск альтернатив в социальном развитии и решении конкретных проблем» [Чудинов 2001: 106]. Несмотря на то, что Британия давно живет в мирном времени, военные метафоры весьма продуктивны в политическом дискурсе.

Роль премьер-министра описывается в военных терминах, когда он оценивается как военный деятель. Так, о Дэвиде Кэмероне пишут как о человеке, который «выдержал жаркую битву» в европейской политике, утверждая собственное мнение: «Mr Cameron *fought a fierce battle* to the keep the former Luxembourg Prime Minister from being nominated as President of the European Commission» [McDonald-Gibson 2014]. Однако, как стало известно, «битва» эта

осталась бесславной, так как Жан-Клод Юнкер все-таки был избран на этот пост. В данном контексте Дэвид Кэмерон наделен свойствами равного и сильного участника битвы, что отражает отношение к нему как к достойному сопернику в европейской политике. Семантическая мотивированность мелиоративного смысла метафоры обусловлена положительно оцениваемым признаком денотата.

В следующем отрывке он выступает уже как жертва военных действий. От президента Европейского парламента Дэвид Кэмерон претерпевает метафорический «обстрел» за то, что предлагает на пост комиссара Евросоюза лорда Хилла, который может оказаться скептически настроен к Евросоюзу: «But Mr Cameron *came under fire* today from Martin Schulz, the President of the European Parliament, who said MEPs in the assembly – which has to rubber-stamp all Commission posts – could refuse to back Lord Hill if he proved to be too Eurosceptic» [McDonald-Gibson 2014]. Подобным образом роль Кэмерона метафорически изображается как роль жертвы военных действий со стороны СМИ: «British Prime Minister David Cameron *has come under fire* for referring to the hundreds of migrants and refugees trying to enter the U.K. from the French port city of Calais as “swarms of people”» [Westcott 2015].

В отношении ситуации с Евросоюзом, которая находится сегодня в центре внешней политики Британии, Дэвид Кэмерон может быть осмыслен как хозяин ситуации или в большей степени как заложник, жертва: «He appears *less a master* of Britain's destiny in Europe *than the hostage* of forces he has helped to unleash, trapped between isolation in the EU and his own Europe quitters at home» [A bad day for Britain, Mr Cameron 2014]. Поляризация оценок предопределена антитетическим противопоставлением тех образов, которые создаются в медиатексте.

В особенности актуальна метафора сражения и командования накануне выборов. Как сообщается в издании *The Newsweek*, «as the election approaches, Cameron will have to balance the hard work of *preparing his troops for the coming battle* with hanging onto his most precious electoral asset: his likability» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010]. Важно отметить, что, если

предыдущие военные метафоры можно было увидеть как поединки, здесь речь идет о массовой, коллективной подготовке к войне, мобилизации своих соперников.

Таким образом, необходимо подчеркнуть следующую особенность военной метафоры в отношении политики и образа Дэвида Кэмерона. Перед Евросоюзом он выступает как одиночка, одинокий воин, который может стать в определенных обстоятельствах жертвой ситуации. В то же время в собственной стране он выступает как полководец, ведущий за собой войска. Эта концептуальная метафора наглядно отражает политическое устройство выборной власти в Великобритании: премьер-министр мыслится как избранный (и значит, лучший) из политиков победившей партии; но в Европе он уже представляет интересы страны единолично, в риторических «поединках».

К социоморфным метафорам относится метафорическая сфера-источник профессии, которая при создании образа Дэвида Кэмерона оказалась достаточно продуктивной. Так, профессиональная метафора представляет премьер-министра, в частности, как (неумело) занимающегося лудильным делом: «The prime minister has been more reluctant to *tinker* with his top team than many of his predecessors» [Cameron shuffles away from Europe 2014]. *Tinker* имеет лексико-семантический вариант «возиться», «кое-как чинить», пейоративный потенциал которого усиливается языковой единицей «reluctant».

В статье *The Telegraph* «A Mountain to Climb for David Cameron» образ Дэвида Кэмерона осмысливается в развернутой метафоре завоевания вершин (скорее альпинистского, чем военного порядка), причем премьер-министр, по всей видимости, потерпел неудачу, и ему необходимо спускаться с ранее покоренной вершины: «The order was given to *climb down* from the Prime Minister's previous, uncompromising position» [Ross 2015]. Эта метафора раскрывается в последующем тексте в ряде лексем и словосочетаний: «high-level talks»; «left him with a mountain of his own to climb to regain their goodwill» [Ross 2015], что усиливает аксиологическую направленность анализируемого медиатекста.

Пост премьер-министра осмысливается и в метафорах творческих профессий, например, относительно налоговых нововведений: «huge cuts are inevitable, as well as tax hikes – and Cameron will be their *author*» [Underhill 2010].

Одна из иронических статей в *The Guardian* предлагает взглянуть на Дэвида Кэмерона как на своеобразного повара, который должен «приправить», «сделать более острой» свою «вечеринку»: «How Should David Cameron *Spice up* His “Cool Britannia” party?». В статье приводятся и другие гастрономические метафоры, например, лицо премьер-министра уподобляют ветчине: «ham-faced PM David Cameron» [Hogan 2014]. Оценочный потенциал приведенной метафоры обусловлен тем, что «прагматика проявлений речевого парадокса определяет отношение к фактам языковой игры как “аномалиям”, вызывающим интерес неожиданностью интерпретации содержания и / или формальных преобразований (деформаций) знака» [Гридина 1996: 7]. Критика банкета, который Дэвид Кэмерон планирует устроить, пригласив известных актеров – «the likes of Benedict Cumberbatch, Chiwetel Ejiofor, Helen Mirren, Daniel Craig and Emma Watson» – представлена в статье в виде ряда «креативных» предложений по поводу стиля вечеринки. Позиция автора представлена развернутыми метафорами, которые негативно оценивают различные стороны правления современной Британии.

Так, автор, в первую очередь, предлагает устроить «хипстерскую вечеринку» (намекая на развлекательный стиль мероприятия и приглашенных гостей), указывая, что Дэвид Кэмерон обожает музыку «Радиоход», Ланы дель Рей и других групп, и премьер-министр должен «повернуть время вспять»: «”Dave” should move with the times and throw a hipster party» [Hogan 2014]. Такая вечеринка уместна уже не в скучной резиденции, а в веселом восточном Лондоне, и чтобы жена премьер-министра, «Сэм Кэм», подавала коктейли в винтажных чайниках: «Sam Cam serving cocktails in vintage teacups or jam jars» [Hogan 2014]. Дальнейшие рекомендации по вечеринке в стиле «Hip Britannia» также направлены на ироническое осмысление стремления молодого премьер-министра к неформальному стилю общения, к современной музыке и «несолидным» гостям из мира шоу-бизнеса.

Подобным образом автор высмеивает и другие стороны ситуации: на вечеринке в стиле «Rules Britannia» он утрирует «старые добрые традиции» английской знати, к которым относится Дэвид Кэмерон и его жена; приглашение на будущий званый вечер ведущего шоу талантов Саймона Коуэлла порождает предположение о том, что вечеринка может превратиться в заседание «Britannia's Got Talent»; склонность к поддержанию здорового образа питания высмеивается в описании стиля «Kale Britannia», а разговоры о кризисе – в описании вечеринки в стиле нарочитой бедности: «Gruel Britannia».

Цепь ярких и комических зарисовок обращает внимание на определенные особенности личности и жизни Дэвида Кэмерона, гиперболизируют их, однако эти оценки не доходят до сатирической критики, оставаясь на уровне легкой юмористической критики.

Таким образом, метафорическая сфера профессий в случае Дэвида Кэмерона производит номинации в основном с негативной оценочностью в отношении премьер-министра. При этом нет также указания и на отсутствие работы (безделье или безработный статус); судя по полученному материалу, общественное сознание не предполагает, что премьер-министр должен заниматься какой-то работой; но если он занимается – это получается у него не всегда безупречно. Можно предположить, что такое отношение к профессии и труду связано с укорененным в ментальности англичан образом аристократа, который может заниматься политикой, но который при этом может не иметь никакой другой профессии.

Гораздо более продуктивной оказывается социоморфная метафорическая сфера спорта (игры), в том числе игры на публику. Общая продуктивность спортивно-игровой метафоры в медийном дискурсе имеет свои основания: политические «игры», особенно выборы, не лишены спортивного азарта, проводятся по определенным правилам и заканчиваются выбором или победой «лучшего». Вместе с тем, как справедливо замечает А.П. Чудинов, «абсолютное большинство политических метафор, связанных с концептами игры и спорта, имеет негативный прагматический потенциал, обусловленный спецификой

исходной предметной сферы» [Чудинов 2001: 131]. Игра и спорт, по сути, есть имитация деятельности, направленная на удовольствие, в то время как политическая деятельность нацелена на высокие достижения – обеспечение политической и социальной стабильности, прав и свобод граждан. Вместе с тем для англичан принципиально значимым является концепт *fair play* («честная игра»), то есть игра сама по себе связана у них с более положительными ассоциациями, чем в русской языковой картине мира.

Действия Дэвида Кэмерона в отношении Юнкера, который для Великобритании оказался нежелательным политиком, расцениваются как действия игрока в карты: «Cameron's strident campaign turned the issue into a *zero-sum game* – back me or support Juncker»; «Cameron knew he *could not win*, so he chose to *up the ante*» [A bad day for Britain, Mr Cameron 2014]. Зная, что он не сможет победить (то есть добиться того, чтобы Юнкер не занимал пост), Дэвид Кэмерон «повысил ставки», то есть уровень напряжения, проявляя качества сильного игрока. В данном случае трудно говорить об отрицательной оценке; несмотря на то, что использована метафора игры, автор статьи анализирует действия премьер-министра без осуждения, рассматривая его «стиль» политической «игры» на европейском поле.

Также не прослеживаются отрицательных коннотаций при употреблении спортивной метафоры в описании выборов: «But even Cameron's allies acknowledge *he's go to raise his game*» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010].

Пример отрицательной оценки из данной метафорической области – нечестный игрок, обманщик. Так, название статьи в *The Economist* включает метафору, которая дает ключ к прочтению всего текста: «The Illusionist». В статье идет речь о том, что действия и речи Дэвида Кэмерона получают в британской прессе положительную оценку, в то время как сами по себе являются, скорее, международными провалами или малозначащими поступками: «So the review and the delegations of Tory MPs dispatched to European capitals on fact-finding boondoggles give the useful but false impression that the prime minister has started the renegotiation process. They are *illusions*, not substance» [David Cameron's EU

strategy: The illusionist 2013]. Метафора в заголовке многообразно развертывается и осмысливается в контексте всей статьи: «For now, the prime minister's efforts seem to have calmed the mood in the Conservative Party, which goes into the summer recess more united on Europe than it has been for years. This too could yet prove *illusory*»; «When the time comes, the renegotiation of British EU membership will be another such *Potemkin effort*» [David Cameron's EU strategy: The illusionist 2013]; «*Appearances* have dictated the government's policy on opting out of EU justice and home affairs rules». Несомненно, в данном случае метафора фокусника, актера содержит негативную оценку, оборачивается обвинениями в обмане и манипулировании с помощью СМИ. В качестве основы метафорического переноса выступает актуализированное в контексте значение фиктивности, обмана зрения. Вместе с тем данный пример может быть рассмотрен и как относящийся к метафорической области театра (циркового представления), которая в политическом дискурсе характеризуется коннотациями двуличия, неискренности, излишней карнавальности.

К данной метафоре примыкает и метафора из сферы денежного обращения. Действия премьера по поддержанию репутации консерваторов сравнимы с финансовой операцией, доверие как бы берется в кредит: «Over the last four years, he's *taken credit* for a radical modernization of the party's image» [Underhill 2010]; это описание содержит негативные коннотации.

Таким образом, вряд ли можно говорить о том, что метафорическая область спорта / игры в британском медиадискурсе связана с какими-то отрицательными коннотациями, – до тех пор, пока игру можно оценивать как *fair play*. Как только игра становится нечестной, а игрок – шулером или же иллюзионистом, он сурово осуждается в прессе.

Социоморфная метафора истории реализована в одном примере: в подписи к материалу в *The Newsweek* в 2010 году метафора странствования в пустыне отсылает к истории богоизбранных иудеев, которые странствовали по пустыне сорок лет, прежде чем прийти на землю обетованную: «After 13 years in the *wilderness*, David Cameron will move into 10 Downing Street» [Underhill 2010].

Несмотря на определенную ироничность этой фразы, метафора вполне уверенно указывает на обретение консерваторами своего долгожданного пристанища; она также не называет, но указывает на параллель между ролями Дэвида Кэмерона и Моисея, выведшего народ из пустыни. Моисей как один из главных пророков и законодателей Библии, несомненно, является метафорическим двойником, наделенным положительными коннотациями.

Продуктивной является одна из артефактных метафор – метафора движения. При этом в исследованном тексте не обнаруживаются метафоры путеводительства или лидерства; премьер-министр характеризуется как пассивно движущееся тело, которое «дрейфует», «плывет по течению», причем в худшее место, чем его предшественники: «Cameron is drifting into a worse place than his predecessors for the simple reason that he has left the *exit doors* lightly ajar by committing to a referendum» [A bad day for Britain, Mr Cameron 2014]. Основанием метафорического переноса является символическое значение инертности. Интересный образ «двери в Европу» (в которой отражается особенность островной ментальности, противопоставляющей себя континенту) развивается далее: Дэвид Кэмерон в силах «закрыть» или «открыть» ее, однако он непоследователен в вопросах интеграции с Евросоюзом: «They will not take their eyes off *that door*. Cameron insists he wants *to close* it by securing a better deal, though he *opened* it in the first place» [A bad day for Britain, Mr Cameron 2014].

Метафора движения используется и в заголовке статьи издания *The Financial Times*: «Cameron shuffles away from Europe». Метафора *shuffle away* («уходить, шаркая ногами») удачно используется в связи с названием перестановок в правительстве в июле 2014 года (*cabinet reshuffles*) и основана на межсловном семантическом и стилистическом взаимодействии.

Аналитик газетного издания *The Independent* говорит о словах Дэвида Кэмерона, касающихся перестроек в правительстве, как о «бесмысленном кружении»: «The Prime Minister's words are another example of meaningless *spin*» [Smith 2014]. Несомненно, эта характеристика (так или иначе повторяющаяся в

отношении премьер-министра) является одной из наиболее порицаемых черт политика.

Таким образом, метафоры движения в отношении премьер-министра характеризуют его как некое слабое, безвольное тело, движущееся по большей части относительно Европы – к ней или от нее; они лишены семантики путеводительства или лидерства.

Артефактная метафора реализуется в примере, когда автор статьи отрицает безбедную жизнь премьер-министра, несмотря на его богатство и знатное происхождение. Говоря о том, что старший сын Дэвида Кэмерона скончался от редкого неврологического заболевания, *The Economist* отмечает: «Belying the fact that Cameron was all spin, and that his life was a bed of roses as a rich Eton and Oxford man...» [David Cameron Must Go From Style to Substance 2010]. В приведенном примере метафора вещи, предмета оказывается нежеланным обозначением, которое пригодно для очень (слишком) благополучных людей (ср. *как сыр в масле катается*). В данной цитате также содержится метонимическое уподобление, определение через место образования «выпускник Итона и Оксфорда», значимость (но не истинность) которого также опровергается.

Некоторые ситуации, такие как вынужденные перестановки в правительстве, заставляют говорить о том, что Дэвид Кэмерон находится в ситуации, когда что-то незначительное может погубить все дело: «The final straw for Cameron... came when he briefed against Charles Farr, head of counter-terrorism at the Home Office» [Watt 2014]. Выражение отсылает к идиоме «It is the last straw that breaks the camel's back» и таким образом является указанием на метафору из области живой природы: Дэвид Кэмерон – тот верблюд, который может вынести очень много, но не все что угодно, и которого может сломить малость.

К концептуальным метафорам примыкает то, что в стилистике называется метонимией: обозначение премьер-министра (а также воли правительства) через место его обитания, адрес резиденции (10 Downing Street), как *No 10*: «No 10 reveals 65 arrests linked to Syria and 14 passport seizures as prime minister warns of security threat to Britain» (подзаголовок статьи) [Wintour 2014]. Такой тип переноса

обозначает Дэвида Кэмерона через место обитания, то есть говорит о нем расширенно, как о политической силе, а не как о личности.

Данный троп употребляется в статье *The Guardian* в сочетании с инструментальной метафорой: «...he wielded the *No 10 carving knife* in a manner rarely seen in recent years» [Watt 2014], где действия премьер-министра наделяются функциями «разделочного ножа». К орудованию разделочным ножом приравнена проведенная Дэвидом Кэмероном отставка министра образования, одного из ближайших соратников премьер-министра Майкла Гоува, с именем которого был связан скандал вокруг продвижения радикальными исламистами своих взглядов в начальной школе. Бывший министр назначен на пост главного организатора фракции тори в Палате общин. Происхождение метафоры связывается в статье с названием массовой отставки трети правительства при Гарольде Макмиллане в 1962 году – так называемая британская «ночь длинных ножей»: «Macmillan famously sacked a third of his cabinet in 1962 in the “night of the long knives”» [Watt 2014]. Таким образом, метафора проводит связь между стилем руководства британских премьеров, а через них актуализирует и дополнительные коннотации крылатого выражения «ночь длинных ножей», традиционно употребляемого по отношению к расправе Гитлера над штурмовиками в 1934 году.

Таким образом, очевидна продуктивность ряда сфер-источников метафоризации, связанных с формированием образа Дэвида Кэмерона, таких как война, семья, игра, движение. При этом ряд других сфер не достаточно активно задействован в метафорическом производстве: механизм, профессия, артефакты.

Важно отметить, что метафорический облик различных премьер-министров Британии значительно разнится. Так, при исследовании образа Тони Блэра в 2004 году на материале интернет-форумов Л.А. Васильева выявила следующие частотные метафоры-концепты:

– в отношении словосочетания *prime minister* наиболее частотными из 129 ассоциаций на это выражение-стимул стали положительно маркированные лексемы *power* и *leader* (10 из 9 респондентов), а также лексемы *honest* (5), *corrupt* (4), *strong* (4), *Government* (3), *stress* (3), *Churchill* (3), *Blair* (3) [Васильева 2010:

11]; очевидно, что Дэвид Кэмерон, судя по его метафорическому портрету, не осмысливается ни как «лидер», ни как «коррупцированный» политик, в чем кардинально отличается от Блэра;

– в ответ на «стимул» *Tony Blair* было получено 225 ассоциаций, самыми частотными стали лексемы *liar* (13 респондентов), *George Bush* (6), *spin* (6), *(big) ears* (5), *American puppet* (4), *dishonest* (4), *arrogant* (4), *honest* (3), *idiot* (3), *insincere* (3), *Iraq* (3) [Васильева 2010]. Здесь необходимо отметить существенные расхождения: обвиняя Дэвида Кэмерона в нерешительности или расплывчатости слов и даже в манипулировании СМИ, журналисты не называют его ни «лжецом», ни «американской марионеткой», ни «идиотом». Важно учитывать, что исследователь анализировала другой вид дискурса, однако результаты в целом весьма показательны, так как демонстрируют разницу в отношении англичан к своему политическому лидеру.

Гендерные стереотипы во многом формируют образ политического деятеля. В основу создания образа публичного политика положены наиболее традиционные гендерные стереотипы: мужчина – лидер, мужчина – защитник, мужчина – профессионал, мужчина – хозяин, мужчина – воин. Образ сильного политика ассоциируется со способностью устоять против ударов, настойчивостью, спокойствием, уверенностью в собственных силах. Стремление к лидерству, борьба за достижение цели являются атрибутами одновременно маскулинности и власти. Чем более сильным и решительным кажется политик, тем больше ему верят избиратели. Кроме этого, мужественный, наделенный здоровьем и имеющий полноценную семью политик чаще оценивается как имеющий власть, влияние и политический вес. Каждое из этих качеств является частью мужского стереотипа.

Образ «хозяина» является одним из наиболее укоренившихся в массовом сознании. «Мужчина – хозяин» в медийном дискурсе предстает сильным, справедливым, знающим политиком, который может не только представить список достижений на своем посту, но и сделать намек на то, что в политике он может быть столь же компетентным, как и в семейных отношениях.

Используемые журналистами характеристики личности и деятельности британского премьер-министра, которые могут интерпретироваться как маркеры маскулинности, разнообразны. Дэвид Кэмерон демонстрирует уравновешенность и спокойствие («composure»), самоуверенность и убежденность («confidence»), смелость («courage»), напористость («forcefulness»), открытость и честность («openness and straight dealing»).

Приведем несколько примеров характеристик личности премьер-министра Великобритании, в которые вовлекаются качества, составляющие стереотип мужчины. Так, в одном из популярных британских изданий сообщается: «We need to be far more *muscular* in promoting British values and the institutions that uphold them» [Wintour 2014]. В контексте данной публикации Дэвид Кэмерон призывает своих коллег к проявлению маскулинной настойчивости, силы (физической и духовной) в решении общенациональных проблем. Лексема *muscular* имеет не только значение «мускулистый» («having well-developed muscles»), но и «сильный, влиятельный» («powerful») [Cambridge International Dictionary of English 2001: 930]. Первое из приведенных значений лексической единицы может являться ключевым в языковом конструировании маскулинного политического героя. Второе значение дает дополнительное указание на то, что стереотипное представление о «настоящем мужчине» и «настоящем политическом лидере» могут совпадать. Кроме этого, использование местоимения «we» косвенно подтверждает близость Дэвида Кэмерона британской читательской аудитории.

В следующей ситуации политический лидер на правах «мужчины – хозяина» и «главы семейства» побуждает решительно действовать и готов всевозможными способами доказать себе и другим, что способен найти средства к полноценному прежнему существованию своей нации: «Well, we're not a reserve currency, we're not the United States of America. We can't take our time with this. We have to prove to the world and to ourselves that we can live within our means again» [Stone 2010]. Номинации, используемые в данном медиатексте, не только задают гендерную направленность характеристике Дэвида Кэмерона, но и способствуют

созданию образа «своего» политика. Причастность и служение премьер-министра «своему» народу интенсифицирована лексическим повтором местоимения «we».

Аналитик британского издания *The Telegraph* говорит о Дэвиде Кэмероне как о человеке, способном в силу своих «физических» данных, вынести на своих плечах не только внешнеполитические и внутренние проблемы своего государства, но и вновь назначенных министров, от которых можно ожидать чего угодно. Кроме этого, журналист как бы предупреждает премьер-министра о том, что ему необходимо быть готовым к «военным действиям»: «These ministers at Mr Cameron's shoulder are keeping their identities private, for now. But he should be warned: Tory Eurosceptics are gathering their ammunition for the battles ahead» [Ross 2015]. «Мужские» метафоры агрессии и конфронтации воспроизводят в массовом сознании представление о политике как о «мужском» деле. Необходимо также отметить, что в данном контексте деятельность Дэвида Кэмерона можно рассматривать как политику в отношении «чужих» – инакомыслящих однопартийцев.

Приведем один из самых частотных примеров, в котором медийный образ политика может ассоциироваться с гендерным стереотипом «мужчины – идеального мужа и отца семейства». Подобные характеристики придают определенный политический вес и авторитетность премьер-министру Великобритании: «Whatever you think about them as public figures ... there's a lot to be said for the way people handle themselves and their children and their family» [Helena Bonham Carter hails David Cameron as a man of «real compassion» 2014]. В этом фрагменте содержится положительная оценка личных качеств британского политического деятеля. Следует также отметить, что оценочному осмыслению подвергается в данном примере не только сам политик, но и его профессиональная деятельность.

Таким образом, семантический и стилистический анализ ключевых слов медиатекстов, посвященных Дэвиду Кэмерону, показал, что большинство лексем принадлежит антропонимическому ряду (с частотным гендерным маркером). Было установлено, что кроме личных имен большей частотностью отличаются

слова-топонимы, относящиеся к Европе и Британии, что указывает на активное участие премьер-министра не только в жизни своей страны, но и во внешней политике.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что большинство ключевых слов не имеют ярко выраженной отрицательной или положительной семантики, т.е. носят амбивалентный характер, что свидетельствует о стремлении масс-медиа дать объективную оценку деятельности премьер-министра. При этом необходимо отметить, что оценочное значение лексем напрямую связано с контекстным окружением и аксиологическим измерением освещаемой в медиадискурсе реальной ситуации.

В ходе анализа была рассмотрена типология метафорических сфер-источников, которые способствовали формированию образа Дэвида Кэмерона. Удалось установить, что наибольшей продуктивностью отличаются метафоры социоморфного ряда.

Отношение к премьер-министру как к «своему» формирует эмоциональное и личное к нему отношение, в котором метафорическая профессиональная принадлежность или обращение к предметам и механизмам не отвечает необходимым параметрам характеристики политика. Дэвид Кэмерон в метафорическом зеркале прессы – не штурман национального корабля, но осторожный игрок, который вынужден занимать по многим вопросам неоднозначную позицию.

Гендерные идентификаторы с положительной оценкой дополняют образ политического лидера Великобритании, делая его «своим» для читательской аудитории качественной британской прессы.

## ВЫВОДЫ

1. При реализации оппозиции «свой – чужой» в отношении британского премьер-министра вступает во взаимодействие целый комплекс характеристик: национальных, социокультурных, языковых и др. Результаты проведенного исследования показали, что Дэвид Кэмерон в сознании британцев выступает в образе «своего» политика, основной массив изученного материала содержит положительную оценку его личных и профессиональных качеств. Вместе с тем, критика деятельности премьер-министра связана с частичной реализацией правительственных программ и непоследовательной экономической политикой, а также упоминанием его спорных высказываний, ведущих к необходимости балансировать между интересами «своих» и «чужих». Отсылка к политическим предшественникам Дэвида Кэмерона используется авторами медиатекстов, как правило, в качестве дополнительного средства критической оценки его деятельности.

2. В создании образа политика особую роль играет включение невербальной информации в виде иллюстрации в структуру медиасообщения. Креолизованный текст способен расширять смысловое пространство и обладает большим прагматическим потенциалом. Большую часть иллюстративного сопровождения исследованных медиатекстов составили фотографии, которые, в основном, реализовывали функцию визуальной поддержки основной идеи медиасообщения или одного из ее аспектов и функцию символизации. В результате проведенного анализа установлена взаимосвязь между аксиологической направленностью визуального компонента и конструированием образа премьер-министра Великобритании в оппозиции «свой – чужой». Большая часть фотоматериалов участвует в формировании положительного образа политика, вступая в тесное взаимодействие с заголовком и текстом медиасообщения. В редких ситуациях аксиологическая направленность иллюстрации носит нейтральный или амбивалентный характер. Особое место среди медиатекстов с визуальной составляющей занимает карикатура, которая создает сатирический эффект и

носит четко выраженную негативную ориентацию. Использование такой иллюстрации ведет к дистанцированию образа британского премьер-министра от определенных групп читательской аудитории.

3. Большинство ключевых лексем проанализированных медиатекстов отличается нейтральной оценкой, что свидетельствует о стремлении медийных источников представить объективное мнение в отношении политика и его деятельности. Оценочное значение лексем напрямую связано с контекстным окружением, аксиологическим измерением освещаемой в медиадискурсе реальной ситуации, а также с социокультурными ожиданиями целевых общественных групп. Анализ типов метафорических сфер-источников, использованных при формировании образа Дэвида Кэмерона, позволил установить, что наибольшей продуктивностью отличаются метафоры социоморфного ряда. В конструировании образа политического деятеля активно используются традиционные гендерные стереотипы маскулинности как важный инструментальный социальный влияния на читательскую аудиторию.

# ГЛАВА III. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ ГЕРМАНИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ (АНГЕЛА МЕРКЕЛЬ)

## 3.1. Лингвистические средства реализации оппозиции «свой – чужой» при создании образа иностранного политика

Ангела Меркель является одним из ведущих современных европейских политиков, первой женщиной-канцлером Германии, по праву наследуя славу Маргарет Тэтчер как влиятельной женщины-политика и репутацию Тони Блэра как лидера современной Европы. Со времени ее первых политических успехов эта противоречивая фигура, дочь пастора из Восточной Европы, выдвинутая на политическую арену Г. Колем, стала объектом внимания европейской, в том числе британской, прессы.

В течение 2005–2015 годов в британском медиадискурсе можно наблюдать усиление внимания к Ангеле Меркель, которое проявляется в подробном анализе ее деятельности, оценке ее политического таланта, позитивных и негативных характеристик ее дипломатических способностей, что ведет к созданию целостного образа авторитетного политика. Этот процесс во многом основывается на реализации ключевой семантической оппозиции медийного дискурса «свой – чужой». Присутствуя в каждом тексте политической направленности или тематики, эта базовая для медийного дискурса оппозиция эксплицитно и имплицитно формирует отношение к предмету описания. В исследуемом материале рассматривается создание в британском медиадискурсе образа Ангелы Меркель, политика *другой* страны, однако относящегося к *той же* европейской цивилизации. Данные векторы отождествления реализуются в разных компонентах медиатекста: вербальном и невербальном.

Образ Ангелы Меркель как представителя иной национальности, иной ментальности создается с помощью обращения к знакам немецкой культуры и национальности. Так, в издании *The Newsweek* Ангела Меркель описывается с

использованием оценочно окрашенной лексики, как яркий представитель Германии, воплощающий немецкий стиль утрированно: «she almost comically embodies national stereotypes – who, after all, is more ... German than Merkel?» [Hammer 2011]. Журналист *The Guardian* подчеркивает ее переходы с английского на немецкий язык при выступлении в Великобритании, которые так или иначе выступают семантическим признаком «чужого»: «She started in decent English but switched to German, smartly dividing the audience into those donning bulky headphones, and the German press» [Addley 2014]. Данная концептуализация способствует построению образа «иногo», чужого, иностранного. Однако нужно всегда помнить о том, что «образ «чужого» динамично развивается между двумя полюсами – отторжения <...> и толерантности <...> сочетая в себе на первый взгляд противоречивые и несовместимые характеристики» [Леглер 2009: 175].

Говоря о позиции Ангелы Меркель по отношению к зарубежной прессе, журналист *The Newsweek* отмечает особенности коммуникативной стратегии политика – Ангела Меркель практически не коммуницирует с зарубежными СМИ: «a politician who almost never talks to the foreign press» [Hammer 2011]. Образ непроницаемой и закрытой женщины-политика создается лексически и метафорически, с использованием культурных аллюзий: «Mrs Merkel has an excellent sense of humour and often smiles, but people no more know what lies behind her smile than what lies behind the Mona Lisa's» [Gimson 2009].

С одной стороны, отмеченные особенности коммуникативного поведения политика служат отчуждению образа Ангелы Меркель как представителя «иной» культуры; с другой стороны, определенная замкнутость характерна и для британской национальной культуры. Данная черта Ангелы Меркель в исследованном корпусе текстов не вызывает серьезной критики.

Маркировка Ангелы Меркель как «чужого» связана в большей мере с описанием стиля поведения и одежды, оценкой харизмы и ораторского мастерства; эти признаки со стороны английской культуры могут являться свидетельством «немецких» черт их носителя.

В британской прессе детально анализируют отношение к Ангеле Меркель как к «своей» в Германии и ее оценку в других странах, то есть для английского медиадискурса представляется значительным восприятие образа политика в других дискурсах. Журналист *The Guardian* отмечает, что определенные черты Ангелы Меркель по-разному концептуализируются в различных национальных медиадискурсах: «Foreign critics may like to see Merkel as devoid of imagination; for Germans, she's level-headed. We portray her as dithering; in Germany, she brings to the summit table a much-needed dose of calm and reflection» [Henley 2011]. Таким образом, одной из коммуникативных задач британского медиадискурса становится оценивание способов создания образа политика с позиций различных ментальностей. Признание диалогизма возможных оценок может послужить способом «освоения» образа иностранного политика.

Важнейшим аспектом создания образа Ангелы Меркель как «своего» политика в британском дискурсе является высокая оценка ее политических способностей и профессионализма, которая проявляется в отборе и комбинации положительной аксиологической лексики, использовании позитивных метафорических переосмыслений, частотности упоминания и апеллирования к мнению, модели поведения немецкого политика. См, например, цитату Тони Блэра в издании *The Newsweek*, которая содержит позитивную оценку способностей Ангелы Меркель: «She is one of the easiest politicians to underestimate, and it's one of the stupidest things any politician can do» [Hammer 2011].

Одним из основных направлений осмысления образа Ангелы Меркель в английской прессе становится ее соотнесение с британскими политиками, что так или иначе помогает увидеть в ней «свою».

Она предстает как «новый Тони Блэр» (в том смысле, что она нередко признается в качестве нового общеевропейского лидера) [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]; и как непоколебимая, «железная леди» Маргарет Тэтчер – «Teutonic Thatcher» [Paterson 2014].

Это уподобление становится основой для построения образа: так, корреспондент издания *The Newsweek* замечает, что по сравнению с Тэтчер, Ангеле Меркель не хватает энтузиазма: «Merkel, 51, might lack in *Thatcheresque zeal*» [Theil 2005]; однако отмечает и общие черты у обеих женщин-политиков: их нон-конформизм, происходящий из ситуации аутсайдерства: «*much like Margaret Thatcher, her status as an outsider to German politics (and her own party) gives her the freedom to rethink a system in obvious need of change*» [Theil 2005].

По мнению журналиста издания *The Spectator*, Ангела Меркель схожа в политических взглядах с Маргарет Тэтчер: «Angela Merkel is a conservative realist in the *Thatcher mould*» [Wood 2010]. Схожую позицию, в оценке журналиста, они занимают и во взглядах на возможности бизнеса: «Germany's business elite should welcome Angela Merkel, leader of the conservative CDU, as the Margaret Thatcher figure the country lacks» [Groom 2004].

Теме сопоставления образов Ангелы Меркель и Маргарет Тэтчер посвящена статья в издании *The Independent*. Ее автор Т. Патерсон сообщает о том, что для характеристики Ангелы Меркель уже привычны про-тэтчеровские эпитеты в прессе: «Germany's first woman Chancellor – a leader once referred to as “Ms Europe” – is nowadays being dubbed “Frau Germania”, “Iron Lady” and even “Maggie Merkel”, not just by hyper-critical British newspapers but by the press in her own country» [Paterson 2014]. В особенности эта тенденция к отождествлению образов женщин-политиков и сильная политическая воля немецкого канцлера стали очевидны после резкого выступления Ангелы Меркель на саммите в Брюсселе по греческому вопросу, где она проявила в этом отношении «тэтчеровское упорство» – «Thatcherite doggedness» [Paterson 2014].

Наиболее важным показателем, объединяющим двух политиков, как утверждает автор статьи «The German Leader Set to Eclipse Margaret Thatcher», является длительность правления и влияние в масштабах Европы [Peterson 2014]. Уподобление двух влиятельных женщин-политиков, перенесение на Ангелу Меркель эпитета «iron frau» свидетельствует о высокой оценке вклада Федерального канцлера в политику всей Европы и о возможности ее

характеристики как «немецкой Тэтчер», то есть как в определенной мере «своей» для британских читателей.

Это отождествление дает возможность проведения в медиадискурсе дальнейших параллелей между политиками Германии и Великобритании, синонимизации их образов. Корреспондент *The Spectator* в 2010 году подчеркивает, что Ангела Меркель и британские политики составляют часть «прагматического блока» («axis of the pragmatic»), то есть включает обобщенные образы политиков в единый концепт, тяготеющий к «своему» полюсу политики: «Together, Germany and the UK could get their way on a whole range of EU issues and be a force for consensus and realism in global forums such as the G20» [Wood 2010].

В британском медиадискурсе с помощью оценочной лексики подчеркивается положительное отношение к Ангеле Меркель всех стран Европы, в том числе и Великобритании, во главе с ее политиками: «The Brits are fans, too. Blair is Merkel's closest non-German political ally, and Brown is all but certain to be a friend as well» [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Ангела Меркель воспринимается как защитник интересов всей Европы и в ситуации с делом Сноудена, когда она резко выступила против монополии США на интернет-ресурсы [Vasagar 2014].

В отношении оценки «свой – чужой» используется метафора родства, в которой немцы оказываются «своими» как «кузены» англосаксов: «Britons, still mainly pragmatic Saxons in instinct and language, have a lot more in common with their Germanic cousins than they think» [Wood 2010]. Эта базовая метафора, очевидно, имеет большое значение, и если она отражает продуктивный концепт, то ясно, почему для британцев не актуально видение Ангелы Меркель как «мамочки», Mutti: в ситуации двоюродного родства она занимает роль тети, более дальней старшей родственницы.

Если в 2005–2010-х годах в британских изданиях можно найти довольно много откровенно критических статей о политическом стиле Ангелы Меркель (так, К. Колдуэлл в статье для *The Spectator* пророчествует, что отношения Британии и Германии идут к неизбежному столкновению), то в 2014 году

постоянно подчеркивается мысль о том, что Ангела Меркель является необходимым союзником Великобритании. Одобрение Ангелой Меркель политики Дэвида Кэмерона и его поддержка в 2013–2014 году существенно влияют на особенности оценки ее образа в британском медиадискурсе в интенсифицирующем аспекте (в метафорическом словопроизводстве, в отборе и комбинации эпитетов, оценочной лексики и других средств).

Так, статья в *The Spectator* называется «Only Angela Merkel Can Save David Cameron Now»; в конце ее первого абзаца утверждается: «Angela Merkel is the person who can both help him keep his party together as it approaches the next election and then, with luck, deliver his promised renegotiation of Britain's EU membership. For Cameron, Merkel – far more than Barack Obama – is the indispensable ally» [Forsyth 2014]. Лексема «ally» («a country that has agreed officially to give help and support to another one a person who helps and supports someone else») [Cambridge International Dictionary of English 2001] является маркером «своего» деятеля. Журналист *The Telegraph* отмечает: «Mr Cameron is sparing no trouble to charm Mrs Merkel, since he dearly needs her support for his bid to renegotiate Britain's EU membership deal and put the outcome to the people in a referendum» [Kirkup 2014]. Хорошие отношения с Ангелой Меркель остаются для современного официального Лондона ведущим приоритетом европейской политики: «keeping Merkel sweet is now one of the defining features of Cameron's European policy» [Forsyth 2014]. Сотрудничество глав правительств двух европейских держав имеет, по мнению журналиста *The Independent*, и другие основания: «she will be ... in a better position to back David Cameron in his attempts to curb Brussels power» [Paterson 2014]. Таким образом, добрые отношения с Дэвидом Кэмероном и поддержка его внешнеполитического курса также являются для медиадискурса Британии знаком принятия Ангелы Меркель как «своей».

Освещаемый в СМИ прием канцлера Германии в феврале 2014 года в Великобритании, подчеркнута пышный, очевидно, передает стремление увидеть в ней «своего», ближайшего союзника. Корреспондент *The Guardian*, сравнивая визит в Великобританию различных политиков и Ангелы Меркель, применяет

гиперболу, связанную с преувеличенной пышностью приема немецкого политического лидера в Лондоне: «her feet barely touching soil that had not first been furnished with a plush scarlet carpet» [Addley 2014].

Комментируя официальный визит в 2014 году, журналисты актуализируют исторические аллюзии: приводят в сравнение Ватерлоо, когда поддержка немцев помогла англичанам одолеть французов [Kirkup 2014]. Вместе с тем накануне знакового визита журналист подчеркивает разницу в ожиданиях британцев и немцев: «German officials are already muttering that optimistic Brits are in for disappointment if that's what they expect» [Kirkup 2014].

Анализ лингвистических средств реализации оппозиции «свой – чужой» в медиадискурсе показывает, что рассматриваемое противопоставление решается в отношении конкретного политического деятеля неоднозначно, не всегда оправдывая предварительные ожидания адресата текста.

С одной стороны, как представитель иной национальности, «утрированная» немка, закрытая для иностранных СМИ, говорящая на другом языке, имеющая иные представления о стиле в поведении и одежде, – Ангела Меркель метафорически и оценочно осмысливается как «чужая» по отношению к английскому обществу и его традициям.

С другой стороны, как представитель европейской цивилизации, партнерского союза, Ангела Меркель получает в британском медиадискурсе немало признаков «своего» политика. Для упрочения ее статуса как «своего» используются следующие лингвистические способы:

– создание определенной оценочности, например, языковой мелиорации в отношении ее деятельности со стороны британских руководителей (Тони Блэр, Дэвид Кэмерон);

– использование метафорического параллелизма, например, в ситуациях уподобления образа Ангелы Меркель британским премьер-министрам Тони Блэру и в особенности Маргарет Тэтчер;

– обращение к аналитическим оценкам (в анализе сходного практического курса политики современной Германии и Великобритании);

- метонимическое обобщение: восприятие Ангелы Меркель как защитника прав всей Европы;
- применение метафоры родства: характеристика немцев как «братского» народа («кузены»);
- употребление военной метафоры: восприятие Германии как наиболее важного союзника Великобритании в 2014 году.

Анализ лингвистических средств оппозиции «свой – чужой» показал, что несмотря на очевидную «чуждость» образа Ангелы Меркель как иностранного политика, британский медиадискурс находит достаточно аргументов для характеристики образа с позиций противоположного полюса данной базовой оппозиции, как «своего».

Выявленные тенденции в выборе лингвистических способов презентации «чужого» политика приносят новые смысловые элементы в осознание базовой оппозиции и позволяют установить специфику образа «чужого» на фоне образа «своего» (стереотипный образ – его преломление) в британском медиадискурсе.

### **3.2. Особенности сочетания визуального и вербального в создании образа действующего политического лидера Германии**

Как было установлено ранее, отличительной чертой структуры медиатекста является сочетание вербальных и невербальных знаков и знаковых систем. Наиболее общим явлением для всех рассматриваемых медиатекстов является сочетание текста и иллюстрации: «текст газетного / журнального сообщения и сопровождающий его иллюстративный материал формируют единое смысловое пространство и выполняют единое прагматическое задание, что позволяет говорить о реализации в одном англоязычном медиатексте разных форм прагматического воздействия на получателя информации» [Еремина 2007: 4]. Однако в качестве соотносимых знаковых явлений можно рассматривать не

только текст и иллюстрацию, но и графически выделенные, значимые части статьи: заголовок, подзаголовок, а также подпись под иллюстрацией.

Для анализа особенностей сочетания вербального и невербального компонентов в медиатекстах, посвященных Ангеле Меркель, было отобрано 41 пример. В подавляющем большинстве иллюстрации представляют собой фотопортрет Ангелы Меркель (34 из 41 иллюстрации), который располагается в непосредственной близости от заголовка и находится с ним в своего рода знаковом диалоге. Как правило, фотографии выполняют функции визуальной поддержки и символизации основной идеи текста.

Одной из частотных функций фотографии является иллюстративная. В статье под заголовком «Angela Merkel: The German Leader Set to Eclipse Margaret Thatcher» политик изображена с улыбкой, на фоне поддерживающих ее избирателей; фото иллюстрирует информацию, заложенную в статье и заголовке, об успешности политических стратегий Ангелы Меркель (рис. 19). Фотография политика на фоне избирателей связана с несколькими смысловыми импульсами в тексте статьи: «Europe's most powerful leader»; «her unprecedented popularity, which currently stands at around 56 per cent»; «her non-confrontational style, her cool-headed approach to problems and commitment to “serve” have turned her into one of Germany's most popular post-war chancellors» [Paterson 2014]. Для текста статьи характерна ярко выраженная аксиологическая направленность, представленная такими позитивными оценочными единицами, как «cool-headed», «unprecedented popularity», «non-confrontational», «massive leader». Они непосредственно коррелируют с положительным образом Ангелы Меркель на иллюстрации.

Подобная взаимосвязь текста и иллюстрации прослеживается в отношении фотопортрета недовольной, вопрошающей Ангелы Меркель, на фоне германского флага (рис. 20), фотография иллюстрирует информацию о том, как канцлер Германии с возмущением оценила высказывание Виктории Нуланд о нежелательности активного включения Евросоюза в урегулирование украинского кризиса: «The German chancellor, Angela Merkel, has described as “totally

unacceptable” remarks by a senior US official who said “fuck the EU” while speaking about the crisis in Ukraine» [Pikington 2014]. Изображение на фотографии также выполняет функцию символизации: так, голубой фон, в частности, совпадающий с цветом флага Евросоюза, является весьма привычным для образа Ангелы Меркель, часто выступающей именно на таком фоне, а видимый на заднем плане германский флаг подчеркивает национальную принадлежность политика, основы ее ментальности. Иллюстративная функция здесь дополняется символической. Сохранение варваризма в высказывании американского политика в адрес Евросоюза является проявлением редакторской позиции в отношении «чужого» политика.

Анализ фактического материала показал, что большая часть статей, иллюстрированных фотографиями, предлагает более сложные и семантически богатые схемы взаимодействия текстового и иллюстративного компонентов. Важно анализировать не только соотношение основной идеи текста с иллюстрацией, а также текстовых коррелятов фото и рисунков, взаимодействие иллюстративной части со значимыми частями медиатекста, как правило, окружающими иллюстрацию: заголовком, подзаголовком, подписью к иллюстрации. В совокупности эти элементы создают сложную сеть знаков, они могут как семантически дублировать друг друга, в большей или меньшей степени, так и находиться в ситуации конфронтации, диалога, взаимодополнения.

Фото довольной Ангелы Меркель, пожимающей собственные руки в приветственном жесте, иллюстрирует образ успешного политика в статье *The Guardian* под названием «Want to Be a Successful World Leader? Do It the Angela Merkel way» [Henley 2013]. «Do It» рядом с изображением характерного жеста, а также подпись под фотографией «Angela Merkel: safely does it» создают ироническое отношение к тому, что политические действия Ангелы Меркель сводятся к самопрезентации, пожиманию своих рук (рис. 21). Фотография выполняет традиционные функции визуальной поддержки и символизации основной идеи текста (отметим традиционный голубой фон, аббревиатуру названия партии Ангелы Меркель на заднем плане). Вместе с тем торжествующее

выражение лица Ангелы Меркель и ее характерный жест позволяют говорить о выполнении фотографией функции расширения смыслового пространства медиатекста. Фотография не только находит смысловую поддержку в тексте статьи: «she has triumphed»; «Be pragmatic and methodical at all times»; «Have a plan – but never reveal it»; «Be mum to a country», но и расширяет эти смыслы за счет неоднозначного выражения лица политика, как будто готовящей что-то неожиданное для своих избирателей. Ряд оценочных номинаций («little style», «less charisma», «not a good speaker», «a scientific mindset», «weigh up the risks», «good housekeeping») призван стать основой смысловой интерпретации визуального компонента.

Фотопортрет Ангелы Меркель, которая смотрит вверх и радостно улыбается, сопровождает статью в *The Telegraph* под названием «Angela Merkel and the Talent of Seeming Ordinary», автор которой серьезно задается вопросом о секрете успешной политической карьеры Ангелы Меркель (рис. 22). Простоватое выражение лица политика комментируется в подписи к рисунку: «Angela Merkel's studied ordinariness hides a ruthless and effective politician» [Gimson 2009]. Таким образом, иллюстрация, на первый взгляд, намеренно выполняет функцию раскрытия только одного из аспектов основной идеи публицистического текста: видимой (или напускной) простоты Ангелы Меркель («*ordinariness*», «*seeming ordinary*»), ее нарочитой демократичности, под которой скрывается острый ум («*talent*», «*effective*»), решительность и негибкая политическая воля («*ruthless*»). Большинство оценочных лексем служит для создания образа сильного политика, что находится в антитестическом противопоставлении к образу, созданному в иллюстрации. Цветовая символика рисунка выдержана в той же синей гамме, которая в корпусе исследованных медиатекстов может оцениваться как ключевой прием изображения немецкого канцлера. Очевидно, постоянное использование голубого цвета не только воплощает цвета Евросоюза, но и является сознательным выбором пиар-команды канцлера, поскольку голубой фон гармонично оттеняет и делает ярче русый цвет волос Ангелы Меркель, а также делает более ярким цвет ее глаз.

В отдельную тематическую группу можно выделить статьи, посвященные германо-британским отношениям и проиллюстрированные фотографиями глав стран – Ангелы Меркель и Дэвида Кэмерона. Диалог Федерального канцлера Германии и премьер-министра Великобритании стал сюжетом для фотографии в *The Spectator*, которая иллюстрирует главную мысль статьи под названием «Only Angela Merkel Can Save David Cameron Now»: для Великобритании стратегическое партнерство с Германией является одним из приоритетов внешней политики (рис. 23). Семантическое пространство глагола *to save* обычно ассоциируется с действиями в отношении своих, близких (*to save one's life, to save one's bacon / neck, God save you!*). Из глагольного синонимического ряда (*to help, to assist, to aid, to support, to rescue, to salvage, to save*) автор статьи намеренно выбирает глагол *to save* для демонстрации большой степени участия Меркель в решении серьезных политических вопросов своего европейского партнера. Подобная фотография, на которой политики оживленно беседуют, сопровождает материал *The Telegraph* под заголовком «Angela Merkel in London: Once Again, Our Future Rests on German Leadership» [Kirkup 2014]. Аналогичного характера фотография с форума в Давосе (рис. 24) сопровождает и другой материал в *The Telegraph* [Cameron 2014]. Эти фото призваны визуально выразить идею диалога и заинтересованности, которые сопровождают стратегически партнерские отношения Великобритании и Германии.

Ведущей функцией рассмотренных примеров является функция иллюстрирования, хотя в той или иной мере была реализована функция символизации. Однако наиболее интересные сочетания текстовой и иллюстративной части, создающие своего рода смысловую дугу напряжения, возникают, когда задействована функция расширения смыслового пространства медиатекста. В этом случае «визуальная составляющая медиатекста содержит информацию, отсутствующую в вербальной части текста, способствуя тем самым более глубокому осмыслению основной идеи автора» [Еремина 2007: 22].

Приведем пример такого смыслового расширения. В статье *The Newsweek* заголовок гласит, что Ангела Меркель является «Чудо-женщиной Германии»

(*Wonder Woman*), то есть супергероем комиксов [Hammer: 2011]. На фото, сопровождающем статью, она идет вперед, окруженная мужчинами: эта композиция прозрачно напоминает типичные обложки видеоматериалов, где главный герой выступает впереди своих соратников (рис. 25). Вместе с тем внешность Ангелы Меркель – немолодой, коротко стриженной женщины с решительным выражением лица, – контрастирует с образом Чудо-женщины, порождая иронический контекст восприятия заголовка. В текстовом материале публикации содержится большое количество языковых единиц, характеризующих образ канцлера Германии и описывающих ее ведущую роль в мировой и национальной политике: «Europe's strongest and most durable leader», «the world's most powerful woman», «the most assured in her office», «has been a strong voice for discipline», «efficient», «has kept her independence and her private life to herself», «not someone running around the world in tiaras», «playing well with others at home as well as abroad».

Одним из классических приемов символической иронической фотографии стало фотографирование известных деятелей на фоне люстр или светильников, которые образуют над ними своеобразную корону. Такая фотография улыбающейся Ангелы Меркель, «увенчанной» золотой массивной люстрой, сопровождает статью в *The Independent* «The Iron Frau: Angela Merkel» [Paterson 2014]. Образ «железной леди», эксплицированный в заголовке, смягчается иронической фотографией, на которой политик смотрит вверх и улыбается, словно радуясь факту «коронации» как признанию ее выдающихся заслуг (рис. 26). Межязыковая контаминация «the iron Frau» содержит прямую аллюзию на бывшего британского премьер-министра Маргарет Тэтчер с мощным аксиологическим потенциалом. Соединение двух номинаций (the iron lady and Frau) приводит к слиянию образов двух политиков, которое демонстрирует наличие германо-британского союза и делает Ангелу Меркель «своей».

В статье под заголовком «Angela Merkel Speaks Truth to Multiculturalism» [Nagorski 2010] в отношении диалога вступают три важнейших компонента: заголовок, только намекающий на содержание статьи, сама статья и фотография

политика (рис. 27). Статья посвящена тому, что Ангела Меркель в 2010 году открыто заявила, что мультикультурализм как проект оказался провальным для Германии, и заговорила о необходимости особой культурной политики, которая бы помогала мигрантам вписываться в общегерманскую социальную и культурную жизнь. Фотография, на которой запечатлена Ангела Меркель на фоне государственного символа Германии – орла, осенявшего ее крыльями, недвусмысленно намекает на исторически сложное отношение Германии к мигрантам и на политическую биографию самой Ангелы Меркель (при создании Евросоюза она была противницей вступления в него Турции), что в то время навлекло на нее определенные подозрения и даже обвинения в расизме: «Her decision to oppose Turkish entry to the European Union smacks of crass opportunism which risks stirring up racism» [Groom 2004]. Ряд оценочных языковых единиц (smack, crass, to stir up, pandering to right-wing constituency, lurching in the face of anti-Muslim sentiment) задает аксиологический вектор прочтения не только смысла статьи, но и визуального компонента. Благодаря сопряженности элементов креолизованного текста создается критическое отношение к действиям Федерального канцлера. Отчуждение образа достигается комбинацией таких лексических единиц, как *to tell truth, to oppose, opportunism, to risk, racism*.

Такого же типа расширение смыслового пространства медиатекста происходит при иллюстрировании материала в *The Spectator*: ироническое и хлесткое название «Merkel will win – because my fellow Germans dare not speak of national self interest», подзаголовок «Germany's integrationalist elite are prepared to pay out forever to protect the euro» и подпись под фотографией «Merkel calls the shots – and Germany's economy is powered by Russian gas» – окружают фотографию, которая должна символизировать патриотизм Ангелы Меркель: она идет вдоль голубого экрана, на котором многократно проступает аббревиатура ее партии, Христианско-демократического союза (CDU) и слоган «Für Deutschland» - «За Германию» (рис. 28). Сочетание патриотической символической фотографии и хлестких заголовочных высказываний создает особое ироническое поле освещения деятельности политика в отношении еврозоны, расширяя смысл

текста. В реализации оппозиции «свой – чужой» при создании образа Ангелы Меркель как иностранного политика участвуют такие языковые единицы, как, с одной стороны, «fellow», «integrationalist», «cooperation», «common interests», с другой стороны – «national self interest», «Germany's economy», «to protect the euro», «Russian gas». В визуальном компоненте предпочтение отдано элементам с национальной окраской в отличие от рассмотренных ранее фотографий с европейской атрибутикой.

Портрет Ангелы Меркель вполборота на синем фоне сопровождает статью в *The Guardian* «Angela Merkel: Europe's Saviour – or Biggest problem?» [Henley 2011]. Здесь во взаимодействие вступают несколько значимых элементов медиатекста: кроме заголовка, содержательный подзаголовок «The German chancellor holds Europe's economic fate in her hands. But critics say she is not up to the job» и подпись под портретом, на котором политик смотрит назад с полуулыбкой и надеждой во взгляде: «She's a good captain when the weather is calm. But as soon as the seas get rough, she's incapable». Таким образом, взгляд Ангелы Меркель здесь символизирует надежду, в то время как аналитик стремится эту надежду погасить (рис. 29). В этом примере мы также наблюдаем неоднозначную характеристику Федерального канцлера с двумя аксиологическими точками притяжения. Позитивный образ создается с помощью оценочных лексем: «Europe's saviour», «holds fate in hands», «a good captain», «calm weather». Негативная сфера сформирована следующими языковыми единицами: «biggest problem», «is not up to the job», «rough seas», «incapable». Такая неоднозначная трактовка образа прослеживается в визуальном компоненте медиатекста.

Совсем иной предстает Ангела Меркель на фото в *The Economist* (статья под названием «A Safe Pair of Hands»). Подзаголовок статьи гласит: «Perceptions of Germany's chancellor, who is likely to win re-election on September 22nd, are completely different at home and abroad» [Angela Merkel. A safe pair of hands 2013]; образ улыбающейся женщины на фоне огромной сияющей огнями рождественской елки весьма отличен от привычного портрета Ангелы Меркель – сурового политика (рис. 30). Однако она по-прежнему держит руки сложенными в

узнаваемой позе «Merkel rhombus», со сжатыми указательными и большими пальцами рук. В этой статье размещена также фотография молодой, коротко стриженной Ангелы Меркель, улыбающейся своему наставнику Гельмуту Колю, которая впоследствии обошла его и без сомнений помогла ему уйти из политики (рис. 31). Таким образом, две фотографии в статье помогают представить образ политика многогранным: она и мать семейства, и «Mutti» немецкого народа, крепко держащая его будущее в своих руках, и в то же время безжалостный противник на политическом поле. При этом обе фотографии в смысловом отношении связаны только с заголовком и не имеют в тексте прямых коррелятов, дополняя вербальную составляющую символическими смыслами.

Характерный жест Ангелы Меркель «Merkel rhombus» имеет и другое популярное название: «Merkel Diamond». По мнению журналиста *The Independent*, это «an almost saint-like gesture» [Paterson 2014], который не случайно стал основой для предвыборного плаката Ангелы Меркель, размещенного напротив берлинского вокзала.

«Ромб» как характерный жест Ангелы Меркель является ее важнейшей визуальной репрезентацией, визуально воплощающей те черты, которые ценят немцы в своем лидере: стойкость, надежность, предсказуемость, способность сосредоточиться, сила и политическая воля. Нужно отметить, что такое восприятие (которое стало основанием для весьма самоироничного использования данного жеста на предвыборных плакатах Ангелы Меркель) не полностью разделяется в аудиториях других стран: привычный жест Ангелы Меркель воспринимается как забавная особенность. Позитивная аксиологическая характеристика, создаваемая лексическими единицами «diamond», «saint-like», не исключает иронической переоценки образа канцлера.

В статье *The Independent* о судьбе выборов Ангелы Меркель приведены девять фотографий политика с различными выражениями лица, создавая своего рода панораму ее состояний: радости, веселья, ожидания, удовольствия, неопределенности (рис. 32). Эта панорама входит в диалог как с заголовком статьи: «Angela Merkel's Greatest Triumph in German Election Still Needs Coalition

Backing», так и с подзаголовком: «Chancellor must find a party to form new coalition or risk another election»; эмоциональные маски политика, символизирующие триумф на выборах, скрывают массу тех стратегических проблем, которые ей приходится разрешать («needs coalition backing», «find a party», «to form new coalition», «risk another election»).

Статья в *The Guardian* под названием «Parliament welcomes Angela Merkel like the Queen of Europe» [Addley 2014] содержит, наряду с заголовком и фотографией, два важных элемента: подзаголовок и подпись к иллюстрации. Все они, находясь рядом, создают сложное поле взаимных переключек. Подзаголовок иронически обыгрывает манеру Ангелы Меркель одеваться (еще одна постоянная тема статей о политике): «The German chancellor aligns herself with the union flag – sartorially at least – as she dazzles a joint session of parliament». На фото – далекий план Ангелы Меркель, выступающей перед парламентом; в своем синем жакете среди мужчин в черных костюмах и на фоне золотисто-коричневых стен и картин она действительно очень выделяется (рис. 33). В статье корреспондент отмечает провокативность ее одеяния, воспроизводящего черты британского флага, во время выступления в Парламенте: «She had chosen to wear a bright blue jacket, she later revealed, because of how it would offset the red carpet in British colours. (If Cameron does not reciprocate by sporting yellow cross-gartered stockings, a red hunting jacket and a black topper on his next Berlin trip the Germans are encouraged to take all appropriate offence)» [Addley 2014]. При этом фотография не только визуально подкрепляет текст («the union flag», «a bright blue jacket», «the red carpet in British colours»), но и выступает как основание для расширения его смыслов: выступая перед обеими палатами Парламента в своем привычном брючном костюме, Ангела Меркель, следуя своему пониманию стиля, остается самой собой, не подстраивается под внешние обстоятельства. Неброская внешность Ангелы Меркель контрастирует с ее номинацией в заголовке («the Queen of Europe») и традиционным для британцев образом королевы. При этом в тексте статьи высоко оцениваются ораторские способности немецкого канцлера («she dazzles»). Ряды цветообозначений принимают участие в контрастивном описании двух

политиков, цвета национальных флагов, используемые для характеристики элементов повседневной одежды (противопоставление «высокое – низкое», «сакральное – профанное») обыгрываются в ироническом ключе.

Рассматривая особенности сопровождения иллюстрацией исследуемых медиатекстов, необходимо выделить в отдельную группу статьи с рисованными карикатурами (такой тип иллюстрирования предпочитает издание *The Spectator*). В статье под названием «Merkel's Sovereign Remedy» [Caldwell 2012] немецкий канцлер и британский премьер изображены в крайне гротескном виде, краснолицыми, с надутыми губами (рис. 34); значение рисунка приоткрывается в подзаголовке: «Britain and Germany agree about the EU's economics – but they're still headed for an irreconcilable clash» [Caldwell 2012]. Если британский премьер изображен полуотвернувшись от материка, в элегантном черном костюме, то в портрете Ангелы Меркель, бегущей по направлению к нему, карикатурист обыграл и ее склонность к безвкусным цветным пиджакам и бусам, и не слишком элегантную прическу. Образ партнеров по Евросоюзу представлен в креолизованном тексте в фокусе противоречий, отмеченных в иллюстрации и вербализованных в тексте («agree – irreconcilable clash»).

Статья *The Spectator* «An Axis of Pragmatists» о том, что политики Британии и Германии являются союзниками в плане прагматической политической стратегии, сопровождается карикатурным изображением Дэвида Кэмерона и Ангелы Меркель, держащихся за огромные ножницы, подобно комичным рабочему и колхознице (рис. 35). На карикатуре подчеркиваются жизнерадостность Камерона, мешковатая фигура и усталый вид Ангелы Меркель, однако они объединены общим делом. Подтверждение этому содержится в заголовке и тексте статьи: лексема «axis» используется для обозначения группы государств, объединенных в коалицию; в тексте встречаются оценочные лексемы «pragmatic partnership», метафоры «enjoy a little love-in», «economic family».

Сравнительно редко медиатексты представлены как информация преимущественно визуальная: таковы фотоотчеты о жизни и визитах Ангелы Меркель в *Financial Times* (рис. 36, 37) или, например, карикатура К. Уильямса в

издании *The Guardian* (рис. 38). На этой карикатуре Ангела Меркель стоит у надписи «German manufacturing shrinks» и произносит, перемежая немецкий с ломаным английским: «Scheisse! Wir haben keine Vidgets!» («Черт побери! У нас нет никаких виджетов (устройств, приборов)!»). Так в 2012 году, когда во время кризиса евро весь мир ждал решительных действий от Германии, оценивалась свойственная экономике Ангелы Меркель консервативность и медлительность. В этот же период на обложке *The Economist* появилась карикатурная картинка, на которой из тонущего танкера под названием «Мировая экономика» («The World Economy») доносится голос: «Можно мы уже включим мотор, миссис Меркель?» («Please can we start the engines now, Mrs Merkel?») (рис. 39).

Реализация оппозиции «свой – чужой» и демонстрация того, что Меркель является иностранным политиком, достигается языковой констелляцией (подпись на английском языке и передача прямой речи на немецком языке).

Таким образом, массив использованных текстов свидетельствует о том, что фотографии могут иметь как иллюстративное значение, так и символическое, дополнять и расширять семантику текста, нести в себе ироническое диалогическое значение. Рисунки-карикатуры, в силу традиций жанра, имеют ироническую модальность, выражают критический взгляд на политические действия и образы.

Набирает популярность дополнение вербальной и иллюстративной информации видеофайлами. Так, статья об участии Ангелы Меркель в возможном выделении независимого европейского сектора Интернет [Thomas 2014] сопровождается коротким видеосюжетом с небольшими интервью, репортажами и микросюжетами по теме. Статья о ситуации в Греции также сопровождается коротким видеофайлом, где оптимистичные слова Ангелы Меркель перемежаются с кадрами уличных беспорядков в стране [Smith 2012]. В заставке и окончании клипа – изображение плаката с лицом Федерального канцлера, загримированным под клоунскую маску, с круглым красным носом, что призвано символизировать излишний необоснованный оптимизм политика.

Таким образом, анализ эмпирической базы показал, что большинство иллюстраций к текстовым сообщениям, посвященным Ангеле Меркель, представляют собой фотопортрет немецкого политика. Фотографии вступают в тесное взаимодействие с заголовком, подзаголовком статьи и подписью к иллюстрации. Все компоненты креолизованного текста, находясь рядом, создают сложное поле взаимных переключек и связаны смысловыми импульсами. Ведущими функциями проанализированных фотоматериалов являются визуальная поддержка, символизация, иллюстративная функция, расширение смыслового пространства медиасообщения, что делает задачу читателя по интерпретации текста более проблемной и творческой.

В ходе проведенного исследования удалось установить ярко выраженную аксиологическую направленность медиатекста, представленную позитивными оценочными языковыми единицами, что зачастую находится в прямой связи с положительным образом Ангелы Меркель, формируемым с помощью визуального компонента. 40% фотоматериалов участвуют в репрезентации Федерального канцлера Германии в позитивном ключе, делая ее «своим» для читательской аудитории популярной британской прессы. Результаты исследования показали, что в 40% случаев отчуждение образа немецкого политика достигается комбинацией лексических единиц и иллюстраций, в особенности несущих символическое ироническое значение. Ряд оценочных языковых единиц задает отрицательный аксиологический вектор прочтения не только смысла публикации, но и визуального компонента. В редких ситуациях (20%) наблюдается неоднозначная (амбивалентная) характеристика Ангелы Меркель с двумя аксиологическими точками притяжения. При этом она прослеживается как на вербальном, так и на визуальном уровне.

Особое место в ряду проанализированных текстов, сопровождаемых иллюстрацией, занимает группа статей с рисованными карикатурами, имеющими ироническую модальность и выражающими критический взгляд на политический образ и действия Ангелы Меркель. Британские СМИ остаются верны

национальному духу критического и юмористического подхода к политическим и социальным феноменам.

Сочетание вербального и визуального компонентов медиасообщения нацелено на выполнение единой прагматической задачи, а их связь с аксиологической направленностью ведет к формированию образа немецкого политика в оппозиции «свой – чужой».

### **3.3. Ключевые слова, метафорика и гендерные стереотипы в оценке образа политического деятеля Германии**

Наряду с визуальным компонентом в формировании образа одного из ключевых европейских политиков, Федерального канцлера Германии, принимает участие вербальная составляющая креолизованного текста. Среди лингвистических средств на первое место выступают прямые и переносные номинации политика, связанные с его происхождением, образованием, профессиональными качествами, дипломатическими способностями. Основным процессом создания оценочности является метафоризация. В формировании образа политика немаловажную роль играют гендерно маркированные номинации.

Массив текстов, посвященных Ангеле Меркель, был проанализирован с помощью компьютерной программы Wordle ([www.wordle.net](http://www.wordle.net)). Лексика статей была упорядочена по принципу «облако» ключевых слов (Схема 4), что позволяет получить достаточно объемное представление о лексических приоритетах в создании образа немецкого политика.



«чужой» (при обращении к контексту сложных отношений Британии и Евросоюза).

К личным именам, наиболее часто используемым при характеристике образа и действий Ангелы Меркель, относятся также *Margaret, Thatcher, Helmut, Kohl, Gerhard, Schröder, Blair*. Личные имена политиков выступают:

– знаками отождествления или сравнения политика с другими политиками: сравнение (зачастую одобрительное отождествление) с Маргарет Тэтчер и Тони Блэром;

– указателями на факты политической биографии Ангелы Меркель (Герхард Шредер, Гельмут Коль).

Топонимы, слова-указатели географического характера (*East, Greece, Brussels*), являются знаками другого порядка, указывая на центральные объекты внимания в политике Ангелы Меркель. *Brussels* как штаб-квартира Евросоюза является текстуальным маркером интересов Ангелы Меркель в данной области. Греция – одна из стран Евросоюза, испытывающая кризисное состояние, в том числе в связи с членством в данной организации, что делает ее страну важной как для политики Ангелы Меркель, так и для британского медиадискурса. «Восточный» («East») – важная характеристика места происхождения Ангелы Меркель, Восточной Германии; данная лексема содержит оценочные коннотации, связанные с идеологическим прошлым политика.

Рассмотрим другие ключевые слова, выделенные с помощью компьютерного анализа. В контекст обсуждения политики и образа Ангелы Меркель вовлекаются такие политические понятия, как *democrats, Eurozone, reform, foreign, States, opposition, conservatives, polls, President, policy*. Важно отметить, что большую часть в этой группе составляют слова, содержащие семы объединения: это названия партий, а также лексические единицы *coalition, Union, campaign, relationship*. Часто употребляются экономические термины: *tax, debt, crisis*. Отбор приведенных лексических единиц и их комбинации с другими элементами вербального компонента создают положительный ассоциативный фон в характеристике немецкого политика. Она выступает как эффективный

демократический лидер (*democrats, reform, crisis, policy*), ориентированный на успешное взаимодействие с политиками других стран (*Eurozone, foreign, Union, relationship, President, States*).

В контексте политического медиадискурса как несомненно одобрительные прочитываются лексемы *leader, power, powerful, free, good, victory, popularity, majority*.

Среди наиболее частотных прилагательных и наречий преобладают лексемы с положительными коннотациями: *new, first, next, biggest, grand, top, often, well, one*. Значительно меньшую группу представляют лексемы, в значении которых выделяются негативные коннотации: *back, never, away*. На аксиологической шкале образа политика фигура Ангелы Меркель тяготеет к положительному полюсу. В облаке ключевых слов не встречается лексем с ярко выраженным отрицательным значением, что косвенно подтверждает близость немецкого политика британской читательской аудитории. Некоторые слова связаны с выделением отдельных групп людей и понятий, с которыми ассоциируется деятельность политика: *Christian, national*.

Анализ ключевых слов-существительных показывает, что они представляют как базовые метафоры медийного дискурса, содержащие положительные коннотации (*way, home, world*), так и указания на временные отрезки (*time, years, future, end*) и элементы психологической и коммуникативной деятельности человека (*idea, question*).

Часто используемое существительное *austerity*, имеющее значение «суровость», «жестокость», «аскетизм» («the quality of being austere», «something that is part of an austere way of life»), «строгая экономия» («a situation when people do not have much money to spend because there are bad economic conditions») [Oxford Learner's Dictionary], характеризует как экономическую политику, строгих рамок которой приходится в современности придерживаться странам Евросоюза, так и стиль самой Ангелы Меркель (в политике, риторике, внешнем виде).

Глаголы среди ключевых слов также по большей части имеют положительные коннотации и несут значение обновления (*open, change*),

умственной деятельности и восприятия (*think, want, seems, see*), действий и движения (*make, get, put, go, may, made, cuts*).

Таким образом, выделение ключевых слов позволяет говорить о том, что образ Ангелы Меркель представлен в британском медиадискурсе в контексте мировой политики и экономики с преобладанием слов с положительной коннотацией лидерства, перемен, преимущества.

Исследуя способы концептуализации политики в медиадискурсе, наиболее часто современные ученые используют понятия концепта (или ключевых слов) и метафоры, которые могут быть рассмотрены как различные стороны или стадии одного процесса: образного описания фигуры политика, которое приблизило бы образ деятеля к читателям и одновременно позволило бы журналисту выразить собственное отношение к объекту описания.

В основании метафоры как скрытого отождествления лежит определенный концепт, который может получать различные метафорические реализации. В каждом национальном дискурсе и, в частности, в британском «функционирует система взаимосвязанных и взаимодействующих метафорических концептов, посредством которых репрезентируются основные понятия» [Соловьева 2011: 5-6], а также образы политической сферы. При этом концептуально-метафорическое отражение образа политика не только запечатлевает существующие направления осмысления образа, но и влияет на мнение читателя, формирует его.

С этой точки зрения рассмотрение метафорической системы представления образа Ангелы Меркель в британской прессе является весьма актуальным. Для анализа были отобраны текстовые фрагменты, позволившие разработать типологию метафорического представления образа действующего немецкого политика.

Как правило, большинство статей посвящено конкретизации и развертыванию в метафорическом отношении какого-либо одного концепта. Однако существуют и статьи, авторы которых стремятся обобщить образ Ангелы Меркель с помощью ряда концептов. Так, говоря о «рецепте» успешной политической карьеры Ангелы Меркель, Джон Хенли из *The Guardian* выделяет

такие концепты, как «прагматизм», «отсутствие риска», «знание своей страны», «планирование», «принципиальность», «материнство» [Henley 2013]. Действительно, принципиальные черты Ангелы Меркель как политика концентрируются вокруг концепта «надежность»; вместе с тем метафорическое представление политика в текстах британских медиа значительно богаче приведенного списка, оно раскрывает с различных сторон ее образ и отношение к ней со стороны журналистов.

В исследовании используется типология метафорических сфер-источников, которые конкретизировали образ Ангелы Меркель как действующего немецкого политика (сфера-мишень).

Схематическое представление о реализации тех или иных видов метафор в создании образа немецкого политика в британском медиадискурсе отображено в таблице 2.

Таблица 2. Сферы-источники метафорической экспансии в построении образа Ангелы Меркель в британском медиадискурсе

Тип метафоры	Реализованные подтипы метафоры	Примечания
Антропоморфная метафора	Семья	Метафорическая модель <i>государство – это семья</i> относится к наиболее значимым в медийном дискурсе; эта сфера имеет прямое отношение к гендерному аспекту и концептуальной оппозиции «свой – чужой»
Природоморфная метафора	Живая природа	Мало используемая область
Социоморфная метафора	Религия	Наряду с историей этот вид самоидентификации остается весьма важным для современной Европы, стоящей перед вызовами глобализационного процесса
	Мифологические и литературные образы	Мало используемая сфера
	История	Сфера-источник весьма актуальна в медиадискурсе, поскольку позволяет использовать в метафоре культурный опыт народа
	Война	Данная сфера используется

		достаточно активно. Политик может рассматриваться как полководец, солдат или миротворец
	Спорт и игра	Осмысление образа политика как спортсмена или игрока логично и обосновано, так как политическая деятельность, а тем более предвыборная гонка, всегда связана с борьбой, соревнованием, удачливостью
	Профессия	Для построения образа отдельного политического деятеля эта сфера активно реализуется в концептах профессий и профессионализма; осмысление происходит преимущественно через образы мужских профессий. Данная сфера граничит с артефактными метафорами
Артефактная метафора	Механизм, промышленность, инструмент, артефакт	Область связана с концептуализацией образа политика как мастера, профессионально владеющего определенным инструментом
	Строительство, здание	Образ политика как строителя (или разрушителя) является одним из вариантов метафорической концептуализации этой сферы
	Путь, путеводительство	Политика связана с путеводительством, назиданием; может быть использована в контексте <i>рулевого</i>

Важно отметить, что в исследованных текстах фактически нет антропоморфных метафор, за исключением метафоры семьи. Очевидно, для данной сферы-мишени (образ Ангелы Меркель) в британском медиадискурсе не представляют концептуальной ценности метафоры из области анатомии, физиологии, болезни, сексуальных явлений.

Сфера-источник «семья» в отношении Ангелы Меркель уточняется в гендерном плане. Поскольку политика традиционно считается мужским занятием, журналисты и читатели особенно внимательны к гендерным аспектам формирования образа Ангелы Меркель как политика.

Описывая визит Ангелы Меркель в Грецию во время европейского кризиса, журналист *The Guardian* говорит о ее поведении, используя концепт «матриарх»:

«But even as the leader attempted not to sound like the *matriarch in charge of the family till*, there is no denying that that is exactly what she is» [Smith 2012]. В этой цитате заметен негативный оттенок отношения к власти, которую имеет и проявляет Ангела Меркель; в то время как «patriarch» принимает активное участие в процессах метафорического производства и в переносном значении редко обладает ироническим оттенком, понятие «matriarch», во-первых, подразумевает власть женского начала и, во-вторых, отсылает к далекому прошлому, когда повсеместным было явление матриархата. Данная метафора свидетельствует о критической модальности статьи, которая оценивает политический стиль и решения Ангелы Меркель в отношении Греции.

При этом, по наблюдениям корреспондента *The Economist*, немцы, напротив, склонны осмысливать своего лидера в рамках традиционной метафоры семьи, как *мать*: «Germans identify so much with their chancellor that in the past few years they have started to call her Mutti – “Mum”» [Angela Merkel. A safe Pair of Hands 2013]. В британском медийном дискурсе не обнаружено подобных метафорических переносов; негативной параллелью образу матери служит вышеупомянутая метафора *матриарха*.

Стоит отметить, что некоторые выявленные метафоры носят явно уничижительный характер в гендерном аспекте, во многом обусловленный контекстом и противопоставлением «женское – мужское». Ангела Меркель представлена как «бледное» подобие, как «тень» видных предшественников-мужчин: «Merkel – a pale, irredeemably frumpy, maddeningly hard-to-pin-down shadow of an Adenauer, a Brandt, a Kohl – is totally not what's needed, say her critics» [Henley 2011]. В этом контексте «Merkel» находится на негативном полюсе аксиологической шкалы.

В гендерном аспекте, но с положительной оценкой *Newsweek* описывает Ангелу Меркель как «нового Тони Блэра» [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Вместе с тем достаточно часто Ангелу Меркель уподобляют Маргарет Тэтчер: эти женщины-политики сопоставимы по силе политической воли, по

прагматизму, по способности длительное время возглавлять не только государство, но и занимать ведущие позиции в Европейской политике.

Природоморфные метафоры сравнительно редки в исследуемых текстах, этот вид метафор представлен только сферой «живая природа». Среди отобранного материала встречается метафора *хромой утки* (неудачник; в политическом жаргоне – лицо, занимающее выборный пост, но не избранное на следующий срок): «she is not expected to run for re-election in 2017, and once she's a *lameduck*, Germany may tilt back to its more traditional integrationist position» [Forsyth 2014]. Также в 2004 году политик уподобляется *крокодилу* в контексте употребления сочетания «крокодиловы слезы»: «Angela Merkel, CDU chairwoman, said how sad she was about Merz's decision, but was that a *crocodile tear* in her eye?» [Merk-urial 2004]. Эти выражения также имеют фразеологический характер, обозначая не столько персонально Ангелу Меркель, сколько определенный тип политической стратегии канцлера и его оценки в медиадискурсе.

Социоморфная метафора задействована при создании образа Ангелы Меркель весьма активно, она представлена в исследованных текстах в метафорах религиозного характера, аллюзиях к историческим, мифологическим и литературным героям, военных, профессиональных и спортивно-игровых метафорах.

Немаловажное место в характеристике образа Ангелы Меркель, дочери протестантского священника, занимают метафоры сферы-источника «религия». Так, концепт «кальвинистский» обозначает определенную жесткость ее внешней политики: «Merkel's *Calvinist* approach to dealing with Europe's crisis-hits out her periphery may have softened» [Smith 2012]; в этой же статье упоминается, что Ангела Меркель – дочь пастора. Введение ее образа в контекст религии неслучайно: ее протестантские взгляды могут вступать в противоречие с католическими воззрениями избирателей: «the problem Ms Merkel, a *Protestant* woman from former East Germany, has in appealing to the opposition's largely *Catholic*, male supporters» [Groom 2004]. Однако за время, прошедшее с момента публикации анализируемого медиатекста, Меркель удалось разрешить это

противоречие. Стилистические фигуры, содержащие аналогию или указание на религиозную сферу, активно переосмысливаются в медиатексте и являются не только элементами риторического противопоставления (*Protestant – Catholic*), но и маркерами полюсов базовой оппозиции «свой – чужой» в гендерном аспекте (*a protestant woman – catholic male opposition*). Вторичное использование религиозно маркированных лексем (*Merkel's Calvinist approach*) в медиатексте обусловлено не только тем, что религия оказывается продуктивной сферой-источником, но и тем, что сам «религиозный язык может выступать в роли парадигматизатора межконфессиональных влияний и изменений» [Плисов 2013: 127].

Более того, уже в 2009 году ее происхождение связывают с дальнейшим умением хранить свои мысли в тайне, как то и пристало дочери священника, выросшей в Восточной Германии: «Nobody can read Mrs Merkel's mind, a talent she developed while growing up in East Germany as the daughter of a *Lutheran pastor*» [Gimson 2009]. Вместе с тем религиозное воспитание совсем не ограничивает ее способность сосредоточиться на главном: так, корреспондент *The Telegraph* пишет о том, что на одной из личных встреч Ангела Меркель и лидер баварских католиков Эдмунд Штойбер обсуждали вопросы дома у Гвидо Вестервелле, лидера свободной демократической партии; в то время как Штойбера неприятно поразили гей-постеры на стенах жилища, Ангела Меркель даже не обратила внимания на них, поскольку была нацелена только на достижение политической цели встречи: «For unlike Mr Stoiber, who as a *good Bavarian Catholic* was deeply shocked by Bisky's pictures, Mrs Merkel seemed not even to have noticed how the flat was decorated, and had focused instead on the question at issue, which was whether the three parties could agree on a joint candidate for the forthcoming elections» [Gimson 2009]. Таким образом, в глазах британских журналистов для характеристики Ангелы Меркель весьма важно ее происхождение из семьи священника, оно может многое объяснить в формировании ее характера; однако политик далеко не скована своим происхождением в практических вопросах политических договоренностей. Образ «добротого католика» («a good Bavarian Catholic») связан с традиционалистскими взглядами на проблемы семьи и брака («deeply shocked»), в

то время, как протестанты («a Lutheran pastor daughter») отличаются более толерантным подходом («have not noticed pictures»).

Сфера «религия» граничит со сферой-источником «мифологические деятели», которая также актуализируется при характеристике образа немецкого политика. Так, корреспондент *Newsweek* говорит об Ангеле Меркель как о героине комиксов, супергерое Чудо-женщине (*Wonder Woman*) [Hammer 2011]. К героям сказок может отсылать и упоминание об Ангеле Меркель как о «ледяной» (*frosty*) женщине, именно такой она выглядела на выступлении 81-летнего Гельмута Коля, своего покровителя [Hammer 2011]. Понятие «драконовские меры» ставит ее поведение в ряд с действиями мифологических жестоких царей: «apply more *draconian measures* and the rescue funds will keep pouring in» [Smith 2012] – речь идет о жесткой позиции Ангелы Меркель по отношению к кризису в греческой экономике.

Сфера-источник метафоризации «история» в отношении образа Ангелы Меркель связана с тем, что ее образ осмысливается через образ другого исторического деятеля (или обобщенный образ), проводится параллель с прошлым.

Так, корреспондент популярной британской газеты *The Telegraph* Джеймс Киркуп употребляет развернутую метафору, где Ангела Меркель уподобляется прусскому фельдмаршалу Г. Блюхеру, победителю при Ватерлоо: «No doubt Mr Cameron's enthusiastic boosters would like to cast him as Wellington to Mrs Merkel's Blucher» [Kirkup 2013]. В данном примере премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон уподобляется английскому полководцу герцогу Веллингтону, союзнику Блюхера в битве на Ватерлоо. Важно отметить, что Блюхер пришел на помощь Веллингтону и помог ему избежать поражения; эта метафора с очевидностью говорит о расстановке сил в современной европейской политике, поскольку обладает положительной оценкой.

Журналист *The Telegraph* С. Камерон проводит завуалированную параллель между визитом Ангелы Меркель в Великобританию и набегами викингов: «Chancellor Merkel, who is to be feted in Westminster Hall and at Buckingham Palace

today, may not be aware of the vast sums in tax that the English paid 1,000 years ago to persuade Viking raiders to go away – only to have them return for more again and again» [Cameron 2014]. Эта метафора разворачивается более широко: «Sadly, Mrs Merkel will miss the British Museum's Viking exhibition which opens next week. They were a rough lot. Think Ragnar Hairy Breeches, the legendary Viking lord who specialized in plundering England before being thrown into a pit of snakes. Not unlike the Eurosceptic nest of vipers Mr Cameron has to endure» [Cameron 2014]. Метафора говорит внимательному читателю о «разбойничьем», завоевательском характере политики Ангелы Меркель в отношении Великобритании, – так понимает ее действия журналист. Развернутый характер анализируемого тропа создается с помощью многочисленных ассоциаций, в основу которых положено переосмысление самых различных признаков предметов: внешнего вида, материальных признаков, функций, образа действий и т.п. (*Viking raiders, pit of snakes, nest of vipers, plundering England*). Лексические единицы сконцентрированы вокруг отрицательного полюса аксиологической шкалы и призваны сформировать образ «чужого» – захватчика, врага.

Говоря об исторических метафорах, А.Н. Баранов относит сферу «история» к неконкретным, в которых происходит не конкретизация, а переструктурирование образа [Баранов 2004: 10]. Действительно, здесь образ одного деятеля представлен другим, однако более известным, отношение к которому четко определено среди читателей СМИ. Если уподобление Блюхеру в целом положительно оценивает политику Ангелы Меркель в отношении Британии, то параллель с викингами, напротив, раскрывает для читателей негативный аспект германо-британских отношений.

В следующем отрывке обыгрывается метафорический перенос Ангела Меркель – (*английская*) королева, на что указывает, в частности, упоминание традиционной музыки, звучащей при коронации британской королевской семьи: «They weren't quite playing Zadok the Priest as Angela Merkel swept into the Royal Gallery at the Houses of Parliament, but that was probably only because someone had spotted that a blast of Handel, a German who naturalized as a Brit, might not make the

most tactful welcome for the chancellor» [Addley 2014]. Ироничное описание, подразумевающее вероятную коронацию Ангелы Меркель («swept into the Royal Gallery») как «королевы Европы» (популярная метафора в немецкой прессе), связано с высокими почестями («playing Zadok the Priest»), которые были оказаны ей британским правительством во время ее визита в феврале 2014 года. Об этом «right Royal welcome» пишет корреспондент *The Telegraph* [Cameron 2014]. Другой авторитетный медиаисточник прокомментировал в подобном ироническом тоне встречу Ангелы Меркель в Лондоне: «The German chancellor was treated to tea at Buckingham Palace, the poshest caff that Britain can offer. David Cameron falling to his knees in Downing Street and shining her shoes with his tongue, No 10 really couldn't have done more to suck up to Angela Merkel. John Bercow, the Speaker, welcomed her to the royal gallery of the House of Lords by trowelling on the flattery before peers» [Rawnsley 2014]. В данном материале содержится целый ряд лексических единиц, демонстрирующих пышный прием канцлера Германии и готовность представителей британского правительства оказать ей высочайшие, «королевские» почести и знаки внимания, дружбы и признательности: *was treated to tea at Buckingham Palace, the poshest caff, falling to his knees, shining her shoes with his tongue, to suck up, welcomed her to the royal gallery, trowelling on the flattery*. Исследованный объем текстов позволяет заключить, что британцы в действительности оценивают Ангелу Меркель как сильного политика, однако ее сопоставление с королевой (в контексте простого происхождения и безыскусной манеры одеваться, говорить) служит основой для иронической оценки немецкого политика.

Метафорическая сфера-источник «война» активно используется в отношении Ангелы Меркель: она неоднократно характеризуется как полководец. Об Ангеле Меркель как о *полководце* достаточно критично пишет корреспондент британского еженедельного журнала *The Economist*, намекая, что ее силы на поле экономики невелики: «She ruled out a shooting war, but not an economic one» [Which war to mention? 2014]. *Newsweek* говорит о ней как о «чемпионе», защитнике всей Европы: «German Chancellor Angela Merkel, *champion of Europe*»

[Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Таким образом, если исторические параллели используются для противоречивых характеристик (позитивно – негативно), метафоры сферы «война» индуцируют положительную оценку «боевых», лидерских качеств женщины-политика (*rule out, a shooting war, champion, muscling, power, seizing*).

Близка по семантике и метафора *спортсмена*: подобно баскетболисту, Ангела Меркель может выиграть выборы, как игру, одним удачным броском: «This election should have been *a slam dunk* for Merkel» (*slam dunk* – спортивный термин, означающий бросок в баскетболе: игрок подпрыгивает над кольцом и закладывает мяч в корзину) [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Однако для этого она должна отыскать, подобно спортсмену, свою манеру ходьбы: «Merkel may yet *find her stride*» (*stride* – манера шагать) [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Положительная оценочность спортивной метафоры «*slam dunk*» усиливается благодаря сочетанию в контексте с другими оценочными лексемами (*a lucky shot, bask in approval ratings, push the pace, effective step*).

В рамках сферы-источника «спорт, игра» образ Ангелы Меркель осмыслен также через метафору *игрока*: «The most *powerful player* on the EU stage» [Grice 2014]; при этом она характеризуется как опытный и профессиональный игрок: «*Playing well with others has become a Merkel hallmark, at home as well as abroad*» [Hammer 2011], а также игрок сильный и безжалостный, нацеленный на победу: «*she is a ruthless power player who does what is needed*» [Gimson 2009].

Образ Ангелы Меркель может трактоваться через метафоры игрока или спортсмена, но никак не харизматичного фокусника: «*even her supporters concede she is no fire-breather*» [Theil 2005]. Отсутствие яркой внешности и личной притягательности, однако, не мешает ей оставаться одним из наиболее влиятельных политиков Европы. Вместе с тем при характеристике Ангелы Меркель используется метафора *артиста*, выступающего на сцене: «*Merkel's latest performance on the European stage has led many commentators to conclude that something disturbing is being unleashed in Germany*» [Paterson 2014]. Оценочному переосмыслению подвергаются в этих примерах сам политик и его деятельность.

Деятельность Ангелы Меркель метафорически осмысливается через образ сугубо мужской профессии, например *кузнеца*: «Merkel helped *forg*e an agreement» [Hammer 2011]. Допуская метафорический оксюморон, воплощающий концепты (мужественной) твердости и (женственной) мягкости политика, репортер пишет о ней: «Angela Merkel, with her *quiet steel*» [Hammer 2011], подчеркивая «стальной» характер ее негибкой натуры и умение его скрывать. Отметим, что если в первой половине 2000-х она оценивается как невыразительный, скромный политик, без большой политической воли и ораторского мастерства, без яркого стиля, то уже в конце десятилетия журналисты Великобритании признают неоднозначность ее личности, скрывающей под внешней мягкостью, простотой и скромностью стальную решительность и острый ум. Использование артефактных метафор («*steel*», «*forg*e») носит ярко выраженный позитивный характер.

Важное место занимает метафора *Ангела Меркель – ученый (математик или физик)*, связанная с образованием политика: «A woman with a doctorate in the mechanisms of decay reactions and velocity constraints in quantum chemical methods is not one given to imprecision» [Addley 2014]; этот пример включает и метафорическую модель *механизма*. В следующем примере также представлена метафора, связанная с математическим образованием действующего канцлера Германии: «It is safe to assume that a woman with a doctorate in “the mechanisms of decay reactions and velocity constraints in quantum chemical methods” has some facility at maths» [Rawnsley 2014]. В данном примере метафорическая модель *Ангела Меркель – математик* прямо указывает на то, что лидеры европейских стран, в частности, британский премьер-министр Дэвид Кэмерон, надеются на то, что математический склад ума и образование Ангелы Меркель (*facility at maths, pragmatic politician, fundamental reform of the European architecture, strike a bargain*) помогут ей не допустить серьезных просчетов в тактической борьбе за лидерство на политической арене. Согласно традиционно высокой оценке фундаментального образования данная метафорическая область служит для положительной характеристики Ангелы Меркель как человека точного, разумного и последовательного.

Также при описании Ангелы Меркель используется метафора *торговец*: «Those who have seen her in action around *negotiating* tables report that she is a tough and careful *bargainer*» [Rawnsley 2014], что семантически связано с ее оценкой как *математика* и способствует созданию положительного оценочного смысла «профессионального негодцианта».

Достаточно продуктивны при создании образа политика артефактные метафоры, представленные собственно артефактами (изделиями), метафорой пути, путеводительства, строительства.

Сфера «механизмы, промышленность» в отношении немецкого политика связана с концептуализацией ее образа как профессионала, человека, обладающего большим опытом в различных сферах деятельности.

К промышленной сфере относится и описание Ангелы Меркель как мастера, работающего с инструментами и умеющего починить что-либо: «She's *retooled* the Franco-German compact»; «she's *repaired* her country's relationship with the United States» [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007]. Умение «чинить» («repair») и восстанавливать («retool») отношения в международной политике являются основанием для положительной оценки Ангелы Меркель как политика на международной арене.

Сфера «строительство, здание» реализуется в метафоре, когда в издании *The Guardian* Ангела Меркель уподобляется *строителю мостов*. Это происходит в контексте описания ее усилий по объединению Великобритании с остальной Европой: «Not even Angela Merkel *can bridge* the vast Europe divide for David Cameron» [Rawnsley 2014]: слова журналиста напоминают о постоянной метафорической роли Меркель-мастера, восстанавливающего международные связи. В том же издании, говоря о ситуации в Греции, политика уподобляют *архитектору*: «it was the woman who is widely seen as the “*architect of austerity*” that was in their sights» [Smith 2012]. В данном случае, в контексте экономического кризиса страны и Европы в целом, самоограничение и строгость рассматриваются как черты как образа самой Ангелы Меркель, так и ее политики. Формирование позитивного образа немецкого канцлера основано на базовой семе лексических

единиц этой тематической группы «созидание» (*constructor, bridge, designer, implement a project, reconstruction plan*), которые оценивают политика преимущественно в положительном ключе.

В метафорической сфере-источнике «путеводительство» образ Ангелы Меркель осмысливается также в контексте мужских профессий управления механизмом, в частности, через образ *капитана судна*: «the ease with which Merkel navigated the murky waters of pre-reunification East German academe» [Henley 2011]; «She has steered Germany through the worst global financial meltdown since the Great Depression» [Hammer 2011]. Этот образ является достаточно традиционным для метафорического обозначения политиков. Следует отметить, что в 2005 году британские газеты использовали схожую метафору для обозначения «потопления» предвыборного «корабля» Ангелы Меркель: «Stoiber's CSU ... played a key role in watering down Merkel's pro-reform campaign platform» [Theil 2005].

Более широко вышеприведенная метафора может быть рассмотрена в контексте *управляющего машиной, водителя, рулевого*, и эта метафора связана также с метафорой «железо»: «Merkel, moreover, has demonstrated an iron determination to run Germany the way she wants – a source of friction with the barons who run the German Länder. Her quiet but forceful path to power included her cold-blooded dispatching of her friend and mentor, Helmut Kohl. She is not one to cede power to anyone, whether in Düsseldorf or Brussels» [Wood 2010]. Подобная метафора встречается и в описании «путеводительства» Меркель в европейском кризисе: «Merkel, who has guided Europe's biggest economy through the 2008 financial crisis and euro zone turmoil, regularly ranks as one of Germany's most popular leaders, which is unusual for a sitting chancellor» [Report 2015]. В приведенном фрагменте противопоставляются понятия движения и спокойствия, лексически представленные глагольными формами: *has guided – sitting*. Метафорический ряд «путеводительство» принимает активное участие в создании положительного образа политика.

С другой стороны, та же семантика управления может быть использована и с глаголом *steer*, когда появляется ассоциация со стадом и *пастухом*: «Germany's first woman leader *steered* her conservatives to a *landslide* win on Sunday» [Paterson 2014].

Образ политика как *рулевого*, понимаемый в контексте метафорического переноса *государство – корабль (машина)*, является классическим; активное использование этой метафоры в положительном ключе свидетельствует о высокой оценке лидерских качеств и стратегического мышления Ангелы Меркель, которая шла в политику непростым путем и смогла удержаться на вершине весьма долго, не только как женщина-политик, но и как европейский лидер.

Вместе с тем в 2011 году в материале *The Guardian* можно прочесть противоположное мнение: о том, что Ангела Меркель – не ведущая, но ведомая в политическом процессе: «In the end, mighty Mrs Merkel is *not the driver*, but the driven. She has drawn so many lines in the sand, and abandoned them all» [Joffe 2011]. Однако этот текст написан до того, как Меркель была избрана на третий срок; победа на новых выборах со временем убедила аналитиков в том, что канцлеру не занимать уверенности в себе и политической воли.

Вышеперечисленные метафоры, касающиеся мужских профессий, механизмов, непосредственно связаны с концептом «силы», которую должна и проявляет Ангела Меркель на своем посту, силы характера, которая метафорически воплощается в физической силе: «The question really is whether Merkel possesses the *force of character and political strength* to push the economic reforms Germany needs» [Theil 2005].

Таким образом, важной группой метафор, которые характеризуют Ангелу Меркель в британской прессе, оказывается группа обозначений профессий. Как правило, это мужские профессии, заимствованные из сфер истории, промышленности, спорта или игры, а также торговли: полководец и рулевой, ученый и торговец, мастер и строитель, спортсмен и игрок. Метафорические характеристики Меркель как профессионала говорят о ней, скорее, как о

мужчине-политике (использование обозначений сугубо мужских профессий и связанных с ними ассоциативных рядов), однако необходимо заметить, что в этом метафорическом представлении она по-женски бережно, аккуратно производит работу по восстановлению (механизмов), скреплению (мостов). Андроцентризм номинаций, используемых для создания образа немецкого политика, является ключевым в языковом конструировании положительного (маскулинного) героя. Метафорические номинации маскулинной направленности способствуют созданию образа «своего».

Сфера-источник «артефакты, механизмы» в отношении немецкого политика включает в себя различные метафоры, которые создают положительный образ Ангелы Меркель.

«Механизм» Ангелы Меркель-политика работает на двигателе внутреннего сгорания, «топливом» для которого служит ее озабоченность процессами глобализации: «Personal history aside, according to anaide, it is Merkel's preoccupation with globalization that “keeps her going” and fuels her desire to improve U.S.-European relations» [Germany's Merkel is the New Tony Blair 2007].

Говоря о поведении Ангелы Меркель, предсказуемом и практичном, автор статьи популярной газеты *The Telegraph* пишет о том, что она не может быть уподоблена «незакрепленному орудью», то есть не ведет себя как сумасброд: «Mrs Merkel does not throw her weight around, or behave like a loose cannon» [Gimson 2009].

Употребление метафоры механизма применительно к Ангеле Меркель, по всей видимости, не случайно. Ее образование в естественнонаучной сфере, предсказуемость и надежность, относительная бесстрастность и даже ее длительная политическая карьера способствуют отождествлению ее с долговечным и надежным механизмом, что в целом служит для положительной оценки ее политической деятельности.

В сфере «артефактов» также используются и другие образы, имеющие в большей степени фразеологический характер. Так, в отношении британцев ее образ осмысливается через метафору *тревожного звонка*: «Ms Merkel's speech

should not only serve as a *wake-up call* alerting Britons to how parochial their policy on Europe (and much else) has become» [The dispensable kingdom 2014]. Подобного рода переосмысление свидетельствует о важности роли Ангелы Меркель по отношению к политике Великобритании. Говоря о политической карьере Ангелы Меркель, журналист уподобляет ее *новой метле*, которая метет по-новому (имеется в виду ее роль в политической судьбе Г. Коля): «She became the *new broom* who swept away the old guard» [Paterson 2014].

Следует отметить, что в проведенном В.А. Цаголовой исследовании немецкой прессы, где раскрывается образ Ангелы Меркель, указано на общность определенных метафор с проанализированными выше. Так, постоянной является метафора *королевы* (Европы, Германии), патерналистская метафора *Ангела Меркель – Коля*, предметная метафора *механизма*, квазипрофессиональная метафора *игрок*. В то же время в немецком медиадискурсе встречаются метафоры *железный канцлер*, *швабская домохозяйка*, а также вышеупомянутая *мама* [Цаголова 2012], чуждые для британского дискурса.

Характеристика Ангелы Меркель в британской прессе, таким образом, следует по пути признания определенных противоположностей: она и женщина, и удачлива в политике, управляет государством (как мужчина); она одновременно и скромна, и является настоящим лидером: «her ability to *combine modesty with a near presidential leadership style* was also a key factor» [Paterson 2014]. Корреспондент *The Guardian* приходит к выводу о том, что показательная скромность и непритязательность образа Ангелы Меркель неслучайна, она имеет целью скрывать под собой серьезность и безжалостность ее политических действий: «she is a *ruthless power player* who does what is needed, yet she conveys an impression of *magnified ordinariness*, right down to the determination to continue doing her own shopping and to queue in her local supermarket» [Gimson 2009]. Журналисты приходят к выводу о том, что сам образ Ангелы Меркель связан со стремлением вызвать у политических партнеров и противников недостаточно серьезное отношение, которое оказывается неожиданно разрушено, когда канцлер проявляет жесткость политической воли, умело удерживает уважение

избирателей и четко продумывает стратегию правления, в том числе в международной сфере.

Таким образом, было установлено, что лидирующие лексемы медиатекстов, посвященных Ангеле Меркель, относятся к антропонимическому ряду ее номинаций. Кроме личных имен частотными являются слова-указатели географического характера, связанные с центральными объектами внимания в политике канцлера Германии и маркирующие сферы ее интересов.

Результаты анализа фактического материала позволяют сделать вывод о том, что большинство ключевых слов создают положительный ассоциативный фон в характеристике немецкого политика. Необходимо отметить, что в корпусе исследуемого материала не встречается лексических единиц с ярко выраженной отрицательной оценочностью, что свидетельствует о близости Ангелы Меркель британской читательской аудитории.

В ходе проведенного анализа была рассмотрена метафорическая система представления образа немецкого политического деятеля. Наибольшей продуктивностью отличаются социоморфные и артефактные метафоры, самой важной среди которых является группа обозначений профессий и профессиональных качеств. Некоторые метафоры этих сфер-источников носят уничижительный характер в гендерном отношении, но отличаются двухполюсной аксиологической направленностью.

В британском медиадискурсе отношение к Ангеле Меркель как к «своей» строится посредством метафорических маскулинных характеристик. Оценка женщины-политика через метафоры традиционных мужских профессий внушает уважение, чему немало способствует и важная для британского читателя ее научная специализация. Вместе с тем нельзя не отметить ряд негативных оценок, выраженных в различных сферах и связанных с перспективами дальнейшего правления Ангелы Меркель, отсутствием стиля и политической воли или же излишней жесткости политика, нехарактерной для женщины.

Концептуальные метафоры рассмотренных сфер-источников, лексические единицы медиатекстов, упорядоченные по принципу «облака» ключевых слов, и

вербализация гендерных стереотипов свидетельствуют о достаточно высокой оценке деятельности иностранного политика в современной британской прессе.

## ВЫВОДЫ

1. Семантическая оппозиция «свой – чужой» ярко представлена в британских медиатекстах, посвященных образу немецкого политического деятеля. С одной стороны, как представитель другой национальности, иной ментальности и чужой культуры, закрытая для иностранных СМИ, говорящая на другом языке, имеющая собственные представления о стиле поведения и одежды, ораторском искусстве, Ангела Меркель осмысляется и репрезентируется как «чужая» по отношению к английскому обществу и британским традициям. С другой стороны, как представитель европейской цивилизации и братского народа, как человек, обладающий большими талантами опытного и профессионального политика, «железная леди» в положительном смысле этого выражения, Ангела Меркель получает в британском медиадискурсе немало признаков «своего» политика. Такая реализация базовой оппозиции медийного дискурса, которая обеспечивается в том числе продуктивным политическим диалогом двух стран, исключает одностороннюю оценку деятельности Ангелы Меркель.

2. Сочетание в медиатексте вербальных и невербальных компонентов дает дополнительную оценку восприятия образа немецкого политика и обладает мощным прагматическим потенциалом. Ведущими функциями визуальной составляющей медиатекстов являются базовые функции визуальной поддержки основной идеи сообщения или его аспектов, символизация, а также функция иллюстрации и расширения смыслового пространства текста. Включение карикатур создает ироническую модальность и выражает критический взгляд на личность и политическую деятельность Ангелы Меркель. В ходе проведенного исследования удалось установить прямую связь между аксиологической направленностью визуальной поддержки текста и формированием образа политика в рамках оппозиции «свой – чужой».

3. Концептуально-метафорическое представление немецкого политика основано на заимствовании образов из ряда сфер-источников, среди которых наибольшей продуктивностью отличаются социоморфные и артефактные

метафоры. Метафорический образ Ангелы Меркель в британских СМИ амбивалентен, однако преобладают положительные характеристики. Позитивную вербальную оценку получают такие качества женщины-политика, как интеллект, управленческие способности, стремление к союзничеству, сильная политическая воля, стратегическое мышление. Вместе с тем наличествует и ряд негативных оценок, связанных в большей степени с отсутствием элегантности, стиля, ярко выраженной харизмы, присутствием излишней жесткости, несвойственной женщинам. Существенную роль в конструировании образа немецкого политика играют не только процессы метафоризации, но и проанализированная частотная ключевая лексика, которая создает необходимый положительный ассоциативный фон.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последние годы отмечается возрастающий интерес к изучению политического образа и способов его создания в СМИ как к динамически развивающемуся феномену. Одним из решающих факторов в карьере современного политического лидера является его популярность в социуме. Данное условие ставит масштабную задачу по формированию целостного образа, включающего набор представлений о политических взглядах, личных и профессиональных качествах, который в целом был бы способен вызвать адекватную реакцию у определенной части массовой аудитории.

В настоящем исследовании рассмотрение образа политика было выполнено с позиций медиалингвистики, в рамках которой изучаются различные аспекты медиадискурса, в том числе в контексте межкультурной коммуникации. Анализ материалов современных британских печатных изданий позволяет представить пространство, в котором формируются и предъявляются массовому адресату образы национальных и иностранных политических деятелей.

Образы премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона и Федерального канцлера Германии Ангелы Меркель являются одними из знаковых в современном британском медиадискурсе. Кроме этого, наблюдается усиление интереса к личности немецкого политика, переоценке ее способностей и политического таланта.

В настоящей работе выявлен набор наиболее важных средств создания образа политика в британском медиадискурсе. Соответственно характеру медиатекста как креолизованного текста, данные средства носят как лингвистический, так и экстралингвистический характер.

Оппозиция «свой – чужой», являющаяся одной из важнейших в национальном медийном дискурсе, задает семантические, культурологические, аксиологические основы для построения образа как «своего», так и «чужого» политика. Данное противопоставление реализовано в представленных текстах в нескольких планах: социальном, этническом, идеологическом, политическом,

национально-культурном, языковом. Исследование эмпирической базы показало, что антиномия «свой – чужой» выражается в медиадискурсивной практике в различных аспектах, как эксплицитно, так и имплицитно.

В силу того, что издания качественной прессы широко используют невербальные средства как инструмент привлечения внимания своего адресата, в настоящее время активно разрабатывается идея включения собственно буквенных, зрительных и слуховых компонентов. Особенности построения образа политика выявляются во взаимодействии вербальной и визуальной (изобразительной) составляющих медиатекста, которые вступая в структурно-смысловое взаимодействие, образуют единое функционально-информационное поле, обеспечивающее прагматическое воздействие на читательскую аудиторию.

Анализ визуального материала британских печатных изданий позволил установить, что выбор вида изобразительной информации зависит от многих факторов: интенции инициатора текста, замысла автора, жанра материала, адресата. Невербальный компонент медиасообщения, представленный фотографиями, по содержанию и прагматической направленности является доступным и понятным адресату и реализует комплекс функций. Карикатура, как особый визуальный элемент медиатекстов, создавая сатирический эффект, носит ярко выраженную негативную ориентацию и ведет к дистанцированию образа политика от массовой аудитории.

В результате проведенного исследования была установлена взаимосвязь между аксиологической направленностью визуального компонента и конструированием образа премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона и канцлера Германии Ангелы Меркель в оппозиции «свой – чужой». Большая часть отобранных фотоматериалов с выявленной базовой функцией символизации и визуальной поддержки основной идеи медиатекста участвует в создании положительного образа политиков. Выявлены редкие случаи амбивалентного характера аксиологической направленности иллюстраций. Ряд фотоматериалов задает отрицательный вектор прочтения смысла публикации и способствует

отчуждению образа политика. В особенности, это отмечается в отношении немецкого политика.

Результаты анализа фактического материала указывают на разнообразие языковых средств выражения противопоставления «свой – чужой» в медийном дискурсе. Одним из самых эффективных вербальных средств создания образа «своего» и «чужого» политика является оценочная лексика (в эксплицитном и имплицитном проявлении), которая включает: употребление автором слов и словосочетаний с эксплицитным оценочным значением, отрицательными и положительными коннотациями; использование стилистических фигур, в особенности, метафор.

Оценочное значение может передаваться ключевыми лексемами. Компьютерный частотный анализ лексики позволил выявить оценочные векторы в создании образа двух европейских политиков. Большинство ключевых лексических единиц проанализированных медиатекстов, посвященных Дэвиду Кэмерону, отличаются нейтральной оценкой, что свидетельствует о тенденции медиаисточников к представлению объективного мнения в отношении политика и его профессиональной деятельности. Результаты исследования позволили сделать вывод о том, что в характеристике немецкого политика большинство ключевых слов создают положительный ассоциативный фон, что говорит об эмоциональной близости Ангелы Меркель британской читательской аудитории.

В процессе анализа медийного политического образа, в особенности при сопоставительном исследовании мужчины-политика и женщины-политика, выявлена гендерная спецификация. В создании образа Дэвида Кэмерона активно используются традиционные гендерные стереотипы маскулинности, что свидетельствует об архаичном отождествлении мужского начала с властью. В текстах, посвященных Ангеле Меркель, выявлен ряд негативных оценок, связанных преимущественно с отсутствием стиля, элегантности, женственности, присутствием излишней жесткости, несвойственной женщинам. Демонстрируя мужскую модель поведения, женщина-политик получает упреки в отходе от

женского начала, но при этом имеет возможность ассоциировать себя в политическом мире с властью силы и агональным началом.

Метафора является мощным средством создания образа политика в медийном дискурсе. Участвуя в этом процессе, метафора является одним из эффективных способов выражения оценки, тем самым дополняя характеристику свойств личности и профессиональной деятельности политического деятеля и способствуя достижению определенных прагматических целей. Анализ типов метафорических сфер-источников, использованных при конструировании образа британского политика, позволил установить, что наибольшей продуктивностью отличаются метафоры социоморфного ряда. Важно отметить, что восприятие Дэвида Кэмерона как «своего» формирует эмоциональное и личное к нему отношение, в котором метафорическая профессиональная принадлежность или обращение к предметам и механизмам не отвечает необходимым параметрам характеристики политика. При представлении немецкого политика преобладали социоморфные и артефактные метафоры. Концепт *силы* и сравнения с *механизмами* обладают положительными коннотациями и, следовательно, одобрительно оценивают профессиональную деятельность Ангелы Меркель, осмысливая ее как «свою», несмотря на то, что в проанализированных медиатекстах наличествует и ряд негативных оценок, выраженных в других сферах. Рассматривая действия политических лидеров, авторы аналитических статей зачастую основываются на сравнении, которое способствует четкой дифференциации положительных и отрицательных поступков в сознании читательской аудитории.

На основе анализа исследуемых материалов удалось установить, что существуют две стороны образа Дэвида Кэмерона, представленные авторами медиатекстов: положительный, или «свой» (необходимый Великобритании), и отрицательный, или «чужой», противопоставляемый первому. В текстах качественной британской прессы можно встретить образ канцлера Германии, также характеризуемый с разных сторон: как с негативными, так и с положительными коннотациями. Таким образом, несмотря на очевидную

«чуждость» образа Ангелы Меркель как иностранного политика, британский медиадискурс находит достаточно аргументов для его характеристики с позиций противоположного полюса данной базовой оппозиции, как «своего».

Перспективы дальнейшей работы по данной теме связаны с тем, что предложенная модель анализа способов создания образа политического деятеля в дискурсе СМИ, включающая исследование лексической реализации оппозиции «свой – чужой», соотношения визуального и вербального компонентов медиатекстов, а также ключевой лексики, метафорической концептуализации и гендерных стереотипов, может активно использоваться в дискурсивном анализе образов других политиков (например, представителей кабинета министров или британско-германских политических кругов), а также на материале других национальных медиадискурсов (например, американского или французского). Интересные результаты ожидаются при сопоставительном изучении образов политических деятелей в медиадискурсах западных и восточных (Ближний Восток, Восточная Азия) стран.

## БИБЛИОГРАФИЯ

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. Агапкин Н.В. Функциональные особенности англоязычного политического портрета как медиатекста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Н.В. Агапкин. – М.: Московский городской педагогический университет, 2012. – 23 с.
2. Агафонова О.И. Метафорическая модель «Politics is animal world» в политическом дискурсе (на материале американских и британских интернет-СМИ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / О.И. Агафонова. – Белгород: НИУ «БелГУ», 2012. – 24 с.
3. Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс – *modus vivendi* на рубеже XX – XXI вв. [Текст] / Н.Ф. Алефиренко // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – № 4(2). Том 2. Филология и искусствоведение. – 2009. – С. 30-33.
4. Алиева Т.В. Имплицитные языковые средства, участвующие в формировании концептуальной оппозиции «свой – чужой» в политическом дискурсе англоязычной прессы [Текст] / Т.В. Алиева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – № 1. – 2010. – С. 86-89.
5. Андерсон Р.Д. Каузальная сила политической метафоры [Текст] / Р.Д. Андерсон // Политическая лингвистика. – № 22. – 2007. – С. 7-17.
6. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов [Текст] / Е.Е. Анисимова – М.: Academia, 2003. – 128 с.
7. Артемова Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Е.А. Артемова. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2002. – 175 с.

8. Баженова Е.А., Лапчева С.А. *Оппозиция свой – чужой* в политическом дискурсе [Текст] / Е.А. Баженова, С.А. Лапчева // Современная политическая лингвистика: материалы междунар. науч. конф. – Екатеринбург, 2003. – С. 16-19.
9. Баженова Е.А., Мальцева И.В. Имидж политика в аспекте оппозиции «свой – чужой» [Текст] / Е.А. Баженова, И.В. Мальцева // Вестник Пермского университета. – Вып. 3. – 2009. – С. 28-33.
10. Бакумова Е.В. Ролевая структура политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Е.В. Бакумова. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2002. – 131 с.
11. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры [Текст] / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов. – М., 1991. – С. 184-193.
12. Баранов А.Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом [Текст] / А.Н. Баранов // Человек. – № 6. – 1997. – С. 108-109.
13. Баранов А.Н. Предисловие редактора. Когнитивная теория метафоры почти 20 лет спустя [Текст] / А.Н. Баранов // Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – С. 7-21.
14. Белов Е.С., Чернякова М.В., Чудинов А.П. Риторическое направление в американской политической метафорологии [Текст] / Е.С. Белов, М.В. Чернякова, А.П. Чудинов // Политическая лингвистика. – № 26. – 2008. – С. 156-158.
15. Белт Т. Политическое убеждение путем метафорического моделирования [Текст] / Т. Белт // Политическая лингвистика. – № 22. – 2007. – С. 18-24.
16. Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние [Текст] / А.А. Бернацкая // Речевое общение: Специализированный вестник. – Вып. 3 (11). – Красноярск: Красноярский государственный университет, 2000. – С. 104-110.
17. Бессарабова Н.Д. Политические метафоры в СМИ [Текст] / Н.Д. Бессарабова // Язык СМИ и политика. – М., 2012. – С. 407-422.

18. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к синергетике [Текст] / В.Г. Борботько. – М.: Либроком, 2011. – 288 с.
19. Боринская О.О. Теория и практика политической метафорологии [Текст] / О.О. Боринская // Политическая лингвистика. – № 1. – 2011. – С. 255-256.
20. Бугаева О.Б. Степень аксиологического потенциала разговорной лексики в британской прессе [Текст] / О.Б. Бугаева // Известия Алтайского государственного университета. – № 2 (74). Том 2. – 2012. – С. 153-156.
21. Будаев Э.В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 [Текст] / Э.В. Будаев. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2006. – 220 с.
22. Будаев Э.В. Сопоставительная политическая метафорология [Текст] / Э.В. Будаев. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2011. – 330 с.
23. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая метафорология [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2008. – 250 с.
24. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политическом интердискурсе [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2006. – 212 с.
25. Бурдые П. Начала [Текст] / П. Бурдые. – М.: Socio-Logos, 1994. – 288 с.
26. Вартамян В.Л. Фрагменты психолингвистической теории юмора: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / В.Л. Вартамян. – Москва, 1994. – 177 с.
27. Васильева Л.А. Лингвокультурный типаж «британский премьер-министр» (на материале современного английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Л.А. Васильева. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2010. – 19 с.
28. Вильчикова Е.В. Когнитивные основы иконического кодирования в медиадискурсе (на материале английского и нидерландского языков): автореф.

дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Е.В. Вильчикова. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. – 26 с.

29. Виноградова С.А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом [Текст] / С.А. Виноградова // Мир науки, культуры, образования. – № 4 (23). – 2010. – С. 45-47.

30. Воробьева Ю.И. Политический медиадискурс и легитимность власти: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 23.00.01 [Текст] / Ю.И. Воробьева. – М.: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 2013. – 26 с.

31. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению [Текст] / М.Б. Ворошилова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. – 194 с.

32. Гридина Т.А. Ассоциативный потенциал слова и его реализация в речи: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Т.А. Гридина. – М.: Московский педагогический университет, 1996. – 45 с.

33. Гриценко Е.С. Гендер в англо-американской лингвокультуре [Текст] / Е.С. Гриценко. – М.: Флинта, 2011. – 224 с.

34. Гусейнов Г.Ч. Нулевые на кончике языка: краткий путеводитель по русскому дискурсу [Текст] / Г.Ч. Гусейнов. – М.: Дело, 2012. – 240 с.

35. Дейк Т. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации [Текст] / Т. ван Дейк. – М.: ЛИБРОКОМ, 2013. – 344 с.

36. Демьянков В.З. Исследование текста и дискурса СМИ методами контрастивной политологической лингвистики [Текст] / В.З. Демьянков // Язык СМИ и политика / Под ред. Г. Я. Солганика. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. – С. 77-120.

37. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: КРАСАНД, 2010. – 288 с.

38. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 264 с.
39. Добросклонская Т.Г. Язык политического медиадискурса Великобритании и США [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. – С. 741-784.
40. Еремина Е.А. Множественность форм прагматического воздействия англоязычного медиадискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Е.А. Еремина. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2007. – 26 с.
41. Ерилова С.Л. Метафоризация как способ смыслопостроения в политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / С.Л. Ерилова. – Тверь: Тверской государственный университет, 2003. – 177 с.
42. Жаркова Т.В. Медиалингвистика и ее роль в исследовании языка современных массмедиа // Культура и образование [Электронный ресурс] / Т.В. Жаркова. – Режим доступа: <http://vestnik-rzi.ru/2014/01/1238> (дата обращения: 13.05.2013).
43. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 [Текст] / М.Р. Желтухина. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2000. – 206 с.
44. Жуков И.В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения северокавказского конфликта 1998-2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / И.В. Жуков. – Тверь: Тверской государственный университет, 2002. – 211 с.
45. Забело Т.В. Лингвистическая специфика политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Т.В. Забело. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2012. – 24 с.
46. Захарова Е.П. Коммуникативная категория чуждости и ее роль в организации речевого общения [Текст] / Е.П. Захарова // Вопросы стилистики:

межвузовский сборник научных трудов. – Выпуск 27. – Саратов: Изд-во СГУ, 1998. – С. 87-94.

47. Зеленьева А.А. Метафорическая репрезентация концепта «Государство» в современном медиадискурсе (на материале русского, английского и французского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 [Текст] / А.А. Зеленьева. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2013. – 26 с.

48. Ивченко В.И. Медиадискурс современности: новые ценностные ориентиры и картина мира [Текст] / В.И. Ивченко // Журналістыка – 2012: стан, праблемы і перспектывы. – Вып. 14. – Мінск: БДУ, 2012. – С. 247-251.

49. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу [Текст] / О.С. Иссерс // Вестник Омского университета. – Вып. 1. – 1996. – С. 71-74.

50. Йоргенсон М.В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод [Текст] / М.В. Йоргенсон, Л. Дж. Филлипс. – Харьков: Гуманитарный центр, 2004. – 336 с.

51. Казакова Е.А. Теоретические подходы рассмотрения дуальности «свое – чужое» [Текст] / Е.А. Казакова // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. – № 11 (340). – Вып. 32. – 2014. – С. 120-125.

52. Калташкина Е.Ю. Когнитивно-прагматическая роль социокультурно маркированных единиц в медиадискурсе (на материале британской прессы): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Е.Ю. Калташкина. – М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013. – 24 с.

53. Канчани П. Оппозиция «свои-чужие» как прагматическая доминанта политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / П. Канчани. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2007. – 26 с.

54. Карамова А.А. Оценочная общественно-политическая лексика и фразеология современного русского языка (вторая половина XX века): дис. ...

канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / А.А. Карамова. – Бирск: Бирский государственный педагогический институт, 2001. – 249 с.

55. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

56. Кемова К.В. Медиадискурс как объект междисциплинарного исследования [Текст] / К.В. Кемова // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – № 18. – 2012. – С. 34-42.

57. Кириллов А.Г. Факторы воздействия новостей в политических нарративах на адресата [Текст] / А.Г. Кириллов // Обучение иностранным языкам: настоящее и будущее: сб. материалов XII Международной научно-практической конференции. – Самара, 2006. – С. 26-37.

58. Кишина Е.В. Смысловая модель категории «свое – чужое» на уровне политического дискурса [Текст] / Е.В. Кишина // Вестник Томского государственного университета. – № 1 (5). – 2009. – С. 47-52.

59. Клиновская А.А. Лингвокогнитивные особенности актуализации общественных стереотипов в политическом журнальном дискурсе ФРГ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / А.А. Клиновская. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2007. – 25 с.

60. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры [Текст] / И.М. Кобозева // Вестник МГУ. Серия. 9. Филология. – № 6. – М.: Изд-во Московского университета, 2001. – С. 132-149.

61. Копелев Л.З. Чужие [Текст] / Л.З. Копелев // Одиссей. Человек в истории. – М.: Наука, 1993. – С.8-18.

62. Косов В.В. Перевод в печатных СМИ и стереотипы образа политика [Текст] / В.В. Косов // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – № 5. – 2009. – С. 52-61.

63. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе [Текст] / В.Г. Костомаров. – М.: МГУ, 1971. – 267 с.

64. Красильникова Н.А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ – ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе

США, России и Англии: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 [Текст] / Н.А. Красильникова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2005. – 207 с.

65. Крюкова Н.Ф. Метафора как средство понимания содержательности текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Н.Ф. Крюкова. – М.: Московский университет, 1988. – 19 с.

66. Крюкова Н.Ф. Метафорика и смысловая организация текста [Текст] / Н.Ф. Крюкова. – Тверь: Тверской государственный университет, 2000. – 163 с.

67. Крюкова Н.Ф. Средства метафоризации и понимание текста [Текст] / Н.Ф. Крюкова. – Тверь: Тверской государственный университет, 1999. – 128 с.

68. Лазарева Э.А., Горина Е.В. Использование приема когнитивного столкновения в политическом дискурсе СМИ [Текст] / Э.А. Лазарева, Е.В. Горина // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / Ответ. ред. А.П. Чудинов. – Т. 11. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. – С. 103-112.

69. Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ [Текст] / Э. Лассан. – Вильнюс, 1995. – 232 с.

70. Леглер А.А. Вербализация понятийной оппозиции *свои – чужие* как маркера бинарной картины мира Г. Вальрафа [Текст] / А.А. Леглер // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – № 5. – 2009. – С. 172-180.

71. Лысенко В.Г. Познание чужого как способ самопознания (попытка ксенологии) [Текст] / В.Г. Лысенко // Россия в диалоге культур / Ответ. ред. А.А. Гусейнов, А.В. Смирнов, Б.О. Николаичев. – М.: Наука, 2010. – С. 90-102.

72. Макаров М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.

73. Макарявичус А.Э. Проблемная статья как жанр английской газеты (лингвостилистический аспект): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / А.Э. Макарявичус. – М.: МГПИИЯ им. М. Горького, 1989. – 208 с.

74. Малюкова Д.С. Метафора в системе языковых средств конструирования образа политика в современном дискурсе [Текст] / Д.С. Малюкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – № 1 (5). Ч. I. – Тамбов: Грамота, 2010. – С. 175-178.
75. Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса [Текст] / Е.О. Менджерицкая // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – № 2. – М.: Изд-во МГУ, 2006. – С. 50-55.
76. Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов [Текст] / Ответ. ред. И.Ф. Ухванова-Шмыгова. – Вып. 3. – Минск: Белорусский государственный университет, 2002. – 360 с.
77. Никонова М.Н. Антропологизация техницизмов в современном русском языке (К проблеме образа человека в русской языковой картине мира): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / М.Н. Никонова. – Омск: Омский государственный университет, 2004. – 23 с.
78. Новиков В.П. Оценочная лексика в языке английской газеты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / В.П. Новиков. – М.: Институт языкознания, 1992. – 146 с.
79. Нойманн И. Использование «Другого»: (Образы Востока в формировании европейских идентичностей) [Текст] / И. Нойманн. – М.: Новое, 2004. – 336 с.
80. Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка [Текст] / Под ред. Б.А. Серебrenникова. – М.: Наука, 1970. – 604 с.
81. Панкратова О.А. Лингвосемиотические характеристики спортивного дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / О.А. Панкратова. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2005. – 223 с.
82. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 [Текст] / О.Н. Паршина. – Саратов: Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, 2005. – 325 с.

83. Пастухов А.Г. Темы и социальные топики в медиадискурсе [Текст] / А.Г. Пастухов // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. I Международная научно-практическая конференция: Сб. науч. работ. – Белгород: БелГУ, 2014. – 382 с.

84. Пеньковский А.Б. О семантической категории «чуждости» в русском языке [Текст] / А.Б. Пеньковский // Проблемы структурной лингвистики 1985-1987 гг. – М.: Наука, 1989. – С. 54-82.

85. Плисов Е.В. Немецкий религиозный текст в условиях поликонфессиональности: монография [Текст] / Е.В. Плисов. – Нижний Новгород: ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», 2013. – 159 с.

86. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / О.В. Пойманова. – М.: Московский ордена Дружбы народов государственный лингвистический университет, 1997. – 24 с.

87. Полборн Р. Образ и предвкушение [Текст] / Р. Полборн. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 496 с.

88. Полонский А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова [Текст] / А.В. Полонский // Русский язык в современном медиапространстве. – Белгород, 2009. – С. 151-160.

89. Попова З.Д., Стернин И.А. «Мы» и «Они» [Текст] / З.Д. Попова, И.А. Стернин // Проблема национальной идентичности в культуре и образовании России и Запада: Т. 1. – Воронеж, 2000. – С. 52-62.

90. Порядина Р.Н. О семантической категории «свойственности» в русском языке [Текст] / Р.Н. Порядина // Картина мира: модели, методы, концепты: материалы всероссийской междисциплинарной школы молодых ученых. – Томск: Изд-во ТГУ, 2002. – С.74-80.

91. Почепцов Г.Г. Имиджелогия [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Киев, 2004. – 704 с.

92. Почепцов Г.Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX века [Текст] / Г.Г. Почепцов. – Киев: Знание, КОО, 1999. – 380 с.
93. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер [Текст] / Г.Г. Почепцов. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
94. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс [Текст] / Ю.Е. Прохоров. – М.: Флинта, Наука, 2004. – 224 с.
95. Пьянзина И.Н. Прагматика оценки в субъязыке современной британской прессы (на материале публицистического очерка): автореф. дис. ... канд. филос. наук: 10.02.04 [Текст] / И.Н. Пьянзина. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2000. – 16 с.
96. Ретунская М.С. Английская аксиологическая лексика: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 [Текст] / М.С. Ретунская. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 1998. – 440 с.
97. Рождественский Ю.В. Теория риторики [Текст] / Ю.В. Рождественский. – М.: Добросвет, 1997. – 597 с.
98. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир [Текст] / В.М. Розин. – М., 2006. – 224 с.
99. Руженцева Н.Б. «Чужие» и «свои» в биполярной и многополярной политической картине мира [Текст] / Н.Б. Руженцева // Политическая лингвистика. – № 3 (45). – 2013. С. 63-70.
100. Рябова Т.Б. Гендерные стереотипы как фактор оценки субъектов политического процесса [Текст] / Т.Б. Рябова // Женщина в российском обществе. – № 2. – 2008. – С. 1-8.
101. Рябова Т.Б., Рябов О.В. «Настоящий мужик»: о гендерном измерении символической политики [Текст] / Т.Б. Рябова, О.В. Рябов // Женщина в российском обществе. – № 3. – 2011. – С. 68-72.
102. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации [Текст] / А.П. Садохин. – М.: Высшая школа, 2005. – 310 с.
103. Санцевич Н.А. Моделирование вариативности языковой картины мира на основе двуязычного корпуса публицистических текстов (метафоры и

семантические оппозиции): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.21 [Текст] / Н.А. Санцевич. – М.: Московский ордена Дружбы народов государственный лингвистический университет, 2003. – 245 с.

104. Семенова А.А. Некоторые аспекты визуального имиджа политика (дискурсивная интерпретация фотографического снимка) [Текст] / А.А. Семенова // Современные тенденции развития мировой социологии: материалы международной научно-практической конференции. – Пенза, Прага: Социосфера, 2011. – С. 89-91.

105. Сергеев В.М. Когнитивные методы в социальных исследованиях [Текст] / В.М. Сергеев. // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы. – М., 1987. – С. 3-20.

106. Скотт Дж. Гендер: Полезная категория исторического анализа [Текст] / Дж. Гендер Скотт // Введение в гендерные исследования. – Ч. 2. – Харьков; СПб., 2001. – С. 405-436.

107. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка: Учебник для ин-в и фак. иностр. яз. [Текст] / Ю.М. Скребнев. – 2-е изд. – М.: ООО «Издательство Астрель», 2003. – 221 с.

108. Смирнова Н.В. Язык СМИ и политика: к истории вопроса [Текст] / Н.В. Смирнова // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. – С. 29-76.

109. Смоляк О.А. Европейский дискурс *другого*: проблема ориентирования современного человека в жизненном мире: дис. ... канд. культур.: 24.00.01 [Текст] / О.А. Смоляк. – Екатеринбург: Уральский государственный университет им. А.М. Горького, 2004. – 217 с.

110. Солганик Г.Я. Введение [Текст] / Г.Я. Солганик // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. – С. 8-28.

111. Соловьев О.Б. Производство истины: медиадискурс как новейший интерфейс власти и знания [Текст] / О.Б. Соловьев // Мир науки, культуры, образования. – № 6 (31). – 2011. – С. 367-371.

112. Соловьева Ю.А. Концептуальная метафора в англоязычном научном политологическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Ю.А. Соловьева – М.: Московский ордена Дружбы народов государственный лингвистический университет, 2011. – 24 с.

113. Соломатов С.И. Ключевые слова в журналистском портрете политика и предпринимателя: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / С.И. Соломатов. – Екатеринбург: Уральский государственный университет им. А.М. Горького, 2005. – 22 с.

114. Сорокин Ю.А., Марковкина И.Ю. Понятие «чужой» в языковом и культурном контексте [Текст] / Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковкина // Язык: этнокультурный и прагматический аспекты: Сб. науч. тр. – Днепропетровск, 1988. – С. 4-10.

115. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст] / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180-181.

116. Степаненко А.В. Лингвокогнитивные особенности функционирования метафоры в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / А.В. Степаненко. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2002. – 22 с.

117. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования [Текст] / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 824 с.

118. Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка (Семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства) [Текст] / Ю.С. Степанов. – М.: Наука, 1985. – 332 с.

119. Суздальцева В.Н. Образ власти в современных российских СМИ [Текст] / Суздальцева В.Н. // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. – С. 284-328.

120. Таннен Д. Ты просто меня не понимаешь: женщины и мужчины в диалоге [Текст] / Д. Таннен // Гендер и язык. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 235-510.

121. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса [Текст] / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер. – Харьков: Издательство Гуманитарный Центр, 2009. – 356 с.

122. Ускова Т.А. Вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 [Текст] / Т.А. Ускова. – М.: Московский ордена Дружбы народов государственный лингвистический университет, 2003. – 213 с.

123. Ушакова В.Г. Гендер и политика: на материалах Санкт-Петербурга [Текст] / В.Г. Ушакова // Женщина в российском обществе. – № 2. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2007. – С. 13-26.

124. Филатова И.Н. Использование аксиологической лексики в создании позитивного и негативного имиджа политических лидеров США [Текст] / И.Н. Филатова // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования». – Вып. № 1 (11). – Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, 2009. – С. 109-117.

125. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / А.А. Филинский. – Тверь: Тверской государственный университет, 2002. – 163 с.

126. Филиппова Н.Б. Спортивная метафора как сублимация военной метафоры (на материале политической коммуникации) [Текст] / Н.Б. Филиппова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – № 130. – СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2011. – С. 80-87.

127. Хлыщева Е.В. Проблемы восприятия «чужого» как «своего» [Текст] / Е.В. Хлыщева // Гуманитарные исследования. – № 4 (36). – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2010. – С. 18-23.

128. Цаголова В.А. Лингвокультурный портрет женщины-политика (на примере федерального канцлера Германии Ангелы Меркель) [Электронный ресурс] / В.А. Цаголова // Современные проблемы науки и образования. – № 6. – 2012. – Режим доступа: [www.science-education.ru/106-7790](http://www.science-education.ru/106-7790) (дата обращения: 10.03.2013).

129. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия [Текст] / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта, 2006. – 136 с.

130. Чугров С.В. Россия и Запад. Метаморфозы взаимовосприятия [Текст] / С.В. Чугров – М.: Наука, 1993. – 140 с.

131. Чудакова Н.М. Концептуальная область «Неживая природа» как источник метафорической экспансии в дискурсе российских средств массовой информации (2000-2004 гг.): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Н.М. Чудакова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2005. – 277 с.

132. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. – С. 248-252.

133. Чудинов А.П. Очерки по современной политической метафорологии [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. – 176 с.

134. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000) [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2001. – 238 с.

135. Шевченко В.Д. Введение в теорию интерференции дискурсов [Текст] / В.Д. Шевченко. – Самара: СамГУПС, 2008. – 203 с.

136. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 [Текст] / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2000. – 431 с.

137. Шейгал Е.И. Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте [Текст] / Е.И. Шейгал // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – С. 121-161.

138. Шехтман Н.Г. Зрелищные искусства как источник метафорической экспансии в политическом дискурсе России и США [Текст] / Н.Г. Шехтман // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Том 14. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2004. – С. 118-127.

139. Ширяева О.В. Медиадискурс как объект социогуманитарных исследований [Текст] / О.В. Ширяева // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – № 2. – Ростов-на-Дону: ЗАО «Центр Универсальной Типографии», 2012. – С. 120-126.

140. Штефан В. Ингерентная и адгерентная экспрессивно-оценочная политическая лексика и фразеология современного русского языка (на материале газеты «Правда»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / В. Штефан. – Ростов-на-Дону: Ростовский ордена Трудового Красного Знамени государственный университет им. М.А. Сулова, 1984. – 223 с.

141. Штыкова Н.В. Лингвопрагматическая модель общегородской газеты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Н.В. Штыкова. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2011. – 215 с.

142. Шустова И.Н. Использование гендерных стереотипов в языке политики (на материале английского языка) [Текст] / И.Н. Шустова // Известия ВГПУ. – №2 (261). – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2013. – С. 221-222.

143. Bergen B. To Awaken a Sleeping Giant: Cognition and Culture in 23 September 11 Political Cartoons [Текст] / B. Bergen // *Language, Culture, and Mind* / ed. M. Achard, S. Kemmer. – Stanford, 2004. – P. 23-35.
144. Boyd-Barret O. Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems [Текст] / O. Boyd-Barret // *Mass Communication and Society*. – London, 1977. – P. 116-135.
145. Bruce D. Images of power. How the image makers shape our leaders [Текст] / D. Bruce. – London, 1992. – 160 p.
146. Burr V. An Introduction to Social Constructionism [Текст] / V. Burr. – London: Sage, 1995. – 208 p.
147. Cambridge International Dictionary of English [Текст] / Cambridge: University Press, 2001. – 1774 p.
148. Carpentier N., De Cleen B. Bringing discourse theory into Media Studies [Текст] / N. Carpentier, B. De Cleen // *Journal of Language and Politics*. – № 6(2). – 2007. – P. 265-293.
149. Corner J. Media, Power and Political Culture [Текст] / J. Corner // *Media Studies: Key Issues and Debates*. – SAGE Publications, 2008. – P. 211-230.
150. Cotter C. Discourse and Media [Текст] / C. Cotter // *The Handbook of Discourse Analysis*. – John Wiley & Sons, 2008. – P. 416-436.
151. Denton R.E., Woodward G.C. Political Communication in America [Текст] / R.E. Denton, G.C. Woodward. – New-York: Praeger, 1985. – 328 p.
152. Durant A., Lambrou M. Language and Media [Текст] / A. Durant, M. Lambrou. – Routledge, 2009. – 200 p.
153. Fairclough N. Language and Globalization [Текст] / N. Fairclough. – Routledge, 2007. – 200 p.
154. Fairclough N. Language and Power [Текст] / N. Fairclough. – London; N.Y.: Longman, 2001. – 274 p.
155. Gergen K. The social constructionist movement in modern social psychology [Текст] / K. Gergen // *American Psychologist*. – 40 (3). – 1985. – P. 266-275.

156. Gidengil E., Everitt J. Conventional Coverage/Unconventional Politicians: Gender and Media Coverage of Canadian Leaders' Debates, 1993, 1997, 2000 [Текст] / E. Gidengil, J. Everitt // Canadian Journal of Political Science. – Vol. 36(3). – 2003. – P. 559-577.
157. Graddol D., Boyd-Barrett O. Media Texts, Authors and Readers: A Reader [Текст] / D. Graddol, O. Boyd-Barrett. – Multilingual Matters, 1994. – 282 p.
158. Hennessey B. Writing feature articles [Текст] / B. Hennessey. – Taylor & Francis, 2013. – 416 p.
159. Hogg M.A., Abrams D. Social identifications: a social psychology of intergroup relations and group processes [Текст] / M.A. Hogg, D. Abrams. – London: Routledge, 1998. – 288 p.
160. Joslyn R. Keeping Politics in the Study of Political Discourse [Текст] / R. Joslyn // Form, Genre and the Study of Political Discourse – Columbia (S. Car.): Univ. of S. Carol. Press, 1986. – P. 301–338.
161. Lakoff J., Johnson M. Metaphors We Live By [Текст] / J. Lakoff, M. Johnson. – University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
162. Lauerbach G.E., Fetzer A. Political discourse in the media: Cross-cultural perspectives [Текст] / G.E. Lauerbach, A. Fetzer // Political discourse in the media. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. – P. 3-30.
163. O'Keeffe A. Media and discourse analysis [Текст] / A. O'Keeffe // The Routledge Handbook of Discourse Analysis. – London: Routledge, 2011. – P. 441-454.
164. Oxford Learner's Dictionary [Электронный ресурс] – URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 20.03.2015).
165. Petersen M. Anthropology & Mass Communication: Media and Myth in the New Millennium [Текст] / M. Petersen. – Berghahn Books, 2005. – 321 p.
166. Sauerbier S.D. Typen von Wort-Bild-Relationen in den zeitgenössischen Künsten. Eine Übersicht in Beispielen [Текст] / S.D. Sauerbier // Kunst & Unterricht Praxis Deutsch. Sonderheft 1978: Bild und Text – Text und Bild. – Seelze, 1978. – S. 57-98.

167. Sandikcioglu E. More metaphorical warfare in the Gulf: Orientalist frames in news coverage [Текст] / E. Sandikcioglu // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective* / Ed. by A. Barcelona. – Berlin, 2003. – P. 299-320.
168. Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H. (ed.) *The Handbook of Discourse Analysis* [Текст] / D. Schiffrin, D. Tannen, H. Hamilton. – John Wiley & Sons, 2008. – 872 p.
169. Ungerer F. *English Media Texts, Past and Present: Language and Textual Structure* [Текст] / F. Ungerer. – John Benjamins Publishing, 2000. – 286 p.
170. Van Dijk T.A. *Ideology: a multidisciplinary approach* [Текст] / T.A. van Dijk. – London, 1998. – 384 p.
171. Van Dijk T.A. *Ideology and Discourse. A Multidisciplinary Introduction* [Текст] / T.A. van Dijk. – Barcelona, 2002. – 118 p.
172. Van Dijk T.A. *News as Discourse* [Текст] / T.A. van Dijk. – Hillsdale, New Jersey, 1988. – 210 p.
173. Wei J.M. *Virtual Missiles: Allusions and Metaphors Used in Taiwanese Political Discourse* [Текст] / J.M. Wei. – Lanham, 2001. – 131 p.
174. Wodak R., Busch B. *Approaches to media texts* [Текст] / R. Wodak, B. Busch // *The Sage handbook of media studies*. – Thousand Oaks: Sage, 2004. – P. 105-122.

## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. A bad day for Britain, Mr Cameron [Электронный ресурс] // *The Guardian*. 2014. June 29. – URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jun/29/after-juncker-blunder-where-now-david-cameron> (дата обращения: 16.07.2015).
2. Addley E. Parliament welcomes Angela Merkel like the Queen of Europe [Электронный ресурс] // *The Guardian*. 2014. February 27. – URL:

<http://www.theguardian.com/politics/2014/feb/27/parliament-angela-merkel-europe-germany> (дата обращения: 18.07.2015).

3. Angela Merkel. A safe pair of hands [Электронный ресурс] // The Economist. 2013. September 14. – URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21586299-perceptions-germanys-chancellor-who-likely-win-re-election-september-22nd-are> (дата обращения: 20.03.2014).

4. Angela Merkel 'confident reforms will keep UK in the EU' [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2015. June 04. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/11651752/Angela-Merkel-confident-of-EU-reforms.html> (дата обращения: 18.09.2015).

5. Baker G. Germany's eurozone dilemma: should they stay or should they go? [Электронный ресурс] // The Spectator. 2014. February 22. – URL: <http://www.spectator.co.uk/features/6084773/germanys-eurozone-dilemma-should-they-stay-or-should-they-go/> (дата обращения: 18.07.2015).

6. Booth R. David Cameron faces calls to publish guest list for lavish Tory summer dinner [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 2. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jul/02/david-cameron-urged-publish-tory-summer-dinner-guest-list-2014> (дата обращения: 18.07.2015).

7. Buckley N., Stacey K., Carnegy H. Britain accused of hypocrisy in Russia sanctions debate [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. July 23. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/8bffc9d8-11c6-11e4-a17a-00144feabdc0.html#axzz38HZw6ZV8> (дата обращения: 20.07.2015).

8. Forsyth J. Only Angela Merkel can save David Cameron now [Электронный ресурс] // The Spectator. 2014. February 22. – URL: <http://www.spectator.co.uk/columnists/politics/9142072/only-angela-merkel-can-save-cameron-now/> (дата обращения: 15.09.2014).

9. Caldwell Ch. Merkel's sovereign remedy [Электронный ресурс] // The Spectator. 2012. November 22. – URL:

<http://www.spectator.co.uk/features/8760041/merkels-sovereign-remedy/> (дата обращения: 05.06.2013).

10. Cameron shuffles away from Europe [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. July 15. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/79f79288-0c0e-11e4-9080-00144feabdc0.html#axzz38HZw6ZV8> (дата обращения: 10.11.2014).

11. Cameron unveils anti-extremism plan to win "struggle of our generation" [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2015. July 20. – URL: <http://europe.newsweek.com/cameron-warns-struggle-our-generation-homegrown-extremists-330547> (дата обращения: 22.09.2015).

12. Cameron S. Angela Merkel may be bringing more than a smile [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. February 26. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10662822/Angela-Merkel-may-be-bringing-more-than-a-smile.html> (дата обращения: 18.07.2015).

13. Capon F. British Eurosceptics React Furiously To Obama's EU Intervention [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2015. July 24. – URL: <http://europe.newsweek.com/british-eurosceptics-react-furiously-obamas-eu-intervention-330763> (дата обращения: 13.10.2015).

14. David Cameron: We must be intolerant of Isil intolerance [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2015. June 28. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/david-cameron/11704576/David-Cameron-We-must-be-intolerant-of-Isil-intolerance.html> (дата обращения: 13.10.2015).

15. David Cameron and Europe: From referendum to renegotiation [Электронный ресурс] // The Economist. 2013. July 5. – URL: <http://www.economist.com/blogs/blighty/2013/07/david-cameron-and-europe> (дата обращения: 04.02.2014).

16. David Cameron Is Putting On Prime Minister Airs [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2008. July 1. – URL: <http://www.newsweek.com/david-cameron-putting-prime-minister-air-88145> (дата обращения: 17.04.2013).

17. David Cameron Must Go From Style to Substance [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2010. March 13. – URL: <http://www.newsweek.com/david-cameron-must-go-style-substance-76259> (дата обращения: 18.05.2013).
18. David Cameron's EU strategy: The illusionist [Электронный ресурс] // The Economist. 2013. July 23. – URL: <http://www.economist.com/blogs/blighty/2013/07/david-cameron-s-eu-strategy> (дата обращения: 14.06.2014).
19. Dejevsky M. An uneasy election that is Angela Merkel's to lose [Электронный ресурс] // The Independent. 2013. August 21. – URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/an-uneasy-election-that-is-angela-merkels-to-lose-8778388.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 25.04.2014).
20. Dementia research: David Cameron calls for immediate action [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. June 19. – URL: <http://www.theguardian.com/society/2014/jun/19/dementia-research-cameron-immediate-action> (дата обращения: 18.07.2015).
21. Dominiczak P. David Cameron: the Union is secure [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2015. April 07. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/general-election-2015/11520728/David-Cameron-the-Union-is-secure.html> (дата обращения: 27.10.2015).
22. Dominiczak P. David Cameron pledges £1.1 billion for defence to fight cyber terrorists [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. July 14. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/defence/10965182/David-Cameron-pledges-1.1-billion-for-defence-to-fight-cyber-terrorists.html> (дата обращения: 18.07.2015).
23. Fact File: Angela Merkel [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. May 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/incoming/fact-file-angela-merkel-7952987.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 13.03.2015).
24. Germany's Merkel is the New Tony Blair [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2007. May 6. – URL: <http://www.newsweek.com/germanys-merkel-new-tony-blair-101247> (дата обращения: 15.07.2013).

25. Gimson A. Profile: Angela Merkel and the talent of seeming ordinary [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2009. November 13. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/6563927/Profile-Angela-Merkel-and-the-talent-of-seeming-ordinary.html> (дата обращения: 17.06.2013).

26. Groom B. Doubts about Merkel [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2004. October 28. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/2683fec6-287e-11d9-9308-00000e2511c8.html#axzz31rRA3WGL> (дата обращения: 17.05.2013).

27. Hammer J. Angela Merkel: Germany's Wonder Woman [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2011. May 28. – URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-germanys-wonder-woman-67743> (дата обращения: 17.05.2013).

28. Henley J. Angela Merkel: Europe's saviour – or biggest problem? [Электронный ресурс] // The Guardian. 2011. November 22. – URL: <http://www.theguardian.com/world/2011/nov/22/is-angela-merkel-europes-problem> (дата обращения: 17.05.2013).

29. Henley J. Want to be a successful world leader? Do it the Angela Merkel way [Электронный ресурс] // The Guardian. 2013. September 23. – URL: <http://www.theguardian.com/world/shortcuts/2013/sep/23/angela-merkel-successful-world-leader-germany> (дата обращения: 05.03.2014).

30. Highlights of David Cameron's extremism speech [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2015. July 20. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/terrorism-in-the-uk/11750684/Watch-live-David-Cameron-unveils-five-year-plan-to-tackle-extremism.html> (дата обращения: 27.10.2015).

31. Hogan M. How should David Cameron spice up his 'Cool Britannia' party? [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. June 15. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jun/15/how-david-cameron-spice-up-cool-britannia-party> (дата обращения: 27.10.2015).

32. Holehouse M. Cabinet reshuffle: David Cameron 'will pledge to pull Britain out of European right body' [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. July 15. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/10969806/Cabinet-reshuffle->

David-Cameron-will-pledge-to-pull-Britain-out-of-European-right-body.html (дата обращения: 27.10.2015).

33. Irvine Ch. Germany summons US over Angela Merkel phone spying row [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. February 26. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/10401565/Germany-summons-US-over-Angela-Merkel-phone-spying-row.html> (дата обращения: 13.03.2015).

34. Joffe J. Mrs Merkel's Germany is Europe's one musketeer [Электронный ресурс] // The Guardian. 2011. November 22. – URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jun/21/merke-germany-europe-teutonic> (дата обращения: 17.05.2013).

35. Johnson S. David Cameron: Juncker EU comments 'important' for Scotland [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. July 16. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/10971114/David-Cameron-Juncker-EU-comments-important-for-Scotland.html> (дата обращения: 27.10.2015).

36. Kirkup J. Angela Merkel in London: Once again, our future rests on German leadership [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. February 26. – URL: <http://blogs.telegraph.co.uk/news/jameskirkup/100261396/angela-merkel-in-london-once-again-our-future-rests-on-german-leadership/> (дата обращения: 13.03.2015).

37. Mason R. David Cameron: Isis is planning to attack UK [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 16. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jun/18/david-cameron-iraq-crisis-not-dismissed> (дата обращения: 27.10.2015).

38. Mason R. David Cameron 'not convinced' over assisted dying bill [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 16. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jul/16/david-cameron-worry-assisted-dying-bill-commons-debate> (дата обращения: 27.10.2015).

39. McDonald-Gibson Ch. David Cameron's choice for Britain's EU commissioner receives lukewarm response [Электронный ресурс] // The Independent.

2014. July 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/david-camerons-choice-for-britains-eu-commissioner-receives-lukewarm-response-9610761.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 18.07.2015).

40. McDonald-Gibson Ch. Cameron returns to Brussels hoping for better luck [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. July 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/cameron-returns-to-brussels-hoping-for-better-luck-9608264.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 18.07.2015).

41. Merkel's Bavarian Ally Warns Grexit Would Cause 'Utter Chaos' [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2015. July 29. – URL: <http://europe.newsweek.com/merkels-bavarian-ally-warns-grexit-would-cause-utter-chaos-330943> (дата обращения: 13.10.2015).

42. Merk-urial [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2004. October 14. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/ffd1e094-1d7f-11d9-abbf-00000e2511c8.html#axzz31rRA3WGL> (дата обращения: 15.07.2013).

43. Nagorski A. Angela Merkel Speaks Truth to Multiculturalism [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2010. November 23. – URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-speaks-truth-multiculturalism-74001> (дата обращения: 15.07.2013).

44. Neate R. David Cameron under fire as Syrian regime arms supplier visits UK airshow [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 14. – URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jul/14/david-cameron-under-fire-assad-syria-arms-supplier-uk-airshow> (дата обращения: 02.09.2014).

45. Parker G. Cameron faces reproach and scorn over Gove's demotion [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. July 16. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/ebe4e270-0cf8-11e4-90fa-00144feabdc0.html#axzz38HZw6ZV8> (дата обращения: 18.07.2015).

46. Parker G., Pickard J. Cameron begins cabinet reshuffle [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. July 14. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/155f1ada-0b6e-11e4-9e55-00144feabdc0.html#axzz38HZw6ZV8> (дата обращения: 18.07.2015).

47. Parker G., Spiegel P., Fontanella-Khan J. David Cameron opposes Donald Tusk for senior EU job [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. July 17. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/b5ed5d72-0dc1-11e4-85ab-00144feabdc0.html#axzz38HZw6ZV8> (дата обращения: 18.07.2015).

48. Paterson T. Angela Merkel: The German leader set to eclipse Margaret Thatcher [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. May 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkel-the-german-leader-set-to-eclipse-margaret-thatcher-8830298.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 18.07.2015).

49. Paterson T. Angela Merkel 'ditches sausage sandwiches for diet' [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. May 06. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10810510/Angela-Merkel-ditches-sausage-sandwiches-for-diet.html> (дата обращения: 18.07.2015).

50. Paterson T. Angela Merkel's greatest triumph in German election still needs coalition backing [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. May 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkels-greatesttriumph-in-german-election-still-needs-coalition-backing-8835471.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 18.07.2015).

51. Paterson T. The iron Frau: Angela Merkel [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. May 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-iron-frau-angela-merkel-1941814.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 18.07.2015).

52. Paterson T. Greece debt crisis: Angela Merkel behind bailout but faces tough resistance [Электронный ресурс] // The Independent. 2015. July 13. – URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/greece-debt-crisis-angela-merkel-behind-bailout-but-faces-tough-resistance-10386517.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 12.09.2015).

53. Paton G., Dominiczak P., Perry K. School strikes must be stopped, says David Cameron [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2014. July 09. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/education/educationnews/10958011/School-strikes-must-be-stopped-says-David-Cameron.html> (дата обращения: 18.07.2015).

54. Pikington E., Harding L. Angela Merkel: Victoria Nuland's remarks on EU are unacceptable [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. February 07. – URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/feb/07/angela-merkel-victoria-nuland-eu-unacceptable> (дата обращения: 18.07.2015).

55. Posener A. Why Germany's strength is an illusion [Электронный ресурс] // The Guardian. 2013. November 25. – URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/nov/25/germany-strength-illusion-merkel-coalition> (дата обращения: 06.07.2013).

56. Pulver A., Brooks X. Helena Bonham Carter hails David Cameron as a man of 'real compassion' [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 16. – URL: <http://www.theguardian.com/film/2014/jun/12/helena-bonham-carter-david-cameron-defence> (дата обращения: 12.10.2014).

57. Rawnsley A. Not even Angela Merkel can bridge the vast Europe divide for David Cameron [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. March 2. – URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/mar/02/eu-reform-cameron-merkel-tory-europhobes> (дата обращения: 06.05.2014).

58. Rayner G. Queen meets Angela Merkel on visit to Berlin [Электронный ресурс] // The Telegraph. 2015. June 24. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/queen-elizabeth-II/11695667/Queen-meets-Angela-Merkel-on-visit-to-Berlin.html> (дата обращения: 18.09.2015).

59. Report: Merkel Plans Run for Fourth Term [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2015. August 1. – URL: <http://europe.newsweek.com/report-merkel-seek-fourth-term-331079> (дата обращения: 18.09.2015).

60. Ross T. A mountain to climb for David Cameron [Электронный ресурс] //The Telegraph. 2015. June 13. – URL:

<http://www.telegraph.co.uk/news/politics/david-cameron/11673124/A-mountain-to-climb-for-David-Cameron.html> (дата обращения: 27.09.2015).

61. Smith A.W. Who are you trying to kid, Mr Cameron? [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. July 16. – URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/who-are-you-trying-to-kid-mr-cameron-9610401.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 27.09.2015).

62. Smith H. Angela Merkel is unshakeable as Athens resounds with angry chants [Электронный ресурс] // The Guardian. 2012. October 9. – URL: <http://www.theguardian.com/world/2012/oct/09/angela-merkel-unshakeable-athens-resounds> (дата обращения: 17.05.2013).

63. Stone D. Britain's David Cameron Talks Economic Recovery at the White House [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2010. July 20. – URL: <http://www.newsweek.com/britains-david-cameron-talks-economic-recovery-white-house-214604> (дата обращения: 03.02.2013).

64. The dispensable kingdom [Электронный ресурс] // The Economist. 2014. February 27. – URL: <http://www.economist.com/blogs/blighty/2014/02/angela-merkel-london> (дата обращения: 10.08.2014).

65. Theil S. Can Merkel make it? [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2005. August 8. – URL: <http://www.newsweek.com/can-merkel-make-it-117795> (дата обращения: 05.05.2012).

66. Theil S. Is it das madchen's day? [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2005. May 6. – URL: <http://www.newsweek.com/it-das-madchens-day-120159> (дата обращения: 05.05.2012).

67. Thomas D., Barker A., Vasagar J. Merkel backs EU telco consolidation [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. May 8. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/eabf9c10-d68d-11e3-b251-00144feabdc0.html#axzz31rRA3WGL> (дата обращения: 18.09.2015).

68. Underhill W. David Cameron Takes Power. But at What Cost? [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2010. May 19. – URL:

<http://www.newsweek.com/david-cameron-takes-power-what-cost-72561> (дата обращения: 12.04.2012).

69. Underhill W. David Cameron Will Get More Than He Bargained For [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2010. May 7. – URL: <http://www.newsweek.com/david-cameron-will-get-more-he-bargained-72747> (дата обращения: 12.04.2012).

70. Vasagar J., Fontanella-Khan J. Angela Merkel backs EU internet to deter US spying [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. February 16. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/dbf0081e-9704-11e3-809f-00144feab7de.html#axzz320RDX9w7> (дата обращения: 18.07.2015).

71. Wagstil S. Angela Merkel ordered to rest after skiing accident [Электронный ресурс] // The Financial Times. 2014. January 6. – URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/2bbe926c-76ca-11e3-a253-00144feabdc0.html#axzz31rRA3WGL> (дата обращения: 18.07.2015).

72. Watt N., Wintour P. David Cameron axes Michael Gove in reshuffle after toxic poll warning [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. July 15. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jul/15/cameron-sacks-toxic-gove-promotes-women-reshuffle> (дата обращения: 20.12.2014).

73. Westcott L. Cameron Under Fire For Migrant 'Swarm' Comment [Электронный ресурс] // The Newsweek. 2015. July 30. – URL: <http://europe.newsweek.com/uks-cameron-under-fire-migrant-swarm-comment-331031> (дата обращения: 19.09.2015).

74. Which war to mention? [Электронный ресурс] // The Economist. 2014. March 22. URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21599410-angela-merkel-and-her-foreign-minister-crisis-throwback-worse-times-which-war?zid=307&ah=5e80419d1bc9821ebe173f4f0f060a07> (дата обращения: 13.07.2014).

75. Williams K. Kipper Williams on Angela Merkel [Электронный ресурс] // The Guardian. 2012. June 22. – URL:

<http://www.theguardian.com/business/cartoon/2012/jun/22/kipper-williams-on-angela-merkel> (дата обращения: 23.02.2013).

76. Wintour P. David Cameron joins calls for promoting 'British values' in schools [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. June 18. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jun/15/david-cameron-british-values-schools> (дата обращения: 27.09.2015).

77. Wintour P., Mason R. David Cameron: we'll stop Britons going out to join Islamists [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. June 18. – URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/jun/18/david-cameron-stop-britons-join-islamists> (дата обращения: 22.09.2014).

78. Wood M. An axis of pragmatists [Электронный ресурс] // The Spectator. 2010. February 17. – URL: <http://www.spectator.co.uk/features/5780958/an-axis-of-pragmatists/> (дата обращения: 11.03.2013).

79. Wright O. Cabinet reshuffle: It's time David Cameron thought like a CEO [Электронный ресурс] // The Independent. 2014. July 14. – URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/cabinet-reshuffle-its-time-david-cameron-thought-like-a-ceo-9606089.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 20.12.2014).

## ПРИЛОЖЕНИЕ



**Рисунок 1**



**Рисунок 2**



**Рисунок 3**



**Рисунок 4**



**Рисунок 5**



**Рисунок 6**



**Рисунок 7**



**Рисунок 8**



**Рисунок 9**



**Рисунок 10**



**Рисунок 11**



**Рисунок 12**



**Рисунок 13**



**Рисунок 14**



Рисунок 15



Рисунок 16



Рисунок 17



Рисунок 18



**Рисунок 19**



**Рисунок 20**



**Рисунок 21**



**Рисунок 22**



**Рисунок 23**



**Рисунок 24**



**Рисунок 25**



**Рисунок 26**



**Рисунок 27**



**Рисунок 28**



**Рисунок 29**



**Рисунок 30**



**Рисунок 31**



**Рисунок 32**



Рисунок 33



Рисунок 34

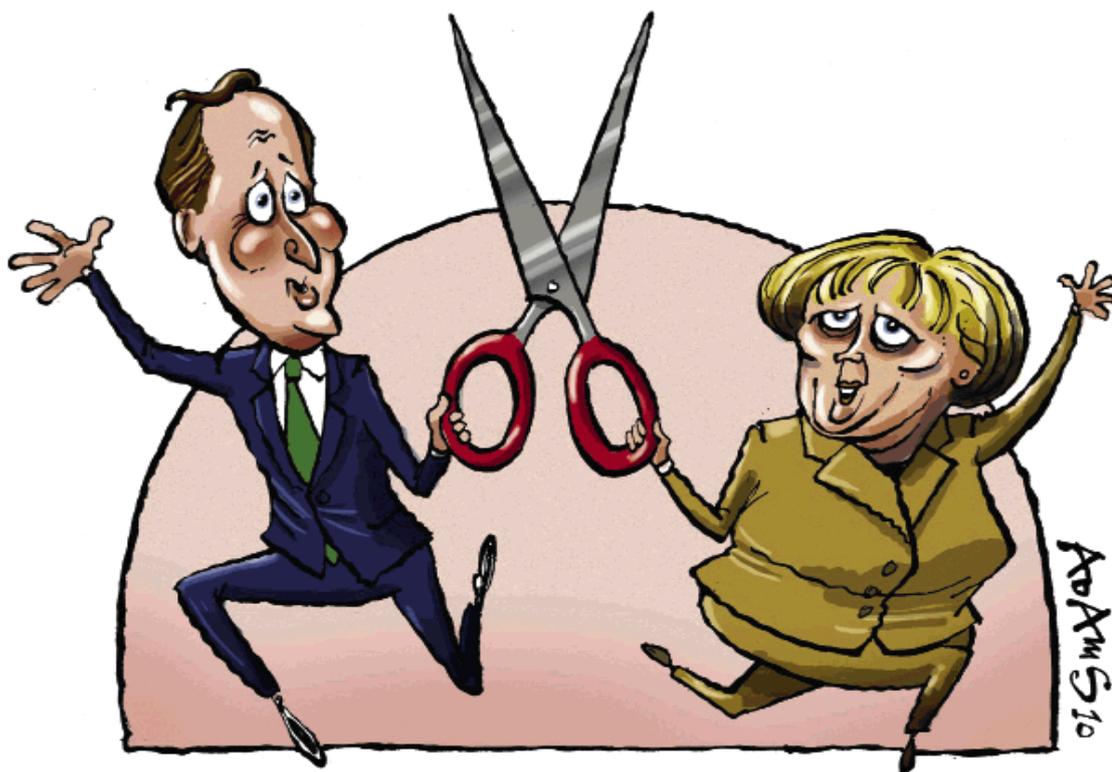


Рисунок 35



Рисунок 36



**Рисунок 37**

*KipperWilliams*

SCHEISSE! WIR HABEN  
KEINE VIDGETS!



Рисунок 38

# The Economist

JUNE 9TH - 15TH 2012

Economist.com

India in trouble

The row over tax breaks for charity

Michelle Obama, Mike Bloomberg and fat

The rise of sea gliders

Blessed be the peacekeepers

Please can we start  
the engines now,  
Mrs Merkel?



JUNE 9TH - 15TH 2012

Worldwide cover

Рисунок 39