Министерство науки и высшего образования Российской
Федерации НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет иностранных языков
Кафедра английской филологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП
канд. филол. наук,
доцент
_____И.Г. Темникова
«_10_»_июня_2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ

по специальности 45.05.01 – Перевод и переводоведение

Горбунова Анна Олеговна

Руководитель ВКР
канд. филол. наук, доцент
_____Т.Г. Антонова
подпись
«_10_»_июня_2020 г.

Автор работы
студент группы № 19502
_____А.О. Горбунова
подпись

Томск – 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

Глава 1. Моделирование метафорической картины мира политического деятеля в гендерном аспекте. Теоретические основы исследования 7

1. 1. Метафора как средство репрезентации действительности. 7

1.1.1. Метафора как когнитивный механизм.....7

1.1.2. Метафорическое моделирование действительности.....9

1.1.3. Причины и аспекты метафорического варьирования 12

1.2. Понятие гендера 15

1.2.1. Основные направления в исследовании гендера.....15

1.2.2. Социальная природа гендера.....17

1.2.3. Новая интерпретация гендера в лингвистике.....19

1.3. Понятие и основные характеристики политического дискурса 23

1.3.1. Основные признаки и функции политического дискурса.....23

1.3.2. Роль метафоры в политическом дискурсе.....25

1.3.3. Гендерная маркированность политического дискурса.....26

Выводы по главе 1.....29

7. Глава 2. Гендерный аспект метафорической картины мира Дональда Трампа и Хиллари Клинтон.....30

2.1. Метафорическая картина мира Д. Трампа.....30

2.1.1. Военная метафора.....31

2.1.2. Финансовая метафора.....33

2.1.3. Физиологическая метафора.....34

2.1.4. Спортивная метафора.....35

2.1.5. Метафора строительства 36

2.1.6. Ориентационная метафора.....38

2.1.7. Метафора пути.....39

2.2. Метафорическая картина мира Х. Клинтон 40

2.2.1. Военная метафора.....41

2.2.2. Физиологическая метафора 42

2.2.3. Финансовая метафора 43

2.2.4. Религиозная метафора 44

2.2.5. Метафора строительства 44

2.2.6. Спортивная метафора 45

2.2.7. Ориентационная метафора 45

2.3. Сравнительный анализ метафорических картин мира Дональда Трампа и Хиллари Клинтон: гендерный аспект 46

Выводы по главе 2 50

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 52

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 54

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию гендерного аспекта метафорической картины мира политического деятеля.

Актуальность темы исследования обусловлена рядом обстоятельств.

Когнитивная метафора выступает одним из основных средств языковой репрезентации действительности. В публичных выступлениях политиков она приобретает особенно важное значение, позволяя воздействовать на сознание и поведение людей, формируя тот или иной образ репрезентируемого мира. Зачастую политики используют метафоры для достижения конкретных целей на политической арене, закрепляя за собой определенный имидж.

Реализация миромоделирующего потенциала метафоры происходит на дискурсивном уровне. Именно в реальных условиях функционирования представляется возможным изучение особенностей метафорической картины мира конкретного политического деятеля, а сравнительный анализ, в свою очередь, позволяет выявить её вариативность. В качестве одного из аспектов такой вариативности выступают гендерные отношения, которые в современном обществе претерпевают ряд изменений.

Более того, динамика политических процессов сопровождается попытками пересмотра значения традиционных категорий «мужское» и «женское». Изучение метафоры в гендерном аспекте позволит нам проанализировать то, как политики мыслят себя на политической арене и как это отражается в их метафорической картине мира.

В качестве **объекта исследования** выступает метафорическая картина мира политического деятеля.

Предметом исследования является гендерный аспект метафорической картины мира политического деятеля.

Цель исследования – выявить аспекты проявления гендера в метафорической картине мира политического деятеля.

В соответствии с поставленной целью нами были определены следующие **задачи:**

1) изучить основные положения теории концептуальной метафоры;

2) рассмотреть метафору как средство миромоделирования;

3) определить понятие гендера и изучить направления гендерных исследований;

4) выявить и описать метафорические модели Дональда Трампа и Хиллари Клинтон, формирующие образ политики;

5) охарактеризовать аспекты проявления гендера в метафорической картине мира политического деятеля и выявить гендерную вариативность.

Теоретической базой нашего исследования стали 106 источников.

- *Концептуальная теория метафоры* была впервые сформулирована Дж. Лакоффом и М. Джонсоном в работе «Метафоры, которыми мы живем». Далее эта теория была значительно уточнена в работах следующих ученых: P. Chilton, G. Fauconnier, R. W. Gibbs, J. B. Herrmann, A. A. Kaal, Z. Kövecses, Ch. Landtsheer, G. J. Steen, M. Turner и др. Кроме того, важной для нашего исследования является *теория метафорического моделирования*, отраженная в работах А. Н. Баранова, Э. В. Будаева, З. И. Резановой, А. П. Чудинова и др.
- *Гендерная проблематика* наиболее полно разработана в исследованиях Н.А. Блохиной, Е.В. Горошко, А.В. Кирилиной, Дж. Коатс, Р. Лакофф, З.И. Резановой, Д. Таннен, М.В. Томской, С. Трёмель-Плётц, И.И. Халеевой, З.Я. Хоткиной и др.
- Основой для изучения *политического дискурса* стали работы А.П. Чудинова, Э.В. Будаева, G. Nunn, G. Duran, G. Lakoff.

Таким образом, наше исследование находится на пересечении проблематики когнитивной метафоры и гендера: гендер предстает как когнитивная сфера, получающая языковое воплощение в механизмах метафорического моделирования.

Материалом для нашего исследования послужили тексты выступлений Дональда Трампа и Хиллари Клинтон (2015-2018 годы).

- Д. Трамп: Presidential Announcement Speech, Iowa Summit Speech, Republican Convention Speech, UN Speech (2017, 2018); общий объем – 23111 слов.
- Х. Клинтон: Campaign Launch Speech, Building the ‘Growth and Fairness Economy’, Economic Speech, Speech at the Democratic Convention, Speech in Illinois; общий объем – 24263 слова.

Количество выделенных метафорических единиц (МЕ): Д. Трамп – 828 МЕ, Х. Клинтон – 571 М.Е.

Основными источниками материала послужили новостные каналы (CNN, Vox, NBC News и др.), журнал Time, газеты The New York Times, The Washington Post, USA Today, а также официальный сайт Белого дома США (URL: www.whitehouse.gov).

Методологическую основу нашего исследования составляет лингво-когнитивный подход к изучению метафоры, базирующийся на принципах теорий концептуальной метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон и др.) и метафорического моделирования (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, З. И. Резанова, А. П. Чудинов и др.).

Методы исследования:

1) метод научного описания;
2) метод семантического анализа;

3) метод интроспекции;

4) метод сплошной выборки;

5) метод метафорического моделирования;

6) статистический анализ;

7) сравнительно-сопоставительный метод.

Новизна исследования заключается в том, что впервые метафорическая картина мира конкретных политических деятелей – Д. Трампа и Х. Клинтон – изучена в сравнительном аспекте через призму гендера.

Теоретическая значимость нашего исследования заключается в том, что работа вносит вклад в описание метафорической картины мира. Нами были выявлены ключевые концептуальные метафоры конкретных политиков – Д.Трампа и Х.Клинтон в рамках политического дискурса.

Практическая значимость работы заключается в ее применении при разработке учебно-методических материалов по когнитивной и гендерной лингвистике. Кроме того, работа может послужить стартом при осуществлении более широкого исследования в рамках когнитивной и/или гендерной лингвистики.

Структура работы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

Во **введении** обосновывается актуальность темы, определяются объект и предмет исследования, ставится цель, в соответствии с которой определяются задачи, даётся характеристика материала, описываются методологическая основа и методы исследования, формулируются научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования.

В **главе 1** рассматриваются теоретические основы исследовании, определяются основные для исследования понятия концептуальной метафоры, метафорического миромоделирования, гендера и политического дискурса.

В **главе 2** выделяются ключевые концептуальные метафоры конкретных политиков, Д.Трампа и Х.Клинтон, которые рассматриваются в сравнительном аспекте; анализируются аспекты проявления гендера в их метафорических картинах мира и выявляется гендерная вариативность.

В **заключении** обобщаются результаты исследования, подводится общий итог работы.

Дипломную работу завершает **список литературы,** представленный 106 источниками.

Глава 1. Моделирование метафорической картины мира политического деятеля в гендерном аспекте. Теоретические основы исследования

В данной дипломной работе изучается проблематика метафорического моделирования картины мира политического деятеля в гендерном аспекте. В этой связи представляется важным рассмотреть основные положения теории концептуальной метафоры и метафорического миромоделирования, гендер как биологическую и социокультурную категорию, а также основные характеристики политического дискурса.

1. 1. Метафора как средство репрезентации действительности.

1.1.1. Метафора как когнитивный механизм

В рамках современной теории метафоры выделяют два основных направления: *структурно-семантическое* и *лингво-когнитивное*.

Структурно-семантический подход предполагает понимание метафоры как языкового явления. В структуре многозначных слов выявляются лексико-семантические варианты (ЛСВ) – иерархически организованная совокупность архисем (центральных, общих для целого ряда единиц) дифференциальных сем (видовых элементов смысла) и потенциальных сем (ассоциативных смыслов) [Арутюнова, 1979, с. 5-32; Гак, 1988, с. 11-26; Телия, 1988, с. 26-52].

В рамках *лингво-когнитивного подхода* метафора рассматривается как когнитивный механизм, дающий возможность изучать посредством языка то, как отражается и осмысляется человеком окружающая действительность, т.е. процессы, происходящие в сознании человека. Данный подход открывает доступ к концептуальным системам, которые являются достаточно общими для носителей одной культуры [Бессонова, 1989, с. 51-52; Резанова, 2003, с. 73-82].

Наше исследование лежит в русле *когнитивно-дискурсивного подхода* и базируется на принципах теорий концептуальной метафоры и метафорического моделирования. При этом нами принимаются во внимание достижения структурно-семантического подхода в метафорологии.

Ключевым моментом в развитии когнитивного подхода стала *теория концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона*, изложенная в их монографии «Метафоры, которыми мы живем». Эта теория далее получила свое развитие в зарубежной и отечественной метафорологии (А. Н. Баранов, З. И. Резанова, А. П. Чудинов, R. W. Gibbs, G. Fauconnier, Z. Kövecses, M. Turner и др.).

Рассмотрим основные положения теории, значимые в рамках нашего исследования.

В основе теории концептуальной метафоры лежит понимание метафоры как когнитивного феномена. Метафора представляется не языковым явлением, как в рамках структурно-семантического подхода, а основной формой мышления, средством концептуализации действительности. Существует термин *«концептуальная метафора»,* который наиболее полно отражает этот аспект.

Дж. Лакофф представляет концептуальную метафору через переход из *сферы-источника* в *сферу-мишень*. Сфера-мишень осмысляется через образы элементов сферы-источника [Lakoff, 1993, с. 206-207]. *Сфера-мишень* выступает как менее понятная человеку концептуальная область, нуждающаяся в осмыслении, а *сфера-источник,* наоборот, человеку хорошо знакома из опыта взаимодействия с окружающим миром.

В основе процесса метафоризации лежат устойчивые аналогии между двумя концептуальными областями, т.н. *метафорические проекции*. Они не являются произвольными, а формируются в процессе взаимодействия человека с окружающим миром и всегда зафиксированы в языке и культуре общества [Lakoff, 1993; 2003]. Основанием метафоры, по мнению Дж. Лакоффа, является сенсомоторный опыт человека, зафиксированный в нейронных связях: активация отдела мозга, соотносящегося со сферой-источником, приводит к активации отдела, отвечающего за сферу-мишень

Также важно учитывать один из центральных тезисов в теории концептуальной метафоры – *принцип инвариантности:* метафорические проекции всегда ограничены: не все элементы сферы-источника могут выступать основой для структурирования составляющих сферы-мишени [Lakoff, 1993, с. 215].

Как отмечает Дж. Лакофф, в результате метафорической проекции происходит наложение некоторых аспектов сферы-источника на сферу-мишень, что позволяет нам осмыслять элементы одного концепта в терминах другого. В конечном итоге это приводит к новому пониманию этой сферы и её составных частей [Lakoff, 2003].

Таким образом, метафоризация – это сложное динамическое явление, создающее новые ментальные пространства.

В нашем исследовании мы, вслед за Дж. Лакоффом и др., будем различать понятия *концептуальная/когнитивная метафора* и *метафорическая номинация*. Метафора – это когнитивный механизм, мыслительные процессы, которые на языковом уровне воплощаются в метафорических выражениях или номинациях [Lakoff, 1993]. Концептуальная метафора – это часть мышления, а метафорическая номинация – это часть языка [Lakoff, 1993; 2008].

Анализ метафорических номинаций открывает нам доступ непосредственно к концептуальной метафоре, причем она может быть реализована в языке множеством

языковых средств. Предполагается, что, чем больше языковых реализаций имеет концептуальная метафора, тем устойчивее связи между сферой-мишенью и сферой-источником [Kövecses, 2005; Krennmayr, 2011; Lakoff, 1993; 2008].

Таким образом, концептуальная метафора позволяет репрезентировать явления окружающей действительности, задавая неограниченное число потенциальных вариантов языковых реализаций. Изучение метафоры в рамках когнитивного подхода позволяет проникнуть в суть мыслительных, культурных и лингвистических процессов, через которые мы познаем мир.

1.1.2. Метафорическое моделирование действительности

Постулаты современной теории концептуальной метафоры лежат в основе теории метафорического моделирования, но ее особенностью является то, что анализ языковой репрезентации метафоры играет в ней важную роль.

Метафорическая модель (ММ) – это воплощённая в языке мыслительная схема, позволяющая осмысливать вновь познаваемые концепты сквозь призму уже познанных и представленная сферой-источником и сферой-мишенью. ММ задается через формулу «[название фрейма сферы-мишени] – [название фрейма сферы-источника]», например, ПОЛИТИКА – ЭТО ВОЙНА. Между компонентами устанавливаются отношения подобия, причем, как отмечает А.П. Чудинов, в сфере-мишени сохраняется не только структура исходной области, но и её эмотивный потенциал [Чудинов, 2003; 2013, с. 27].

В рамках теории метафорического моделирования разработана и подробно описана методика описания когнитивной структуры метафорической модели. В соответствии с этой методикой необходимо описать основополагающие признаки когнитивной структуры метафорической модели:

1) *Исходная понятийная область, или сфера – источник.*

Как отмечалось ранее, в качестве сфер-источников выступают актуальные для общества концептуальные области, хорошо известные людям и вызывающие их повышенный интерес, что свидетельствует об их значимости в данной культуре.

2) *Новая понятийная область, или сфера – мишень.*

3) *Фреймы*, относящиеся к данной модели и выступающие как фрагменты наивной языковой картины мира.

Фрейм – это концептуальная структура для представления типичных знаний о ситуации или о свойствах объекта. Фреймы сферы-источника являются основой для метафорического осмысления сферы-мишени, но для целостного описания модели важен состав фреймов обоих сфер. Они выступают в качестве когнитивного динамического

сценария. Сценарий отражает представления о том, как наиболее вероятно будет развертываться в рамках модели представляемые ситуации или события, какой вариант будет наиболее типичен. Например, в политическом дискурсе в рамках модели МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ – ЭТО ВОЙНА наиболее типичным является следующий сценарий: зарождение международного конфликта – создание образа врага (другого государства) – объявление бедственного положения внутри страны – создание образа спасителя (политика).

4) *Слоты,* типовые элементы каждого фрейма.

Слоты – это аспект конкретизации фрейма. Слоты представлены концептами. Например, фреймовая структура концепта «военные действия» включает такие слоты, как «герой», «победа», «поражение», «враг», «ведение атаки» и т.д.

5) *Основание метафорического моделирования.*

Им являются компоненты смысла, являющиеся основой для сближения сферы-источника и сферы-мишени.

6) *Дискурсивная характеристика модели.*

Дискурсивная характеристика модели представляет собой её типичную соотнесенность с условиями того или иного дискурса.

7) *Продуктивность модели.*

Представляет собой способность к развертыванию и типовые направления развертывания в тексте и дискурсе [Чудинов, 2001; 2003; 2013, с. 26-32].

Как отмечает З.И. Резанова, сама метафорическая модель задаёт «рамки объединения широкого спектра метафорических реализаций в пределах ситуации, сценария, фрейма», определяемого концептуальной областью сферы-источника [Резанова, 2006, с. 67].

Содержание и структура метафорической модели напрямую зависит от значений лексических единиц, через которые проявляется метафора на языковом уровне, и того, как устроено их семантическое поле. Однако более показательным является анализ концептов сферы-источника и сферы-мишени, т.к. основу метафоры составляют сформировавшиеся в сознании человека концепты. Языковая, энциклопедическая информация, а также обыденные знания в концептах неделимы [Чудинов, 2001].

Как отмечают А.П. Чудинов, З.И. Резанова, В.Н. Телия и др., говорящий в процессе метафоризации абстрагируется от объекта действительности (сферы-источника) и переводит свое внимание на, возможно, нереальные свойства этого объекта, которые могут ему приписываться за счет сложившихся непосредственно у говорящего или в данном социуме ассоциаций и коннотаций. Поэтому в метафоре всегда доминирует

субъективный взгляд на действительность [Будаев, 2007, с. 5-19; Резанова, 2006, с. 67-69; Телия, 1977, с. 191-211; Чудинов, 2001].

Согласно А. П. Чудинову, метафорические модели характеризуются следующими свойствами:

1) *иерархическое устройство*: метафорические модели могут быть частью более общей модели, а могут включать в себя подмодели;

2) *диффузность*: фреймы метафор могут пересекаться, соотносясь с разными концептуальными сферами одновременно;

3) *полевая структура*: метафорические номинации образуют метафорическое поле, в котором можно выделить центр, ближнюю и дальнюю периферии; актуализация значений метафорических номинаций происходит в условиях комплексного взаимодействия этих элементов; к центру модели относятся наиболее ярко выражающие типичные свойства модели метафорические номинации, а вовлечение периферийных элементов метафорического поля позволяет создавать новые нестандартные метафоры, не нарушающие рамок модели;

4) *фреймово-слотовая организация*: фреймы представляют концептуальные области сферы-источника и сферы-мишени репрезентируются и состоят из отдельных слотов; при описании модели выявление фреймов и слотов не имеет первостепенного значения, т.к. основное – это выделение общих закономерностей метафорической модели [Чудинов, 2003].

А. П. Чудинов также отмечает, что отдельные метафорические номинации отражают индивидуальные представления носителя языка, следовательно, множество таких метафорических номинаций в рамках типовых метафорических моделей передает специфику восприятия действительности и ее осмысления, свойственного обществу на определённом этапе его развития. Система метафорических моделей отражает национальную ментальность и культуру этноса, его историю и является проекцией современной социально-политической ситуации. Метафоры – неотъемлемая часть национальной языковой картины мира [Чудинов, 2001; 2003; 2013, с. 27; Будаев и Чудинов, 2008].

Картина мира – это та модель действительности, которая отражает мировидение представителей этноса. Как элемент сознания она не поддаётся анализу, но возможно изучение объективированной стороны посредством жестов, языка, произведений искусства и прочих средств картины мира. Важно отметить, что язык играет ключевую роль в её объективации [Резанова, Катунин, Мишанкина, 2003].

Таким образом, мы можем говорить о **языковой картине мира (ЯКМ)**, т.е. картине мира, моделируемой средствами естественного языка. Как отмечает З.И. Резанова, ЯКМ является способом интерпретационной познавательной деятельности человека по отношению к миру, объективированным в языковых фактах [Резанова, 2003, с. 36].

В. Н. Телия полагает, что языковая картина мира не является «стенограммой» знаний о мире или их «зеркальным отображением», а представляет собой результат интерпретационной деятельности через некую призму. Наиболее успешно роль такой «призмы» выполняет метафора, т.к. ее интерпретационной диапазон достаточно широк [Телия, 1988].

Отображая окружающую действительность в языке, человек формирует определённые образы, в которых отражается не столько окружающий мир, сколько сам человек, создающий эти образы, и анализ концептуальных метафор той или иной культуры позволяет выявлять особенности языкового миромоделирования народа [Телия, 1988; Резанова, 2003, с. 37-48].

Одной из ключевых задач томской метафорологической школы во главе с З.И. Резановой является раскрытие *миромоделирующего потенциала метафоры*, который задается ее смысловой структурой. Динамическое взаимодействие исходного образа (сферы-источника), результативного образа (сферы-мишени) и аспекта их соотнесения формирует **интерпретационный (миромоделирующий) потенциал метафоры.** Каждый из элементов структуры метафоры обладает собственной и относительно самостоятельной миромоделирующей силой [Резанова, 2003, с. 45-46; Резанова, Катунин, Мишанкина, 2003, с. 167].

Метафорические модели в рамках определённого языка отражают культурно-обусловленные схемы интерпретации действительности, а их совокупность образует каркас образного фрагмента ЯКМ этноса, инвариантные этнокультурные модели восприятия действительности [Резанова, 2003, с. 80-85].

Таким образом, метафорическая картина мира позволяет глубже проанализировать то, как мы воспринимаем окружающую действительность, отображая ее в языке.

1.1.3. Причины и аспекты метафорического варьирования

Как отмечает З. Ковечеш, метафорическая концептуализация подвержена одновременному воздействию двух факторов: (1) воплощению универсального телесного опыта (embodiment) и (2) влиянию контекста [Kövecses, 2008, с. 179-181]. Если первый фактор говорит об универсальности метафор, то второй фактор есть причина их

вариативности. Контекст З. Ковечешом понимается широко – как набор вещественных, социальных, культурных и прочих характеристик [Kövecses, 2010].

Рассмотрим две основные причины метафорического варьирования.

1. *Различия в социокультурном опыте людей.*

Сюда относятся географические, климатические, культурные, социальные и прочие условия существования человека, которые влияют на формы его взаимодействия с окружающим миром. Например, культурные традиции задают стереотипы поведения, ожидаемые социальные роли, определяют происходящие вокруг человека социальные процессы. Социокультурный опыт людей обусловливает формирующиеся у них концепты, их структуру, а различия выражаются в том, что за сферой-источником могут стоять разные образы [Чудинов, 2013, с. 59-60; Kövecses, 2005, с. 93-95, 123-130; 232-245; 2010].

Эти различия могут возникать под действием пространственных и временных факторов. Поэтому представители не только различных культур, но и разных эпох, регионов, социальных групп и т.д. могут интерпретировать метафорические выражения по-разному, так как когнитивные фреймы и ассоциации, закрепленные за языковым и социальным контекстом в их сознании, тоже буду разными [Chilton, 2009].

2. *Различия в когнитивных процессах, вовлекаемых в процедуру метафоризации.*

Как отмечает З. Ковечеш, представители разных культур и социальных групп могут фокусировать внимание на различных аспектах своего телесного опыта. Этим обусловлены различия метафорической концептуализации и формирование культурно-специфичных концептов [Kövecses, 2005, с. 231; 246-252].

Выделим наиболее характерные аспекты метафорического варьирования.

1. Варьирование может иметь место в рамках одной и той же метафоры на концептуальном уровне. Таким образом, одни и те же метафорические модели будут иметь разную структуру [Kovecses, 2005, с. 118-121].

Это может быть обусловлено отличающимися когнитивными прототипами сферы-источника, акцентуацией различных элементов концептуальной области сферы-мишени или реализацией различных слотов исходного концепта, что вызывает отличия в метафорических проекциях, а, следовательно, приводит к вариациям в осмыслении сферы-мишени [Kovecses, 2009].

Попадая в условия дискурса, сфера-источник и сфера-мишень вступают в сложное взаимодействие, оказываясь одновременно активированными. Элементы сферы-мишени

способны «отбирать» максимально подходящие для их осмысления компоненты в сфере-источнике [Kovecses, 2009; Herrmann, 2013].

2. Варьирование может быть обусловлено выбором различных концептуальных метафор для осмысления определённых явлений действительности. Например, для репрезентации международных взаимоотношений разными индивидами могут использоваться разные метафоры. Однако, как отмечает, З. Ковечеш, в рамках определённых культур и дискурсов обычно выделяются типичные метафорические модели [Kovecses, 2005, с. 121-123].

Дискурс является важнейшим фактором выбора тех или иных метафор и их языковой репрезентации. З. Ковечеш отмечает, что сама метафора побуждает коммуникантов не вступать с дискурсом в противоречие [Kövecses, 2009]. Сами коммуниканты, их взимоотношения, цель, место общения – все это влияет на выбор конкретных метафор. Кроме того, на него могут влиять личностные характеристики говорящего: жизненный опыт; интересы; социальный статус; этническая, религиозная, профессиональная, гендерная принадлежность [Kövecses, 2005, с. 89-100, 237-246].

3. Метафорическое варьирование может проявляться на языковом уровне [Kövecses, 2005, с. 151-158].

Концептуальные метафоры могут воплощаться на языковом уровне посредством метафорических номинаций, представленных самыми разными языковыми единицами: отдельными словами, словосочетаниями или фразеологизмами; выражениями со стёртой или яркой образностью и т.д. Метафоры всегда соотносятся с телесным или культурным опытом. Между сферой-источником и сферой-мишенью должна быть некоторая общность, воображаемая или реальная. Попадая в дискурс, который задаёт набор условий, необходимых для интерпретации метафоры, активируются определённые структуры фреймовых знаний, связанные с заданным концептом и вызывающие те или иные ассоциации. В результате, метафорические номинации приобретают конкретную интерпретацию [Kövecses, 2005, с. 259-267].

Таким образом, концептуальные метафоры функционируют в уникальном коммуникативном и социокультурном контексте, т.е. дискурсе, который должен учитываться при их изучении. Поэтому лингвистический анализ метафор не может сводиться только к анализу языкового материала. Дискурсивный подход, речь о котором пойдет в третьем разделе теоретической части нашей работы, позволяет рассматривать метафору сразу на трёх уровнях – когнитивном, языковом и коммуникативном – в их взаимодействии.

Мы также предполагаем, что справедливо говорить о метафорическом варьировании, обусловленном гендерным фактором. Социокультурные характеристики, приписываемые мужчинам и женщинам, оказывают влияние на их метафорическую картину мира.

1.2. Понятие гендера

1.2.1. Основные направления в исследовании гендера

Гендерная лингвистика возникла на стыке двух наук – лингвистики и гендерологии, поэтому она имеет тесные связи с социологией, политологией, социо- и психолингвистикой.

Первые мысли о соотношении языка и пола появились еще в античности. Долгое время господствовала *символико-семантическая теория*. Её сторонники считали, что грамматический род существует в языке по причине наличия людей разного пола, т.е. под влиянием «природной данности». Однако открытие языков, в которых отсутствует категория рода, нанесло большой удар по этой теории [Шайхмакин, 1996, с. 267-273].

В изучении взаимосвязи языка и пола можно выделить 2 направления:

1. Биологический детерминизм, или биодетерминизм

В общем смысле под этим термином понимается распространение законов и категорий биологии на понимание общественной жизни. Впервые направление возникло в середине XIX века после учения Дарвина о естественном отборе и просуществовало до середины XX века.

Согласно концепции биодетерминизма, определяющими для гендерных характеристик человека считаются биологические природные факторы, т.е. пол. Природные факторы и их следствия трактуются в жестко консервативном ключе, что продиктовано традицией рассматривать их как неизменные. Именно поэтому биодетерминизм становится объектом феминистской критики [Горошко, 2001, с. 508–542]

Понятие «гендер» в этот период еще не сформировалось, однако некоторые исследователи все же рассматривали язык в контексте общества и человека, находящегося внутри этого общества (Э. Сепир, О. Есперсен и Ф. Маутнер) [Дежина, 2017, с. 76–79].

2. Собственно гендерные исследования

Формирование понятия «гендер», как отмечает А.В. Кирилина, в современной науке, в том числе и в лингвистике, началось в конце 60-х – начале 70-х гг. Это непосредственно связано с Новым женским движением: в развитых странах, а особенно в США и Германии, происходит выход женщин на общественную сцену, существовавшие в традиционном обществе мужские и женские роли перераспределяются. Это дает мощный

стимул для развития гендерных исследований, которые ознаменовали новое направление языкознания — *феминистская лингвистика* [Чикалова, 2001, с. 80–106].

В 1975 г. вышла статья американского лингвиста Робин Лакофф «Язык и место женщины». В ней она подробно исследует различия между женщинами и мужчинами по тому, как те и другие пользуются языком. Так, согласно Р. Лакофф, женщины чаще используют вежливые и вопросительные формы там, где мужчины используют утвердительные, что говорит о том, что женщины чаще сомневаются. Также в речи женщин, по наблюдениям Р. Лакофф, чаще встречаются формулы неуверенности – «наверное», «мне кажется», и т. д. [Lakoff, 1975, с. 38]

Основный вывод, сделанный учеными к началу 80-х гг. прошлого столетия: язык не только антропоцентричен, т.е. ориентирован на человека, но и андроцентричен, т.е. ориентирован на мужчин (Р. Лакофф, С. Трёмель-Плётц, Л. Пуш).

С начала 80-х годов в сферу исследования включаются оба пола («мужские исследования»), гендер связывается с лингвокультурологией, вовлекается большее количество языков. В фокусе находится то, как присутствует, конституируется и воспроизводится гендер в социальных процессах [Кириллина, 2005, с. 14–28].

В России гендерные исследования начинают функционировать как отдельная область социально-гуманитарного знания с конца 80-х – начала 90-х гг. XX века. В это же время появляются первые гендерные центры, первые публикации и переводы статей по гендерной проблематике. Выдающимися исследователями в этой области стали А.В. Кирилина, З.И. Резанова, Н.А. Блохина, Е.В. Горошко, И.А. Стернин, М.В. Томская, В.Н. Телия и др.

В 1990 г. на базе Института социально-экономических проблем народонаселения Академии наук была создана Лаборатория гендерных исследований, специалистами которой был разработан комплексный методологический подход к изучению различных аспектов институциональной профессиональной коммуникации (гендерного, статусного, возрастного и др.). Также весомый вклад в развитие гендерных исследований в России внесла Московская школа лингвистической гендерологии на базе Московского государственного лингвистического университета (МГЛУ). В фокусе внимания исследователей школы находится изучение различных видов институционального дискурса в разных языках и культурах, а также исследование коммуникативных стратегий, связанных с проявлением идентичности коммуникантов [Кирилина, 2003].

А. В. Кирилина и М. В. Томская [Кирилина, Томская, 2005] выделяют три основных направления развития гендерной лингвистики в российском и зарубежном языкознании:

1) *лингвокультурологическое* – исследует особенности стереотипов фемининности и маскулинности и их функционирования в языке, отражения культурных концептов «мужественность» и «женственность» и гендерной метафоры;

2) *социо- и психолингвистическое* – занимается изучением языкового сознания через устные и письменные тексты;

3) *коммуникативно-дискурсивное* – изучает особенности мужской и женской речи.

Общая цель всех гендерных исследований – описание и объяснение того, как пол проявляется в языке, какие стереотипы приписываются маскулинности и фемининности и как они структурируются в тех или иных семантических сферах.

Наше исследование характеризуется комплексным подходом, объединяющим все три направления гендерной лингвистики.

1.2.2. Социальная природа гендера

Термин «гендер» первоначально существовал только как лингвистическое понятие и означал а) грамматический род; б) пол в ироничном смысле [англо-русский словарь В. Мюллера].

Справедливо будет отметить, что размышления о природе маскулинности и фемининности велись задолго до того. Ещё в 1903 году вышла в свет одна из знаковых работ своего времени – «Пол и характер» австрийского философа и психолога Отто Вейнингера. Автор провозглашает революционную идею для XX века: бисексуальность каждого человеческого существа, т.е. в каждом из нас есть в разных пропорциях и мужские, и женские черты характера [Вейнингер, 1991].

Затем в середине XX века гендер был заимствован из области лингвистики и введён в социальные науки как «социальные проявления принадлежности к полу или «социальный пол»» американским психоаналитиком Робертом Столлером (Университет Калифорнии). Его концепция заключалась в разделении «биологического» и «культурного»: изучение пола (sex) – предметная область биологии и физиологии, а изучение гендера (gender) – предметная область психологии и социологии и др.

В нашем исследовании мы, вслед за А.В. Кирилиной, И.И. Халеевой, З.Я. Хоткиной и др., будем понимать **гендер** как *совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола*.

Как отмечают Е. Здравомыслова и А. Темкина, системы гендерных отношений, различаются в разных обществах, однако в каждом обществе эти системы асимметричны. Гендер строится на противопоставлении, и, следовательно, вся гендерная система

отражает ассиметричные культурные оценки относительно людей в зависимости от пола. Почти в каждом обществе, где мы наблюдаем два гендерных типа (таких обществ подавляющее большинство), одному биологическому полу всегда приписываются элементы доминирования, вне зависимости от социальных ролей. Как правило, мужчины и всё «маскулинное» – черты характера, модели поведения, профессии – считаются первичным, женщины и всё «фемининное» – вторичным [Здравомыслова, Темкина, 1996, с. 5-13].

В конце 80-х - начале 90-х годов возникла *гипотеза гендерных субкультур* (Д. Мальц и Р. Боркер, Д. Таннен). Исследователи применили принцип межкультурной коммуникации к гендерным отношениям. Согласно их точке зрения, женщины и мужчины проходят языковую социализацию по-разному. Причиной тому может быть то, что они с детства находятся преимущественно в однополых группах, характеризующихся своим особенным речевым поведением. Мальчики и девочки усваивают разные гендерные установки и, соответственно, стратегии коммуникации. Так проходит гендерная социализация, в которой гендер влияет на речь [Maltz, Borker, 1982; Таннен, 2005, с. 233-510].

В своем исследовании «Женщины, мужчины и язык» Дж. Коатс ссылается на Генри Тайфеля, социального психолога, разработавшего теорию внутригруппового взаимодействия и социального изменения. Тайфель утверждает, что члены групп с низким социальным статусом, а женщины являются именно такой социальной группой (этому предшествовал весь ход истории), могут достичь более высокого социального статуса, если они отказываются принять свой статус. Важность для нашего исследования представляет *ассимиляция* – заимствование определенных характеристик членов группы с более высоким социальным статусом. Это явление отчетливо проявляется в языке: темы, выбор лексики и т.д. Женщины как бы переосмысляют себя с точки зрения мужских ценностей, т.е. ценностей доминирующей группы. Особенно часто, как утверждает Тайфель, этой стратегией пользуются женщины-политики [Коатс, 2005, с. 33–231].

По словам немецкого лингвиста Х. Коттхофф, гендер является феноменом образа, поэтому в определенных ситуациях он может смещаться. Например, репрезентация внешнего (атрибуты одежды) может выйти на первый план, и тогда языковые параметры перестанут играть столь важную роль. С этой точки зрения гендерные исследования представляются как междисциплинарная задача [Коттхофф, 2005, с. 563-610].

Как отмечает З.Я. Хоткина [Хоткина, 2000], понятие «гендер» содержит в себе:

а) преимущественно врожденные признаки: класс, пол, раса, этничность, религия;

б) индивидуально достигнутый статус: уровень образования, род занятий, профессия, семейное положение, родительские функции, престиж, богатство, власть.

Таким образом, мы можем судить о многослойности понятия: гендер сочетает в себя биологический, социальный и культурный аспекты, которые неразрывно связаны между собой, взаимодействуют и влияют друг на друга.

1.2.3. Новая интерпретация гендера в лингвистике

В 1970-х гг. благодаря достижениям социальных наук гендер приобрел новую интерпретацию. Отныне пол биологический стал обозначаться как *sex/sexus*, а пол социальный как *gender* [Кирилина, 2005, с. 7].

Такие исследователи, как А.В. Кириллина, И. Горошко и Е.С. Гриценко, в своих работах отмечают, что современная лингвистика при изучении гендера основывается на общенаучных методах и принципах анализа, т.е. не руководствуется исключительно лингвистическими принципами. Пол человека во многом определяет социальную, культурную и когнитивную ориентацию личности в мире, являясь, таким образом, одной из важнейших общественных характеристик. А.В. Кириллина утверждает, что признание маскулинности и фемининности культурно обусловленными концептами позволяет перенести их изучение в область лингвокультурологии и других наук, связанных с исследованием культуры и общества [Кирилина, 2005, с. 8-33].

В области гендерных исследований углубленно изучается проблема «человек в языке». *Антропоцентричный подход*, принятый в лингвистике в целом, уделяет внимание всем параметрам личности человека, отражающимся в языке. Гендер, будучи культурно обусловленным и социально воспроизводимым феноменом, является одним из таких параметров. Как отмечает, А.В. Кириллина, структура гендера предполагает его изучение на двух уровнях: *гендерном* (т.е. относящимся к тому или иному полу в отдельности) и *метагендерном* (т.е. в контексте межуровневых взаимоотношений). На метагендерном уровне важным является то, в каком значении употребляются языковые единицы – в прямом или метафорическом [Кириллина, 2003].

Изучение влияния гендера на язык находится в фокусе внимания исследователей с 70-х гг. прошлого столетия. В 70-80-х гг. возникает понятие *гендерлект* – постоянный набор признаков мужской и женской речи. Однако, как отмечает А.В. Кириллина, роль субкультурного фактора здесь сильно преувеличена: различия в мужской и женской речи не проявляются в любом речевом акте. На сегодняшний день признается, что имеют место лишь некоторые стилистические особенности речи мужчин и женщин, причем особенности эти вариативны и зависят от ситуации общения [Кириллина, 2005].

В 1980-м году У. О'Барр и Б. Аткинс [O'Barr, Atkins, 1980], ссылаясь на Робин Лакофф [Lakoff, 1975], предположили, что существует т.н. *женский язык* (*women's language*). Ученые обнаружили, что в руководстве по правильному ведению дел в суде для адвокатов свидетели-женщины часто рассматриваются как особый случай. Они проанализировали 150-часовые записи судебных заседаний штата Северная Каролина, пытаясь понять, есть ли отличия в языке свидетелей-мужчин и свидетелей-женщин. Среди признаков *женского языка* они называли гиперкорректную грамматику, сверхвежливые формы, разделительные вопросы и др.

Проведя исследование, О'Барр и Аткинс пришли к двум основным выводам:

1) признаки женского языка не характерны для речи всех женщин (но те, у кого их было меньше, как правило, отличались высоким социальным статусом, были хорошо образованы);

2) признаки женского языка встречаются и в речи некоторых мужчин.

Таким образом, частотность признаков женского языка в речи свидетелей связана не только с полом говорящего. Во-первых, влияние оказывает его социальный статус, во-вторых – прошлый опыт участия в суде. Поэтому О'Барр и Аткинс дали новое название исследованному ими явлению – *язык слабых* (*powerless language*). Они утверждают, что понятие *женский язык* не имеет достаточных оснований для существования. Дело в том, что традиционно в европейских обществах женщины обладают меньшей властью, однако в связи с большими социальными изменениями, которые мы сейчас наблюдаем, распространять понятие *язык слабых (powerless language)* на всех женщин, называя его *женским языком*, уже нельзя.

Нужно отметить, что современная гендерная теория не оспаривает наличие тех или иных биологических, социальных, психологических различий между женщинами и мужчинами. Её интересует несколько другой вопрос: сам по себе факт различий не так важен; важно то, как они оцениваются и интерпретируются в обществе, каково их культурное и социальное значение [Воронина, 1997, с. 29-34].

Гендер, как мы отмечали выше, в большинстве культур выражается в оппозиции мужского и женского. Безусловно, такая конструкция нашла отражение в *языковом андроцентризме*. Он выражается в отождествлении понятий «человек» и «мужчина», производности имен существительных женского рода и предпочтении языком мужских форм [Кириллина, 2005].

Однако, как мы знаем, на данный момент в английском языке существует тенденция инклюзивного языка (gender inclusive language): police officer (вместо policeman или policewoman), flight attendant/cabin crew (вместо steward/-ess), отказ от равенства

между «*he*» и «*man*» (*man* в значении *«человек»),* использование местоимения *they, them their, theirs* в тех контекстах, где не уточняется пол (вместо привычного *he, him, his* при равенстве терминов *he* и *man*). Эта тенденция призвана минимизировать *гендерную асимметрию*, т.е. непропорциональную представленность социальных и культурных ролей обоих полов и представлений о них.

О.В. Комиссарова отмечает, в основе гендерной асимметрии лежит *теория лингвистической относительности Сепира-Уорфа*, согласно которой язык не представляет собой самодовлеющей силы, а, следовательно, люди отражают в языке результаты познания действительности. Соответственно, язык является результатом отражения человеком окружающего мира [Комиссарова, 2012, с. 31].

Результаты исследований (Р. Лакофф, Дж. Коатс, Д. Таннен, Л. Пуш, С. Трёмель-Плётц, А.В. Кирилина, М.В. Шульга) в романо-германских и славянских языках показали, что степень андроцентричности, т.е. проявления гендерной ассиметрии в языке, для разных языков неодинакова. Русскому языку андроцентризм присущ в меньшей степени, чем он выражен в английском, французском или немецком языках [Кирилина, 2003].

Также А.В. Кириллина отмечает, что степень андроцентризма языка определяется интралингвистическими и экстралингвистическими факторами.

К *интралингвистическим факторам* относится структура языка в контексте возможности выражения концепта «пол» (морфологические, лексические и др. средства) и характерологические особенности языка (например, распространенность неагентивных конструкций, которые позволяют «скрыть» пол: *Волков бояться – в лес не ходить. Выше головы не прыгнешь*).

К *экстралингвистическим факторам* относятся особенности культуры, исторические и политические факторы. А.В. Кириллина приводит пример с европейской инквизицией в средние века. В России эта практика не была столь широко распространена, что послужило в пользу антиандроцентричности русской культуры и языка [Кириллина, 2003].

Кроме того, А.В. Кирилина говорит о *гендерных стереотипах*, определяя их как «культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке». Эти гендерные стереотипы отражаются в языке, тесно связаны с выражением оценки и ожиданиями от поведения полов. Они прочно закреплены в коллективном общественном сознании и меняются медленно, становясь стереотипами, которые в той или иной мере влияют на каждого человека [Кириллина, 2003].

Гендер, как отмечают многие ученые (А.В. Анищенко, Н.А. Блохина, Е.И. Горошко, Е.С. Гриценко, А.В. Кириллина, З.И. Резанова, М. В. Томская, И.И. Халеева, З.Я. Хоткина), может проявляться и через лексическое значение слова, как в соотношении с грамматическим, так и автономно. Анализ лексического фонда языка выявляет зафиксированные представления о гендерных стереотипах в семантике языковых единиц.

В современной лингвистической литературе существует ряд работ, рассматривающих способы языкового маркирования гендерных оппозиций, среди которых в сферу внимания попадают грамматика и лексика языка (Т.Ю. Тамерьян, А.М. Шахмайкин, М.А. Кронгауз и др.).

Гендерные стереотипы, как отмечает О.В. Комиссарова, отражаются в системе внутренних форм слова: с одной стороны, они могут быть зафиксированы в лексических единицах, употребляемых в прямых номинативных значениях, отражая сложившиеся в обществе стереотипы, которые тесно связаны с выражением оценки и ожиданиями от поведения обоих полов; с другой стороны, стереотипные представления о мужчинах и женщинах фиксируются во внутренних формах слов в системе *метафорических номинаций*, в которых также актуализируется гендер [Комиссарова, 2012, с. 43].

Языковые средства, через которые проявляются гендерные стереотипы, участвуют в формировании культурно значимых концептов, выражающих особенности и своеобразие его носителей, к числу которых могут быть отнесены концепты «мужественность» и «женственность» [Комиссарова, 2012].

Итак, мы рассмотрели ключевое для нашего исследования понятие гендер: заглянули в его истоки, рассмотрели его социальную природу в неразрывной связи с языком. На основе проанализированного нами материала можно сделать вывод о том, что изучение гендера невозможно в рамках одной дисциплины, поэтому неизбежны отсылки к социологии, психологии, антропологии, культурологи и т.д. Кроме того, как отмечают А.В. Кириллина и М.В. Томская, номинативные лексические значения являются одним из важнейших объектов гендерных исследований, однако гендер нельзя изучать только на лексическом уровне. Для более объемного понимания проблемы гендера в языке необходимо заглянуть в метафорическую систему языка в рамках дискурса [Кирилина, Томская, 2005].

1.3. Понятие и основные характеристики политического дискурса

1.3.1. Основные признаки и функции политического дискурса

Дискурс – это «феномен исключительно многомерный в своем функционировании и многофакторный в своей природе» [Силантьев, 2004]. Однако в науке он не получил однозначного определения.

В работе Т.Г. Антоновой [Антонова, 2018, с.83-86] выделяются следующие характерные черты дискурса.

1. Дискурс выступает *основной единицей общения*: «люди разговаривают между собой дискурсами, а не предложениями и тем более не морфемами или фонемами» [Кибрик, 2009], а конкретный дискурс задает условия этой коммуникации [Силантьев, 2004].

2. *Социальный контекст* – важнейшая часть дискурса. Это внеязыковая реальность, представляющая собой социально-психологическую и культурно-историческую среду, в которой формируется сообщение. Социальный контекст включает в себя информацию о ситуации в мире, социальных нормах и культурных традициях данного общества, социальных ролях коммуникантов, моделей их поведения и т.д. [Дейк, 2000; Кубрякова, 2004, с. 526; Ревзина, 2005; Резанова, Иваницкая, 2003]. Как отмечает Е.С. Кубрякова, дискурс – это средство реконструкции исторического, идеологического, психологического и социо-культурного «духа времени» [Кубрякова, 2004, с. 252].

3. Дискурс всегда *диалогичен*: он направлен на адресата, даже если он представляет собой некую абстракцию. Адресат и адресант вступают в процесс социокультурного взаимодействия. Т. А. ван Дейк отмечает [Дейк, 2000], что процесс понимания дискурса связан с его когнитивной обработкой адресатом, который приходит к определённым умозаключениям на основе своих знаний о мире, организованных в форме *сценариев*, которые могут быть приложены к различным ситуациям путем заполнения позиций конкретной информацией [Дейк, 2000, с. 140]. Сценарии включают в себя информацию о стереотипных социальных ситуациях, а также совокупность их оценок в определённой культуре. Сценарии направляют действия членов социума и определяют понимание ими стереотипичных ситуаций. Этим объясняется легкость общения и взаимодействия между представителями одной культуры: в основе лежит общее понимание содержания сценария, следовательно, понимание дискурса.

Помимо сценариев, коммуниканты, как правило, имеют представление об известных объектах и личностях; категориях и единицах языка и дискурса, имеют

оценочные представления о тех или иных социальных явлениях и проблемах. Множество этих представлений используются для интерпретации поступающей информации.

Основу когнитивной интерпретации дискурса составляют *субъективные модели*. Конструируемые адресатом и адресантом модели не могут совпадать полностью, что приводит к различным интерпретациям одного текста, поскольку они являются «социальными субъектами». Поэтому коммуниканты обмениваются, скорее, межсубъектными моделями явлений и ситуаций действительности [Дейк, 2000; Демьянков, 2002; Кубрякова, 2004, с. 528-530; Ревзина, 2005].

4. *Интердискурсивность*: дискурс всегда несёт в себе следы других дискурсов. Ярким примером является медийный дискурс, который включает в себя новостной, рекламный, политический дискурсы и др. [Силантьев, 2004].

В данной работе мы понимаем дискурс как сложное коммуникативное явление, целостную формацию текстов, неразрывно связанных с определенным социально-коммуникативным пространством. По словам А.А. Кибрика, дискурс – это единство двух сущностей: процесса языковой коммуникации и получающегося в ее результате объекта, т.е. текста [Кибрик, 2009].

Особой разновидностью дискурса в аспекте его институциональной принадлежности является *политический дискурс*. Политика и власть имеют лингвокультурологическое измерение: политик навязывает свою точку зрения посредством языка, управляя сознанием аудитории. Кроме того, он выстраивает свою речь в зависимости от контекста ситуации, учитывая участников, социальные и культурные нормы, цели воздействия [Генералова, 2010].

А.П. Чудинов отмечает, что цель политического дискурса – не описать существующую реальность, а убедить аудиторию и побудить к тем или иным действиям [Чудинов, 2003].

В. З. Демьянков пишет о том, что любое выступление политика наполнено символами. Успех политика зависит от того, насколько эти символы окажутся созвучны массовому сознанию в тот или иной период времени, насколько его риторика укладывается в систему оценок того или иного народа. Политики могут воздействовать на эмоции, играть на моральных установках – чувстве долга, патриотизма и т.д. [Демьянков, 2002]

Выделяется несколько функций политического дискурса, однако базовой, как отмечает Е.И. Шейгал, является борьба за власть и ее удержание в случае овладения ею, т.е. *инструментальная функция*. Другой важнейшей функцией является *функция*

воздействия: политик выбирает те или иные лингвистические средства, стремясь воздействовать на массовое сознание наилучшим образом.

Отличительными признаками политического дискурса являются *специфическая информативность* (высказывание политика всегда имеет определенную цель*), смысловая неопределенность* (политики часто пытаются завуалировать свои цели посредством языка), *фантомность* (многие символы политического дискурса не соотносятся с денотатом, существующим в объективной реальности) [Шейгал, 2004].

1.3.2. Роль метафоры в политическом дискурсе

Авторы знаменитого труда «Метафоры, которыми мы живем» Дж. Лакофф и М. Джонсон отмечают: «Сильные мира сего с равным успехом навязывают свои метафоры и в национальной политике, и в повседневном общении» [Лакофф, Джонсон, 2004, с. 185].

Метафоры несут в себе значительный прагматический потенциал: они способны влиять на понятийную систему человека, на его поведение. Как доказано в исследовании К. де Ландшир [Landsheer, 1991], количество метафор увеличивается в периоды политических кризисов. В качестве примера можно привести тему Второй войны в Персидском заливе. Первое исследование по этому вопросу было сделано Дж. Лакоффом [Lakoff, 2003] на основе материалов, публикуемых администрацией Президента США и СМИ для оправдания своих планируемых действий в этом регионе. Лакофф называет несколько базовых метафорических моделей в этом конфликте, например, *государство – это индивид* («Ирак – это Саддам Хуссейн»). На основе этой модели в американских СМИ война в Ираке была представлена как война против одного человека. Дж. Лакофф называет этот феномен в американском медиа-пространстве как «государства-взрослые» и «государства-дети»: существуют такие экономически развитые государства, которые имеют полное право дисциплинировать государства-детей, тем более, если те становятся вооруженными подростками-хулиганами.

В этой связи большой интерес представляют сопоставительные исследования политического нарратива в разных культурах. Дж. Лакофф в одном из своих исследований отмечает, что американские СМИ показывали войну в Югославии 1999 года в рамках модели *государство – это индивид* как *Сказку о справедливой войне*: Милошевич – Злодей, албанцы – Жертва, США – Герой, в то время как в сербских СМИ фигурировали совсем другие метафоры [Lakoff, 1999].

Проводятся исследования о том, как метафоры в речи политика воздействует на массовое сознание. Например, Д. Берхо пытается выяснить, в чем причины высокой

популярности аргентинского президента Х.Д. Перона, управлявшего страной в период с 1946 по 1955 год и с 1973 по 1974 год. Берхо показывает регулярное развертывание метафоры Politics Is Work (Политика – это труд) в политическом дискурсе, которая и принесла Перону огромную популярность: миллионы аргентинцев работали тогда в тяжелых условиях, и данная метафора фактически привела Х.Д. Перона к власти [Berhó, 2000].

Также проводятся корпусные исследования метафор в идиолектах известных политиков. Это позволяет выявить общие механизмы метафорического моделирования действительности в их речи. Например, Дж. Чартерис-Блэк проанализировал речи выступлений британских и американских политиков (У. Черчилля, М. Тетчер, Б. Клинтона, Т. Блэра, Дж. Буша) и показал, как разные метафоры регулярно используются в их выступлениях для вынесения на передний план необходимых в данный политический момент эмотивных ассоциаций в сознании народа [Charteris-Black, 2004].

А.П. Чудинов отмечает, что метафора в политическом дискурсе не только передает информацию, но и является мощным *инструментом эмоционального воздействия*. Через нее политики влияют на свою аудиторию, побуждая людей к тем или иным политическим действиям (яркий пример – предвыборная кампания), стремятся достичь принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения. Кроме того, *политический дискурс выходит в массы*: каждый человек хотя бы изредка просматривает газеты, смотрит новостные выпуски, а, следовательно, становится адресатом политической коммуникации [Чудинов, 2003].

Все эти факторы определяют интерес к изучению возможностей и границ интерпретации метафоры в рамках политического дискурса. Гендерный же аспект в изучении метафорической картины мира политического деятеля позволит добавить ей дополнительные оттенки и сделать её более полной.

1.3.3. Гендерная маркированность политического дискурса

Можно выделить различные формы проявления гендера в метафорической картине мира в условиях политического дискурса. А.П. Чудинов в своей монографии отмечает, что в российском политическом дискурсе распространены образы сексуального насилия/бессилия (импотенции, кастрации) [Чудинов, 2001]. В политическом дискурсе США распространено представление политических оппонентов в качестве сексуальных маньяков, насилующих страну и народ [Adamson, Johnson, Rohrer, Lam, 1998]. Но общим остается одно: оценочные смыслы гендерного аспекта метафорической картины мира

укоренены в общественном сознании и отражают моральные ценности той или иной культуры.

Еще одно интересное наблюдение Е.В. Будаева связано с тактиками *маскулинизации/феминизации «чужого».* Первый образ работает в политическом дискурсе стран Запада: враг силен, превосходит все женское (=все слабое), чем создает опасность для цивилизованного общества, и для восстановления справедливости нужна максимальная мобилизация военно-политических ресурсов [Будаев, 2006].

В странах Востока картина выглядит несколько иначе: здесь более распространена феминизация «чужого». В исследовании Р. Сайгол показано, что, например, в политическом дискурсе Пакистана на первый план выдвигается знание о том, что женщина физически слабее мужчины. Через метафорическое осмысление пакистанцы показывают, что их государство – это взрослый мужчина, а Индия, традиционный соперник Пакистана, – это женщина. Это значит, что Индия слабее Пакистана, а значит, она не может дать серьезное военное сопротивление. Такой гендерный образ очень выгоден правительству Пакистана и поддерживается в сознании народа всеми средствами. Например, в пакистанских СМИ можно увидеть статьи, в которых говорится о том, что в некоторых районах Индии до сих пор живут матриархальные семьи. И если индийцы не могут справиться со своими женщинами, то и серьезной военной силы они тоже не представляют [Saigol, 2003].

В политике традиционно доминировали мужчины, поэтому метафорические понятия перешли из традиционно мужских областей деятельности, какими, например, являются война и спорт. Как отмечает Н. Хоув, наиболее укорененные в американской культуре политические метафоры относятся к мужским занятиям [Howe, 1988]. Дж. Фиске говорит о том, что мужчины преимущественно пользуются военными и спортивными метафорами, при этом политика конструируется как конфликт, противоборство. Женщины в политическом дискурсе чаще пользуются метафорами концептосфер «семья», «дом», осмысляя политику как улучшение благосостояния народа [Fiske, 1987].

Мужские метафоры чаще отражают агрессию, что воспроизводит в общественном сознании представление о политике как об исключительно мужском деле. Однако в современном мире женщины все чаще принимают активное участие в политической жизни общества, и часто главенствующую роль в их речи занимает тенденция ассимиляции, т.е. использование схожих с мужчинами средств выражения.

Например, Э. Гиденгил и Дж. Эверитт в своей работе отмечают воздействие «мужского нарратива» на метафорическое медийное описание канадских женщин-политиков, принимавших участие в политических дебатах. Исследователи сравнивали их

описание в СМИ и реальное поведение на дебатах. В режиме реального времени учитывались определенные маркеры выражения агрессии: использование местоимения *you* (ты, вы), перебивание друг друга, сжатый кулак как жест убеждения. Э. Гиденгил и Дж. Эверитт пришли к выводу, что женщины-политики по этим маркерам оказались менее агрессивны, чем их оппоненты мужчины. Однако после выхода материалов о прошедших дебатах в СМИ обнаружилось, что метафор, описывающих агрессивное поведение кандидатов-женщин, больше, чем тех, что были использованы при описании поведения мужчин. Авторы пришли к выводу, что в борьбе за власть женщины частично принимают мужской стиль поведения, но отражается это в СМИ как нечто более агрессивное по сравнению с мужчинами. А все дело в том, что женская политическая активность противоречит представлениям о типичном присущем женщине поведении. Также Э. Гиденгил и Дж. Эверитт установили, что на тип освещения политических событий влияет гендерный фактор: женщины журналистки использовали агрессивные метафоры не реже, а иногда даже и чаще, чем их коллеги-мужчины. Следовательно, построение «мужского нарратива» протекает бессознательно, даже если авторам кажется, что они освещают события объективно [Gidengil, Everitt, 1999].

Итак, гендерный аспект метафорической картины мира в политическом дискурсе привносит различные характеристики. Многие моменты связаны с традиционным доминированием мужчин в сфере политической деятельности: преобладает мужская картина мира, или «мужской нарратив». Такое противопоставление мужского и женского часто не осознается, но является действенным оружием при создании в общественном сознании нужных эмотивных образов.

Выводы по главе 1

1. Метафора – это когнитивный механизм, мыслительные процессы, которые на языковом уровне воплощаются в метафорических выражениях или номинациях.

2. Метафорические номинации структурируются в рамках метафорических моделей, которые передают особенности восприятия и осмысления действительности, формируя картину миру человека как представителя определённого общества. Метафорическое миромоделирование позволяет проанализировать восприятие действительности, отображенное в языке, т.е. метафорическую картину мира конкретного человека.

3. Концептуальные метафоры функционируют в дискурсе – уникальном коммуникативном и социокультурном контексте, который важно учитывать при их изучении.

4. Гендер – сложное понятие, сочетающее в себе биологический, социальный и культурный аспекты, которые неразрывно связаны между собой, взаимодействуют и влияют друг на друга. Выделяют несколько направлений гендерных исследований в лингвистике: лингвокультурологическое, социо- и психолингвистическое и коммуникативно-дискурсивное. В нашей работе гендер рассматривается комплексно.

5. Дискурс – это сложное коммуникативное явление, представляющее собой целостную формацию текстов, неразрывно связанных с определенным социально-коммуникативным пространством. Политический дискурс как разновидность дискурса в аспекте его институциональной принадлежности обладает двумя важнейшими функциями – инструментальной функцией (борьба за власть и ее удержание в случае овладения ею) и функцией воздействия (политик стремится воздействовать на массовое сознание, что проявляется в особом выборе лингвистических средств).

6. Метафора в речи политика регулярно используются для вынесения на передний план необходимых в данный момент эмотивных ассоциаций в сознании народа. Успех политического деятеля зависит от степени того, насколько созвучны окажутся его метафоры общественному сознанию в тот или иной момент.

7. Политики-мужчины чаще перенимают метафорические понятия из традиционно мужских областей деятельности (например, война или спорт), за счет чего происходит осмысление политики как некоторого конфликта, противоборства. Политики-женщины чаще пользуются метафорами концептосфер «семья», «дом» и осмысляют политику как улучшение благосостояния народа.

Глава 2. Гендерный аспект метафорической картины мира Дональда Трампа и Хиллари Клинтон

В данной главе мы проанализируем тексты выступлений двух политических деятелей – Д. Трампа и Х. Клинтон – в период с января 2015 по сентябрь 2018 года. Отобранный для анализа текстовый материал представлен 5 выступлениями Д. Трампа и 5 выступлениями Х. Клинтон общим объёмом 47374 слова. Нашей задачей будет выявить метафорические модели этих политиков, определить и описать доминирующие из них, сделать вывод о гендерной вариативности метафорической картины мира политического деятеля.

Выбор конкретных политических деятелей не случаен: в 2016 году Д. Трамп и Х. Клинтон боролись за пост Президента США. Миллиардер Д. Трамп стал официальным кандидатом от Республиканской партии, а Х. Клинтон, бывший, государственный секретарь и сенатор, представляла Демократическую партию. Набрав 306 голосов выборщиков, победу на выборах одержал Дональд Трамп (против 232 голосов за Хиллари Клинтон).

2.1. Метафорическая картина мира Д. Трампа

До вступления в политику Д. Трамп был успешным бизнесменом: сначала занимался застройкой окраин Нью-Йорка (Бруклин, Куинс), а затем переключился на амбициозные проекты на Манхэттэне. В строительном бизнесе Трамп добился больших высот: превратил запущенный отель Commodore в преуспевающий Grand Hyatt, а также осуществил несколько проектов, носящих его имя – 68-этажный небоскреб Trump Tower на Пятой авеню, Trump World Tower, Trump International Hotel и др.

В 2016 году Д. Трамп одержал победу в президентских выборах и стал 45-ым президентом США, коим и является по сей день.

Дональда Трампа часто называют «великим демагогом»: в своих речах он очень убедителен, представляется как герой народа, единственный, кто может спасти нацию.

Предвыборная кампания Д. Трампа прошла под лозунгом «Make America Great Again», однако его не раз обвиняли в том, что, будучи кандидатом, он не всегда пояснял, как конкретно будет этого добиваться. Тем не менее, это не помешало ему стать первым в гонке за пост Президента США.

Неоднозначен вопрос по поводу политкорректности Трампа: он раздает необоснованные обещания (особенно это видно в ходе предвыборной кампании), не стесняется отпускать слишком резкие вещи в адрес женского пола [https://apps.voxmedia.com/graphics/vox-trump-misogny-timeline], нетерпим к «чужим»

(иммигрантам), непоследователен в отношении ЛГБТ-сообществ. Однако, несмотря на все это, он одержал победу на Президентских выборах 2016 года, получив 304 голоса выборщиков против 227 голосов за кандидатуру Хиллари Клинтон. После победы Трампа на выборах ученые стали говорить о том, что специфика используемых им метафор стала одной из причин этого события [Nunn, 2016; Duran and Lakoff, 2018].

Мы проанализировали тексты 5 выступлений Д. Трампа за 2015-2018 гг. общим объемом 23111 слов – Presidential Announcement Speech, Iowa Summit Speech, Republican Convention Speech, UN Speech 2017, UN Speech 2018. Методом сплошной выборки нами было выделено 828 метафорических единиц со сферой-мишенью «политика», которые были распределены по метафорическим моделям. Всего нами было выделено 15 таких моделей.

Для того чтобы установить доминирующие модели в метафорической картине мира Д. Трампа, был применен метод статистического анализа. Мы получили следующие результаты:

- военная метафора – 34,4% (285 метафорических единиц);
- финансовая метафора – 14,4% (119 метафорических единиц);
- физиологическая метафора – 10,1% (91 метафорическая единица);
- метафора строительства – 8% (67 метафорических единиц);
- спортивная метафора – 7% (58 метафорических единиц);
- метафора движения вверх – 6,2% (51 метафорическая единица);
- метафора пути – 5,2% (43 метафорические единицы);
- религиозная метафора – 4% (33 метафорических единиц);
- криминальная метафора – 3,7% (31 метафорическая единица);
- природная метафора – 2,9% (24 метафорических единиц);
- прочие – 1,7% (15 метафорических единиц).

Далее мы подробно рассмотрим те метафорические модели, частотность которых выше 5% и охарактеризуем фреймово-слотовую структуру выделенных нами метафорических моделей.

2.1.1. Военная метафора

Наиболее распространенная метафорическая модель в проанализированных нами текстах выступлений Д. Трампа – ПОЛИТИКА – ЭТО ВОЙНА (34,4%). Наиболее часто встречаемые в рамках модели фреймы – военные действия, начало и завершение военных действий.

Эта метафора предполагает образ героя (сам политик), образ врага и образ народа, который нужно спасать из бедственного положения. Именно с этих метафор Трамп начинает свою кандидатскую речь, произнесенную им 16 июня 2015, когда он впервые заявил о своем намерении бороться за пост Президента:

"Our *country is in serious trouble*. We don't have *victories* anymore. We used to have *victories*, but we don't have them. When was the last time anybody saw us *beating*, let's say, China in a trade deal? They *kill* us. I *beat* China all the time. All the time."

В этом отрывке будущий президент не забыл обо всех трех компонентах: страна, которую нужно спасать ("Our country is in serious trouble"), образ врага ("They kill us") и образ героя, где он отмечает, что уже имел дело с этим врагом и сможет разобраться с ним еще раз ("I beat China all the time. All the time."). Причем эффект от сказанных им слов усиливается за счет повтора фразы "all the time".

Япония тоже является врагом: "When did we *beat* Japan at anything? They send their cars over by the millions, and what do we do? When was the last time you saw a Chevrolet in Tokyo? It doesn't exist, folks. They *beat* us all the time."

Все та же военная метафора, усиленная повтором "all the time".

Теперь враг – соседняя Мексика: "When do we *beat* Mexico at the border? They're laughing at us, at our stupidity. And now they are *beating* us economically. They are *not our friend*, believe me. But they're *killing* us economically."

Образ врага усиливается убеждением в том, что враг сильнее в умственном плане ("They're laughing at us, at our stupidity").

В плане стратегии своих «военных действий» Трамп предпочитает атаку: "I'm with you, I will *fight* for you, and I will *win* for you."

Что касается внутренней политики, Трамп делает отсылки к своим предшественникам, подчеркивая, что их нерациональные действия создали проблемы в настоящем, и теперь ему приходится «спасать» положение:

"Save Medicare, Medicaid and Social Security without cuts. Have to do it. Get rid of the fraud. Get rid of the waste and abuse, but *save* it".

В этом отрывке речь идет о т.н. Obamacare – законе о защите пациентов и доступном здравоохранении, подписанном президентом Бараком Обамой 23 марта 2010 года. Трамп во время предвыборной кампании отзывался о нем резко негативно, что прослеживается в выборе метафоры.

Выбор военной метафоры как основной составляющей метафорической картины мира Трампа, на наш взгляд, обусловлен тем, что война – это традиционно мужская сфера

деятельности. Политик должен уметь постоять за интересы своего народа, что формирует к нему доверие.

2.1.2. Финансовая метафора

В метафорах всегда отражен предыдущий опыт человека. Такой метафорой в метафорической картине мира Трампа является финансовая метафора (10,8%). Его бизнес-навыки не могли не отразиться и в его метафорической картине. Наиболее часто встречаемые фреймы – деньги (капитал), финансовая и торговая деятельность.

Мы можем выделить несколько подмоделей в рамках финансовой метафоры:

- ПОЛИТИКА – ЭТО БИЗНЕС

Трамп постоянно заключает сделки, а также ведёт переговоры:

“Our horrible trade agreements with China, and many others, will be totally renegotiated. That includes renegotiating Nafta *to get a much better deal for America* — and we’ll walk away if we *don’t get the deal* that we want.”

“I will *make individual deals* with individual countries.”

Он остается верен своей терминологии и при описании внешнеполитических событий, о чем свидетельствуют примеры из текстов его выступлений на Генеральной Ассамблее ООН в 2017 и 2018 году:

“*The Iran deal* was a *windfall* for Iran’s leaders. In the years since *the deal was reached*, Iran’s military budget grew nearly 40 percent.”

“But we can no longer be taken advantage of, or enter into *a one-sided deal* where the United States *gets nothing in return*.”

По этой же модели он рассуждает о своих оппонентах, указывая на их неспособность совершать «сделки». Вот так, например, отзывается Трамп о своем сопернике в предвыборной гонке Митте Ромни и о его предвыборной кампании 2012 года:

“He had that election won. And let me tell you something. That election, sort of like *a dealmaker* that *can't close the deal*”.

Д. Трамп являлся ярым противником политической программы Б. Обамы, президента США (2009-2017). В следующем отрывке из его кандидатской речи (2016) мы можем видеть, как он обвиняет действительного на тот момент президента США в той же неспособности совершать сделки:

“Look, Obama, what did he do? No *deal*. He never did a *deal*.”

- ПОЛИТИКА – ЭТО ДЕНЬГИ

“Make America Great Again” («Вернем Америке былое величие») – один из главных лозунгов предвыборной кампании Д. Трампа. В его метафорической картине сделать это без денег невозможно, следовательно, политика невозможна без денег:

“I have made billions of dollars in business making deals — now I’m going *to make our country rich again*.”

“So— because we got *to make the country rich*. It sounds crass. Somebody said, “Oh, that’s crass.” It’s not crass. We got $18 trillion in debt. We got nothing but problems.”

- ПОЛИТИКА – ЭТО ИНВЕСТИЦИИ

Финансовая сфера невозможна без грамотных инвестиций. В метафорической картине Трампа инвестиции – это вложение в людей. Такая модель прослеживается в двух его выступлениях на Генеральной Ассамблее ООН в 2017 и 2018 году:

“There can be no substitute for strong, sovereign, and independent nations -- nations that are rooted in their histories and *invested in* their destinies…”

“Today, if we do not *invest* ourselves, our hearts, and our minds in our nations, if we will not build strong families, safe communities, and healthy societies for ourselves, no one can do it for us.”

В последнем примере мы также наблюдаем метафору строительства, что говорит о том, что сразу несколько метафор может реализовываться в одном высказывании. Однако речь об этой метафорической модели пойдет позже.

Финансовая метафора в речи Д. Трампа занимает одно из доминирующих положений, что может объясняться рядом причин: 1) предыдущим опытом политика; 2) тем, что торговля, бизнес – традиционно мужская сфера деятельности.

2.1.3. Физиологическая метафора

А.П. Чудинов отмечает, что базовым источником знаний является опыт, получаемый человеком в результате его непосредственного взаимодействия с окружающим миром. Именно поэтому физиологическая метафора занимает такое важное место в метафорической картине мира: ассоциативные связи, формируемые через анатомию и физиологию тела, составляют основу метафоризации.

Физиологическая метафора реализуется посредством модели ПОЛИТИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ОРГАНИЗМ с разными фреймами – тело, физиологические органы, физиологические действия, физические показатели и т.д. Наиболее часто используемые слоты – язык, голос (фрейм «физиологические органы»), сила и слабость (фрейм «физические показатели»). В метафорической картине мира Д. Трампа эта метафора занимает третье место – 10,1%.

В речи на национальной конвенции Республиканской партии Трамп говорит о том, что сможет стать «голосом» всех, у кого этого «голоса» нет:

“I have visited the laid-off factory workers, and the communities crushed by our horrible and unfair trade deals. These are the forgotten men and women of our country. People who work hard but no longer have a *voice*. I AM YOUR *VOICE*.”

В той же речи Трамп подчеркивает, что с его появлением на политической арене «война» прекратится:

Также Трамп оперирует физическим показателем силы, преследуя несколько целей:

1) доказать, что с его появлением на политической арене «война» прекратится:

“I have joined the political arena so that *the powerful* can no longer beat up on people who cannot defend themselves.”

2) создать образ врага и отразить уязвимость перед ним собственной страны:

“Our enemies are getting *stronger* and *stronger* by the way, and we as a country are getting *weaker*.”

“The United States *has great strength* and patience, but if it is *forced* to defend itself or its allies, we will have no choice but to totally destroy North Korea.”

2.1.4. Спортивная метафора

Спортивная метафора также занимает одно из важных мест в метафорической картине мира Д. Трампа (7%). Наиболее часто используемые фреймы – командные спортивные игры, бытовые игры, а также фавориты, лидеры и аутсайдеры, борьба.

Особенно ярко модель ПОЛИТИКА – ЭТО СПОРТ проявляется в предвыборных речах Д. Трампа. Он делает отсылки к разным видам спорта – баскетболу, велосипедному спорту, гольфу, бытовым играм (карты) и др. С помощью этой метафорической модели он говорит о силе противника на политической арене, а также выставляет в невыгодном свете других политиков:

“Iran is taking over Iraq, and they’re taking it over *big league*.”

“And we won’t be using a man like Secretary Kerry that has absolutely no concept of negotiation, who’s making a horrible and laughable deal, who’s just being tapped along as they make weapons right now, and then goes into *a bicycle race* at 72 years old, and falls and breaks his leg. I won’t be doing that. And I promise I will never be in *a bicycle race*. That I can tell you.”

“I know many of those guys; they get it up to the *one-yard line*, they go ah, ah I can't close it. Or a *golfer* that can't *sink the three-footer* to *win the tournament*. And there are many of them.”

В речи, адресованной коллегам по партии на Республиканской национальной конвенции, Трамп использует эту метафору, чтобы создать нужный ему образ победителя:

“I’m asking for your support tonight so that I can be *your champion* in the White House.”

Стоит также отметить, что доля спортивных метафор существенно снижается в выступлениях на Генассамблее ООН в 2017 и 2018 году (всего 3 метафорические номинации на два выступления общим объемом 8213 слов). Это может быть связано с тем, что его «гонка» за пост Президента на тот момент уже прекратилась, и в употреблении этой метафоры отпала необходимость.

Появление спортивной метафоры в метафорической картине мира Трампа может быть обусловлено тем, что спорт, как и война, – традиционно мужская сфера деятельности.

2.1.5. Метафора строительства

Одной из наиболее частотных метафор в метафорической картине Д. Трампа – метафора строительства (8%). Она, так же как и финансовая метафора, в первую очередь связана с предыдущим опытом политика: он – владелец строительного бизнеса. Наиболее часто используемые слоты – строительные работы, перестройка, ремонт.

Эта метафора реализуется в нескольких моделях:

- ПОЛИТИКА – ЭТО СТРОИТЕЛЬСТВО

Эта метафорическая модель часто сочетается в пределах высказывания с военной и финансовой метафорой, укрепляя их:

“We must solve our problems, to *build our prosperity*, to secure our futures, or we will be <u>vulnerable to decay, domination, and defeat</u>.”

“Today, if we do not <u>invest ourselves</u>, our hearts, and our minds <u>in our nations</u>, if we will not *build strong families, safe communities, and healthy societies* for ourselves, no one can do it for us.”

“Ultimately, the only long-term solution to the migration crisis is to help people *build more hopeful futures* in their home countries.”

В ходе предвыборной кампании Трамп не раз заявлял о том, что собирается существенно укрепить Американо-мексиканскую стену (фактически – построить ее), чтобы не дать нелегалам пересечь границу: “You can have anything coming across the

border. We don't do anything about it. So I would say that if I run and if I win, I would certainly start by *building a very, very powerful border*."

- ПОЛИТИКА – ЭТО ПЕРЕСТРОЙКА

Эта модель так же, как и предыдущая, сочетается с военной и финансовыми метафорами:

"On the economy, I will outline *reforms* to add millions of new jobs and trillions in new wealth that can be used to *rebuild* America."

"We will completely *rebuild* our depleted military, and the countries that we are protecting."

"Our horrible trade agreements with China, and many others, will be totally renegotiated. That includes renegotiating Nafta to get a much better deal for America — and we'll walk away if we don't get the deal that we want. Our country is going to start *building and making things* again."

"So we have to make our country great again. We have to *rebuild our country.*"

- ПОЛИТИКА – ЭТО РЕМОНТ

Трамп не сомневается в своих силах, говоря о том, что демократы присоединятся к его намерениям по строительству, перестройке и ремонту всего в стране:

"Millions of Democrats will join our movement, because *we are going to fix the system* so it works fairly, and justly, for each and every American."

В том, что в следующем году именно он станет президентом, у него снова нет никаких сомнений:

"When I take the oath of office next year, I will *restore law and order* to our country."

Во внешней политике Трамп также собирается все «обновлять» и «восстанавливать»:

"In foreign affairs, we are *renewing* this *founding principle of sovereignty*."

"I ask every country represented here today to be prepared to do more to address this very real crisis. We call for the full *restoration of democracy and political freedoms* in Venezuela."

В своей речи на Национальной конвенции Республиканской партии Трамп сделал сенсационное заявление, которое позже критиковала Х. Клинтон: "Nobody knows the system better than me, which is why *I alone can fix it*."

Заверение в том, что никто лучше него не знаком с политической системой, снова воплощает уверенность в своих силах и существенно укрепляет позиции Трампа-строителя. Тот факт, что он может справиться с подобной работой в одиночку ("I alone can fix it"), говорит о его опыте и решительности.

Политик не должен бояться трудностей. А в том, что он именно такой политик, Трамп мастерски убеждает свою аудиторию в целом через модель ПОЛИТИКА – ЭТО СТРОИТЕЛЬСТВО. Строительная индустрия – то, в чем Трамп чувствует себя максимально уверенным, и весь его предыдущий опыт по застройке Нью-Йорка говорит об этом.

2.1.6. Ориентационная метафора

Ориентационные метафоры отличаются от других структурных метафор, где одно понятие структурно метафорически упорядочивается в терминах другого, тем, что в них мы наблюдаем организацию системы понятий по образцу некоторой другой системы. Большинство таких метафор связано с пространственной ориентацией, что выражается в противопоставлении понятий «верх – низ», «центральный – периферийный», «внутри – снаружи» и т.д. [Лакофф, Джонсон, 1990]

Ориентационная метафора в метафорической картине Д. Трампа (6,2%) используется для описания движения по шкале «хорошо/плохо». Движение вверх ассоциируется с увеличением количества, улучшением качества чего-либо, движение вниз – наоборот, с ухудшением.

Можно выделить 2 метафорические модели в рамках этой метафоры: УСПЕШНАЯ ПОЛИТИКА – ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВВЕРХ, НЕУСПЕШНАЯ ПОЛИТИКА – ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВНИЗ.

В текстах выступлений на Генеральной Ассамблее ООН в 2017 и 2018 году Д. Трамп говорит о необходимом векторе развития всех стран:

“It is entirely up to us whether we *lift* the world to new *heights*, or let it *fall* into a valley of disrepair.”

“We have it in our power, should we so choose, to *lift* millions from poverty, to help our citizens realize their dreams, and to ensure that new generations of children are *raised* free from violence, hatred, and fear.”

С помощью метафоры в следующем отрывке Трамп говорит о готовности защищать интересы не только Америки, но и всего мира:

“We are *standing up* for America and for the American people. And we are also *standing up* for the world.”

2.1.7. Метафора пути

Понятийное поле «путь» довольно часто используется в политическом дискурсе: через такое осмысление можно представить развитие страны, динамику внутренних и внешних процессов, а также сконцентрироваться на негативных моментах (неверная дорога, топтание на месте и т.д.). Наиболее часто используемые фреймы метафоры пути Трампа – направление, этапы пути, препятствия и их преодоление.

С помощью этой метафоры Трамп говорит о том, что политика – это помощь «слабым» государствам, и если не оказывать им эту помощь, они «уйдут», т.е. пропадут. В частности, Саудовская Аравия:

“But look at that border with Saudi Arabia. Do you really think that these people are interested in Yemen? Saudi Arabia *without us is gone*. *They're gone*”.

Трамп не может терпеть несправедливость внутри страны, о чем он заявляет на Конвенции республиканцев. Он не может смотреть в другую сторону, не видит другого «направления пути»:

“When innocent people suffer, because our political system lacks the will, or the courage, or the basic decency to enforce our laws — or worse still, has sold out to some corporate lobbyist for cash — I am not able to look *the other way*.”

Нужно отметить, что характер пути отличается в зависимости от аудитории, которой адресовано то или иное выступление. Так, в ходе предвыборной кампании метафора пути у Трампа чаще реализовывалась в рамках модели ПОЛИТИКА – ЭТО ДВИЖЕНИЕ К ПОЛИТИКУ, что позволяло ему создавать необходимый образ авторитетного человека, кроме того, создающего все необходимые экономические условия для «прихода/возвращения» компаний:

“So Ford will *come back*. They'll all *come back*. And I will say this, this is going to be an election, in my opinion, that's based on competence.”

“Reducing taxes will cause new companies and new jobs to *come* roaring back *into our country*.”

Таким образом, мы рассмотрели метафорическую картину мира Д. Трампа, выявили и охарактеризовали семь ведущих метафорических моделей в его выступлениях. Мы можем сделать вывод о том, что гендерный фактор проявляется в специфике метафор, употребляемых Трампом. Большинство из них ассоциируются с традиционно мужскими занятиями (война, финансы, торговля, спорт, строительство), однако многие также продиктованы личным опытом (финансовая и строительная метафора).

Для того чтобы сделать вывод о наличии или отсутствии гендерной вариативности, нам необходимо рассмотреть метафорическую картину мира другого политика – Х. Клинтон, основного оппонента Д. Трампа в политической гонке, а затем провести их сравнительный анализ.

2.2. Метафорическая картина мира Х. Клинтон

Хиллари Клинтон – одна из самых влиятельных женщин-политиков в мире. С 1968 года является сторонником Демократической партии США. С 1993 по 2001 год являлась Первой леди страны в качестве супруги Билла Клинтона, 42-го президента США. С 2009 по 2013 год занимала пост Госсекретаря в Белом доме.

Она с ранних лет увлекалась политикой, а в 1965 году поступила в женский колледж Уэллси по программе для одаренных детей, где выбрала курсы с политическим уклоном. Отличные оценки, активное участие в религиозной и общественной жизни Чикаго, председательство в многочисленных школьных клубах, помощь в предвыборной кампании республиканца Барри Голдуотера – все это уже тогда говорило о ней как об умном, компетентном и активном человеке. Безусловно, эти качества помогли ей стать одним из лидеров предвыборной гонки в 2016 году.

Мы проанализировали тексты 5 выступлений Х. Клинтон в период с июня 2015 года по сентябрь 2016 года общим объемом 24263 слов – Campaign Launch Speech, Building the ‘Growth and Fairness Economy’, Economic Speech, Speech at the Democratic Convention, Speech in Illinois. Нами была выделена 571 метафорическая единица, которые мы также распределили по метафорическим моделям со сферой-мишенью «политика». Всего в метафорической картине мира Х. Клинтон нами было выделено 12 метафорических моделей.

Для того чтобы установить доминирующие модели, мы применили метод статистического анализа. Нами были получены следующие результаты:

- военная метафора – 24,2% (138 метафорических единиц);
- физиологическая метафора – 19,3% (110 метафорически единиц);
- финансовая метафора – 15% (86 метафорических единиц);
- религиозная метафора – 11,8% (67 метафорических единиц);
- метафора строительства – 8,9% (51 метафорическая единица);
- спортивная метафора – 6,3% (36 метафорических единиц);
- метафора движения по вертикали – 5,2% (30 метафорических единиц);
- метафора пути – 2,6% (15 метафорических единиц);

- криминальная метафора – 2,1% (15 метафорических единиц);
- природная метафора – 1,9% (11 метафорических единиц);
- театральная метафора – 1,9% (11 метафорических единиц);
- прочие – 0,7% (4 метафорические единицы).

Далее мы подробно рассмотрим те метафорические модели, частотность которых выше 5%, и их реализации. Мы также кратко охарактеризуем фреймово-слотовую структуру выделенных нами метафорических моделей.

2.2.1. Военная метафора

Метафорическая модель ПОЛИТИКА – ЭТО ВОЙНА является доминирующей в метафорической картине мира Х. Клинтон (24,2%).

Наиболее часто реализуемые фреймы – военные действия (защита, оборона), их начало и завершение, воинские символы и атрибуты.

В рамках этой модели Х. Клинтон не стремится создать образ народа, который нужно срочно спасать от всех бед. Клинтон отмечает, что существуют некоторые проблемы, в частности в сфере образования, в сфере дискриминации по признаку расы, пола и гендерной идентичности, в сфере экологии, и с ними она готова бороться:

“So we will *fight* to make college tuition-free for the middle class and debt-free for everyone.”

“I’ll fight back against Republican efforts to disempower and disenfranchise young people, poor people, people with disabilities, and people of color.”

“And here at Futuramic — so well named — you are *on the front lines* of what I believe will be a true manufacturing renaissance in America.”

Кроме того, тот факт, что она стала первой женщиной в истории США, которая боролась за пост Президента, не мог не отразиться в ее речи через метафору:

“Tonight, we’ve reached a milestone in *our nation’s march* toward a more perfect union: the first time that a major party has nominated a woman for President.”

Отчетливый образ врага не прослеживается:

“From Baghdad and Kabul, to Nice and Paris and Brussels, to San Bernardino and Orlando, we’re dealing with determined *enemies* that must *be defeated*.”

С помощью военной метафоры она также делает отсылку к предыдущему опыту работы в юридической сфере, подчеркивая, что ее способ борьбы – это не атака, а защита, оборона:

“As a leader of the Legal Services Corporation, I *defended* the right of poor people to have a lawyer.”

Мы предполагаем, что военная метафора необходима любому политику для создания образа человека, способного постоять за интересы своей страны, своего народа. Война – сфера деятельности, традиционно женщинам не свойственная, однако женщины-политики вынуждены пользоваться этой метафорой, что происходит под действием ассимиляции – заимствования у доминирующей социальной группы (мужчин) каких-либо черт и их замены в поведении, стратегиях коммуникации и т.д. Однако женщина видит эту «войну» по-другому, что прослеживается в слотах: ее стратегия – не атака, а оборона.

2.2.2. Физиологическая метафора

Как мы уже отмечали, физиологическая метафора является основой процесса метафоризации в принципе: именно через непосредственное взаимодействие с окружающим миром формируются базовые ассоциации человека.

В метафорической картине мира Х. Клинтон физиологическая метафора занимает второе место (19,3%).Эта метафора реализуется в модели ПОЛИТИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ОРГАНИЗМ с разными фреймами – тело, физиологические органы, физиологические действия, физические показатели и т.д. Слоты – сердце, органы перцепции (фрейм «физиологические органы»), руки (фрейм «части тела»), рост (фрейм «жизненные циклы организма»), сила (фрейм «физические показатели») и др.

“That’s why I believe with all my *heart* in America and in the potential of every American.”

“Our Founders *embraced* the enduring truth that we are *stronger* together.”

“Now, there may be some new *voices* in the presidential Republican choir, but they’re all singing the same old song…”

“Now, my values and a lifetime of experiences have given me a different *vision* for America.”

Х. Клинтон оперирует физическим показателем силы, но отмечает, что сила в том, чтобы объединить усилия:

“America needs every one of us to lend our energy, our talents, our ambition to making our nation better and *stronger*.”

“So I hope you will stay active and engaged and working together to create jobs and *strengthen* your own communities.”

“We're going to do this together. We are *stronger* together.”

Также через эту метафору она положительно отзывается о своих коллегах и предшественниках, в частности о Бараке Обаме:

“America is *stronger* because of President Obama’s leadership, and I’m better because of his friendship.”

Кроме того, человеческому организму свойственно расти. Эта ассоциация также отчетливо прослеживается в метафорической картине мира Х. Клинтон:

“To create fair *growth*, we need to create opportunity for more Americans.”

“The middle class needs more *growth* and more fairness. *Growth* and fairness go together.”

“Comprehensive immigration reform will *grow* our economy and keep families together — and it’s the right thing to do.”

2.2.3. Финансовая метафора

Финансовая метафора в речи Клинтон занимает третье место – 15%. Наиболее типичные фреймы – финансовая и торговая деятельность, оценка экономической деятельности. Клинтон часто осмысляет политику в экономических терминах, что реализуется в модели ПОЛИТИКА – ЭТО СДЕЛКА:

“It’s America’s *basic bargain*. If you do your part you ought to be able to get ahead. And when everybody does their part, America gets ahead too.”

Она также положительно отзывается о своих предшественниках в политике, что резко отличает ее от Д.Трампа:

“When President Obama honored the *bargain*, we pulled back from the brink 120 of Depression, saved the auto industry, provided health care to 16 million working people, and replaced the jobs we lost faster than after a financial crash.”

По Клинтон, ПОЛИТИКА – ЭТО ПРОЦВЕТАНИЕ, а достигается это процветание за счет всеобщего равенства:

“They were and are two Democrats guided by the fundamental American belief that real and lasting *prosperity* must be built by all and shared by all.”

“Prosperity can’t be just for CEOs and hedge fund managers. Democracy can’t be just for billionaires and corporations. *Prosperity* and democracy are part of your *basic bargain* too.”

Финансовая метафора Х. Клинтон не продиктована предыдущим бизнес-опытом, но выражается в желании улучшить благосостояние народа. Это существенно отличается от финансовой метафоры Трампа: для него политика – это бизнес-игра, где есть противники, которых нужно обыграть, во что бы то ни стало.

2.2.4. Религиозная метафора

11,8% метафорических единиц в метафорической картине мира Х. Клинтон занимает религиозная метафора. Ее доля значительно увеличивается по сравнению с риторикой Трампа (4%). Это может быть связано с тем, что Хиллари Клинтон воспитывалась в консервативной семье, принадлежавшей к Объединенной Баптистской церкви Чикаго. Религиозная составляющая всегда была важной в ее жизни. С раннего детства она принимала активное участие во всех церковных мероприятиях. Будучи школьницей, она помогала местному пастору в работе с детьми из бедных кварталов Чикаго, участвовала в организации благотворительных мероприятий для детей сезонных рабочих и т.д. Наиболее часто встречаемые в рамках модели слоты – ритуалы и обряды, мифология, религиозные атрибуты.

Данная метафора реализуется в модели ПОЛИТИКА – ЭТО ВЕРА. У Клинтон это вера в каждого без исключения, вера в равенство и справедливость:

"*I believe* you should have the right to earn paid sick days. *I believe* you should receive your work schedule with enough notice to arrange childcare or take college courses to get ahead. *I believe* you should look forward to retirement with confidence, not anxiety."

"Two hundred and forty years later, we still *put our faith* in each other."

Довольно часто Клинтон усиливает свою «веру» физиологической метафорой "with all my heart":

"And what *I believe* <u>with all my heart</u> is that what's happening here can happen in so many places if we put our minds to it."

2.2.5. Метафора строительства

Х. Клинтон, в отличие от Д. Трампа, никогда не была причастна к строительному бизнесу, однако всем политикам свойственно что-то «строить», «перестраивать» и «ремонтировать». В том, что эта метафора занимает одно из лидирующих положений в метафорической картине Клинтон (8,9%), проявляется принятая ею стратегия ассимиляции, о которой мы уже говорили при описании наиболее часто используемой ею военной метафоры.

Фрейм, активно используемый Х. Клинтон в рамках строительной метафоры, – строительные работы. ПОЛИТИКА – ЭТО СТРОИТЕЛЬСТВО:

"We are *builders* and we need to get back to *building*!"

“And I hope you will work to get out the vote in November, because if we are able to win, then I want you all to work with me to *build the kind of progress* that America deserves to see.”

“Let's go out and *build the future*!”

Многие исследователи (Н.Д. Арутюнова, Э.В. Будаев, Т.Г. Скребцова, А.П. Чудинов и др.) говорят о том, что строительная метафора свойственна политическому дискурсу в целом: политики часто что-то «строят», «ремонтируют», «перестраивают» [Арутюнова, 1990; Будаев, 2007; Скребцова, 2002; Чудинов, 2001].

2.2.6. Спортивная метафора

Метафорическая модель ПОЛИТИКА – ЭТО СПОРТ также представлена в метафорической картине мира Х. Клинтон. Нужно отметить, что процентное соотношение этих метафор у двух политиков примерно одинаковое – 6,3% у Х. Клинтон и 7% у Д. Трампа. Мы можем наблюдать следующие фреймы: соревнования в скорости передвижения, фавориты, лидеры и аутсайдеры, борьба.

Х. Клинтон использует эту метафору, чтобы подчеркнуть необходимость преодоления определенных препятствий:

“We are in *a global competition*, as I’m sure you have noticed.”

“He talked about giving Americans a fair chance *in the race of life*.”

Говоря о женщинах, вынужденных совмещать три работы, чтобы прокормить семью, и концентрируясь на том, что так больше продолжаться не может, Клинтон использует спортивную метафору:

“I want to be her *champion* and your *champion*.”

2.2.7. Ориентационная метафора

Как мы уже отмечали, ориентационная метафора отличается от других структурных метафор тем, что в её структуре мы наблюдаем организацию системы понятий по образцу некоторой другой системы, что выражается в противопоставлении понятий, таких как «верх – низ», «центральный – периферийный», «внутри – снаружи» и т.д. [Лакофф, Джонсон, 1990]

Можно выделить 2 метафорические модели в рамках этой метафоры: УСПЕШНАЯ ПОЛИТИКА – ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВВЕРХ, НЕУСПЕШНАЯ ПОЛИТИКА – ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВНИЗ.

Ориентационная метафора в метафорической картине Х. Клинтон (5,2%) используется для описания движения по шкале «хорошо/плохо». Движение вверх ассоциируется с улучшением чего-либо, движение вниз – наоборот, с ухудшением:

"We must drive steady income growth that *lifts up* families, and *lifts up* our country."

"For 35 years, Republicans have argued that if we give more wealth to those at top by cutting their taxes and letting big corporations write their own rules, it will *trickle down*, it will *trickle down* to everyone else. Yet every time they have a chance to try that approach, it explodes the national debt, concentrates wealth even more and does practically nothing to help hard-working Americans."

Эта метафора позволяет дать эмоциональную оценку происходящим явлениям, фактам, событиям, т.к. ориентационные ассоциации являются универсальными.

Таким образом, мы рассмотрели метафорическую картину мира Х. Клинтон, выявили и описали 7 наиболее продуктивных моделей на основе анализа текстов 5 ее выступлений за 2015-2016 гг.

Мы обнаружили, что ведущими метафорами Х. Клинтон также являются военная, физиологическая и финансовая. Первая и третья не могут быть связаны напрямую с ее непосредственным опытом; война и финансы также не являются традиционно женскими занятиями. На четвертом месте находится религиозная метафора, наличие и продуктивность которой сопряжены с личным опытом Клинтон. Метафора строительства, занимающая пятую строчку, не объясняется ее предыдущим опытом. Спортивная метафора, также представленная в речи Клинтон, не объясняется ни опытом, ни традиционной закрепленностью данной сферы за женщинами. Скорее, верно обратное.

Для того чтобы сделать окончательный вывод о наличии или отсутствии гендерной вариативности, необходимо провести сравнительный анализ метафорических картин мира Д. Трампа и Х. Клинтон. Этому будет посвящен следующий раздел нашей работы.

2.3. Сравнительный анализ метафорических картин мира Дональда Трампа и Хиллари Клинтон: гендерный аспект

Итак, с помощью метода метафорического моделирования нами были выявлены и описаны ключевые метафоры в речи двух политиков – Д. Трампа и Х. Клинтон. Наиболее продуктивными из них оказались военная, финансовая и физиологическая.

Военная и финансовая метафора построены на прочной ассоциации с войной и торговлей, т.е. традиционно мужскими занятиями. Однако Х. Клинтон также активно ими пользуется в своих выступлениях. В этом прослеживается стратегия ассимиляции –

заимствования у доминирующей социальной группы (мужчин) каких-либо черт и их замены в поведении, стратегиях коммуникации и т.д.

Процентное соотношение военной метафоры в метафорической картине мира двух политиков (ср.: Трамп – 34,4%, Клинтон – 24,2%) говорит о том, что мужчины в политике более агрессивны. Кроме того, с помощью этой метафоры Трамп создает образ врага, образ страны, находящейся в опасности, и образ спасителя (т.е. самого себя). Клинтон не стремится создать образ врага и поселить в сознании людей идею военного положения: она главным образом говорит о готовности защищать права и свободы граждан своей страны, во что бы то ни стало. Метафорические фреймы в рамках этой метафоры в целом совпадают, однако мы можем наблюдать активацию противоположных слотов во фрейме «военные действия»: Трамп – атака, нападение; Клинтон – защита, оборона.

Финансовая метафора представлена в относительно равном процентном соотношении (ср.: Трамп – 15%, Клинтон – 14,4%). Однако и здесь мы можем видеть разницу. Трамп позиционирует себя как бизнесмен (о чем свидетельствует его опыт), готовый защищать интересы своей страны только через самые выгодные сделки. Акцент в финансовой метафоре Клинтон сделан на улучшении благосостояния народа (процветание, которое она видит через равенство и справедливость). Это подтверждают отличающиеся слоты их метафор: ср.: Трамп – бизнес, деньги; Клинтон – оценка экономической деятельности (процветание). Слот «торговая и финансовая деятельность» совпадает.

Физиологическая метафора (10,1% у Трампа и 19,3% у Клинтон) является отражением непосредственного взаимодействия с окружающим миром, представляет собой базовый опыт, накопление которого свойственно всем людям вне зависимости от гендерных характеристик. Однако здесь мы также наблюдаем разные слоты: Трамп мыслит себя «голосом» народа, а Клинтон верит в свой народ «всем сердцем» и чаще говорит о необходимости «роста» во всех сферах. Оба политика оперируют физическим показателем силы, однако Клинтон не использует понятие слабость, в отличие от Трампа.

Спортивная метафора появляется с примерно одинаковой частотностью в метафорической картине мира Трампа и Клинтон – 7% и 6,3%. Слоты, используемые политиками, неодинаковы: Трамп делает акцент на командных видах спорта, а Клинтон чаще метафорически переосмысляет политику как соревнование на скорость передвижения. Спорт является традиционно мужским занятием, однако это не мешает Клинтон также успешно реализовывать эту метафору в своей речи. В этом, на наш взгляд, также проявляется стратегия ассимиляции.

Религиозная метафора представлена в разном процентном соотношении – 4% у Д.Трампа и 11,8% у Х.Клинтон. Это может объясняться опытом двух политиков: Хиллари происходит из консервативной семьи баптистов, с детства участвовала в разных церковных мероприятиях, а Трамп никогда публично не рассказывал о своей вере. Он говорил, что «не берет Бога к рассмотрению», когда допускает ошибки. Как отмечают его сторонники, Трамп – бизнесмен, а не пастор. Трампа и его активную деятельность трудно связать с религией, поэтому религиозная метафора представлена в его метафорической картине непродуктивно.

Метафора строительства представлена в примерно одинаковом процентном соотношении (8% у Трампа и 8,9% у Клинтон). В ходе исследования метафорической картины мира Д. Трампа мы предполагали, что его строительная метафора напрямую связана с его опытом: он – владелец крупнейшей строительной компании. Однако в речи Клинтон эта метафора оказалась даже продуктивнее. Тем не менее, у Трампа эта метафора выглядит несколько «богаче» за счет разнообразия используемых слотов: строительные работы, перестройка, ремонт (Клинтон использует только слот «строительные работы»). Мы можем сделать вывод о том, что метафора строительства свойственна политическому дискурсу в целом. Но тот факт, что метафора строительства Трампа в действительности опирается на его практический опыт и отличается большим разнообразием слотов, безусловно, усиливает его позиции.

Ориентационная метафора также представлена примерно в равной степени в речи политиков: Трамп – 6,2%, Клинтон – 5,2%. Она связана с базовой оценочной ассоциацией «движение вверх – это хорошо» и «движение вниз – это плохо». Оба политика используют эту метафору для передачи эмоциональной оценки тем или иным явлениям.

Метафора пути по-разному представлена в речи Трампа и Клинтон (5,2% и 2,6%). Это связано с тем, что Клинтон осмысляет успешную политику как движение вверх в рамках ориентационной и рост в рамках физиологической.

Итак, мы можем сделать вывод о том, что, несмотря на относительно одинаковый набор метафор, используемых рассмотренными нами политическими деятелями, гендерная вариативность выражается в разной фреймово-слотовой структуре этих метафор. Это создает разные образы политиков в сознании людей: Трамп – воинственный бизнесмен, готовый на все, чтобы заключить самые выгодные сделки для своей страны; Клинтон – заботящаяся о благосостоянии своего народа женщина, готовая отстаивать права и свободы граждан до последнего.

Мы предполагаем, что на метафорическую картину мира политических деятелей вне зависимости от их гендерных характеристик влияет традиционно маскулинный образ политика, закрепленный в сознании людей.

Это связано с тем, что женщины вступили в политику относительно недавно – всего 100-150 лет назад. Маскулинность образа политика по-прежнему имеет решающее значение: женщины по сей день слабо представлены в политических партиях и национальных законодательных органах. В мире среди президентов и премьер-министров сегодня всего 21 женщина. Это объясняется исторической традицией восприятия политики как «мужского клуба», в которой прослеживаются глубоко укоренившиеся предрассудки партий и избирателей.

Эти стереотипы закрывают женщинам путь к широкому участию в политической жизни, и именно поэтому женщины, борющиеся за власть, вынуждены «примерять» на себя традиционно сложившийся маскулинный образ политика через стратегию ассимиляции, т.е. заимствование у доминирующей социальной группы (мужчин) каких-либо черт и их замену в поведении, стратегиях коммуникации и т.д.

Проанализированный нами материал подтверждает наши предположения. Использование четырех из семи продуктивных метафорических моделей Х. Клинтон продиктовано именно этой стратегией.

Выводы по главе 2

В главе 2 мы изучили тексты выступлений двух американских политических деятелей – Дональда Трампа и Хиллари Клинтон. Нами были выявлены, описаны и представлены в процентном соотношении метафорические модели каждого политика. Кроме того, в результате сравнительного анализа были выявлены общие и специфичные характеристики метафорической картины мира политических деятелей.

Мы пришли к следующим выводам:

1. Оба политика используют набор метафор, сходный в процентном соотношении. Первое место прочно занимает военная метафора, далее идут финансовая и физиологическая.

2. Физиологическая метафора ассоциируется с опытом непосредственного взаимодействия человека с окружающим миром, а военная и финансовая метафора – с традиционно мужскими занятиями (война и торговля).

3. Метафоры, опирающиеся на предыдущий опыт политика, оказываются продуктивными в их речи (Трамп – финансовая и строительная метафора, Клинтон – религиозная метафора).

4. Продуктивные метафоры, не опирающиеся на предыдущий опыт, связаны с традиционно мужскими занятиями: спорт, строительство (у Клинтон). Это продиктовано закрепленным в общественном сознании маскулинным образом политика, т.к. политика – исторически мужская сфера деятельности.

5. Несмотря на относительно одинаковый набор метафор, метафорические модели двух политиков отличаются разной фреймово-слотовой структурой. В этом проявляется гендерная вариативность метафорических картин мира политических деятелей.

6. Метафорическая картина политического деятеля обусловлена не столько их гендерной принадлежностью, сколько традиционным маскулинным образом политика, исторически сложившегося в общественном сознании.

7. Женщины-политики используют метафоры, ассоциируемые с этим образом, тем самым прибегая к стратегии ассимиляции – заимствования у доминирующей социальной группы (мужчин) каких-либо черт и их замены в стратегиях коммуникации и т.д.

Таким образом, гендерная вариативность метафорической картины мира политического деятеля смещается под действием исторически сложившегося маскулинного образа политика, закрепленного в сознании людей. Однако гендерная

вариативность все-таки проявляется в тех акцентах, которые делают политики в своих выступлениях, активируя в рамках модели определённые фреймы и слоты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Метафоры – один из важнейших факторов развития языка. Они обладают не только эстетическим потенциалом, но и являются проявлением аналоговых возможностей человеческого разума. Призванные достичь определенной цели, метафоры, используемые политиками, создают метафорическую картину мира политического деятеля, закрепляя определенный образ в общественном сознании.

Данное исследование направлено на изучение проявления гендерных аспектов в метафорической картине мира политического деятеля.

В ходе работы над теоретической частью исследования нами было проанализировано 106 источников. Мы познакомились с концептуальной теорией метафоры, рассмотрели проблему метафорического моделирования, изучили природу гендера и дали его определение, изучили основные признаки и функции политического дискурса. Проведенный анализ позволяет нам сделать следующие выводы:

1. Метафора является средством миромоделирования в рамках когнитивного подхода и позволяет проанализировать восприятие действительности конкретным человеком, отображенное в языке в виде метафорических номинаций.

2. Гендер представляет собой не исключительно биологическую категорию. Кроме биологического, в гендере также представлены социальный и культурный аспекты, которые неразрывно связаны между собой, взаимодействуют и влияют друг на друга.

3. Метафора в речи политика – важный инструмент воздействия на общественное сознание. Рассмотрение метафорической картины мира политического деятеля через призму гендера позволит выявить общие и специфичные характеристики, которые формируют образ репрезентируемого мира.

4. Миромоделирующий потенциал метафоры реализуется на уровне дискурса, т.е. в реальных условиях ее функционирования. Именно в дискурсе выявляются общие и специфичные характеристики метафорической картины мира политических деятелей.

В результате проведённого в практической части исследования анализа мы выявили гендерную вариативность и аспекты проявления гендера в метафорической картине мира политического деятеля.

Практическим материалом нашего исследования стали тексты пяти выступлений Д. Трампа и пяти выступлений Х. Клинтон общим объемом 24263 слова. С помощью метода сплошной выборки нами были выявлены метафорические номинации со сферой-мишенью «политика», которые далее были распределены по метафорическим моделям. В выступлениях Д. Трампа было выявлено 828 метафорических единиц и 15

метафорических моделей, в выступлениях Х. Клинтон – 571 метафорическая единица и 13 метафорических моделей.

Результаты исследования показали, что:

1. Несмотря на относительно одинаковый набор метафор, используемых обоими политиками, они отличаются фреймово-слотовой структурой, в чем и проявляется гендерная вариативность метафорической картины мира политического деятеля.

2. Метафорическая картина мира политического деятеля обусловлена не столько его гендерной принадлежностью, сколько традиционным маскулинным образом политика, исторически закрепленного в общественном сознании. В соответствии с этим женщины-политики вынуждены прибегать к стратегии ассимиляции, используя метафоры, традиционно ассоциируемые с мужскими занятиями (война, финансы, спорт, строительство и т.д.).

Наше исследование имеет ограниченную силу, т.к. оно было проведено на текстовом материале десяти выступлений двух конкретных политических деятелей. Мы допускаем, что для полноты анализа возможно привлечение большего количества текстового материала, а также изучение метафорической картины мира других политических деятелей.

Таким образом, мы можем утверждать, что цель нашего исследования – выявить аспекты проявления гендера в метафорической картине мира политического деятеля – достигнута, а задачи, поставленные во введении, решены.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонова Т. Г. Метафорическое моделировании социального конфликта в медиадискурсе: факторы и аспекты вариативности: Дисс. канд. филол. наук. — Томск, 2018. – 330 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. — М., 1990. — С. 5—32.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 355.
4. Арутюнова Н. Д. Языковая метафора (синтаксис и лексика) / Н. Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – М., 1979. – С. 147–173.
5. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры / А. Н. Баранов. — М.: Языки славянской культуры, 2014. — 632 с.
6. Баранов, Г. С. Философия метафоры / Г. С. Баранов. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2005. – 472 с.
7. Бессонова О. М. Референция, метафора и критерий метафоричности / О. М. Бессонова // Логико-семантический анализ структур знания: Основания и применение: сб. науч. трудов. – Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1989. – С. 31- 63.
8. Блохина Н. А. Понятие гендера*:* становление, основные концепции *и* представления [Электронный ресурс]. — URL: http://www.gender-cent.ryazan.ru/blohina.htm (дата обращения 22.01.2020).
9. Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Сб. / Пер. с анг., фр., нем., исп., польск. яз. – М., 1990. – С. 153-172.
10. Будаев Э. В. Гендерная специфика политической метафорики [Электронный ресурс]. —URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gendernaya-spetsifika-politicheskoy-metaforiki (дата обращения: 11.05.2020).
11. Будаев Э. В. Становление когнитивной теории метафоры / Э. В. Будаев // Лингвокультурология. – Вып. 1. – Екатеринбург, 2007. – С. 16-32.
12. Вейнингер О. Пол и характер. Мужчина и женщина в мире страстей и эротики / О. Вейнингер. — М.: Форум, 1991. – 192 с.
13. Воронина О. А. Введение в гендерные исследования / О. А. Воронина // Материалы Первой Рос. лет. шк. по жен. и генд. исслед. — М., 1997. – С. 29-34.
14. Гак В. Г. К проблеме общих семантических законов / В. Г. Гак // Общее и романское языкознание. – М., 1972. – С. 151-152.

15. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое / В. Г. Гак // Метафора в языке и тексте. — М.: Наука, 1988. – С. 11-26.

16. Генералова С. Н. Понятие "политический дискурс" в лингвокультурологической парадигме / С. Н. Генералова [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-politicheskiy-diskurs-v-lingvokulturologicheskoy-paradigme (дата обращения: 09.06.2020).

17. Горошко Е. И. Гендерная проблематика в языкознании / Е. И. Горошко // Введение в гендерные исследования. — СПб.: Алетейя, 2001. — Ч. 1. — С. 508–542.

18. Гриценко Е. С. Язык как средство конструирования гендера: Дисс. канд. филол. наук. — Нижний Новгород, 2005. – 405 с.

19. Грэй Дж. Мужчины, женщины и отношения. Как достигнуть мира и гармонии с противоположным полом / Дж. Грэй // М.: София Медиа, 2015. – 360 с.

20. Дежина, Т. П. Этапы становления концепта «гендер» в зарубежной и отечественной лингвистике / Т. П. Дежина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота, 2017. — С. 76–79.

21. Дейк Т. А. Анализ новостей как дискурса / Т. А. Дейк // Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – С. 111-160.

22. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – Москва, 2002. – № 3. – С. 32–43.

23. Есперсен О. Философия грамматики / О. Есперсен. — М.: КомКнига, 2006. — С. 350-398.

24. Здравомыслова Е., Темкина А. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России / Е. Здравомыслова, А. Темкина // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. — СПб.: ЦНСИ, 1996. – Вып. 4. – С. 5-13.

25. Катунин Д. А. Время и человек в метафорическом фрагменте русской языковой картины мира: субъектно-объектные отношения / Д. Н. Катунин // Миромоделирование в языке и тексте. — Томск: Изд-во Том. ун-та, 2003. – С. 43-58.

26. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – М., 2009. – № 2. – С. 3-21.

27. Кирилина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования / А. В. Кириллина, М. В. Томская // Отечественные записки, 2005. – № 2 (22). – С. 112–132.

28. Кирилина А. В. Возможности гендерного подхода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации [Электронный ресурс]. — URL: http://www.gender-cent.ryazan.ru (дата обращения 22.01.20).

29. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты [Электронный ресурс]. — URL: http://www.ahmerov.com/book_1030.html (дата обращения: 23.01.2020).

30. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистических дисциплинах / А. В. Кирилина // Гендер и язык.— М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 7-33.

31. Кирилина А. В. Гендерные исследования в российской и зарубежной лингвистике (философские и методологиечские аспекты). — М, 2000. 139 с.

32. Кирилина А. В. Гендер и язык / А. В. Кириллина. — М: Языки славянской культуры, 2005. — 622 с.

33. Кирова А. Г. Развитие гендерных исследований в лингвистике / А. Г. Кирова [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-gendernyh-issledovaniy-v-lingvistike (дата обращения: 18.01.2020).

34. Коатс Дж. Женщины, мужчины и язык /Дж. Коатс // Гендер и язык. — М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 33–231.

35. Комиссарова О. В. Метафорическое моделирование гендерной оппозиции в русском языке: Дис. … канд. филол. наук / О. В. Комиссарова. — Томск, 2012. — 233 с.

36. Коттхофф Х. Гендерные исследования в прикладной лингвистике / Х. Коттхофф — М., 2005. – С. 563-610.

37. Кронгауз М. А. Sexus, или Проблема пола в русском языке / М. А. Кронгауз // Русистика. Славистика. Индоевропеистика. — М.,1996.— С. 510-525.

38. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. — М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.

39. Лагута О. Н. Метафорология: теоретические аспекты: монография / О. Н. Лагута. – Новосибирск: Новосибирский гос. университет, 2003. – 114 с.

40. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.

41. Лакофф Дж. Когнитивная семантика / Дж. Лакофф // Язык и интеллект. — М., 1995. — С. 143-184.

42. Махлина С. Т. Знаки, символы и коды культур Востока и Запада /С. Т. Махлина. — М.: Алетейя, 2018. – 474 с.

43. Мишанкина Н. А. Метафора как инструмент моделирования конфликтного исторического события в научном дискурсе / Н. А.Мишанкина // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. — Томск, 2011. — №4 (16). — С. 20-33.

44. Мочалкина А. А. Проблема изучения гендера в зарубежной и отечественной лингвистике /А. А. Мочалкина // Молодой ученый. — 2019. — №6. — С. 268-271.

45. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — М.: АСТ, 2007. — 315 с.

46. Ревзина О. Г. Дискурс и дискурсивные формации / О. Г. Ревзина // Критика и семиотика. – Вып. 8. – Новосибирск, 2005. – С. 66-78.

47. Резанова З. И. Гендерная метафора: типология, лексикографическая интерпретация, контекстная репрезентация / З. И. Резанова // Вестник Томского государственного университета. Филология. — Томск, 2011. — № 2 (14). — С. 47-57.

48. Резанова З. И. Метафора в процессах языкового миромоделирования / З. И. Резанова // Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: ключевые концепты. Ч. 1.— Воронеж: РИЦ ЕФ ВГУ, 2003. – С. 13-75.

49. Резанова З. И. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: идеи, методы, решения / З. И. Рязанова // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. — Томск, 2010. — №1 (9). — С. 26-43

50. Резанова З. И. Метафорическое миромоделирование: базовые концептуальные модели и ключевые модели текста и дискурса / З. И. Резанова // Картина мира: язык, литература, культура: сборник научных статей. Вып. 2. — Бийск: РИО БПГУ им. В. М. Шукшина, 2006. – С. 67-76.

51. Резанова, З. И., Иваницкая, М. В. Метафора в рекламном дискурсе / З. И. Резанова, М. В. Иваницкая // Миромоделирование в языке и тексте. — Томск: Изд-во Том. ун-та, 2003. – С. 92- 105.

52. Ричардс А. А. Философия риторики / А. А. Ричардс // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. — С. 44-67.

53. Сепир. Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. — М.: Прогресс, 1993. — С. 460-468.

54. Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий / И. В. Силантьев // Критика и семиотика. — Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т, 2004. — Вып. 7. — С. 98-123.

55. Скляревская Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская. – Спб: Наука, 1993. – 152 с.

56. Скребцова Т. Г. Метафоры современного российского внешнеполитического дискурса / Т. Г. Скребцова // Respectus philologicus. – Вильнюс, 2002. – №1(6). — С. 113-125.

57. Стернин И. А., Саломатина М. С. Семантический анализ слова в контексте / И. А. Стернин, М. С. Саломатина. – Воронеж: Истоки, 2011. — 150 с.

58. Тамерьян Т. Ю. Феминистические тенденции языкового развития [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/feministicheskie-tendentsii-yazykovogo-razvitiya (дата обращения: 01.02.2020).

59. Таннен Д. Ты просто меня не понимаешь / Д. Таннен // Гендер и язык. М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 233-510.

60. Телия В. Н. Вторичная номинация и её виды / В. Н. Телия // Языковая номинация (Виды наименований). – Москва: Наука, 1977. – С. 129 – 221.

61. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. — М., 1988. — С. 26-52.

62. Телия В. Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. — М, 1988. — С. 173-203.

63. Уфимцев Р. И. Мнения о метафоре / Р. И. Уфимцев // Искусство метафоры [Электронный ресурс]. — URL: http://www.metaphor.nsu.ru/revew/nietzsche.htm (дата обращения 16.05. 2014).

64. Халеева И. И. Гендер как интрига познания / И. Халеева. — М., 2000. — С. 9-17.

65. Хорошильцева Н. А. Гендерная метафора в современной культуре: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Хорошильцева Н. А. — Ставрополь, 2003. — 161 с.

66. Хоткина З. Я. Гендерным исследованиям в России – десять лет / З. Я. Хоткина // Общественные науки и современность. — М.: Наука, 2000. – №4. — С. 21-26.

67. Чикалова И. Р. Гендерная проблематика в политических науках / И. Р. Чикалова // Введение в гендерные исследования. — СПб.: Алетейя, 2001. — Ч. 1. — С. 80–106.

68. Чудинов А. П. Интернациональное и национальное в метафорическом моделировании действительности / А. П. Чудинов // Политическая коммуникация: материалы междунар. науч. конф. — Екатеринбург, 2013. — С. 377-384.

69. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов [Электронный ресурс]. – URL: http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm (дата обращения 15.05.2020)

70. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2013. – 176 с.

71. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) / А. П. Чудинов. — Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – С. 36-37.

72. Чудинов А. П., Будаев Э. В. Концептуальная метафора в политическом дискурсе: новые зарубежные исследования (2000-2004) / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-metafora-v-politicheskom-diskurse-novye-zarubezhnye-issledovaniya-2000-2004-1 (дата обращения: 23.05.2020).

73. Чуркина Н. А. Андрогинная идентичность как способ адаптации человека в современном обществе [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/androginnaya-identichnost-kak-sposob-adaptatsii-cheloveka-v-sovremennom-obschestve (дата обращения: 04.05.2020).

74. Шахмайкин А. М. Проблема лингвистического статуса категории рода / А. М. Шахмайкин // Актуальные проблемы современной русистики. Диахрония и синхрония. – М.: МГУ, 1996. – С. 226-273.

75. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — М.: ИТДГК Гнозис, 2004. — 326 с. — С. 25-36.

76. Adamson T., Johnson G., Rohrer T., Lam H. Metaphors We Ought Not to Live By: Rush Limbaugh in the Age of Cognitive Science [Электронный ресурс]. — URL: http://philosophy.uoregon.edu/metaphor/rush.htm – 1998 (дата обращения: 05.05.2020).

77. Berhó D. L. Working Politics: Juan Domingo Perón's Creation of Positive Social Identity // Rocky Mountain Review of Language and Literature. George Fox University – 2000. – Vol. 54. – № 2.

78. Charteris-Black J. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004.

79. Duran, G. & Lakoff, G. (2018). “Trump Has Turned Words into Weapons, And He’s Winning the Linguistic War.” The Guardian [Электронный ресурс]. — URL: https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/13/how-to-report-trump-mediamanipulation-language (дата обращения 22.05.20).

80. Fauconnier, G., Turner, M. Rethinking metaphor / G. Fauconnier, M. Turner // The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought / ed. by Raymond W. Gibbs. – Jr. Cambridge University Press, 2008. – P. 53-66.

81. Fiske J. Television Culture [Электронный ресурс]. — URL: http://culturca.narod.ru/Fiske1.htm (дата обращения 13.05.20).

82. Gibbs, R. W. Evaluating Conceptual Metaphor Theory / R. W. Gibbs // Discourse Processes. – 2011. – Volume 48. – Issue 8. – P. 529-562.

83. Gibbs, R. W. Metaphor and thought: The state of the art / R. W. Gibbs // The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought / ed. by Raymond W. Gibbs. – Jr. Cambridge University Press, 2008. – P. 3-16.

84. Gidengil E., Everitt J. Metaphors and Misrepresentation: Gendered Mediation in News Coverage of the 1993 Canadian Leaders' Debates // The Harvard International Journal of Press/Politics. – 1999. – 4(1).

85. Gidengil E., Everitt J. Talking Tough: Gender and Reported Speech in Campaign News Coverage // Political Communication. – 2003б. – Vol. 20(3).

86. Herrmann, J. B. Metaphor in academic discourse: Linguistic forms, conceptual structures, communicative functions and cognitive representations: Dissertation, Doctor of Philosophy in Linguistics / Julia Berenike Herrmann. – VU, University of Amsterdam, 2013. – 361 p.

87. Howe N. Metaphor in Contemporary American Political Discourse // Metaphor and Symbolic Activity. – 1988. – Vol. 3. – №2.

88. Kövecses, Z. Conceptual metaphor theory: Some criticisms and alternative proposals / Z. Kövecses // Annual Review of Cognitive Linguistics. – 2008. – No 6. – P. 168–184.

89. Kovecses, Z. Metaphor in Culture: Universality and Variation / Z. Kövecses. – Cambridge University Press, 2005. – 314 p.

90. Kövecses, Z. Metaphor, Culture, and Discourse: The Pressure of Coherence / Z. Kövecses // Metaphor and discourse / edited by Andreas Musolff and Jörg Zinken. – Palgrave Macmillan, 2009. – P.11-24.

91. Krennmayr, T. Metaphor in newspapers: Dissertation, Doctor of Philosophy in Linguistics / Tina Krennmayr. – VU, University of Amsterdam, 2011. – 331 p.

92. Lakoff G. Metaphor and War, Again [Электронный ресурс]. — URL: www.alternet.org/story.html?StoryID=15414 – 2003 (дата обращения: 05.05.2020).

93. Lakoff G. Metaphor and War. The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf [Электронный ресурс]. — URL: http://metaphor.uoregon.edu/lakoff-l.htm – 1991 (дата обращения: 05.05.2020).

94. Lakoff G. Metaphorical Thought in Foreign Policy. Why Strategic Framing Matters. December 1999 [Электронный ресурс]. — URL: www.frameworksinstitute.org/ products/ metaphoricalthought.pdf – 2001 (дата обращения: 04.05.2020).

95. Lakoff, G. Afterword, 2003 / G. Lakoff // Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnsen. – The university of Chicago press, 2003. – P. 243-276.

96. Lakoff, G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought / ed. A. Ortony. – Cambridge University Press, 1993. – P. 202 – 251.

97. Lakoff, R. T. Language and Woman's Place. — New York: Harper & Row, 1975. — 85 p.

98. Landsheer Ch. de. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition. – 1991. – Vol. 24. – № 3/4.

99. Landtsheer, Ch. Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor / Ch. Landtsheer // Metaphor and discourse / edited by Andreas Musolff and Jörg Zinken. – Palgrave Macmillan, 2009. – P.59 -78.

100. Maltz D. N., Borker R. A. A cultural approach to male-female miscommunication //Language and Social Identity/ed. J.J. Gumperz. Cambridge, 1982. P. 195–215.

101. Mead M. Sex and Temperament in three Primitive Societies. N.Y., 1935. P.278-280.

102. Nunn, G. (2016). "Winning Words: the Language that Got Donald Trump Elected." The Guardian [Электронный ресурс]. — URL: https://www.theguardian.com/media/mindyour-language/2016/nov/11/winning-words-the-language-that-got-donald-trump-elected (дата обращения 22.05.20).

103. O'Barr William M. and Atkins Bowman K. "Women's Language" or "Powerless Language"? 1980 [Электронный ресурс]. — URL: https://pdfs.semanticscholar.org/9f25/3785d384131f1fe2665ad072cbc1eb3a365b.pdf (дата обращения: 05.02.20).

104. Pusch Luise. Das Deutsche als Männersprache // Linguistische Berichte. 1981. 69. S. 59-74.

105. Saigol R. Becoming a Modern Nation: Educational Discourse in the Early Years of Ayub Khan (1958-64). Monograph №3 (Monograph Series of Council of Social Sciences). – Islamabad, 2003.

106. Trömel-Plötz Senta. Linguistik und Frauensprache // Linguistische Berichte. 1978. 57. S. 49-68.

АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

Отчет о проверке на заимствования №1

Автор: serious_pilot@mail.ru / ID: 3732187
Проверяющий: (serious_pilot@mail.ru / ID: 3732187)

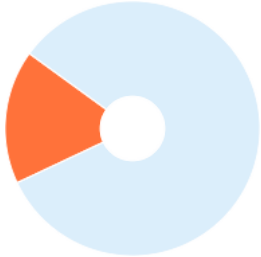
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- http://users.antiplagiat.ru

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 10
Начало загрузки: 17.06.2020 09:51:11
Длительность загрузки: 00:00:02
Имя исходного файла: НА ПЕЧАТЬ_ Дипломная работа_Горбунова А.О..pdf
Название документа: НА ПЕЧАТЬ_ Дипломная работа_Горбунова А.О.
Размер текста: 1 кБ
Символов в тексте: 132618
Слов в тексте: 16646
Число предложений: 1760

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 17.06.2020 09:51:14
Длительность проверки: 00:00:14
Комментарии: не указано
Модули поиска: Модуль поиска Интернет



ЗАИМСТВОВАНИЯ	САМОЦИТИРОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
16,52%	0%	0%	83,48%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	7,9%	8,6%	Метафорическое моделиро...	https://kemsu.ru	06 Ноя 2018	Модуль поиска Интернет	94	102
[02]	0%	4,89%	КД_Антонова Т. Г.pdf (1/2)	https://kemsu.ru	15 Мая 2020	Модуль поиска Интернет	0	62
[03]	0,02%	3,89%	КД_Антонова Т. Г.pdf (2/2)	https://kemsu.ru	15 Мая 2020	Модуль поиска Интернет	1	43

Еще источников: 17
Еще заимствований: 8,58%