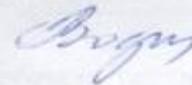


Министерство образования и науки РФ
Автономное образовательное учреждение высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет лингвистики
Кафедра германских языков
Направление 45.04.02 «Лингвистика»
Уровень «Магистр»

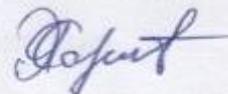
ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Руководитель программы:
докт. филол. наук, профессор Водоватова Т.Е.

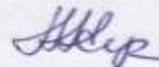


**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
«СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ГЛАВНОГО ВРАГА В АМЕРИКАНСКОМ И РУССКОМ
ДИСКУРСЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ОСВЕЩЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО
ТЕРРОРИЗМА)»**

Выполнила:
Харитоновна А.В., группа ЛМ-21



Научный руководитель:
канд. филол. наук, доцент Кириллов А.Г.



Самара

2017

Оглавление

Введение.....	3
1. Образность в дискурсе средств массовой информации	7
1.1. Специфика дискурса средств массовой информации	7
1.2. Коммуникативные стратегии и тактики при создании образа главного врага в медийном дискурсе	12
2. Образ терроризма как главного врага в американских и русских современных газетных статьях.....	40
2.1. Основные стилистические средства образного представления терроризма в американских и русских газетных статьях.....	40
2.2. Использование метафорических моделей в создании образа терроризма как главного врага в американском и русском дискурсе средств массовой информации	54
2.2.1. Метафорическая модель «терроризм – это война»	59
2.2.2. Метафорическая модель «терроризм – это природа»	64
2.2.3. Метафорическая модель «терроризм – это система / механизм»	69
2.2.4. Метафорическая модель «терроризм – это спорт».....	74
2.2.5. Метафорическая модель «терроризм – это театр»	77
2.2.6. Метафорическая модель «терроризм – это болезнь»	80
2.2.7. Метафорическая модель «терроризм – это ирреальный мир»	84
2.2.8. Метафорическая модель «терроризм – это космос»	86
Заключение	89
Список использованной литературы.....	94
Список источников языкового материала	102

Введение

Данная работа посвящена изучению средств создания образа главного врага в американском и русском дискурсе средств массовой информации на примере англоязычных и русскоязычных современных газетных статей, посвященных проблемам международного терроризма.

Газетная статья как старейший вид письменных средств массовой информации является базовым элементом коммуникации. Тексты периодических печатных изданий не только информируют читателя, но также и отражают актуальные проблемы жизни, возникающие в современном обществе. Текст газетной статьи играет важнейшую идеологическую роль как средство воздействия на общественное мнение. Главная цель средств массовой коммуникации – оказание влияния на аудиторию за счет создания нужного образа. Одним из мощнейших средств достижения этой цели выступают разнообразные стилистические средства.

Актуальность данного исследования определяется неослабевающим интересом лингвистов к особенностям медийного дискурса, перспективностью данного направления современной лингвистики и необходимостью детального изучения выразительных средств, используемых в качестве мощного источника формирования эмоциональной составляющей при создании образа терроризма как главного врага.

Объектом исследования в данной работе является дискурс СМИ, посвященный проблемам терроризма как главного врага в США и России.

Предметом исследования послужили стилистические особенности американского и русского медийного дискурса о терроризме в США и России. В работе также рассматриваются коммуникативные стратегии и тактики образного представления терроризма как главного врага на примере современных газетных статей англоязычного и русскоязычного дискурса средств массовой информации. Особое внимание уделено исследованию

метафорических моделей, наиболее характерных для дискурса СМИ в США и России.

Цель нашего исследования заключается в выявлении и описании коммуникативных стратегий и тактик, а также стилистических средств создания образа главного врага в американском и русском дискурсе СМИ, посвященном проблемам терроризма, в частности, метафорических моделей.

Для достижения цели исследования необходимо решить ряд задач:

- определить понятия медиадискурса, коммуникативной стратегии и тактики и метафорической модели;
- охарактеризовать особенности языка текстов газетных статей, посвященных проблемам терроризма;
- выявить коммуникативные стратегии и тактики, применяемые авторами статей для создания образа терроризма как главного врага;
- выявить экспрессивные средства языка, используемые для создания образа терроризма;
- систематизировать примеры метафорических моделей в текстах медийного дискурса;
- проанализировать соотношение употребления по частотности разных метафорических моделей, создающих образ терроризма в США и России в исследуемом материале.

В качестве материала исследования нами были использованы современные тексты газетных статей, опубликованные в электронных версиях изданий. Предметом публикаций и политических дискуссий стал терроризм как глобальная угроза и главный враг в США и России. Источником материала стали такие высокотиражные авторитетные американские издания как USA Today, The New York Times, The New Yorker, The Wall Street Journal, The Washington Post, The Week, VOX. Среди русскоязычных СМИ были использованы онлайн версии газет «Аргументы и Факты», «Известия», «Коммерсант», «Ведомости», «Независимая газета». Корпус текстов составил

100 англоязычных и 100 русскоязычных статей, посвященных терроризму как главному врагу в США и России.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области дискурса СМИ, коммуникативной лингвистики и стилистики (И. В. Арнольд, Д. Р. Акоповой, А. Н. Баранова, В. А. Буряковской, Н. Ю. Гончаровой, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, М. Р. Желтухиной, О. С. Иссерс, М. Ю. Казак, Н. А. Кузьминой, А. Л. Кораловой, Д. С. Малюковой, О. Л. Михалевой, А. А. Негрышева, К. В. Никитиной, Д. Б. Ольховикова, Г. Г. Почепцова, А. П. Чудинова, И. А. Стернина, Е. А. Шкуратовой, Л. П. Крысиной, Р. М. Блакар, С. Г. Кара-Мурзы, Дж. Остина, Дж. Серля, Т. ван Дейк, а также J. Cornelissen, El. Crawford, M. Domingues, O. Hargie, G. Lakoff, J. Zinken).

Междисциплинарный характер изучаемого явления определяет выбор методов исследования. Для решения поставленных задач применяется комплексный подход, основой которого является применение общетеоретических и частных лингвистических концепций, принципов и методов анализа. В том числе классификация и систематизация, контент-анализ, качественный и количественный анализ содержания текстов, выявление особенностей употребления языковых средств в дискурсе СМИ, метод метафорического моделирования, сопоставительный анализ.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования его результатов на практических и теоретических занятиях в ходе преподавания английского языка.

Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. Во введении формулируется цель и задачи работы, обосновывается ее актуальность и практическая ценность. Первая глава посвящена рассмотрению понятия медиадискурс и описанию коммуникативных стратегий и тактик создания образа терроризма как главного врага. Во второй главе выявлены и описаны различные стилистические средства создания образности в дискурсе СМИ, посвященном проблемам

терроризма в США и России. Особое внимание уделено метафорическим моделям. Проанализировано соотношение их употребления в англоязычном и русскоязычном медийном дискурсе по частотности. В заключении даны общие выводы по работе.

1. Образность в дискурсе средств массовой информации

1.1. Специфика дискурса средств массовой информации

Современные средства массовой информации не зря называют «четвертой властью». Печать, телевидение, радио, информационные агентства, интернет являются неотъемлемой частью жизни человека, средствами приобщения к мировым событиям. Человеку необходимо быть в курсе происходящего, чтобы ориентироваться в современном мире. СМИ не только информируют, развлекают читателей, отражают культурные процессы и актуальные проблемы жизни, но и обладают воздействующей функцией. Ценность сообщения зависит не только от самих фактов, но и от того, как эти факты интерпретируются и подаются. Внимательный отбор информации и способ её подачи позволяют оказывать регулятивное воздействие и создавать определенные образы, нужные автору. По мнению Н. А. Кузьминой, «СМИ выступают и как инструмент власти, и как орудие осуществления информационного диктата, и как способ когнитивной обработки социума и индивида с целью формирования особой картины мира» [Кузьмина, 2011: 6].

Воздействие на общественное мнение посредством массмедиа изучается различными науками, такими как политология, социология, PR-технология и другими. Д. С. Найдина отмечает, что «лингвистическая сторона манипулирования исследована недостаточно для глубокого и полного понимания сущности процессов, происходящих во время воздействия, а также для понимания того, какие языковые средства вовлечены в манипулирование и каков эффект их воздействия» [Найдина, 2013: 2]. Подтверждением этому становятся многочисленные исследования современных отечественных и зарубежных лингвистов, посвященные различным аспектам медиадискурса в целом, и языковым способам реализации стратегий, тактик, приемов достижения манипулятивного эффекта, в частности (А. Н. Баранова, Р. М. Блакар, О. С. Иссерс, С. Г. Кара-Мурзы, О. Л. Михалевой, П. Б. Паршина, В. Е. Чернявской).

На сегодняшний день понятие «дискурс» считается востребованным целым рядом различных наук, а, следовательно, является многозначным. В самом общем понимании дискурс – это речь, беседа или текст как объект лингвистического исследования. С течением времени в период становления теории дискурса интерес к изучению текста повышался, углублялось изучение связей языка с различными сторонами человеческой деятельности, реализуемыми через текст. На современном этапе развития лингвистики дискурс признается высшей единицей языка, обладающей определенными свойствами. По своей структуре дискурс отличается от всех других единиц языка, из которых он строится. Он функционирует как целое и обладает регулярной полной или частичной воспроизводимостью в языке. Дискурс одного языка переводится на другой язык как целая единица. Исследователи отмечают, что дискурс обладает языковой и этноязыковой спецификой, сюда относятся: лингвостилистические и лингвокультурные моменты, проявляющиеся на уровне дискурса, а также специфическими жанровыми характеристиками и разной употребительностью дискурсивных моделей в разных лингвистических культурах. Кроме того, дискурс обладает структурной спецификой в том или ином языке как модель некоторой ситуации.

Современный исследователь дискурса А. К. Хурматуллин выделяет четыре подхода к определению дискурса: коммуникативный (функциональный), структурно-синтаксический, структурно-стилистический и социально-прагматический. При этом автор отдаёт приоритет в описании дискурса нидерландскому учёному Т. А. Ван Дейку, который считает дискурс «сложным коммуникативным явлением, включающим, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, установку, цели адресата), необходимые для понимания текста» [Ван Дейк, цит. по Хурматуллин, 2009: 34].

На сегодняшний день всё большее число исследователей работают в русле особого современного направления – медиалингвистики. В XXI веке появились новые понятия: медиадискурс, медиатекст, медиаобраз.

Т. Г. Добросклонская изучает язык масс-медиа и дискурс СМИ как феномен, обладающий рядом специфических свойств. Под медиадискурсом автор признаёт «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается, как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская, 2016: 17]. То есть, это всё многообразие текстов, функционирующих в сфере медиа вместе с языковыми и экстралингвистическими характеристиками, учитываемыми при создании, распространении и восприятии этих текстов.

Л. Р. Дускаева, занимающаяся описанием классификаций журналистских речевых жанров на едином основании – интенции коммуникативного взаимодействия автора и адресата, придает массмедийному дискурсу «деятельностную трактовку» и рассматривает его как «речевое воплощение социального ориентирования читательской аудитории, которое осуществляется в трех направлениях — информировании, оценочном диагностировании и стимулировании социальной активности» [Дускаева, 2014: 24].

Вслед за Мазуриной Е.Н. считаем необходимым отметить, что медиатекст обладает высокой степенью стандартизации, то есть он характеризуется наличием большого количества устойчивых и клишированных выражений, штампов, лексикализованных метафор, стандартных терминов и названий. Еще одним характерным свойством медиатекста является экспрессивность языка как способ привлечения внимания аудитории, выражения отношения к передаваемой информации, а также наличие оценочных эпитетов, прямых обращений к читателю. В медиатекстах часто используется разговорная, сниженная лексика. Образная фразеология и идиоматическая лексика, игра слов, каламбуры, пословицы и поговорки также характерны для текстов, встречающихся в средствах массовой информации. Специфической чертой медиатекста является широкое употребление фигур речи, таких как гиперболы, литоты, образные сравнения, метафоры, метонимия и др., а также реалий

общественной, политической и культурной жизни, аллюзий из литературы, истории, кино и цитат [Мазурина, 2013: 17].

Отечественный исследователь коммуникативных характеристик массовой культуры в медийном дискурсе В. А. Буряковская, опираясь на точку зрения А. В. Полонского, выделяет основные дискурсивные практики, реализующие следующие цели медийного дискурса: распространение и обеспечение доступности информации для широкой аудитории; тиражирование информации, ее повторяемость; репликацию, то есть воспроизведение того же информационно-идеологического содержания в другой форме; ротацию, то есть регулярно-периодическое обновление информации; перекодирование – воспроизведение того же информационно-идеологического содержания в другой знаковой системе; реферирование как прием аналитического свертывания; развертывание (логико-смысловое, образно-метафорическое и др.); аппроксимацию, то есть приближенное представление, изложение сложного смысла в доступной аудитории форме; информационно-идеологическое сопровождение; регулярную актуализацию информации, ее оптимизацию, корректировку содержания и формы с целью повышения эффективности [Буряковская, 2014: 25].

Особое внимание изучению дискурсивных практик в лингвистике уделила О. С. Иссерс. Автор считает более правильным говорить о системе дискурсивных практик как оптимальном способе осмысления «коммуникативной реальности», действительной практике пользования языком. Опираясь на мнение Дж. Остин, она поясняет, что «речевые действия обладают определенной перформативной силой – возможностью изменять реальность. Язык используется перформативно, то есть для достижения определенных эффектов или вызывания определенных последствий, например, когда мы обещаем, отдаем приказы, даём определение ситуации» [Иссерс, 2015: 19].

В одной из своих статей Т. Г. Добросклонская рассматривает модель развертывания информации. Создание образов, наряду с отбором фактов,

освещением событий, формированием стереотипов и культурно-идеологическим контекстом, является, по мнению автора, одним из компонентов рассматриваемой модели, позволяющим не только изучить механизм превращения события реальной жизни в событие медийное, но и понять особенности влияния медиасреды на формирование информационной картины мира, как в индивидуальном, так и в общественном сознании. «Каждое из звеньев информационной модели играет важную роль при реализации идеологической, или интерпретационной функции СМИ, что имеет особое методологическое значение с точки зрения критического осмысления содержания, заполняющего массмедийное пространство» [Добросклонская, 2016: 18]. Запоминающиеся образы, которые могут содержать как позитивный, так и негативный оценочный компонент, способны оказывать влияние на восприятие события.

Интересующее нас понятие медиаобраз еще не имеет четкого определения. М. Ю. Казак приводит в одной из своих статей обзор дефиниций термина «медиаобраз», предлагаемых в научной литературе. Так, медиаобраз – это, прежде всего, «феномен, рожденный СМИ». Это особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией. Некоторые исследователи определяют медиаобраз как совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ или как форму существования массового сознания. Кроме того, медиаобраз рассматривают как структурный визуально-эмоциональный компонент виртуальной реальности, представляющий собой медийную модель объективного бытия, запечатленную в информационных носителях и общественном сознании» [Казак, 2016: 357].

Более подробно вопрос создания негативного образа терроризма в американских и русских газетных статьях будет рассмотрен во второй главе нашего исследования.

1.2. Коммуникативные стратегии и тактики при создании образа главного врага в медийном дискурсе

Коммуникация является центральным объектом, изучаемым коммуникативной лингвистикой. Язык как средство общения, ситуации общения, ролевая структура, правила сотрудничества, речевые акты, речевой этикет находятся в фокусе коммуникативной лингвистики [Арнольд, 1991:11].

Множество определений термина «коммуникация» говорит о длительности и актуальности проблемы его изучения. По мнению Э. Барноу, теоретика в области изучения массовой коммуникации, центральное положение коммуникации в истории человечества убедительно объясняет, почему такие различные отрасли познания, как антропология, искусство, образование, этнология, история, журналистика, право, лингвистика, философия, политология, психология и социология – все тяготеют к изучению коммуникационных процессов [Барноу, 2014: 246].

Исследованию различных аспектов коммуникативной деятельности, общения и речевого воздействия посвящено множество концепций отечественных и зарубежных авторов, таких как Л. П. Баранов, А. А. Волков, В. З. Демьянков, Ж. Дюбуа, М. Р. Желтухина, А. А. Ивин, О. С. Иссерс, А. А. Леонтьева, А. Н. Леонтьева, И. Коппершмидт, А. А. Котов, Л. Ольбрехт-Тытек, П. Б. Паршин, Х. Перельман, Ю. К. Пирогова, З. Д. Попова, Г. Г. Почепцов, И. А. Стернин, Е. Ф. Тарасов, Л. Л. Федорова, О. Н. Чарыкова, Г. П. Щедровицкий и др.

Слово «коммуникация» – одно из многих иностранных слов, которые в настоящее время широко употребляются в русском языке. Оно происходит от латинского слова “*communico*”, что означает «делаю общим, связываю, соединяю, общаюсь» [ЛЭС, 2009].

В общем смысле под коммуникацией понимают передачу сообщения, обмен мыслями, то есть – общение. Некоторые исследователи выделяют несущественные смысловые различия между словами коммуникация и

общение. Так, общение – это обычно коммуникация между конкретными людьми, персонифицированное общение, предмет практического изучения и описания. А коммуникация – это процесс обмена информацией как деперсонифицированное явление, как абстрагированный от конкретной ситуации процесс, предмет теоретического исследования. Но в большинстве случаев эти слова – синонимы [Чарыкова и др., 2012: 206].

Нередко коммуникация рассматривается как социальный процесс, выполняющий функцию связующего звена или совокупность технических средств, созданных человеком для передачи содержания. В процессе коммуникации происходит передача содержания от одного сознания к другому при помощи знаков. Коммуникация может осуществляться и вербальными и невербальными средствами, но именно вербальная коммуникация является для человека основной универсальной формой общения, кодирования и передачи информации. Язык является не только важнейшим средством взаимодействия людей в процессе жизнедеятельности, но и выступает как инструмент мышления, орудие познания.

Исследователь речевого воздействия О. С. Иссерс определяет речевое общение как «совместную деятельность коммуникантов, в процессе которой они взаимно регулируют действия, управляют мыслительными процессами, корректируют представления, убеждения партнёра по коммуникации» [Иссерс, 2011: 33].

Речевое общение состоит из таких компонентов, как говорящий, адресат, сообщение, контекст, специфика контакта и код сообщения. Передача сообщения состоит в производстве или воспроизводстве текста. Говорящий или отправитель информации кодирует содержание мысли в выстроенную определенным образом последовательность звуковых или графических сигналов, то есть создает текст. Содержащаяся в нем информация предназначена для слушающего или адресата. Понимание или декодирование сообщения на этапе его приёма заключается в адекватном воспроизведении слушающим той информации, которая была закодирована говорящим в тексте.

Под контекстом понимают информацию сообщения и ситуацию, в которой производится высказывание. Каналом называют вид коммуникации, письменный или устный. А код – это язык, на котором производится высказывание.

Коммуникация состоит из коммуникативных актов – отдельных фрагментов, принадлежащих её конкретным участникам и имеющих определенные цели.

Анализ коммуникации представляет большой интерес для исследователей. При этом её процесс удобно представлять в виде модели. Моделей коммуникации существует огромное множество. Наиболее известна по мнению О. Н. Чарыковой и др. модель американского математика К. Шеннона, которая включает следующие компоненты: источник информации, передатчик информации, канал передачи, приёмник, конечная цель. В акте коммуникации также могут участвовать наблюдатель или наблюдатели [Чарыкова и др., 2012: 207].

Американский исследователь Г. Д. Лассвелл вывел классическую формулу коммуникации:

Who says what → to whom → in which channel → with what effect?

Кто → что говорит кому → по какому каналу → с каким эффектом?

[Lasswell, цит. по Панарину, 2015: 54].

Модели коммуникации возникают исходя из разных задач, которые стоят перед исследователем. В области прикладных коммуникаций таких, как, например, PR-технологии, реклама и пропаганда, коммуникатор пытается внести изменение в коммуникацию, чтобы перевести своего адресата на иной тип поведения. Пропаганду даже часто определяют как такой тип коммуникации, где могут расходиться цели коммуникатора и адресата, то есть, коммуникатор может переводить адресата на цели, выгодные не ему, а коммуникатору [Почепцов, 2001: 20].

Важной признана проблема выделения функций коммуникации. Функции реализуются в процессе коммуникации. В современной коммуникативной

лингвистике принято разграничивать функции коммуникации как социального явления и функции отдельных коммуникативных актов, число которых не поддается исчислению, и, поэтому каждый коммуникативный акт имеет только одну функцию – коммуникативную, то есть функцию передачи информации.

Р. Димблби и Г. Бёртон выделили следующие функции с прагматической точки зрения: предупреждение, совет, информация, убеждение, выражение мнения, развлечение [Dimbleby & Burton, цит. по Hargie, 2011: 9].

Выделяют и другие функции: эмотивную, конативную, референтную, поэтическую, фатическую, метаязыковую, управленческую, информативную, магическую и этническую.

Общение неоднородно, и потому разными авторами коммуникация подразделяется на виды на основании разных признаков: по теме общения, по составу коммуникантов, по направленности на аудиторию, по цели общения, по степени официальности, по форме общения, по свободе выбора партнёра, по степени проявления личности в общении, по продолжительности общения, по соотношению формы и содержания.

Традиционно выделяют базовые виды коммуникации, которые преимущественно совпадают у разных авторов и дополнительные виды, которые у каждого автора свои. К базовым относят интерперсональную, межличностную, групповую, массовую и виртуальную коммуникацию. Под интерперсональной коммуникацией понимают внутренний монолог человека с самим собой. Межличностная коммуникация представляет собой диалог двух участников, иногда в присутствии наблюдателей. Общение внутри группы, общение с группой, общение групп друг с другом относят к групповой коммуникации. Массовая коммуникация осуществляется с помощью газет, радио, телевидения и Интернета, а виртуальная коммуникация основана на компьютерно-коммуникационных технологиях.

Среди дополнительных видов коммуникации отметим следующие выделяемые некоторыми авторами виды: межкультурная коммуникация, международная коммуникация, организационная коммуникация, политическая

и бытовая. Межкультурная коммуникация – это общение носителей разных культур. Международная представляет собой коммуникацию на уровне международных контактов. Организационная коммуникация распространена в деловой и производственной сфере. Политическая коммуникация структурирует политическую деятельность, осуществляющуюся как между индивидами, так и между управляющими и управляемыми. К бытовой относится коммуникация, связанная с повседневной жизнью.

Коммуникация протекает в основном в рамках двух основных каналов: вербального и невербального. Вербальная коммуникация строится на лексически выделенных единицах, соответствующих реалиям мира. Это приводит к большому числу единиц словаря, из которых складывается бесконечное число сообщений. Невербальная коммуникация не обладает подобным набором заранее установленных единиц. Отсутствие элементарных единиц делает более универсальным процесс восприятия невербальной коммуникации, поскольку не требует предварительного знания списка единиц для понимания сообщения.

Многие исследования в коммуникативной лингвистике посвящены воздействию роли коммуникации. Так, Г. Г. Почепцов в своей работе по теории коммуникации говорит о коммуникации как о процессе перекодировки вербального в невербальное и наоборот. То есть для коммуникации существенен переход от говорения одного человека к действиям другого. Исторически, по мнению Г. Г. Почепцова, коммуникацией было именно это: принуждение другого к выполнению того или иного действия [Почепцов, 2001: 16]. Следовательно, важную роль в процессе коммуникации играет эффективное речевое воздействие.

Наука об эффективном общении сформировалась в конце XX века, объединив усилия представителей прагмалингвистики, психолингвистики, коммуникативной лингвистики, теории коммуникации, риторики, логики, психологии речи, социальной психологии и психологии личности, рекламы, менеджмента и социологии, связей с общественностью и конфликтологии.

Термин «речевое воздействие» для науки об эффективном общении был предложен И. А. Стерниным в 1990 году. Становление речевого воздействия как науки, по мнению И. А. Стернина обусловлено рядом причин, как социально-политического (развитие демократии, появление идеи о свободе личности), психологического (смена концепции человека в обществе в связи с развитием культуры, литературы и искусства) и экономического характера (конкуренция, кризис перепроизводства и изменения в отношении к труду). Кроме того, существуют коммуникативные причины появления науки об эффективном общении: они связаны с расширением сфер общения людей, увеличение числа ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга [Стернин, 2016: 443 - 446].

Эффективность общения определяется достижением поставленных целей. Цели воздействия в общении бывают разными и подразделяются на информационную (донести информацию до собеседника и получить подтверждение о ее получении), предметную (что-либо узнать, получить, изменить в поведении собеседника) и коммуникативную (сформировать определенные отношения с собеседником). Наиболее эффективным является воздействие, при котором достигаются все поставленные цели, но так бывает далеко не всегда.

Кроме достижения поставленных целей для эффективного речевого воздействия важным является знание собеседниками общих законов общения, а также использование нормативных правил общения и приёмов речевого воздействия. Нормативные правила общения описывают принятые в обществе нормы и правила вежливого культурного общения, иными словами, правила речевого этикета. А под правилами речевого воздействия подразумеваются способы эффективного воздействия на собеседника в различных коммуникативных ситуациях.

И. А. Стернин в своем труде о речевом воздействии говорит о невозможности «обойтись без слова закон применительно к общению, поскольку этот термин легко находит своё место в парадигме закон – правило

– приём» [Стернин, 2016: 462]. Коммуникативные законы представляют собой устойчивые взаимоотношения и взаимосвязи между компонентами коммуникативной ситуации, повторяющиеся в разных коммуникативных ситуациях, независимо от того, кто участвует в общении и с какой целью.

И. А. Стернин приводит краткий обзор основных коммуникативных законов общения, таких как: закон зеркального развития общения; закон зависимости эффективного общения от объема коммуникативных усилий; закон прогрессирующего нетерпения слушателей; закон падения интеллекта аудитории с увеличением её размера; закон коммуникативного самосохранения; закон ритма общения; закон речевого самовоздействия; закон доверия к простым словам; закон притяжения критики; закон самопорождения информации в группе общения; закон модификации отклоняющегося коммуникативного поведения слушателя; закон ускоренного распространения негативной информации; закон искажения информации при ее передаче («закон испорченного телефона»); закон детального обсуждения мелочей; закон надоедания постоянного круга общения; закон влияния ближнего круга; закон эмоциональной аффилиации; закон речевого усиления эмоций; закон речевого поглощения эмоций; закон эмоционального подавления логики.

Автор отмечает, что знание данных наиболее ярких законов общения, умение их распознавать, сознательно использовать, а иногда и противостоять им является важной составляющей коммуникативной грамотности [Стернин, 2016: 469].

Коммуникативная лингвистика на современном этапе представлена направлениями исследования ряда актуальных проблем, связанных с такими коммуникативными единицами как высказывание, дискурс, речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия и речевая тактика.

Поскольку понятия дискурс и, в частности, медийный дискурс мы рассматриваем в первом параграфе данной главы, перейдем к описанию понятий речевой акт, жанр, речевая стратегия и тактика.

Речевая деятельность – один из видов человеческой деятельности, поэтому высказывание (текст) можно представить как действие. Это действие, определяемое целью говорящего, и называется «речевой акт», «речевой поступок», «речевое действие» [Михальская, 1996: 56].

Важнейшей составляющей коммуникативной лингвистики является логико-философская доктрина речевых актов, созданная Джоном Остиным и Джоном Сёрлем в 60 – 70-х годах XX века. В этой теории даётся систематическое представление того, что мы делаем, когда говорим (по Остину: *how to do things with words*). Развивалась данная теория сперва в философии языка и прагматически ориентированной общей теории деятельности, а затем и в ряде направлений лингвистики.

«Речевым актом» в этой теории называется такой процесс общения определенных индивидов, в котором помимо высказывания осмысленных выражений, имеет место интерактивное воздействие коммуникантов друг на друга. Субъект речевого акта – говорящий – производит высказывание, рассчитанное на восприятие его адресатом – слушающим. Высказывание выступает одновременно и как продукт речевого акта, и как инструмент достижения определенной цели. Направленный мотивированный выбор языковых единиц осуществляется именно адресантом. Единицей такого выбора при исследовании речевой деятельности адресанта стала иллокуция, которая занимает важное место в триаде внутренней стороны речевого акта – локуции, иллокуции и перлокуции [Остин, 1986: 108].

В качестве основных единиц коммуникации в теории речевых актов рассматриваются не отдельные слова или предложения, а многоплановые по своей структуре определенные речевые действия или локутивные акты, выступающие в качестве носителей определенных коммуникативных заданий, то есть в функции перлокутивных актов, и направленные на достижение определенных эффектов, то есть выступающие в функции иллокутивных актов.

Локуция речевого акта – это момент произнесения отправителем текста выбранной языковой единицы. В процессе говорения (от латинского *in locution*

– в разговоре, в беседе, в речи) человек совершает некоторое действие, имеющее какую-то внеязыковую цель: он информирует, уверяет или предупреждает, критикует кого-то за что-то или же выражает безразличное отношение к кому-либо или чему-либо.

Иллокуция состоит в выборе наиболее адекватных средств из инструментария единиц различных языковых уровней, обладающих модально-оценочным значением, соответствующих лексем и конструкций из экспрессивно-стилистического ряда синонимов с целью смутить, шокировать или же, так или иначе, повлиять на эмоциональное состояние. Посредством говорения (от латинского *per locution* – через речь, сквозь разговор, вследствие беседы, из-за разговора) человек достигает определенных результатов, производя те или иные изменения в окружающей его действительности и в сознании своего собеседника [Белобородова, 2010: 237]. Итак, в составе речевого акта выделяют локуцию (в отношении к используемым (языковым) средствам), иллокуцию (в отношении к цели и условиям осуществления), перлокуцию (в отношении к результатам).

По мнению Н. Д. Арутюновой, речевой акт – целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе. Основными чертами речевого акта являются намеренность (интенциональность), целеустремленность и конвенциональность [Арутюнова, 1990: 412].

Универсальные свойства речевого акта противопоставлены тем, которые специфичны для конкретного языка: перлокуции всегда универсальны, а иллокуции бывают как универсальными, так и специфическими.

Джон Сёрл ввел в науку также понятие пропозициональных актов, которые подразделяются на акты референции, то есть отнесения к миру, и акты предикации, то есть высказывания о мире [Сусов, 2006: 10.2.2].

И все же основное внимание в теории уделяется структуре иллокутивных актов. Существует несколько типологий и классификаций иллокутивных целей или речевых намерений, созданных в рамках теории речевых актов, не только

Дж. Сёрлем и Дж. Остиным, но также Л. П. Якубинским, А. П. Пешковским и др.

Так, И. Н. Борисова, исследователь иллокутивных целей обобщила существующие типологии и предложила свою классификацию. По её мнению речевые поступки подразделяются на: директивы, комиссию, экспрессию, вердиктивы, репрезентативы и коммуникативные регулятивы.

Директивы (выражают попытку адресанта побудить адресата к действию или бездействию, повлиять на мировоззрение, установки, эмоции адресата, вызвать в них желаемые изменения). К директивам относятся: агитация, жалоба, заверение, запрет, инструкция, команда, наказ, поручение, подстрекательство, предложение, предписание, приглашение, призыв, приказ, принуждение, просьба, разрешение, распоряжение, рекламация, рекомендация, совет, требование, убеждение, уверение, увещивание, уговаривание, угроза, ультиматум, урезонивание, успокаивание, утешение, ходатайство, шантаж и т.д.

Комиссия – это принятие на себя обязательств. К ней относятся: гарантирование, зарок, заявление о намерениях, клятва, обет, обещание, обязательство, ратификация, отказ выполнить просьбу, отклонение предложения, признание вины, согласие выполнить просьбу, подтверждение намерений, присяга, ручательство, «честное слово» и т.п.

Экспрессия ориентирована на самовыражение адресанта и делится на два подкласса в зависимости от степени социально-этикетной обусловленности экспрессивного проявления в данной ситуации. Экспрессивы бывают двух видов: эмоционально-личностные экспрессивы – эмотивы: выражают возникающие в ходе общения чувства, эмоциональные оценки и эмоционально окрашенные отношения: радость, печаль, боль, гнев, удовольствие, недовольство, обиду, досаду, удовлетворенность, заинтересованность, безразличие, негодование, возмущение, симпатии и антипатии и социально-этикетные экспрессивы (регулируют эмоциональные проявления в социально регламентированных этикетных и ритуализованных ситуациях). К ним относят благодарность, благословение, вокатив (различные формы обращений,

например величание, титулование, уменьшительно-ласкательные и презрительно-уничижительные формы), извинение, напутствие, приветствие, прощание, прощение (принятие извинения), поздравление, пожелание, представление (незнакомому лицу), соболезнование, сочувствие, тост.

Вердиктивы (оценки) подразделяются на валюативы и суппозитивы. Валюативы выражают оценочное мнение и мнение-суждение: возражение, дискутирование, опровержение, оспаривание, осуждение, отрицание, полемизирование, порицание, «пререкания», «препирательства», протест, сомнение, выговор, диагноз, жалоба, заключение, замечание, издевка, инвектива, интерпретация, иронизирование, колкость, комплимент, лесть, насмешка, обвинение, обличение, оправдание, острота, призыв к стыду и совести, похвала, приговор, покаяние, рекламирование, рекомендация, согласие, сожаление, укор, уличение, упрек, характеристика, хвастовство, шутка. Суппозитивы выражают мнение-предложение: догадка, допущение, опасение, предостережение, предложение, предсказание, предупреждение, прогноз, прорицание, угадывание.

Репрезентативы оперируют информацией: выдача секретов и тайн, выяснение, дескриптив (описание предмета, лица, явления), доклад, донос, запрос, заявление, извещение, исповедь, истолкование, комментарий, констатив, коррекция, намек, напоминание, нарратив, объявление, ответ на вопрос, отчёт, признание в чувствах, рапорт, провокация, репродуктив (передача чужой речи посредством зачитывания, пересказа, перефразирования, повтора, цитирования), рогатив (запрос информации, уточняющий вопрос), сообщение, уведомление, экспликатив (аргументирование, вывод, иллюстрирование, обоснование, объяснение, рассуждение), умолчание.

Коммуникативные регулятивы, связанные с «организационными аспектами взаимодействия: речевые поддержки, подтверждения наличия контакта, тематическая инициатива, отказ от темы, мена темы, различные способы передачи и захвата коммуникативной инициативы, асематические контактивы, заполнители пауз [Борисова, 2009: 188-190].

Речевой акт – это не только передача информации, но и нечто, вовлекающее в себя динамику интеллекта и эмоций, то или иное высказывание сего выбором слов и расстановкой акцентов может привести к переоценке ценностной системы говорящих. Последовательность речевых актов образует дискурс, то есть связный текст, отражающий некоторое событие «живой» действительности».

На современном этапе с развитием прагмалингвистики в целом и коммуникативной лингвистики в частности особое внимание стало уделяться правилам и конвенциям языкового общения, организующим чередование речевых актов коммуникантов, структурирование и упорядочение в смысловом и формальном аспектах линейно развертывающегося дискурса, диктующим отбор языковых средств и построения высказываний с учётом требований количества, качества и релевантности передаваемой информации, подходящего способа её передачи, соблюдения вежливости к собеседнику, допущения в определённых случаях иронии, учёта статусных ролей коммуникантов, предвидения имеющихся у собеседника знаний и его информационных потребностей.

Для коммуникативной лингвистики актуально изучение приёмов речевого поведения, наиболее эффективных в плане стратегии говорящего [Малюкова, 2011; Иссерс, 2011; Стернин, 2012].

Коммуникация преследует определённые цели. Для достижения коммуникативных целей используются определенные приёмы, которые называют коммуникативными или речевыми стратегиями и тактиками. Многие работы отечественных и зарубежных авторов посвящены выработке подобных приемов и анализу условий коммуникативной успешности, например, таких, как О. Я. Гойхман, О. С. Иссерс, Т. М. Надеина, Н. Н. Романова, А. В. Филиппов, Е. Н. Зарецкая, Е. В. Ключев, Г. Г. Почепцов, Т. Д. Чхетиана, С. И. Виноградов, М. Н. Смирнова, О. Н. Шаповалова, А. В. Капишникова, И. П. Тарасова, а также P. Brown, S. Levinson, M. Parks, M. Redmond и др.

Понятия коммуникативной стратегии и тактики не являются открытием последнего десятилетия. Активное употребление этих терминов началось с середины 80-х годов, что отразило усиление коммуникативно-прагматического подхода к анализу языковых фактов.

Понятия стратегии и тактика были заимствованы лингвистической наукой из военной терминологии. В военном деле стратегию и тактику определяют как искусство проведения крупных операций и науку о ведении войны, целью которой является не кооперация, а победа [Иссерс, 2011: 182].

Так, в полемике верх нередко одерживает не тот, на чьей стороне истина, а тот, кто умеет быстро и точно анализировать речь оппонента, быстро реагировать на неё и продуктивно организовывать свою речь. При этом необходимо находить такую форму выражения, которая была бы убедительна именно для того, кого убеждаешь.

Поэтому часто говорят о таком свойстве коммуникации как стратегичность, поскольку они мотивируется желанием говорящего достичь посредством своих речевых действий определенных социальных результатов.

Д. С. Малюкова вслед за О.С. Иссерс разграничивает понятия стратегий и тактик, а также считает, что они «связаны родовидовыми отношениями» [Малюкова, 2011: 24]. Так, тактика есть конкретный приём или способ, отдельный инструмент реализации общей стратегии. А стратегия – общий план использования частных приёмов, то есть тактик, для осуществления авторского намерения и достижения поставленной цели.

Согласно Т. В. Матвеевой, если речевая стратегия определяется основную задачу и генеральную интенцию общения, то речевая тактика – способ решения одной из последовательно решаемых задач в рамках избранной речевой стратегии [Матвеева, 1990: 56].

Е. А. Шкуратова признает, что «достижение поставленной цели невозможно без планирования и прогнозирования своих действия и деятельности, то есть без применения стратегий и соответствующих тактик» [Шкуратова, 2013: 204].

Г.Л. Золотова и др. в своей работе, посвященной коммуникативной грамматике русского языка считают, что «тактикой текста определяются приемы и принципы соединения, сцепления единиц, создающие дополнительные смыслы, и конструктивно-семантические, и субъективно-оценочные. Тактика – комплекс языковых и речевых приёмов построения текста, анализом текста и выявляемый. Если выявление тактики текста показывает, как строится текст, то выявление стратегии текста отвечало бы на вопрос зачем, для чего этот текст создается. Тактика текста избирается и организуется текстовой стратегией его автора. Текстовая стратегия, в которую входят понятия замысла, позиции, мировосприятия, отношения автора к предмету и поставленной им проблеме, его прагматических интересов, в отличие от тактики, осуществляемой в тексте, стоит как бы за текстом, или над текстом. Чем адекватнее анализ тактики текста, тем достовернее понимание стратегии автора. Но стратегия автора – категория гипотетическая, абсолютное знание её невозможно, и читатель, и исследователь может в разной степени только приближаться к нему» [Золотова и др., 1998: 446].

Принимая во внимание мнение цитируемых выше авторов о субъективности выявления той или иной стратегии, мы ставим перед собой задачу выявления коммуникативных стратегий и тактик, используемых авторами американских и русских газетных изданий для создания образа терроризма как главного врага. При анализе языкового материала мы будем опираться на то, что чем тщательнее будут проанализированы тактики, применяемые авторами в текстах статей, тем яснее это позволит нам увидеть реализуемые стратегии.

Классификаций стратегий и тактик в теории лингвистики много. Каждая классификация зависит от выбранного основания. Традиционно принято разграничивать общие и частные стратегии. При этом исчерпывающая классификация частных стратегий представляется затруднительной в силу многообразия коммуникативных ситуаций.

В зависимости от намерений стратегии подразделяются на конкретные (например, просьба, утешение) и общие (установление и поддержание статуса, проявление власти, подтверждение солидарности).

Е. М. Лазуткина, анализируя тактики и стратегии в разговорной речи отмечает, что «по отношению участников диалога к такому принципу организации речевого общения, как солидарность, или кооперация, речевые стратегии можно разделить на кооперативные и некооперативные. К кооперативным стратегиям относятся разные типы информационных и интерпретационных диалогов; например, сообщение информации (инициатор – активный участник диалога); выяснение истинного положения вещей (спор, обмен мнениями по какому-либо вопросу: активны все участники); диалоги с ожиданием ответной реплики инициатором диалога и «диалоги», исключающие ответные реплики (к первому разряду относятся просьба, совет, убеждение, увещевания, ко второму – требование, приказ, рекомендация).

К некооперативным стратегиям относятся диалоги, в основе которых лежит нарушение правил речевого общения – доброжелательного сотрудничества, искренности, соблюдения «кодекса» доверия, например, конфликты, ссоры, перебранки, претензии, угрозы, проявления агрессии, злобы, ирония, лукавство, ложь, уклонение от ответа.

Речевые тактики выполняют функцию способов осуществления стратегии речи: они формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора (оценки, мнения, досаду, радость и т.п.). Так, например, в стратегии отказа в выполнении просьбы может быть тактика: а) выдать себя за некомпетентного человека (неспособного к выполнению этой просьбы), б) сослаться на невозможность выполнения просьбы в данное время (на занятость), в) иронии, г) отказа без мотивировки, д) уклониться от ответа, не обещать ничего неопределенного, е) дать ясно понять, что не желает выполнять просьбу. Все эти тактики основаны на некооперативной стратегии речевого поведения участника общения. Вне зависимости от выбранных способов

согласие достигнуто не будет, инициатора ждет коммуникативная неудача» [Лазуткина 2000: 73 - 82].

О. С. Иссерс предлагает подразделять стратегии на основные (когнитивные, семантические) и вспомогательные. Основная стратегия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей. К основным стратегиям автор и его предшественники относят те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата – его модель мира, систему ценностей, поведение. К вспомогательным стратегиям О.С. Иссерс относит прагматические, диалоговые и риторические типы стратегий.

Стратегии самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии объединены автором в один класс прагматических стратегий, способствующих оптимизации речевого воздействия.

Риторические стратегии – это стратегии, в рамках которых используются различные приёмы риторического искусства и риторические техники эффективного воздействия на адресата.

В зависимости от направленности на сознание О. С. Иссерс выделяет стратегии, воздействующие на поведение, на образ мыслей (представление ситуации) и шкалу ценностей говорящего.

К числу речевых тактик, воздействующих на поведение, отнесены тактики подчинения (просьба, приказ, уговоры), тактики совета, предостережения, угрозы и другие.

Воздействие на интерпретацию ситуации осуществляется за счёт тактики редукции (упрощения) и усложнения (принесения дополнительных компонентов).

К речевым тактикам воздействия на шкалу ценностей говорящего относят обвинение и оправдание, упрек, издевку, дискредитацию и другие [Иссерс, 2011: 183].

Стратегии и тактики классифицируются с учётом разных типов дискурса. Так, Д. Р. Аكوпова, изучая политический дискурс как разновидность

персуазивного дискурса, отмечает его манипулятивность. Придерживаясь классификации, предложенной О. Л. Михалёвой, автор выделяет основные стратегии, используемые политиками для построения речей и, как следствие, для максимального достижения своих целей. К ним относятся стратегия на понижение, стратегия на повышение и стратегия театральности.

Стратегия на понижение направлена на дискредитацию политического противника. Она подразумевает использование тактик, имплицитно и эксплицитно выражающих отрицательное отношение к предмету коммуникации. В рамках данной стратегии выделяются тактика анализ – «минус», то есть негативное отношение к ситуации, тактика обвинения, то есть приписывание вины, тактика обличения, то есть обвинение с использованием аргументов и фактов, подтверждающих виновность оппонента и тактика угрозы, то есть запугивание оппонента.

Стратегия на повышение характеризуется желанием говорящего представить себя в выгодном свете, увеличить свою значимость в глазах электората. Данная стратегия реализуется за счет тактики анализ – «плюс», то есть положительного отношения к рассматриваемой ситуации, тактики презентации, то есть представления лица в выгодном свете и тактики отвода критики, то есть приведения аргументов, которые позволили бы оправдать те или иные поступки.

Стратегии театральности было уделено особое внимание при изучении политических текстов. Воздействие на адресата в этом виде стратегии отмечено эмоциональностью. Стратегия театральности реализуется за счет тактики побуждения, то есть стремления заставить аудиторию совершить то или иное действие, тактики размежевания, то есть построения оппозиции «свои» - «чужие» и тактики обещания – обязательства политика осуществить что-либо.

Необходимость убедить аудиторию обуславливает использование определенных стратегий и тактик, которые делают воздействие наиболее эффективным [Акопова, 2013: 403 – 409].

В каждой коммуникативной ситуации используются свои стратегии и тактики в зависимости от той цели, которую хочет достичь автор и с учетом тематики коммуникации. На самом деле, процессы речевого планирования и управления являются сложными феноменами и нуждаются в дальнейшем изучении.

После ознакомления с различными исследованиями, проведенными отечественными и зарубежными авторами, в частности, О. С. Иссерс, О. Л. Михалёвой, В. Е. Чернявской, С. Г. Кара-Мурзой, Д. Р. Акоповой, Д. С. Малюковой и Е. А. Шкуратовой, а также опираясь на выбранный языковой материал, мы выделили основные коммуникативные стратегии, используемые для создания образа терроризма как главного врага в американских и русских СМИ и реализуемые за счёт применения определенного ряда тактических приёмов:

- 1) стратегия оппозиционирования:
 - тактика дискредитации или обвинения;
 - тактика угрозы или запугивания последствиями;
 - тактика восхваления результатов;
- 2) стратегия кооперации:
 - тактика призыва к борьбе;
 - тактика апелляции к фактам или убеждения;
 - тактика обещания.

Стратегия оппозиционирования – одна из главных коммуникативных стратегий создания негативного образа терроризма в целом и террористических группировок, в частности. Оппозиционирование как противопоставление взглядов и действий американской и русской наций против распространения терроризма реализуются в газетных текстах за счёт использования тактик дискредитации или обвинения, угрозы или запугивания последствиями, восхваления результатов. Примеры использования данной стратегии находим как в американских, так и в русских статьях.

“We must blunt its appeal. ISIL claims to have a divine mandate. Suffering military defeats can demonstrate the hollowness of this claim. We are rolling it back in both Iraq and Syria” [USA Today, June 22, 2016]. В основе данного высказывания, на наш взгляд, лежит любимая западом идея об исключительности американского народа. Да, автор напрямую не называет действующих лиц, но не трудно догадаться, кто скрывается за этим безликим “мы”. Именно им, американскому народу, считает автор, предназначено бороться с распространением терроризма и победить его.

Использование американскими авторами противопоставления “мы – американцы” и “они – террористы” соответствует одной из базовых категорий речевого воздействия “свой – чужой” и позволяет крайне выгодно усилить впечатление от создаваемых противоположных образов. Группа “мы” отличается положительными качествами, а “они” показывается в негативном свете. Именно за счёт подобного противопоставления реализуется стратегия оппозиционирования. *“Also, when terrorists threaten us, our response can’t be to target our own constitutional rights. Our rights aren’t the problem, our unwillingness to act to defeat extremists is the problem. We need to decisively and aggressively protect our nation and our ideals. We can’t delay” [The New York Times, December 8, 2015].*

При реализации стратегии оппозиционирования в американских медиатекстах одной из самых действенных и продуктивных является тактика дискредитирования, реализуемая путем демонстрации негативных качеств: *“...put defectors on social media platforms and let them tell the story of the brutality, injustice, exploitation of women, and corrupt and arbitrary nature of rule in ISIL-controlled territory” [USA Today, June 22, 2016].* Отталкивающий негативный образ создается не только за счёт перечисления отрицательных качеств и действий террористов, совершаемых ими зверств, несправедливости, эксплуатации женщин, коррупции и произвола власти, но и благодаря упоминанию о наличии в рядах ИГИЛ дезертиров, что говорит нам о невыносимых условиях пребывания в «Исламском государстве».

Дискредитация, целью которой является подорвать доверие, опорочить, занизить авторитет террористов путем демонстрации негативных качеств, очень популярный приём, используемый авторами российских статей авторитетной прессы: *«Боевики террористического формирования «Исламское государство» (ИГ) ... осуществляют на захваченных территориях кровавый террор, массовые публичные казни мирных граждан. Тысячи людей притесняются. ... «Без разницы, кто перед ними – христиане или мусульмане. Они уничтожают всех, кто против их идей. Они – враги всего человечества и враги ислама» [Известия, 14 ноября 2014].* Автор взывает к читателям, демонстрируя всё ужасы, творимые террористами как против христиан, так и против мусульман, указывает на страдания людей, что находит отклик в сердцах всех верующих, а образ террориста – захватчика, творящего беззаконие, становится еще ярче.

Создавая негативный образ террористических группировок, авторы американских и русских статей пугают читателя, перечисляя ужасные действия террористов. Приводя конкретный пример, автор следующего примера использования тактики демонстрации негативных качеств, подчеркивает, что террористы не останавливаются ни перед чем, даже подростки получают пожизненное заключение в тюрьме за просмотр безобидного, с точки зрения, западного читателя, футбольного матча: *“The report ... documented numerous acts of murder, torture, rape and recruitment of child soldiers by the Islamic State. ... The report recorded allegations of crucifixions, sexual slavery and use of chemical weapons. In one case, the report alleges that 13 teenage boys were sentenced to death for watching a football match” [The New York Times, April 2, 2015].*

В газетных статьях российской качественной прессы террористы, террористические и экстремистские группировки дискредитируются путем демонстрирования отрицательных качеств и приведения примеров терактов, взрывов, атак, кровавой расправы, насилия, казней, наездов грузовиками на пешеходов: *«Потенциальным террористам рассказывают, как лучше всего организовать теракт в аэропортах и общественном транспорте, на*

стадионах, а также обучают приёмам нападения с применением холодного оружия, массового отравления людей и захвата заложников, угроз для женщин и детей, отравлений, а также генерации ложных угроз» [Известия, 22 июля 2016].

Американские журналисты не боятся показать свою нацию в невыгодном свете. Говоря о слабости своих спецслужб, автор следующего примера умело пользуется противопоставлением, чтобы показать разницу между теми, кто призван бороться с терроризмом, и самими террористами, предостеречь от неправильных поступков и указать на возможные последствия: ... *the U.S. – which has pulled out of Iraq and is leaving Afghanistan – seems tired of the battle in the Middle East. “The problem is they’re (ISIL) not tired,” he said. ... “Somebody at some point is going to flip the switch, and when they do we’re going to have a catastrophic event,” Rogers said [USA Today, December 12, 2014].*

Тактика угрозы или запугивания последствиями – это еще один действенный приём в рамках стратегии оппозиционирования. И американские и русские статьи наполнены предостережениями от необдуманных поступков, сведениями о беспомощности спецслужб в борьбе с террористами, предупреждениями против нежелательных последствий: *«Мы должны отдавать себе отчёт в том, что в современном мире условный террорист может взорвать где угодно и что угодно. ... Сам факт того, что террористы раз за разом выбирают в качестве своей мишени Францию, свидетельствует не только о беспомощности ее спецслужб, сколько об избранной ими тактике: если кому-то суждено стать жертвой террористических структур, то ей этого уже не избежать и никакие меры безопасности не спасут ни одну страну мира от этой угрозы» [Ведомости, 18 июля 2016].* Безвыходность ситуации, нависшая над миром угроза международного терроризма, слабая подготовленность спецслужб к предотвращению террористических акций – все это создает образ неизбежности, неотвратимости, фатальности сложившейся ситуации, стопроцентной вероятности совершения террористами очередного террористического акта.

Запугивание последствиями используется для усиления воздействия негативного образа терроризма на сознание читателей: “... *it will be only a matter of time before we see the next incarnation of ISIL. ... And that means even if we do not attack ISIL, it will attack us*” [USA Today, June 22, 2016]. Угроза быть атакованными террористами в случае бездействия и создаваемый образ неизбежной беды и безальтернативности выбора призваны вселить страх и побудить к принятию немедленных мер. “*But the adherents of Islamism are many, and dedicated, and they’ll try again.” “The country’s terror threat has long been judged to be severe, meaning an attack is highly likely” [The New York Times, December 20, 2016].*

Противопоставление тех, кто борется с терроризмом, тем, кто устраивает кровавые теракты, реализуется также за счет сравнения, автор следующего примера предостерегает читателя, показывая, что сила не всегда оказывается на стороне добра и борцам есть к чему стремиться: “... *the Islamic State has developed an “external action command” to train operatives in carrying out sophisticated attacks in the West. Our adversaries are disciplined and coordinated. We need to be much more so to fight them*” [The New York Times, March 22, 2016].

Журналисты отечественных изданий также критикуют принимаемые антитеррористические меры и безысходность сложившейся ситуации, запугивая читателей и делая упор на бездействие властей и недостаточность принимаемых антитеррористических мер: «*Это (взрыв в Кауре) как раз знак того, что власть не может до конца справиться с террористическими группировками. ... это теракт, который совершен либо ИГИЛовцами, либо «Братьями – мусульманами», так что, ничего хорошего это не предвещает, тем более что и та, и другая группировки настроены, конечно, против христиан...» «... террористический акт, аналогичный нынешнему (на Английской набережной в Ницце), предотвратить практически невозможно [Известия, 16 июля 2016].*

Русские авторы предупреждают о последствиях, обвиняя западные страны, и, в первую очередь, Америку в близорукой политике, приведшей к

созданию многочисленных террористических группировок, разрастанию экстремизма, увеличению числа кровавых террористических актов: *«Нам объяснили, что ИГИЛ было создано при содействии американцев ... Американцы, которые захватили этот регион (Ближний Восток) и стали его хозяевами, натворили здесь такое количество бед, совершили такое количество преступлений, что их последствия придется расхлебывать не одно десятилетие» [Известия, 19 октября 2015].*

Американский автор следующего примера не только выигрышно противопоставляет американцев террористам, но и сознательно делит проповедующих ислам на “хороших” и “плохих”, фактически приравнивая последних – иранцев – шиитов к террористам: *“... the U.S. and its non-Muslim partners cannot discredit ISIL. Only Sunni Muslims can do that. ISIL claims it is the protector of Sunni Muslims against the non-believers and “the rejectors” – the Shiite Muslims. ... Iran cannot be a partner in discrediting ISIL. On the contrary, its role in the mass killing of Sunnis in Syria has contributed to the rise of ISIL”* [USA Today, June 22, 2016]. В данном отрывке эффективным образом работает тактика безличного обвинения. Не называя конкретных имён и не приводя подтверждающих фактов, автор создает угрожающий, хищный образ пособника террористов.

Ирак и Сирия, в частности режим Башара Асада, способствуют, по мнению американских журналистов, разжиганию розни на Ближнем Востоке и получению террористами дополнительной выгоды от продажи нефти: *“The Assad Regime has strengthened its grip on part of Syria ... Its recent advances may only force the conflict into a new phase in which extremists groups like ISIS continue to gather strength, taking in fighters from battered rebel battalions”* [The Time, March 7, 2016]. *“ISIS earns about \$40 million a month selling oil from fields in Syria and Iraq, with refined products going to local buyers, while crude oil is sold to middlemen and smugglers with customers in Iraq and Syria, including the Syrian regime, and beyond”* [The New York Times, October 10, 2015].

Как противопоставление отрицательному образу главного врага – терроризма создается положительный образ американских лидеров – борцов при помощи тактики восхваления уже имеющихся результатов борьбы – еще одного широко используемого приёма, помогающего создать противоположные образы: *“After all, combating terror was a priority of the Bush and Obama administrations. Both presidents invested a great deal in preventing external terrorist groups from being able to carry out terror attacks here and were successful in doing so” [USA Today, June 22, 2016].*

В российской прессе противопоставление также реализуется за счёт тактики восхваления результатов проделанной работы: *«Россия значительно продвинулась в борьбе с террористической угрозой. И с каждым годом число смертей от терактов снижается. Я думаю, что РФ удалось взять ситуацию под контроль потому, что она сделала то, чего не смогли западные страны» [Коммерсант, 17 ноября 2015].* Рапортуя о достижениях, автор приводит слова эксперта, в которых явно видно противопоставление России не только терроризму, но и западным странам, так же ведущим борьбу с террористической угрозой.

Американские авторы часто прибегают к помощи тактики восхваления своих результатов в борьбе против террористических группировок: *In 2003, the US led its invasion of Iraq and changed, in the world of jihadists, everything [VOX, November 19, 2015].* Здесь вновь подчеркивается исключительная роль американской нации – спасителя других стран, способного изменить мировой порядок.

Второй основной стратегией, за счёт которой создается образ главного врага в американском и русском медийном дискурсе, мы считаем стратегию кооперации. Тактики призывы к борьбе, обещания, убеждения и апелляции к фактам позволяют авторам достичь своей цели и создать непривлекательный образ терроризма – явления, заставляющего народы сплачиваться и призывать на помощь другие нации, способные помочь в борьбе с терроризмом.

Так, например, заголовок и лид одной статьи, написанной американским автором, звучит как призыв. Автор призывает читателей признать ИГИЛ ложным пророком, не верить в искусственно созданный образ исламиста – борца с неверными: *“Prove ISIL a False Prophet. Destroy its image and achievements and give Sunnis reason to help us” [USA Today, June 22, 2016].*

Призывают к действию, кооперации, борьбе и в российской прессе: *«Госдума обратилась к мировому сообществу с призывом в кратчайшие сроки «остановить и искоренить угрожающее всему цивилизованному человечеству зло в виде международного терроризма, перекрыть ему все источники содействия и финансирования» [Известия, 14 ноября 2014].* Российские авторы, призывая читателей к борьбе, к противодействию международному терроризму, в первую очередь, как мы видим из примеров, делают акцент на совместные действия, объединение с западными странами.

Идея объединения, кооперации, коллективной борьбы заложена во многих утверждениях, приводимых в газетных статьях, ведь только объединив усилия, цивилизованные страны смогут бороться на равных и победить ужасное явление международного терроризма, уверены авторы русских статей: *«... победить терроризм можно только коллективно, когда каждый в отдельности и все вместе станут проявлять бдительность на улицах, вести мониторинг в соцсетях, а депутатский корпус будет поддерживать этот механизм еще и законодательно» [Известия, 20 января 2014].* Их американские коллеги подчеркивают, что в одиночку ни одна страна в мире, Америка в том числе, не способна справиться с терроризмом, и приглашают другие страны вступать в ряды борцов с международным терроризмом: *“We must continue to aggressively contain ISIL and reduce the territory it controls, but we cannot do it alone. ... we give policymakers greater leverage in urging other partners to join the fight ...” [USA Today, September 1, 2015].*

Американские авторы обращаются с призывом через статьи и к своему правительству, призывая его действовать, остановить массовые убийства, а не придумывать обозначения и наименования тем или иным реальным событиям,

требующим вмешательства: *“What the people feeling the bloody edge of Islamic State’s sword need is not someone to characterize the slaughter but someone to put a stop to it” [The Wall Street Journal, March 22, 2016].*

Используя тактический приём апелляции к фактам, авторы в США и России как бы обращаются к читателям за поддержкой и пониманием, просьбой вынести своё суждение о происходящих событиях. Причём особый эффект воздействия достигается за счёт приведения точных цифр, дат, последствий терактов: *«За 15 лет в мире произошло 72 135 терактов, в которых пострадали 169 572 человека, каждый второй погиб. Россия заняла в рейтинге 23-е место, пропустив вперед более опасные Украину (19-е место), Китай (22-е), Ливан (21-е). [Коммерсант, 4 декабря 2016].* Апеллируя к фактам при создании пугающего образа терроризма, американские журналисты тоже часто используют статистические данные различных рейтингов уровня террористической опасности в разных странах: *“That feeling of it happening daily is true when we look at terrorism across the globe. The National Consortium for the Study of Terrorism recorded 14,806 attacks in the Global Terrorism Database in 2015, which averages to 41 attacks per day [USA Today, July 4, 2016].*

В следующем примере российский автор, апеллируя к фактам, перечисляя ужасные теракты, совершенные террористами, хочет убедить читателей в серьезности возможных последствий происходящего, заставляет задуматься об образе жизни, привычках, системе ценностей: *«Давка в Ницце в День взятия Бастилии, стрельба в концертном зале Bataclan и редакции Charlie Hebdo, теракты в Париже и стрельба в Орландо – все это удар по западному гедонизму, по привычному для европейцев образу жизни ... в сознании западного человека идеи свободы и желания получать удовольствие трансформировались в самые примитивные инстинкты – выживания и самосохранения [Ведомости, 18 июля 2016].*

Тактика убеждения отлично работает при реализации стратегии кооперации. Автор следующего примера активно призывает к сотрудничеству, убеждает в необходимости совместных действий, что, на его взгляд,

незамедлительно скажется на результате: «...сотрудничество между спецслужбами России и западных стран позволит эффективнее бороться с терроризмом. ... есть надежда, что международные силы смогут найти взаимопонимание, чтобы достичь необходимого решения для противостояния терроризму...» [Коммерсант, 17 ноября 2015].

Тактика обещания усиливает создаваемый эффект глобальности угрозы терроризма и крайней необходимости в союзниках для победы над ИГИЛ. Американский автор готов пообещать всё что угодно, лишь бы привлечь на свою сторону суннитов: “We need the Sunnis – clerics, tribes and governments – to discredit and replace ISIL on the ground. ... Sunni governance must take the place of ISIL” [USA Today, June 22, 2016].

Один из русских журналистов пользуется тактиками обещания и апелляции к фактам, приводя примеры из истории, для поднятия духа и заверения своих читателей в том, что существуют средства для борьбы с терроризмом: «В 1970-е и 1980-е гг. волны террористических атак, сходные с нынешними, захлёстывали и Великобританию, и Германию, и Италию. Ни одна из этих стран не пожертвовала своими принципами и ценностями Точно также нет сомнений, что справятся с террором европейские страны и сейчас» [Ведомости, 18 июля 2016].

В одном из сообщений USA Today приводится заявление пресс-секретаря Белого Дома о теракте, совершенном в аэропорту Стамбула: “...John Earnest said Ataturk International Airport, like Brussels, “is a symbol of international connections and the ties that bind us together”. “We remain steadfast in our support for Turkey, our NATO ally and partner, along with all of our friends and allies around the world, as we continue to confront the threat of terrorism,” Earnest said [USA Today, June 30, 2016]. Читателей заверяют в том, что США поддерживают Турцию – своего партнёра по НАТО, находятся в тесном сотрудничестве со своими союзниками во всем мире и обещают, что продолжат оказывать совместное сопротивление терроризму.

Подводя итог, резюмируем, что опираясь на исследуемый эмпирический материал, нам удалось выявить коммуникативные стратегии и тактики, при помощи которых в американском и русском дискурсе СМИ создается негативный образ глобальной террористической угрозы. Основными используемыми в газетных статьях стратегиями мы считаем стратегию оппозиционирования, реализуемую посредством тактических приёмов дискредитации или обвинения, угрозы или запугивания последствиями, восхваления результатов. Оппозиционирование, опирающееся на базовую категорию воздействия “свой” - “чужой”, позволяет выгодно противопоставить положительный образ нации-борца создаваемому отрицательному образу терроризма как главного врага. Вторая выявленная стратегия – стратегия кооперации усиливает эффект воздействия пугающей репрезентации терроризма в СМИ на сознание читателей и реализуется, на наш взгляд, за счёт тактик призыва к борьбе, апелляции к фактам и обещания.

2. Образ терроризма как главного врага в американских и русских современных газетных статьях

2.1. Основные стилистические средства образного представления терроризма в американских и русских газетных статьях

Публицистическая образность, в первую очередь, проявляется в языке периодических изданий. В последнее время на первый план выходит стремление к выразительности современных средств массовой информации. Яркость и неожиданность способов выражения мысли, удачная языковая игра, индивидуальность стиля во многих случаях ценятся даже в большей степени, чем ясность и политическая корректность содержания публицистического текста.

Передаваемый языковыми средствами образ является основным средством обобщения действительности, объективным отражением человеческих переживаний и особой формой общественного сознания. Современное общество настолько тесно связано и зависимо от информации, что его часто называют «информационным», а членов этого общества - «потребителями» информации. Главной целью средств массовой информации, в частности газетных статей, является не просто передача информации в виде констатации фактов реальности, а в виде их интерпретаций. Интерпретируя факты, авторы статей воздействуют на общественное мнение и определяют взгляды читателя на окружающий мир [Никитина, 2006: 5].

Чаще всего создаваемый образ и намеренное отклонение от стандартов заставляют читателей глубже понять смысл и увидеть многоплановость картины событий. Образность – это сложная и многозначная категория стилистики, имеющая различные интерпретации в связи с различными осмыслениями понятия образа. Термин «образ» имеет множество самых различных значений. У многих авторов, интересовавшихся этим вопросом, можно заметить явные различия в подходе к образности. Например, И.В. Арнольд под образом понимает «отражение мира в процессе практического его

созидания, т.е. некую модель действительности, восстанавливающую полученную информацию в новой сущности. Отражая мир и материализуясь в тексте, образ отделяется от автора и сам становится фактом реальной действительности» [Арнольд, 2002: 114].

Некоторые теоретики, определяя образ как созданное средствами языка двуплановое изображение, основанное на выражении одного предмета через другой, формулируют условия, необходимые и достаточные для создания образности. Образ может возникнуть из сопоставления объектов, объединенных общим дифференциальным признаком, например, на семантическом уровне на основе взаимодействия значений, обладающих общей семьей. Кроме того, образ, как правило, возникает при сопоставлении явлений, относящихся к отдаленным сферам действительности, что находит выражение в сопряжении слов, относящихся к различным семантическим полям [Коралова, 1980: 53 – 54].

Н.Ю. Гончарова считает образ «формой отражения действительности, преобразенной в соответствии с субъективным восприятием писателя, созданной при помощи его творческой фантазии». Автор отмечает, что в лингвистике образ отождествляется с тропами [Гончарова, 2012: 37].

Образность в широком смысле этого слова - живость, наглядность, красочность изображения - неотъемлемый признак всякого вида искусства, форма осознания действительности с позиций какого-то эстетического идеала, образность речи - частное ее проявление. Понятие образности синонимично близким по значению семантико-стилистическим категориям: "выразительность", "экспрессивность", "метафоричность", "символичность" и "поэтичность" [Ольховиков, 2013: 2].

Языковым воплощением образности являются специальные речевые средства. Яркий образ основан на использовании сходства между двумя далекими друг от друга предметами. Предметы должны быть достаточно далекими, чтобы сопоставление их было неожиданным, обращало на себя внимание и чтобы черты различия оттеняли сходство. Объекты образного

описания и те темы, которые они представляют, составляют важную характеристику текста, поскольку они показывают, на чем сосредоточено внимание автора.

Вслед за А.П. Чудиновым отметим, что специальные речевые средства воздействия на чувства и умы людей подразделяются на фигуры и тропы [Чудинов, 2009, с. 85].

Фигуры стилистические или выразительные средства – это любые обороты речи, отступающие от некоторой нормы разговорной естественности [Гаспаров, 2001: 356]. Среди фигур речи выделяют семантические и синтаксические.

Семантические фигуры, составляющие экспрессивный фонд современной публицистики, повышают выразительность речи и усиливают ее эмоциональность при помощи особых синтаксических построений: инверсий, риторических вопросов, параллельных конструкций, контрастов и т.д. [Сковородников, 2001: 74 – 80].

Наряду с выразительными средствами или фигурами речи для создания образности в дискурсе СМИ используются изобразительные средства языка. К ним относят все виды образного употребления слов, словосочетаний и фонем, объединяя все виды переносных наименований общим термином «тропы». Они служат описанию и являются по преимуществу лексическими.

Основными видами тропов у большинства теоретиков считаются метафора, метонимия и синекдоха с их подвидами, основанные на употреблении слова в переносном значении. Наряду с ними, в число тропов включается и ряд оборотов, в которых основное значение слова не сдвигается, но обогащается путем раскрытия в нем новых дополнительных значений, или со-значений, – это эпитет, сравнение, перифраза и др. Во многих случаях теоретики колеблются, куда отнести тот или другой оборот – к тропам или к фигурам.

Проведём краткий обзор и обратим внимание на основные изобразительные средства, которыми оперирует современная лингвистика.

Кроме того, приведём примеры использования данных средств в американских и русских газетных статьях для создания образности при описании такого феномена как терроризм.

Важнейшими тропами мы признаём эпитет, перифразу, метафору, метонимию, синекдоху, иронию, гиперболу, литоту, олицетворение, а также аллюзию.

Под *эпитетом* (гр. “epitheton”, лат. “appositum”) понимают образное определение предмета или действия. Эпитет – это художественное определение, выделяющее в предмете или явлении какие-либо его свойства, качества или признаки. Эпитетом может служить всякое значащее слово, если оно выступает как художественное, образное определение к другому. С помощью эпитетов журналисты конкретизируют явления и их свойства, выделяют те признаки, на которые хотят обратить внимание читателей. В англоязычных и русскоязычных статьях находим множество примеров образных определений, дающих выразительную характеристику терроризму и действиям террористов: *violent Islam, bloodthirsty Islamists, an open-ended war on terror, sporadic terrorist attacks, scary Muslim-sounding name, war-weary nation, the black-clad men, the hate-filled rhetoric, heinous terrorist attack, long-range self-radicalization propaganda campaign; кошмарное событие, перманентная террористическая угроза, жесткий ответ без всяких сантиментов, спланированный акт, внушительные эффекты взрыва, нескончаемый террор, чудовищное злодеяние.*

Особое место занимает стилистический приём сочетания слов с противоположным значением – *оксюморон*. Оксюморон считается ярким приёмом, заключающимся в соединении контрастных по назначению слов с целью оттенить их логически несовместимые значения и создать сложный яркий образ. В большинстве случаев слова, имеющие противоположное значение, соединяются как определяющие и определяемые. Оксюморон построен на алогизме, поэтому при восприятии этой фигуры речи сначала возникает впечатление внутренней противоречивости, а затем чувство единства

несовместимого. В следующем примере российский журналист выгодно совмещает противоположные по значению слова. Повстанец – бунтовщик, участник мятежа, хорошим быть не может: «... в США всегда делили мир на хороших повстанцев и плохих террористов, но никогда это не делалось так откровенно, как сейчас» [Известия, 21 июля 2016]. За счёт этого приёма автор создаёт яркий многогранный образ террористов и их пособников, а также передаёт своё отношение к двоякой политике США по отношению к разнообразным террористическим группировкам.

Сравнение – это образное словесное выражение, в котором изображаемое явление или объект уподобляется другому. Это сопоставление одного предмета, явления с другим предметом, явлением на основе сходства. Сравнение считают изобразительным оборотом речи, характеризующимся смысловой двуплановостью. Он передает мысль, обогащенную образным содержанием. В следующем примере американский автор использует стандартный порядок следования компонентов, сравнивая террористическую угрозу с пожаром в подлеске, моментально воспламеняющимся, молниеносно охватывающим большую территорию и наносящим множественный ущерб: “... the terrorist threat in America is akin to a brush fire – the kind of thing that inevitably flares up and causes some damage before the experts put it out” [The Wall Street Journal, September 23, 2016]. Сравнение дополняется придаточным предложением, несущим определительную функцию.

Яркие образы создают за счёт использования индивидуальных авторских сравнений, построенных на неожиданных сопоставлениях. Так, автор следующего примера из российских газет использует креативный подход и сопоставляет при сравнении одну из мировых религий – ислам с наукой о живой природе и закономерностях жизни – биологией, а проповедников данной религии – с учителями: «Особо хочу отметить оскорбительность использования формулировки “мусульманский терроризм”. Если кто-то паразитирует на исламской догматике, то это не значит, что виновата одна из великих мировых религий, оказывающая огромную роль на всю мировую

культуру. Если у вас в школе был плохой учитель по биологии, это не значит, что биология плохая наука» [АиФ, 5 апреля 2017]. И хотя в данном примере нет характерного для сравнения и самого распространенного приёма – сравнительного оборота с союзом «как», объемность образного впечатления создается как раз за счёт развёрнутого сравнения.

Перифраза или перифраз (гр. “periphrasis”, лат. “circumlocutio” – «пересказ») примыкает к лексическим средствам образности. Перифразой называется описательный оборот, употребляемый вместо какого-либо слова или словосочетания. Этот оборот заменяет стандартное наименование лица, предмета или явления. Образная перифраза выдвигает на первый план восприятия существенные признаки обозначаемого. Например, следующий автор, говоря в своей статье о возможных террористах, заменяет это словосочетание образным описательным оборотом, делающем упор на том, что окончательное решение эти молодые люди еще не приняли и у них еще есть возможность передумать и не выбирать кровавый путь террора: “... *a report that helped officers identify individuals who might be considering terrorism (= possible terrorists)*” [National Review, October 10, 2016].

Следующий рассматриваемый нами троп – это *антономасия*. Антономасия – это стилистический приём переименования, заключающийся в замене какого-либо имени нарицательного собственным именем исторического лица, литературного персонажа или другим нарицательным именем. Кроме того, этот троп выражается в замене названия или имени указанием какой-нибудь существенной особенности явления, предмета или его отношения к чему-либо. Американский автор следующего примера, сторонник силового решения проблемы международного терроризма, использует приём антономасии для выражения несогласия с крайне взвешенной и осторожной политикой страны в отношении терроризма в период правления Барака Обамы и выступает за смену политического курса: “*We need a president who takes terrorism more seriously than “No Drama Obama ...”*” [The Week, April 1, 2016].

Следующие тропы построены на сдвигах основного значения слова. Основным средством создания образности мы признаём метафору. *Метафора* (лат. “translatio”, гр. “metaphorá” – «перенос») - перенос названия с одного предмета на другой на основании их сходства. Метафора служит для образного представления одного объекта с другим объектом по какому-либо признаку, с помощью имени последнего. Возникающее при этом образное впечатление соединено с эмоциональной оценкой. При создании метафоры авторы могут опираться на объективное подобие объектов. В следующем примере автор образно представляет территорию микрорайона «Моленбек» в Брюсселе, в виде игровой площадки для исламистов, опасаясь, что именно этот населенный, по большей части, беженцами из Ближнего Востока, район является местом вербовки новых террористов: *“France, Germany, and the Netherlands watched with growing frustration as successive Belgian governments failed to stop Brussels’ Molenbeek neighborhood – a working-class area with a large Muslim population – from becoming “a playground for bloodthirsty Islamists” [The Week, April 1, 2016].*

Более подробно метафорические модели и их сферы-источники будут рассмотрены далее на примерах англоязычных и русскоязычных газетных статей о терроризме.

Метонимия (лат. “denominatio”, гр. “metonomadzo” – «переименовывать») – это троп, основанный на переносе названия с одного предмета или явления на другой на основании их смежности. Часто перенос объясняется тем, что некие явления тесно связаны между собой и сознание человека закрепило их совместимость. Объективно осознается связь между предметом и материалом, из которого этот предмет изготовлен, между содержимым и содержащим, между автором и его произведениями, между местом и людьми там находящимися, между учреждением, предприятиями и людьми, которые там работают или учатся. Кроме того, иногда впечатление ассоциативно переносится из области одного первичного чувства в область другого. *“Another group seeking to dissuade Muslims from joining the Islamic State is Upstanding Neighbourhoods... ” [USA Today, August 15, 2015].* Здесь метонимический

перенос основан на связи между религией – мусульманством и людьми ее проповедующими – мусульманами.

Разновидностью метонимии является *синекдоха* (лат. “intellectio”, гр. “synecdochē” – «соподразумевание», «соотнесение»). Этот троп состоит в замене множественного числа единственным, в употреблении названия части вместо целого, частного вместо общего и наоборот. Также к синекдохе относят перенос в рамках родовидовых отношений. В следующем примере используется обозначение целой страны Соединенные Штаты Америки вместо частного указания на американские войска, ведущие борьбу с терроризмом на Ближнем Востоке: “*He said the U.S. – which has pulled out of Iraq and is leaving Afghanistan – seems tired of the battle in the Middle East” [USA Today, December 12, 2014].*

Следующим рассматриваемым нами стилистическим средством создания образности является *олицетворение*. Это наделение неодушевленных предметов признаками и свойствами, присущими человеку. Особым видом олицетворения является персонификация (из лат. “persona” – «лицо», “facere” – «делать») – полное уподобление неодушевленного предмета человеку. В этом случае предметы наделяются не частными признаками человека, а обретают реальный человеческий облик. При создании образа терроризма российские журналисты наделяют это международное явление человеческими способностями, в частности, именем ходить и перешагивать препятствия и барьеры: «... терроризм агрессивно перешагивает национальные рамки...» [Коммерсант, 17 ноября 2015]. Американские же авторы приписывают терроризму наличие огромных мускулов и мышечной массы, способствующих расталкиванию соперников и пробиванию пути: “... terrorism has muscled its way to the top of a presidential campaign’s stack of issues” [The Wall Street Journal, September 21, 2016].

Гипербола (от гр. “hyperbolē” – «преувеличение», «излишек») – образное выражение, состоящее в намеренном преувеличении размеров, силы, красоты, значения описываемого явления с целью создания сильного эмоционального

впечатления. Нередко подобный приём строится собственно на количественном преувеличении: “*Many, many people were following the attack on their Facebook feeds*” [The New Yorker, November 23, 2015]. Намеренное преувеличение помогает автору усилить эмоциональное воздействие, оказываемое произошедшим террористическим актом и количеством читателей, следящих за развертыванием ситуации. Внимание большого количества человек придаёт трагическому событию значение глобальности и масштабности. Российский автор, описывая кошмарные теракты в Париже, также прибегает к приёму гиперболы: «Первым на самый крупный в истории Франции теракт в России отреагировал Кремль» [Коммерсант, 16 ноября 2015]. За счёт использования прилагательного в превосходной степени в функции определения у читателей создается впечатление о размахе совершенного теракта, большом количестве жертв и разрушений, понесенной утрате и причиненном горе.

Приёмом, обратным гиперболе, называют *литоту* (от гр. “litótēs” – «простота»). Это образное выражение, в котором утверждение представляется как отрицание отрицания, намеренное преуменьшение величины, силы значения изображаемого предмета или явления. Чаще всего литота выступает как индивидуально-авторский приём создания образности. В следующем примере для повышения эмоционального впечатления, производимого размерами террористической группировки ИГИЛ, американский журналист использует литоту: “*ISIS was able to rise from AQI’s (=al-Qaeda in Iraq) ashes in no small part because of Iraq’s catastrophic internal politics*” [VOX, November 19, 2015].

Газетные статьи и в Америке, и в России нередко полны иронических высказываний. *Ирония* – еще один троп, используемый авторами для выражения в словах противоположного их значению смысла. Ирония заключается в употреблении слова или выражения в смысле, обратном буквальному, это тонкая насмешка, прикрытая серьезной формой выражения или внешне положительной оценкой. В широком понимании, ирония – это осуждение, выраженное в завуалированном виде. Ирония осознаётся только в

конкретном ситуативном контексте. Например, в следующем отрывке из американской статьи автор выставляет перед читателем в ироничном свете Теда Круза, американского политика и сенатора от штата Техас, в образе бравого воина, дающего клятвенный обет победить терроризм. Правда, горькая ирония заключается в том, что все свои сражения Тед обычно ведёт не на поле боя, а в электронном пространстве, на страницах соцсети «Твиттер», и в бой за собой он зовет не солдат и героев, а приглашенных на праздничное чаепитие: *“Ted Cruz, Twitter warrior, pledged after Mr. Obama’s speech to “direct the Department of Defense to destroy ISIS.” He played soldier all weekend in Iowa, spouting “We will carpet bomb them into oblivion” to a tea-party crowd in Cedar Rapids...” [The New York Times, December 8, 2015].*

Как отмечалось выше, для повышения выразительности медиатекста используются особые синтаксические построения: повторы, в частности анафоры и эпифоры, градации, инверсии, параллельные конструкции, хиазмы, риторические вопросы и антитезы.

Анафора – это стилистический приём, заключающийся в повторении одних и тех же слов, словосочетаний, предложений в начале смежных или близко расположенных строк, строф или фраз. Иными словами, это единоначатие или повтор соотносимых фрагментов. Анафора расставляет в тексте эмоционально-смысловые акценты, способствует созданию эффекта постепенного складывания смысла, то есть выполняет усилительно-логическую функцию. Так, в следующем примере содержится анафорический повтор, который усиливает мысль автора и одновременно создает логическую цепочку умозаключений. Перечисляя и исключая одну за другой основные мировые религии, автор как бы подводит читателя к логическому заключению, что в современном мире нет никакого другого терроризма кроме радикального исламского: *“The idea that somehow there are radical elements in every religion is ridiculous. There are no radical Christians that are organizing to destroy Western civilization. There are no radical Buddhists that are doing this. This is radical Islamic terrorism” [The New York Times, December 8, 2015].*

Фигура, обратная анафоре, называется *эпифорой*. Это повторение одних и тех же слов, словосочетаний в конце смежных строк, предложений или фрагментов текста, подчеркивающих определенную мысль или эмоцию.

Далее мы рассматриваем *градацию* – стилистический приём, заключающийся в расположении ряда слов в порядке нарастания или ослабления их смыслового и эмоционального значения. Различают восходящую и нисходящую градацию. Возрастающая градация предполагает расположение компонентов в порядке усиления их эмоционально смысловой значимости, в то время как нисходящая градация предполагает расположение компонентов в порядке ослабления признака. Американский автор следующего примера использует восходящую градацию, для привлечения внимания читателей к тому, что становится целью террористических атак: “... *they (terrorists) are looking at big events, they are looking at symbolic dates. They’re looking at military, police, intelligence,*” *Miller said [USA Today, July 3, 2015].*

Для риторического усиления журналисты как в Америке, так и в России используют *параллельные конструкции или приём синтаксического параллелизма*. Он заключается в одинаковом построении предложений или фраз. Этот приём подчеркивает семантическое сходство или наоборот, различие грамматически однотипных единиц, как в следующем примере: “... *Dead, yes. Murderous, yes. But successful? No.* [USA Today, August 23, 2015].

В публицистическом стиле можно встретить *хиазм* – такой вид параллельной конструкции, при которой вторая половина фразы построена в обратном порядке: “*Fear is contagious, but so is courage* [USA Today, August 23, 2015]. Подобный приём служит для привлечения внимания и усиления эмоционального воздействия на читателя.

Риторический вопрос – это вопрос – утверждение, не требующее ответа. Это фигура речи и, одновременно, грамматический троп, акцентированное утверждение или отрицание, оформленное в виде вопроса с восклицанием. «*Ну а теперь представим, что на пути его грузовика (террориста) оказался бы офицер запаса Советской армии, имевший в кармане ПМ или ТТ вместе с*

разрешением на его ношение. Он бы с воплем кинулся в кусты или всадил обойму в лобовое стекло грузовика? [Независимая газета, 16 сентября 2016].

Российский журналист при помощи риторического вопроса выражает свою авторскую позицию и уверенность в том, как бы повёл себя бывший офицер Советской армии, окажись он в месте совершения террористического акта.

Эмоциональная окраска текста и привлечение читательского внимания может быть усилено также за счёт *антитезы*. Это риторическое противопоставление, стилистическая фигура контраста, заключающаяся в резком противопоставлении понятий, связанных между собой общей конструкцией или внутренним смыслом. Так, автор следующего примера развёртывает перед читателем образ современной разрозненной разделенной Бельгии, подвергшейся террористическим атакам, которую, тем не менее, объединил траур и скорбь по погибшим: *“Fragmented Belgium, long riven by political divisions between its Dutch-speaking northern half and French-speaking southern half, has come together in mourning and solidarity ... [The Week, April 1, 2016].*

Говоря о средствах создания яркого негативного образа терроризма, необходимо затронуть вопрос интертекстуальности и прецедентного текста. Теория интертекстуальности активно разрабатывается в наши дни многими учеными. Под интертекстуальностью понимают включения в текст целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий. Особенностью интертекстуальности является большое разнообразие размеров, форм, функций включений. Все включения объединены одним общим признаком – сменой субъекта речи [Арнольд, 2010: 71].

И если употребление в тексте пословиц, поговорок, афоризмов, крылатых слов, "говорящих" имён, цитат в основном направлено на украшение текста, то стилистический приём аллюзии, привлекая внимание получателя информации к культурному контексту, реализует еще одну функцию. Он отсылает читателя к определенным образам из коллективной памяти в той степени, в какой читатель

в состоянии активизировать в своем сознании определённые знания, тексты и соотнести их с прочитанным. В этой связи широкое распространение получило использование прецедентных текстов. Прецедентными считаются тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности.

Прецедентный текст апеллирует чаще всего к фоновым знаниям, поэтому его употребление в публицистических текстах может быть практически безграничным. Достаточно часто прецедентные тексты вводятся в структуру политического нарратива с изменениями, что связано с усилением эмоционально-экспрессивного эффекта, создаваемого за счет изменений. Читателю, при этом, необходимо обладать фоновыми знаниями, для того чтобы по форме восстановить содержание, воссоздать ситуацию, настроиться на нужный лад восприятия текста.

Выделяют несколько групп аллюзий, например, литературные, музыкальные, кинематографические, стихотворные, библейские, исторические, рекламные. Рассмотрим некоторые примеры.

“The FBI is now zero for three in screening and identifying potential Islamist terrorist suspects in Boston, San Bernardino and Orlando. ... This isn't a “needle in a haystack” analogy. These were known needles” [The Wall Street Journal, June 22, 2016]. В данном примере используется аллюзия на известную поговорку про иголку в стогу сена, которую, как известно, не так легко отыскать. Автор иронично подмечает, что террористы, совершившие теракты в Бостоне, Сан-Бернардино и Орландо, были известны ФБР, и отыскать их было несложно.

В текстах американских авторов часто встречаются библейские аллюзии. Так, в следующем примере бегство отдыхающих с пляжа в Тунисе, после прозвучавших там выстрелов, аллюзивно приравнивается к массовому исходу

евреев из Египта во главе с пророком Моисеем: “*There was a mass exodus off the beach*”, Pine told Sky News [VOX, June 26, 2015].

Также встречаются отсылки к греческой мифологии: “*For the Islamic State, which is seeking to establish a caliphate across Iraq and Syria, money is a potential Achilles’ heel*” [The New York Times, October 10, 2015]. Деньги – проблемный вопрос для террористов, считает автор, и использует аллюзию на «Илиаду» Гомера, у главного героя которой, Ахиллеса, как известно, самым слабым местом была пятка. Желая сделать своего сына бессмертным, богиня Фетида окунула его в священные воды Стикса, держа за пятку, которая и осталась единственным уязвимым местом на его теле. Вероятно, автор считает, что, как и Ахиллес, который погиб от стрелы Париса, поразившей его в пятку, ИГИЛ прекратит своё существование, если останется без денежных средств.

Для создания негативного образа терроризма как главного врага одним из часто используемых и, пожалуй, одним из самых эффективных по степени воздействия на читателей, как в Америке, так и в России приёмов является использование аллюзий на события или факты Второй мировой войны. Например, автор следующего примера, описывая стремительный захват бойцами ИГИЛ территорий от Мосула до Багдада, мысленно отсылает читателя к стратегии ведения молниеносной войны фашистской Германией: “*In the next two days, ISIS fighters swept through Iraq’s heavily Sunni northwestern and central provinces – coming, at their peak, extremely close to Baghdad. This blitzkrieg built on months of ISIS momentum* [VOX, November 19, 2015].

В текстах российских авторов также встречаются аллюзии. Так, автор следующего примера из статьи, посвященной вопросу свободной продажи оружия и возможности его использования гражданским населением для защиты от террористов, иронично присваивает представителям спецслужб, имеющим разрешение на ношение оружия, и гражданам, желающим подобное разрешение получить, имена известных персонажей кино и литературы: «*Бороться с профессиональными террористами вооруженным гражданам крайне сложно. Тут главную роль должны играть спецслужбы. Зато Штирлицам и Шерлокам*

Холмсам практически невозможно вычислить террористов-дилетантов. ... Думаю, не надо объяснять, что у террориста с ножом нет шансов уйти, встретившись с вооруженными гражданами. Если французы вспомнят, что они потомки д'Артаньяна, то счёт убитых граждан и террористов будет как в Израиле – 9 к 50» [Независимая газета, 19 сентября 2016].

Исторические аллюзии в российской прессе так же, как и в американской связаны с фактами Второй мировой войны. Возможное сотрудничество России со странами СНГ в борьбе с терроризмом сравнивается с «ленд-лизом» - предоставлением США вооружения и продовольствия странам антигитлеровской коалиции в период войны: *«И такое сотрудничество стоит того, чтобы на него тратиться в разумных пределах, в том числе осуществляя поставки российских антитеррористических технологий в дружественные страны Новой Евразии. Это был бы своего рода политический и военно-технический антитеррористический «ленд-лиз» ...» [Известия, 21 июля 2016].*

Рассмотренные примеры показывают, что специальные речевые средства являются языковым воплощением образности. Именно за счёт их количества и разнообразия достигается поставленная цель и рисуется яркий запоминающийся образ терроризма как зловещего феномена в газетных статьях в США и России.

2.2. Использование метафорических моделей в создании образа терроризма как главного врага в американском и русском дискурсе средств массовой информации

Метафора – это один из наиболее продуктивных механизмов формирования у читателя необходимого эмоционального состояния и восприятия.

Метафора как универсальный когнитивный инструмент всегда вызывала к себе повышенное внимание. В современном дискурсе метафора как языковое

средство призвана не только для того, чтобы украсить текст и сделать тот или иной образ более понятным, а также для углубления представлений о мире и отражения способа его восприятия.

Язык, вот “связующее звено между внутренним миром человека и реальной действительностью” [Шацкая, 2014: 63].

Как известно, у каждого языка свой способ восприятия мира. Метафорическое моделирование как способ репрезентации образа способно передать национальную специфику картины мира и выявить сходства и различия в ее восприятии носителями разных языков.

Феномен метафоры долгое время остается одной из самых важных дискуссионных проблем. Изучение метафоры становится все более интенсивным и охватывает различные области знаний. По мнению Ж.П. Безценной, исследование метафоры стало одним из важнейших направлений современной когнитивной лингвистики, которая в изучении рассматриваемого феномена полностью отказалась от традиционного взгляда на метафору как на «сокращенное сравнение» или один из способов «украшения» речи, а рассматривает ее как основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования и объяснения мира [Безценная, 2007: 2].

Представление о метафоре как о языковом явлении, отражающем процесс познания мира, лежит в основе теории концептуальной метафоры, которая впервые была изложена в книге Джорджа Лакоффа и Марка Джонсона «Метафоры, которыми мы живем». Согласно этой теории метафорические модели заложены в понятийной системе человеческого разума, это своего рода схемы, по которым человек действует и думает [Lakoff, Johnson, 2003].

Метафорическая модель – это существующая в сознании носителей языка взаимосвязь между понятийными сферами, при которой одна сфера-источник служит основой для моделирования понятийной системы другой сферы-мишени. При таком моделировании обычно сохраняется и эмотивный потенциал, что создает широкие возможности воздействия на эмоционально-

волевою сферу читателя в процессе коммуникативной деятельности [Чудинов, 2009, с. 53].

Теории метафорического моделирования посвящено множество публикаций научных работ. Для анализа метафорических моделей представления образа терроризма в данной работе использована методика описания, предложенная А.П. Чудиновым. Известный исследователь политической лингвистики определяет метафорическую модель как “схему связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: X – это Y” [там же].

Мы полагаем, что данная формула дает возможность рассмотрения действительности сквозь призму концептуальной метафоры и метафорического моделирования, которые выступают в роли инструмента передачи образности. Применение метафорического моделирования в отношении конкретной метафорической модели способствует процессу структуризации глобальных знаний, а анализ конкретной сферы-источника позволяет максимально полно изучить саму метафорическую модель [Агафонова, 2012: 2]. Сферами-источниками метафорических моделей могут быть природа, искусство, война, спорт, бытовые предметы, строительство, сказки и мифы, наука и многое другое.

В рамках нашего исследования мы опишем метафорические модели, служащие для создания образа главного врага на примере отношения к вопросу терроризма в американском и русском дискурсе СМИ, и охарактеризуем их признаки. Описанию будет подвергнута как исходная понятийная область, то есть сфера – источник метафорической экспансии, так и новая понятийная область, то есть сфера – мишень метафорической экспансии.

За основу для систематизации в нашей работе мы возьмём исходную понятийную сферу (наша тематическая доминанта – это терроризм) и выделим следующий ряд однотипных моделей:

- терроризм – это война;
- терроризм – это система / механизм;
- терроризм – это природа;
- терроризм – это спорт;
- терроризм – это театр;
- терроризм – это болезнь;
- терроризм – это ирреальный мир;
- терроризм – это космос.

В нашей работе мы проводим сопоставительный анализ метафорических моделей по частоте их употребления в американских и русских газетных текстах, посвященных проблемам международного терроризма. В качестве материала для исследования нами были взяты тексты газетных статей, опубликованные в электронных версиях высокотиражных изданий. Корпус текстов составил 100 англоязычных американских статей и 100 русскоязычных статей о терроризме. Было проанализировано около 500 метафор, по 250 из англоязычных и русскоязычных газетных статей.

На основе указанного корпуса исследовательского материала нам удалось вычислить процентное соотношение частотности употребления метафорических моделей, как в американском так и в русском медиадискурсе, посвященном проблемам международного терроризма.

Итак, в исследованном нами англоязычном материале процентное соотношение частоты использования метафорических моделей вышло следующим:

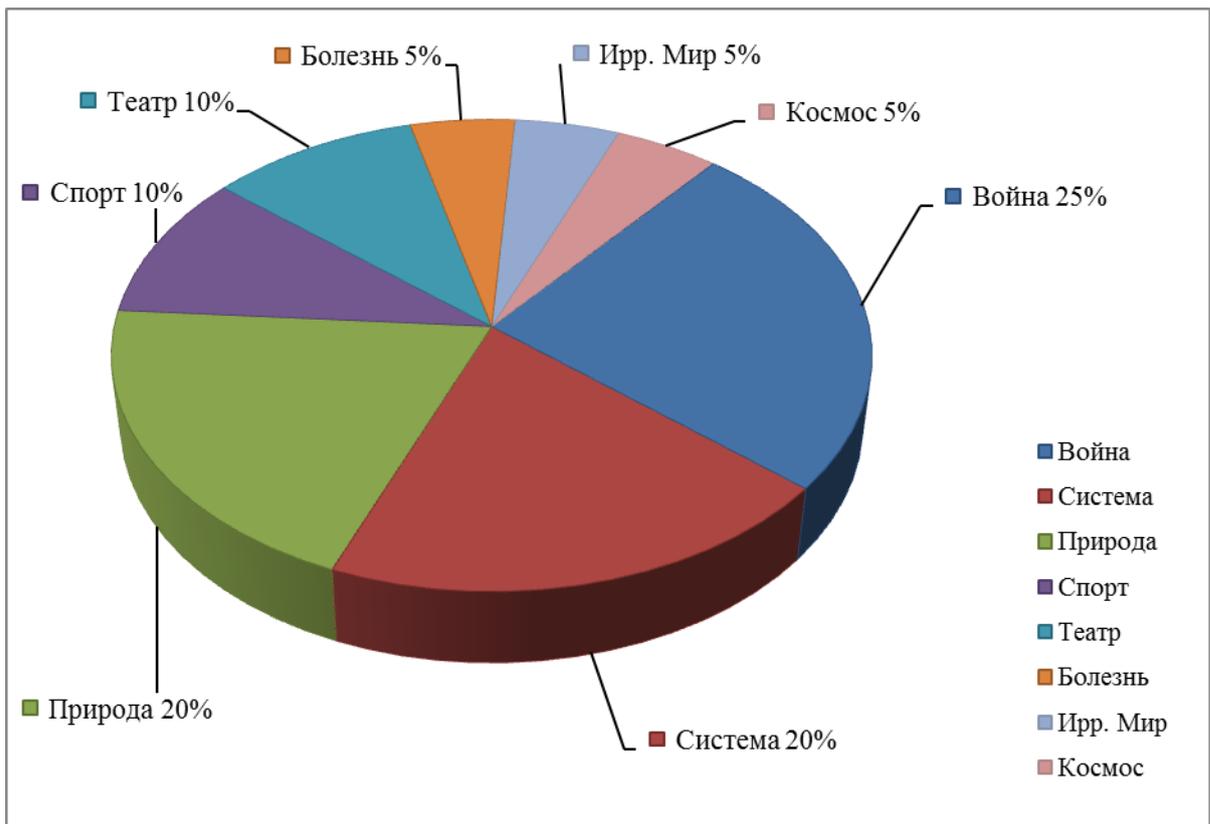


Рис. 1. Использование метафорических моделей в американских газетных статьях, посвященных проблеме международного терроризма.

Наиболее частотной оказалась метафорическая модель «Война» (25%), второе место поделили между собой модель «Природа» (20%) и модель «Система / механизм» (20%), на третьем месте метафорические модели «Спорт» и «Театр» (по 10% каждая), и самыми редко используемыми метафорическими моделями создания образа терроризма оказались модели «Болезнь», «Ирреальный мир» и «Космос» (5%).

В русскоязычных статьях соотношение процентов использования метафорических моделей оказалось следующим:

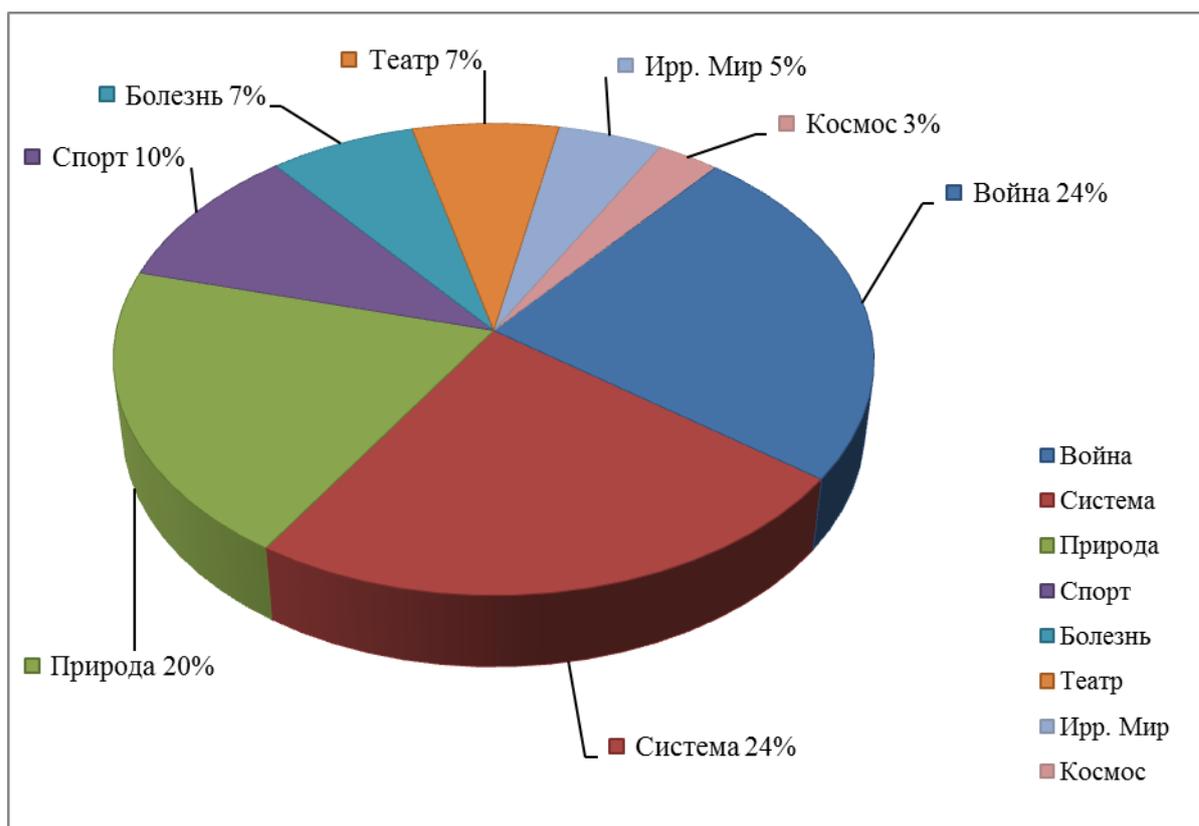


Рис. 2. Использование метафорических моделей в русских газетных статьях, посвященных проблеме международного терроризма.

Самыми частоупотребимыми метафорическими моделями в русскоязычных статьях о терроризме стали модели «Война» и «Система / Механизм» (по 24% каждая), на втором месте модель «Природа» (20%), третье место получила модель «Спорт» (10%). Самыми редко используемыми оказались метафорические модели «Театр» и «Болезнь» (по 7% каждая), «Ирреальный мир» (5%) и «Космос» (3%).

Рассмотрим каждую из выделенных метафорических моделей отдельно.

2.2.1. Метафорическая модель «терроризм – это война»

Терроризм и экстремизм признаны главными угрозами современного мира. Статьи зарубежных и отечественных журналистов, посвященные проблемам международного терроризма, характеризуются высокой степенью метафоризации.

В настоящее время, представляя борьбу с терроризмом в метафорическом ключе, американские и российские авторы газетных статей авторитетных изданий, напрямую называют ее войной. Автор следующего примера сравнивает антитеррористические меры, принимаемые администрацией Барака Обамы, с долгосрочными военными действиями: “...*an Obama administration constantly talking up a long war with Islamic State...*” [The Wall Street Journal, March 22, 2016]. И если на Ближнем Востоке идет реальная война, то на улицах европейских столиц, действуют партизаны: “*But unless you occupy it militarily, you don't hold a town just by circulating police cars. We're talking about guerilla terrorism.*” [The New York Times, March 23, 2016]. Автор вводит понятие партизанский терроризм, террористы метафорически представлены в образе партизан, которые действуют в тылу врага, сидят в засаде и периодически организуют вылазки и нападения, то есть террористические акты.

Терроризм, в целом, и террористические группировки, в частности, в американских газетных статьях изображаются врагами американского народа. Запрещенная в России террористическая группировка «Исламское государство» имеет несколько наименований, автор следующего примера использует военные термины, пытаясь установить её точное название: “*I find it baffling that President Obama insists on calling ISIS by a name that few in political or public life use: ISIL. ... If we cannot even find a common name for our enemy, how will the people relate to this fight and to Mr. Obama as their leader?*” [The New York Times, December 7, 2015].

В метафорическом ключе в американской прессе меры, принимаемые в борьбе против терроризма, приравниваются к боевым действиям. В борьбе с врагом – международным терроризмом – применяются военные методы, тщательно разработанные стратегические планы и тактическое ведение войны: “*The military method is used to influence “the enemy” [Islamic State social media propaganda] or civilian population through face-to-face conversations, leaflet drops, radio broadcasts and online campaigns*” [USA Today, August 15, 2015].

По мнению автора одной из статей, лишь взрыв способен стереть с лица земли идеологию, насаждаемую террористами ИГИЛ: “... *Focusing on community-based counter-extremists strategies, both at home and abroad, is the most effective way to burst the types of ideologies that ISIL tries to spread*” [USA Today, Sept. 1, 2015].

В американских СМИ безопасность ставится превыше всего, то есть, выражаясь языком боевых действий, выдвигается на передний фланг, так считает следующий автор, пишущий о международном терроризме: “*The safety of residents and visitors to the city during this special event is always at the forefront of our planning...*” [USA Today, July 3, 2015].

Американское правительство говорит с террористами с позиции агрессии. “*On Jan. 28, Mr. Trump signed a presidential national security memorandum directing the military to give him a plan within 30 days to defeat the Islamic State*” [The New York Times, March 12, 2017]. В данном примере Дональд Трамп, избранный президент Соединенных Штатов Америки, предстаёт перед читателем в образе доблестного полководца, разрабатывающего военную операцию, целью которой станет разбить неприятеля, то есть террористическую группировку «Исламское государство», за короткий срок в тридцать дней.

Но военные победы пока празднуют террористы, увеличивая количество террористических атак в городах Европы. Атаки, совершенные террористами, американские журналисты представляют в виде военных побед, успеха в бою, закончившегося полным поражением противника: “*As the United States is consumed with the war in Iraq and Syria, the Islamic State has chosen the capitals of Western Europe to score military victories of its own ...*” [The New York Times, March 23, 2016]. При создании образа терроризма террористические группировки нередко представляются современными западными авторами в виде военизированных подразделений, армий, войск, призывающих новобранцев вступать в свои ряды через социальные сети: “... *social media companies like Facebook, YouTube and Twitter should “disrupt” the Islamic State by*

taking down its content and making it harder for the group to recruit fighters and communicate online” [The New York Times, December 8, 2015].

Также нередки метафоры, построенные с использованием военно-технических терминов. Так, ни одна страна, по мнению американского журналиста, не застрахована от попадания под прицел террористов Исламского государства: *“Brazil has stayed out of the international conflicts and brags that it has no foreign enemies, which has kept Brazil out of the crosshairs of the Islamic State” [USA Today, June 30, 2016].* Автор данного примера рисует яркий образ терроризма – стрелка, смотрящего в прицел винтовки на своего безоружного врага – Бразилию.

В российских газетах метафорическое представление борьбы с терроризмом в качестве войны также встречается очень часто: *«В современном мире существуют как бы две “войны с террором” – война на макроуровне и война на микроуровне, которые не всегда совпадают по содержанию и направленности» [Известия, 21 июля 2016]. «Среди террористов могут быть этнические французы, американцы, русские, которые поддались какому-то авантюрному желанию “повоевать”» [АиФ, 5 апреля 2017].* Автор данного примера представляет вниманию читателей членов террористической группировки в образе солдат. Присоединиться к террористам, считает автор, как будто бы стать наёмником в легионе, или отправится на войну, чтобы заработать денег.

Российские журналисты современной качественной прессы, создавая образ международного терроризма, пользуются различными терминами, обозначающими военные операции, рода войск, категории военнослужащих и воинские звания: *«Сражение с терроризмом начинает приобретать все более жестокий кровавый характер, и в этом сражении каждый из нас должен ощущать себя мишенью и снайпером» [Известия, 18 июля 2016].* Автор метафорически приравнивает борьбу с терроризмом в целом к конкретному кровавому военному сражению с участием снайперов.

Автор следующего примера метафорически представляет террористов – смертников, подрывающих себя при совершении террористического акта, в образе солдат одного из основных родов войск – пехоты: *«Совершение террористических актов суицидального характера в нынешних европейских реалиях – это удел “террористической пехоты”»* [Известия, 16 июля 2016].

Как в любой войне, в борьбе с терроризмом есть две противоборствующие стороны. Российские журналисты часто представляют тех, кто совершает террористические акты, в образе врагов, противников на поле боя, которых необходимо уничтожить: *«Бесспорно – современный терроризм – враг в высшей степени опасный, жестокий, коварный»* [АиФ, 6 апреля 2017].

А награда в войне – это всегда победа над неприятелем, правда, пока так и не достигнутая: *«Он (Барак Обама) добавил, что и однозначно понимаемой победы в войне с терроризмом не будет ...»* [Ведомости, 7 декабря 2016]. Террористические акты, совершаемые террористами, также метафорически представлены в виде разнообразных военных операций, неожиданных вероломных нападений неприятеля, подготовленных тайно, диверсий, отвлекающих манёвров: *«Кроме того, я считаю, что нам необходимо инструктировать население в вопросах профилактики и выявления террористических диверсий, где бы не проявлялись предпосылки данного явления: в социальных сетях или в обыденной жизни»* [Известия, 20 января 2014].

В статьях российских авторов участники террористических группировок традиционно называются боевиками, то есть членами незаконных вооруженных формирований, участвующих в боевых действиях: *«... в рамках документа предлагается лишить ИГ источников дохода и стабилизировать обстановку на освобожденных от боевиков территориях»* [Коммерсант, 18 марта 2017].

Для создания яркого образа терроризма, российские авторы часто прибегают к использованию названий приспособлений, помогающих в ведении боевых действий. Так, курс действий, политика, проводимая Западом в

отношении международного терроризма, метафорически сравнивается со стенобитным орудием, применявшимся при осаде города: *«Осуждает Госдума и “безответственную политику Запада, попытки использовать радикальные группировки в качестве “тарана”» [Коммерсант, 17 ноября 2015].*

Говоря о борьбе с терроризмом, русские журналисты нередко прибегают к описанию героев и их подвигов: *«Слова “подвиг” и “героизм” часто ассоциируются с чем-то ярким, резким, стремительным. Рванув гимнастерку, бросился на амбразуру. С гранатой в руке выскочил из окопа против танка. Шагнул со знаменем на бруствер. Однако, настоящий героизм может быть совсем негромким. Реакция французов – и граждан, и политического класса, и руководства страны – на теракты последнего года и есть пример такого героизма» [Ведомости, 18 июля 2016].* Автор данного примера искусно создаёт яркий образ борца с терроризмом, изображая его как героя, совершившего подвиг, самоотверженный поступок в противопоставлении образу терроризма, представляемому ведущим наступление врагом.

Подводя итог, резюмируем, что в современном медийном дискурсе как в Америке, так и в России, борьба с международным терроризмом метафорически представляется как военная кампания, терроризм – вражеской армией, а террористы – её солдатами. Метафорическая модель «терроризм – это война» является одной из самых частоупотребимых моделей.

2.2.2. Метафорическая модель «терроризм – это природа»

Следующей по продуктивности использования в текстах газетных статей стала метафорическая модель “терроризм – это природа”. Здесь международная террористическая угроза метафорически представляется в виде явлений природы, обладающих разрушительной силой, с которыми люди не в состоянии справиться или хищных животных, представляющих опасность для людей. Чаще всего терроризм – это стихийное бедствие, приносящее печальные последствия: *“The ISIS crisis didn’t come out of nowhere, in other words: It was a*

slow motion disaster with plenty of advance warning” [Vox, November 19, 2015]. Американский автор следующего примера рисует яркий образ терроризма как мощной бури, сметающей всё на своём пути: *“I don’t know how you stop it (suicide bombing attacks in Turkey). It’s a perfect storm,” [USA Today, June 30, 2016].* Метафорический образ молниеносно распространяющегося пожара создаёт западный журналист, пишущий о террористической организации «Исламское государство». Сдержанная политика президента Барака Обамы в отношении террористов, по мнению автора, создаёт все необходимые условия для разгорания пожара: *“...the stately pace of his (president Obama) approach to defeating the Islamic State is feeding the wildfire burning throughout the Middle East ...” [USA Today, June 30, 2016].*

Да, терроризм опасен как пожар, но если пожар незначительный, то всегда найдутся люди, способные его потушить, как найдутся и люди, способные противостоять терроризму, если не дать ему распространиться, уверен автор следующего примера, но благодаря СМИ пожар становится бушующим: *“... the terrorist threat in America is akin to a brush fire – the kind of thing that inevitably flares up and causes some damage before the experts put it out. Instead, thanks to the cable news channels and some in the Web and print space, we’ve turned it into a mighty conflagration” [The Wall Street Journal, Sept. 23, 2016].*

При создании образа терроризма в СМИ журналисты нередко метафорически представляют это международное явление в виде водной стихии. Так, террористические атаки, следующие одна за другой, по мнению американских авторов газетных статей, подобны волнам или водопадам: *“What to make of this cascade of attacks?” [Vox, June 26, 2015]. “After a weekend of mutual congratulations” over the arrest of Mr. Abdeslam ... we didn’t see the second wave (of attacks)” [The New York Times, March 23, 2016].*

Существует опасность, что молодые, подверженные влиянию мусульмане, могут быть завербованы через социальные сети террористами и “поплывут по реке экстремизма”: *“Difficult questions must be asked if we want to*

stop young Muslims drifting towards the extremists. ... The big issue is this: Can they be channeled in a different direction?” [USA Today, August 15, 2015]. Образ полноводного быстрого течения разворачивает перед читателями автор данного примера. Молодые мусульмане, поддавшиеся уговорам, завербованные террористами, попали в этот поток, плывут по течению и не могут остановиться. Авторы пишут и о подводном течении – страхе, парализовавшем американцев после событий 11 сентября 2001 года: *“Terrorism researcher Alexandra Bradford says post-911, an undercurrent of fear has become our reality”* [USA Today, July 4, 2016]. С темными мутными потоками воды сравниваются обитатели так называемых мусульманских гетто – районов европейских городов, населенных преимущественно выходцами с Ближнего Востока и возможными террористами: *“Those (immigration) policies have enabled “roiling” Muslim ghettos to spring up in the city – particularly the neighborhood of Molenbeek ...”* [The Week, April 1, 2016].

Терроризм в американских газетных статьях – это природная среда обитания, например, водных представителей фауны. Одним из ярких, на наш взгляд, является метафорическое представление простых жителей Афганистана в виде рыб, не желающих “заглатывать наживку”, вступать в ряды террористической организации ИГИЛ и вести “священную войну против неверных”: *“The Islamic State may hope to trigger a religious war here, but at least for a moment the Afghan people seem unwilling to take the bait”* [The New York Times, December 1, 2016]. В данном примере западный автор изобразил террористическую группировку ИГИЛ в виде рыбака, забросившего удочку в акватории Афганистана, представленного здесь в виде водоёма с его обитателями.

В американских статьях террористы часто метафорически описываются как представители животного мира. Так, в следующем примере террористы-одиночки представлены в виде хищных опасных животных – волков: *“... news that Rahami might not have acted alone prompted a CNN terrorism “expert” to propose that “two or three lone wolves may have gotten together”* [National Review,

October 10, 2016]. “... it (ISIL) is a source of inspiration for lone-wolf attacks...” [USA Today, June 22, 2016]. С животными сравниваются не только члены террористических группировок, но и мирные жители, которых автор одной из американских статей призывает защищать себя самостоятельно при атаке террористов, а не надеяться на спецслужбы: “*People should respond not like a herd of sheep, but like a pack of wolves.*” [USA Today, August 23, 2015]. За счёт яркого противопоставления кровожадных хищников безобидным травоядным создается образ борца с терроризмом, такой, какой он должен быть.

Авторы западной прессы иногда придают терроризму и экстремизму свойства растений, в частности, способность расти на плодородной почве: “*Belgian Muslims themselves must eliminate the breeding grounds for terrorism...*” [The Week, April 1, 2016]. “*U.S. Attorney identified “disaffected youth” as a “root cause” of violent extremist*” [USA Today, June 17, 2016]. Автор этого примера считает что, терроризм – это живой организм растения, имеющий корни, листья, стебель, то есть органы, служащие для питания и развития всего организма.

Также в метафорическом смысле американские журналисты присваивают европейской службе безопасности и границам между государствами Евросоюза такие свойства природных материалов, как проницаемость и отвердевание: ... *the Islamic State has chosen the capitals of Western Europe to score military victories of its own, and has been aided by combination of porous borders and a calcified security apparatus in Europe...* [The New York Times, March 23, 2016].

В российских статьях, посвященных международному терроризму как главному врагу, метафорическая модель «Природа» используется довольно часто. В нашем исследовании она заняла третье место по частоте употребления. Так же, как и в американской прессе, русские авторы метафорически представляют угрозу терроризма в виде стихийных бедствий, наводнений, землетрясений и пожаров: «*Эффекты взрыва были внушительными. Казалось, что в здание ударила молния. Даже земля тряслась под ногами*» [Независимая газета, 19 сентября 2016].

Водная стихия выступает одним из излюбленных источников метафорического моделирования для авторов русскоязычных статей авторитетных изданий о терроризме: *«У сегодняшней либеральной Европы нет ответа на эту грозную волну терроризма» [Известия, 18 июля 2016]. «Конечно, по результатам последнего всплеска терроризма мы вряд ли получим некую новую глобальную антитеррористическую коалицию» [Известия, 21 июля 2016].*

Придают авторы терроризму и свойства растительности: *«Госдума обращается к международному сообществу с призывом остановить и искоренить угрожающее всему цивилизованному человечеству зло в виде международного терроризма» [Известия, 14 ноября 2014].* Используя метафорическую модель «Природа», российский журналист создаёт образ терроризма как сорного растения, которое необходимо вырвать с корнем, чтобы оно не мешало развитию культурных посевов.

Неиссякаемый источник метафорического моделирования для российских авторов представляет из себя животный мир. Террористы предстают перед нами в хищных образах волков, львов, опасных смертоносных животных, испытывающих голод, даже ядовитых змей: *«Но активизации террористического подполья достаточно долго не наблюдалось. Создавалось впечатление, что силовые действия – все-таки лучший способ “раздавить гадину”» [Ведомости, 13 января 2015].* В данном случае использование выражение сниженной лексики усиливает создаваемое автором негативное впечатление от терроризма как современного явления. Автор следующего примера создал яркий образ терроризма, метафорически представив его в виде взбесившегося коня: *«Каковы же цели поднявшегося на дыбы нескончаемого террора?» [Известия, 18 июля 2016].*

Интересен, на наш взгляд и пример, в котором автор изображает террористическую группировку ИГИЛ в виде огня, способного сжечь летящих на его зов мотыльков и бабочек – молодых вербуемых в разных странах людей: *«И сюда (в ИГИЛ) на этот зов, на этот огонь, на этот разноцветный фонарь*

слетаются и сходятся тысячи молодых людей из разных стран, в том числе и из России» [Известия, 19 октября 2015].

Таким образом, использование метафорической модели «терроризм – это природа» часто встречается в американских и русских газетных статьях, посвященных проблеме международного терроризма. В рамках этой модели терроризм изображается как стихийное бедствие, пожар, наводнение, землетрясение, а террористы выступают в роли хищных животных или ядовитых змей.

2.2.3. Метафорическая модель «терроризм – это система / механизм»

Для раскрытия сущности терроризма как феномена в языке американских СМИ часто используется метафорическая модель “терроризм – это система или механизм”.

Американские и российские журналисты газет, освещающие проблемы международного терроризма, часто говорят об этом современном явлении как об упорядоченной стройной системе. Как у любого организованного образования, у террористической группировки, по мнению многих западных авторов, прослеживается своя структура и иерархия: *“That’s where Osama bin Laden met a number of other young radicals, who together formed the core of the al-Qaeda network” [Vox, November 19, 2015].* Автор следующего примера, описывая террористическую угрозу, отмечает такие её свойства как постепенное развитие и трансформация, то есть видоизменение и преобразование, реструктуризация, которые на наш взгляд, присущи любому упорядоченному образованию или организации: *“And, as I noted above, the morphing of the terrorist threat means that we must attach even greater importance to the collection of intelligence through human observation” [The New York Times, Sept. 23, 2016].*

По мнению следующего автора, именно хорошая системная организация, упорядоченность в рядах Исламского государства позволяют террористам

проводить успешные атаки: *“Unlike al-Qaeda, which operates in a tightly controlled hierarchy, ISIS has long encouraged vigilante violence in its name”* [Vox, June 26, 2015], Строгая иерархия, порядок подчинения низших высшим согласно точно определенным рангам снова наводит читателя на мысль об терроризме как о строго упорядоченной системе.

Западные авторы нередко метафорически изображают международный терроризм в виде сети, опутавшей весь мир: *“He (Mr. Laachraoui) is at least the third person implicated in the Paris attacks from a Brussels-based network of radical Islamists that was prosecuted by the Belgian authorities last year”* [The Wall Street Journal, March 22, 2016]. Здесь снова видим отсылку к единой системе, совокупности структур или частей, связанных между собой едиными правилами, идеей, организацией. Так, следующий автор подтверждает нашу теорию о представлении терроризма как системы, представляя отдельные террористические группировки в каждой отдельно взятой стране в виде ячеек, отдельных звеньев одной цепи, одной системы: *“Sweeney said there is no intelligence indicating a terror cell is operating in the area”* [The Observer, Sept. 19, 2016].

Любая угроза в современном мире, а террористическая, в первую очередь, по мнению западных журналистов, измеряется уровнями и имеет разные показатели опасности: *“The threat of terrorist attack against the United States is at the highest level ...”* [USA Today, December 12, 2014]. У террористических атак эксперты отмечают коэффициенты успешности: *“... in particular, the rate of successful attacks is increasing in the most recent months”* [The New York Times, Sept. 23, 2016], а антитеррористические меры безопасности накладываются друг на друга слоями: *“Others emphasized that progressive layers of new security measures can go only so far”* [The New York Times, March 23, 2016].

В современной западной публицистике терроризм часто изображается в виде какого-либо механизма, прибора, устройства или инструмента. Авторы американских статей, создавая негативный опасный образ терроризма,

сравнивают самую крупную террористическую группировку современности с бомбой с часовым механизмом: “... *about ISIS: that the group, while in the past largely focused on expanding and defending its caliphate in Iraq and Syria, was a ticking time bomb waiting to inflict its horror elsewhere*” [Vox, June 26, 2015]. В следующем примере автор крайне выгодно использует метафорическое представление «Исламского государства» - террористической группировки, запрещенной в России, в виде пускового устройства, запускающего насилие, кровопролитие, религиозную войну: “*The Islamic State may hope to trigger a religious war here...*” [The New York Times, December 1, 2016]. При этом у читателя создаётся яркий образ террора как устройства, несущего смерть, разрушение и убийства.

Если террористы – это страшное вредоносное устройство, то европейская служба безопасности – лишь маломощный прибор, считает американский автор следующего примера: “*Yet Belgium has a notoriously weak counterterrorism apparatus ...*” [The New York Times, March 23, 2016]. Западные авторы в своих статьях часто критикуют антитеррористические меры, принимаемые правительствами разных стран для предупреждения террористических атак. Так, в следующем примере автор метафорически приравнивает операции, проводимые полицией одной из европейских стран по поиску террористов после совершенного ими террористического акта к процессу забрасывания сетей или невода для ловли рыбы. И хотя у полиции есть свои особые устройства для поимки террористов, они не всегда срабатывают, считает автор: “*The airport and much of the city were shut down, the police dragnets spread and the anguished questions arose: Why? How did the Islamic State, which claimed responsibility, plan this attack?*” [The New York Times, March 23, 2016].

Если терроризм – это механизм, каким его часто изображают в зарубежных СМИ, то его можно разобрать на части, разломать, разрушить, считают западные авторы статей: “*The United States must therefore focus on dismantling ISIL’s poisonous ideology ... It has been the stated policy of the United States to “degrade and destroy” the Islamic State or ISIL*” [USA Today, Sept. 1,

2015]. И пусть терроризм является цельным устройством, но разобранный на части он уже не сможет функционировать правильно, таков создаваемый данным автором образ.

Пугающе опасной представляется читателям террористическая угроза благодаря следующему образу, созданному в американской прессе. Террористическая атака, взрыв, нападение боевиков подобно щелчку выключателя, запускающему некий процесс, который, как правило, молниеносно приводит к необратимым последствиям: *“Somebody at some point is going to flip the switch, and when they do we’re going to have a catastrophic event...”* [USA Today, December 12, 2014].

Яркий образ, на наш взгляд, создаёт автор следующего примера, метафорически представляя читателям терроризм в виде вражеского корабля, показавшегося на горизонте: *“Millions of Americans tuned in on Sunday night to hear our president outline what he plans to do to combat Islamic terrorism now that it has again arrived on our shores”* [The New York Times, December 7, 2015]. Как известно из истории, корабль колонистов, приближающийся к берегам индейских поселений, сулил местному населению разрушение устоявшегося уклада жизни, рабство, а иногда и смерть, так и терроризм в современном мире не обещает американскому народу ничего хорошего.

В русскоязычных газетных статьях метафорическая модель «Система / механизм» стала одной из двух самых используемых, наряду с моделью «Война». Создавая образ терроризма как главного врага, русские авторы показывают его в виде структурированного объединения, организации, деятельность которой специально управляется и координируется для достижения определенной цели: *«А работающие по законам этой среды террористические “корпорации” готовы снабдить психически неуравновешенного человека обоснованиями его мизантропии»* [Ведомости, 18 июля 2016]. Один из русскоязычных авторов, доказывая, что терроризм – явление системное, приводит классификацию террористов: *«Для начала следует ввести классификацию террористов. Поскольку ее нигде нет, мне*

придется сделать это самому. Я считаю, что террористов можно разделить на две группы. Для первых главная цель – захват заложников, для вторых – уничтожение людей» [Независимая газета, 19 сентября 2016].

Как и американские авторы, их российские коллеги, описывая террористическую угрозу, прибегают к помощи таких терминов как уровень: *«Владимир Путин подписал указ о запрете чартерных перевозок, а Ростуризм тогда же обращал внимание на высокий уровень террористической угрозы» [Коммерсант, 11 ноября 2016].*

Терроризм как система, по мнению авторов российских газет, подвержен преобразованиям, способен трансформироваться и видоизменяться: *«Трагедия в Ницце встраивается в ряд историй, которые дают материал для размышления о трансформации терроризма» [Ведомости, 18 июля 2016].* И в отечественной прессе встречаем упоминания о разветвлённой террористической сети, ячейках и агентах: *«Экспансия ИГИЛ имеет место не только в регионе. Это сетевая структура» [Известия, 30 июня 2015].*

Встречается в текстах газетных статей и метафорическое представление терроризма и совершаемых террористами атак в виде какого-либо механизма или технического устройства: *«Месть – плохой советчик в борьбе с терроризмом, а коллективная ответственность – плохая идея. Все это может лишь дальше раскручивать маховик насилия» [Ведомости, 13 января 2015].*

Интересный, на наш взгляд, образ создан в следующем примере. Здесь Ближний Восток, охваченный войной и разгулом разнообразных террористических группировок, сродни шумному механизму с паровым двигателем, в функционировании которого наблюдаются неисправности: *«В Афганистане талибы, которые попали под контроль ИГИЛ, ведут наступление на Кундуз в непосредственной близости с границами Средней Азии. Ближний Восток движется, дымит, искрит» [Известия, 19 октября 2015].* В террористах-одиночках российские авторы видят инструменты, приспособления для выполнения террористических актов: *«Что же касается*

“людей - инструментов”, реализующих индивидуальные теракты и экстремистские акции, то с этой проблемой надо бороться...» [Известия, 22 июля 2016].

Обобщая, отметим, что метафорическая модель «терроризм – это система / механизм» является одной из самых часто используемых при создании образа международного терроризма как главного врага государства. Американские и русские журналисты метафорически представляют терроризм в виде упорядоченной системы, структурированной организации, сети, имеющей свою иерархию. Также часто в газетных статьях, посвященных проблеме терроризма, встречаются яркие образы террористической угрозы, представленной в виде разнообразных механизмов, инструментов, приспособлений, созданные с использованием приёма метафорического моделирования.

2.2.4. Метафорическая модель «терроризм – это спорт»

Следующая по продуктивности модель в нашем исследовании – это модель «Терроризм – это спорт». Метафорическое представление борьбы с терроризмом в виде спортивного состязания – это приём, которым довольно часто пользуются авторы статей американских газет. Это может быть кулачный бой, причём, неправильно выбранная тактика может привести к его ужесточению: *“But Usama Hasan, senior researcher at Quilliam (Foundation), said that if the British government passes legislation that Muslim feel targets them unfairly, the fight against extremists could be even harder”* [USA Today, August 15, 2015]. Терроризм – это мускулистый сильный спортсмен, победивший в соревновании, опередивший своих соперников и пробившийся на пьедестал: *“... terrorism has muscled its way to the top of a presidential campaign’s stack of issues”* [The Wall Street Journal, Sept. 21, 2016].

Каждый год жертвами террористических атак становятся сотни человек, американцы пишут о подсчете пострадавших, как о результатах спортивного состязания: *“... paramedics, police officers and other emergency workers were still*

evacuating hundreds of passengers at the airport and taking scores of injured people away for treatment...” [The New York Times, March 23, 2016], цифры при этом изменяются скачкообразно: “... *the number of civilians killed in terrorist attacks jumped a hundred and seventy-two per cent in 2014*” [The New Yorker, July 11, 2014].

В современных западных газетных СМИ борьба с террористической угрозой достаточно часто приравнивается к азартным играм. Как в любой азартной карточной игре или игре в рулетку многое может быть поставлено на кон при принятии решений о действиях против террористов, считает автор следующего примера: “*But there’s much more at stake here than just giving Obama permission to keep bombing ISIS*” [Vox, November 11, 2014]. Те, кто финансирует терроризм, делают крупные ставки в игре, и ставки эти крайне высоки: “*Yet the San Bernardino and Orlando attacks, demonstrating the threat of homegrown terrorist and their shockingly easy access to semiautomatic weapons, make the choices even starker, the stakes even higher*” [USA Today, June 22, 2016].

При описании террористических ячеек журналисты пользуются словами разговорного стиля, заимствованными из словаря игрока запаса американской футбольной команды: “*If ever you wonder how terrorists go from “jayvee” to genocide in two years, this is as good an explanation as any*” [The Wall Street Journal, March 22, 2016] (*JV – junior varsity – запасная спортивная команда в университете*). Новичком, не знающим правил, игроком запаса, наблюдающим за игрой со скамейки запасных, изображает автор террористическую группировку в момент её становления. Автор акцентирует внимание на кратковременности срока, за который террористы из неспособной повлиять на мировое устройство организации, превратились в монстра, претендующего на мировое господство, нацеленного на истребление народов по религиозным мотивам.

У западных авторов разные террористические группировки изображаются как спортивные команды, которые набирают игроков в свои сборные, чтобы соревноваться друг с другом: “*The Taliban have already shown such an*

inclination, for example by teaming up with Iran, a Shia state and a historical foe, to fight the Islamic State in Afghanistan” [The New York Times, December 1, 2016].

Нередко при описании безвыходного положения в борьбе против террористов американские авторы используют шахматные термины: *“By mid-2015, the war had reached a bloody stalemate, with the country divided among the regime, dozens of rebel groups, ISIS and other jihadists, and Kurdish groups, all of which claimed slices of territory ceded by the regime. The stalemate was broken by Russia’s entry last September” [The Time, March 7, 2016] (a stalemate – *натовая ситуация в шахматах*). Шахматная партия – популярный источник метафорической экспансии в российских газетных статьях, посвященных проблеме международного терроризма.*

В российской прессе метафорическая модель «Терроризм – это спорт» не менее популярна. Борьба с терроризмом в России – это соревнование, у которого есть свои правила, а террористы и правоохранительные службы – игроки соревнующихся команд, считают русскоязычные журналисты: *«Не самым лучшим способом борьбы с терроризмом является ужесточение и пересмотр тех правил игры, которые на протяжении многих лет вырабатывались в западном обществе и, бесспорно, являются культурно-цивилизованным достижением Запада» [Ведомости, 18 июля 2016].*

У авторов российской прессы снова встречаемся с карточными терминами и азартными играми: *«- Если говорить о геополитических мерах – сдерживании региональной экспансии ИГИЛ – то надо делать ставку на тех, кто может им противостоять: режим Башара Асада, курды, можно рассмотреть возможности Ирана» [Известия, 30 июня 2015]. Терроризм и ситуацию на Ближнем Востоке в российских статьях любят представлять в виде шахматной партии с её ключевыми фигурами и ходами, выполняемыми гроссмейстерами: *«Ближний Восток просматривается как огромная шахматная доска, по которой постоянно перемещаются фигуры, складывая неповторимые комбинации» [Известия, 19 октября 2015].**

Интересным, на наш взгляд, представляется следующий пример, в котором борьба с международным терроризмом метафорически представляется как соревнование по фехтованию: *«Сирийский вопрос стал ключевым в ходе встречи главы МИД России Сергея Лаврова и госсекретаря Джона Керри в Нью-Йорке. Пока же два дипломата беседовали между собой, президент США Барак Обама выступил на открытии Генассамблеи ООН, уколов Москву и объявив, что “в нашем мире, покинувшем давно эпоху империй, мы видим как Россия пытается восстановить свою славу насильственным путем”»* [Независимая газета, 22 сентября 2016]. Страны, участвующие в борьбе с терроризмом, нередко делают выпады в стороны друг друга, как будто участвуя в поединке на рапирах.

Итак, метафорическое изображение терроризма в русле модели «терроризм – это спорт» признано нами одним из эффективных способов создания образа главного врага в современном американском и русском дискурсе средств массовой информации.

2.2.5. Метафорическая модель «терроризм – это театр»

Еще одной популярной моделью репрезентации терроризма в СМИ посредством метафор является сравнение борьбы с терроризмом с театральным представлением, у которого есть свой сценарий и актеры, играющие положительные и отрицательные роли: *“...That’s why I say the first challenge we need to face is countering non-state violent actors”* (Secretary of State John Kerry) [USA Today, June 30, 2016].

Ведущая роль в спасении мира от вселенского террористического зла возлагается на мирное население, провозглашают западные журналисты вслед за американскими властями: *“Our goal with the new campaign are to show our customers how easy it is to report a suspicious package or activity, and remind them that they have a crucial role to play in keeping New York safe,”* said MTA

(Metropolitan Transportation Authority) Chairman and Chief Executive Thomas Prendergast in a statement [*The Wall Street Journal*, March 22, 2016].

Яркий запоминающийся образ терроризма создает автор следующего примера, представляя на суд читателя террористический акт как кошмарный сон, со своим развитием событий: “*For the past years, prosecutors, police, and intelligence officers “have been in overdrive to avoid the nightmare scenario” that just happened (about bombings in Belgium)*” [*The Week*, April 1, 2016]. Чаще всего действия террористов, террористические акции, теракты, у каждого из которых есть свой замысел и сюжет, метафорически изображаются в американских газетах как театральные спектакли: “*People (jihadists) turn to terrorism because they know they cannot wage war, so they opt instead to produce a theatrical spectacle*” [*The New Yorker*, November 23, 2015].

Разочарованные бездействием своего правительства западные репортеры пишут об атаках террористов как о зловещем аккомпанементе, ежедневно сопровождающим американцев: “*A 2013 Pew survey found 75% of Americans have accepted terrorist attacks as a fact of life, a dire accompaniment to our daily routines*” [*USA Today*, July 4, 2016]. Организатор теракта метафорически выступает в образе дирижёра зловещего оркестра, лица управляющего действиями террористов – музыкантов, совместно исполняющих музыкальные произведения – террористические атаки, повергшие в шок весь Париж: “*Indeed, the presumed orchestrator of the Paris attacks, Abdelhamid Abaaoud ... boasted to his cousin before he was killed that 90 operatives were dormant, ready for another attack*” [*The New York Times*, March 23, 2016].

Авторы американских статей высказывают своё негативное отношение к разнообразным террористическим группировкам, странам Ближнего Востока и отдельным лидерам, представляя их читателю то в виде исполнителей второстепенных ролей, или работников сцены, или публики: “*(Abu Musab al-)Zarqawi’s group was a bit player among jihadists, overshadowed by al-Qaeda. ... In 2010 Iraq begins unraveling, setting the stage for AQI’s (al-Qaeda in Iraq)*

comeback. ... The Sunni extremists who arrived found a friendly audience among former Iraqi soldiers and officers” [Vox, November 19, 2015].

Автор следующего примера рисует читателям пугающую страшную картину убийства, изображая террористов, танцующих на сцене страшный танец смерти: *“A video I saw recently showed seven or eight victims and as many victimizers engaging in a scrambled choreography: the jihadists line their victims up, make them kneel, berate them, hit them, and push them over, then haul them upright again for the final shot to the head” [The New Yorker, July 11, 2014].*

Меры, необходимые для успешной борьбы с терроризмом, настолько животрепещущая и опасная тема для американского общества особенно в преддверии выборов, что кандидаты в президенты, излагающие свои позиции по данному вопросу, метафорически приравниваются к канатоходцам на цирковом представлении: *“The instant responses to the attacks in Brussels highlighted the tightrope that all the candidates find themselves walking when the subject turns to combating terrorism” [The New York Times, March 23, 2016].*

Автор следующего примера приравнивает террориста, захватившего самолет, с циркачом, выполняющим трюки: *“And the next time a hijacker full of hate pulls the same stunt with a single knife, he’ll get the same treatment and meet the same result as those on United Flight 93” [USA Today, August 23, 2015].*

В российских газетных статьях, посвященных вопросу терроризма, также присутствует метафорическая модель «Театр».

Страны, ведущие борьбу с терроризмом, и государства, считающиеся пособниками террористов, как актёры на сцене или музыканты в оркестре, играют свои значительные роли: *«Бороться с профессиональными террористами вооруженным гражданам крайне сложно. Тут главную роль должны играть спецслужбы. ... В Израиле ... роль вооруженных граждан в борьбе с террористами вполне сопоставима с ролью полиции» [Независимая газета, 16 сентября 2016].*

У программы борьбы с терроризмом, предлагаемой Россией есть сценарий и замысел, считают авторы русскоязычных газетных статей, создавая

образ театрального спектакля: *«Общее ужесточение идеологического контроля в стране, необходимость гарантировать безопасность Олимпиады в Сочи, смена власти в некоторых республиках привели к возврату силового сценария» [Ведомости, 13 января 2015].*

Российские журналисты пишут о террористическом акте как о трагедии – жанре произведения для постановки на сцене, сюжет которого приводит персонажей к катастрофической концовке: *«Валентина Матвиенко отметила профессионализм экстренных служб и правоохранительных органов с первых минут трагедии. ... Тем не менее, трагедия в метро Петербурга произошла» [АиФ, 6 апреля 2017].*

Метафорическая модель «терроризм – это театр» довольно часто используется как зарубежными, так и отечественными авторами для создания образа терроризма как главного врага, при этом меры, операции, проводимые спецслужбами для предотвращения террористических атак метафорически приравниваются к театральным спектаклям, постановкам, выступлениям оркестров, а противоборствующие стороны – террористы, правоохранительные службы, правительства разных стран и просто мирные жители – выступают в амплуа актёров, музыкантов, работников сцены, кордебалета и зрителей.

2.2.6. Метафорическая модель «терроризм – это болезнь»

В рамках следующей модели терроризм в американском и русском дискурсе СМИ метафорически представляется в виде заразной болезни, охватившей все стороны мирной жизни: *“Finally and perhaps most importantly Middle Eastern countries must address the political, social, and economic malaise that gives rise to radicalization” [USA Today, Sept. 1, 2015].*

Внезапные нападения террористов и неготовность спецслужб к защите шокируют и парализуют мирное население: *“The bombings paralyzed Brussels... Anxieties intensified about the inability to prevent mass killings at relatively unprotected places” [The New York Times, March 23, 2016]. Автор акцентирует*

внимание читателей на том факте, что убийства и взрывы вызывают истерику, панику и страх. Вину за неспособность противостоять террористическим угрозам американские СМИ возлагают на правительства и службы безопасности европейских стран, также пользуясь медицинским словарем: *“Belgium’s dysfunctional government and fractured security services have compounded a problem in Western Europe ...” [The New York Times, March 23, 2016].* Автор называет правительство Бельгии недееспособным, а службу безопасности сломленной, создавая образ страны, нации, на которую обрушились террористические атаки, как больного организма, надломленного долгой болезнью, неспособного нормально функционировать и вести борьбу с международным терроризмом.

Бездействие американских властей в отношении террористических угроз подобно гнилостным микроорганизмам, заставляющим наш мир разлагаться, считает западный репортер, описывая ситуацию, сложившуюся вокруг памятного теракта, произошедшего в США 11 сентября 2001 года, и ту политику невмешательства, которую вело американское правительство до этой траурной даты: *“Those mistakes have huge consequences,” said Rogers, who is retiring next month. “Just like I argue we didn’t do anything prior to 9/11. We just let it fester and we got to 9/11” [USA Today, December 12, 2014].* Бездействие, приведшее к ужасной террористической атаке, автор метафорически представляет как процесс нагноения, нарывания в результате воспаления, постепенно отравляющий весь организм.

Ряды террористов разрастаются как злокачественная опухоль, по мнению следующего западного журналиста: *“Joulani’s fighters quickly proved themselves to be some of the most effective fighters, swelling their ranks with the new recruits” [Vox, November 19, 2015].* В этом примере снова наблюдаем использование метафорической модели «терроризм – это болезнь». В представлении американских СМИ идеология террористов как ядовитое вещество, которое подлежит нейтрализации: *“U.S. can only vanquish ISIS by neutralizing its poisonous, but powerful ideological weapons” [USA Today, Sept. 1, 2015].*

Для придания значимости проблеме международного терроризма с заразным инфекционным заболеванием сравнивается не только повсеместное распространение терроризма, но и страх перед ним, и, как не странно, отвага, проявляющаяся перед лицом опасности: *“Courage is contagious when intended victims thwart would-be terrorists... Fear is contagious. But so is courage” [USA Today, August 23, 2015].*

Для большинства американцев террористический акт стал новой реальностью, еще одним повседневным событием. Авторы газетных статей вслед за психологами называют подобное состояние усталостью, утомлением, апатией: *“Experts call it “terrorism fatigue.” It’s when we find ourselves shrugging at the bombing at the Istanbul airport this week. ...” [USA Today, July 4, 2016].*

Метафорическая модель «терроризм – это болезнь» также довольно часто встречается в российских газетных статьях, затрагивающих тему международного терроризма как главного врага государства. Российские авторы изображают терроризм в виде серьезного заболевания, эпидемии, вируса, поражающего всё мирное население: *«Однако, винить правоохранительные органы Франции, как ранее Бельгии, США, Египта и многих других стран, ставших жертвами терроризма, - все равно что предъявлять требования к современной медицине относительно ее неспособности вылечить СПИД, рак и многие другие неизлечимые заболевания» [Ведомости, 18 июля 2016].* Устрашающий образ терроризма как явления создается российским журналистом, пишущим статьи для одного из крупных авторитетных изданий в нашей стране, за счёт приравнивания терроризма к самым опасным смертельным заболеваниям современности – синдрому приобретённого иммунодефицита, раку – образованию злокачественных опухолей.

У “заболевших” стран современные авторы российских газетных статей диагностируют различные показатели заболеваемости: *«В ближайшие месяцы мир будет жить в состоянии “антитеррористической лихорадки”, вызванной цепью событий последнего времени, показавших уязвимость крупнейших*

государств планеты» [Известия, 21 июля 2016]. Автор этого примера раскрывает перед читателем образ стран, экстренно усиливающих антитеррористические меры из-за произошедших террористических атак, описывая их тревожное состояние как болезненное, сопровождающееся жаром и ознобом.

Подтверждает идею использования метафорической модели «терроризм – это болезнь» как одного из самых эффективных средств создания образа главного врага и следующий пример, взятый из авторитетного российского издания «Ведомости». Террористы в русскоязычных статьях – это пациенты с различными психическими заболеваниями, считает следующий автор: *«Истории Булея, Матина и Андреаса Лубица, страдавшего психическим расстройством пилота Germanwings, направившего в землю самолет со 150 пассажирами... Перед нами не фанатики, готовые убивать и умирать ради идеи, а вполне вестернизированные люди с психозами»* [Ведомости, 18 июля 2016].

В современном мире, к сожалению, еще не придумали прививки от терроризма: *“Терроризм представляет собой не что иное, как болезнь, от которой человечество до сих пор не придумало противоядия. Ни одна страна в мире не может похвастаться изобретением вакцины, гарантирующую ей полную невосприимчивость к террористической угрозе”* [Ведомости, 18 июля 2016]. Автор этого, яркого, на наш взгляд, примера искусно использует метафорическую модель «Болезнь» для создания объемного образа главного врага – терроризма – как опасного вирусного заболевания. Чтобы остановить его, человечеству необходимо найти то вещество или средство, способное прекратить или ослабить действие ядовитых микроорганизмов, возбудителей заразы.

Подводя итог, отметим, что метафорическая модель «терроризм – это болезнь» достаточно часто встречается в американском и русском дискурсе СМИ при создании образа терроризма как главного врага государства или нации.

2.2.7. Метафорическая модель «терроризм – это ирреальный мир»

Одной из редко используемых метафорических моделей для создания образа терроризма как главного врага стала, по итогам нашего исследования модель «терроризм – это ирреальный мир». В рамках данной модели терроризм в текстах американских газет представляется в виде нереального, несуществующего, вымышленного мира, в котором царят зло, хаос, мистические сущности, несущие смерть и разрушение. Стараясь передать омерзительную сущность терроризма американские авторы представляют террористов и террористические группировки в виде сверхъестественной силы, лжепророков, дьяволов, то есть некой темной материи: *“We were there last in 2004, when Americans decided they’d take George W. Bush over John Kerry in the lingering shadows of 9/11” [The Wall Street Journal, Sept.21, 2016]*

Западный автор следующего примера, описывая террористическую группировку «Исламское государство», запрещенную в России, придаёт ей как ожившей сущности мистическую способность реинкарнировать, то есть перевоплощаться в новом теле после физической смерти: *“It will be only a matter of time before we see the next incarnation of ISIL” [USA Today, June 22, 2016]*. При прочтении данного фрагмента у читателя создаётся образ терроризма как существа из потусторонней действительности, обладающего сверхъестественной силой.

Внешнее финансирование, по мнению американских журналистов, позволило ИГИЛ превратиться в пугающее мощное отвратительное чудовище: *“But back in 2012, foreign donations played a crucial role in growing the group from the poor organization it was then into the monster it is today” [Vox, November 19, 2015]*. Здесь вновь видим упоминание о таких процессах как превращение в монстра – трансформации при помощи волшебства или колдовства, то есть таких приёмов, которые вряд ли встречаются в реальном мире.

В таинственном ирреальном мире иногда случаются чудеса: *“That no one was killed in any of these particular attacks is a minor miracle”* [National Review, October 10, 2016]. Чудом, то есть явлением, противоречащим законам природы, но всё-таки возможным вследствие вмешательства потусторонней силы, считает автор данного фрагмента отсутствие жертв во время серии терактов, произошедших в Нью-Йорке 17 сентября 2016 года.

По итогам нашего исследования метафорическая модель «терроризм – это ирреальный мир» заняла предпоследнее место по частоте использования в русском дискурсе СМИ при создании образа главного врага на примере освещения проблемы международного терроризма. Как и в Америке, тексты статей в России, посвященных терроризму, наполнены таинственными существами из параллельной реальности: *«Мы в России иногда представляем ИГИЛ как необычное таинственное, похожее на привидение явление, которое словно спустилось с небес и воплощает чей-то неясный и загадочный промысел»* [Известия, 19 октября 2015]. Террористическая группировка, овеянная загадочностью, изображается автором в виде бесплотного духа, призрака, воображаемого существа, являющегося людям. Террористические акты совершаются монстрами, чудовищами, фантастическими существами: *«Правоохранительные органы, спецслужбы и Следственный комитет делают все для выявления виновных в чудовищном злодеянии»* [АиФ, 6 апреля 2017].

Один из российских авторов создает яркий смертоносный образ терроризма, предвещающий конец света, катастрофу планетарного масштаба: *«Кибертеррористы станут ломать суперкомпьютеры, и все аэропорты мира утратят управляемость в воздухе: над аэродромами станут сталкиваться самолеты, рождая небесный апокалипсис. ... Прислушаемся ... Не летят ли с раскаленными моторами приближающиеся к нам грузовики апокалипсиса?»* [Известия, 18 июля 2016]. Автор сравнивает террористов, совершивших в недавнем прошлом террористические акции – наезды на пешеходов на грузовых автомобилях – в крупных европейских городах, с четырьмя всадниками Апокалипсиса – персонажами из шестой главы откровения Иоанна

Богослова, последней из книг Нового Завета, которые, как известно, были призваны и наделены силой сеять смерть, хаос и разрушения в мире.

Таким образом, используя модель «терроризм – это ирреальный мир», зарубежные и отечественные авторы изображают терроризм как потустороннюю реальность, параллельный мир, в котором действуют мистические сущности, привидения и монстры.

2.2.8. Метафорическая модель «терроризм – это космос»

Редко используется в текстах американских и русских газет и метафорическое уподобление терроризма космосу. Несмотря на то, что данную метафорическую модель используют не так часто, как остальные модели, она является одной из ярких, на наш взгляд, и позволяет создавать запоминающиеся образы при изображении терроризма как главного врага в американском и русском дискурсе средств массовой информации.

Вся серьезность и опасность террористической угрозы у американских журналистов передается через сравнение с неизменно действующим земным притяжением: *“Prime Minister Charles Michel – who took office in 2014 – understands the gravity of the threat, and since the Paris attacks his government has invested an extra \$450 million in “the fight against terrorism and radicalization” ... The West is still not treating the ISIS threat with the gravity it deserves” [The Week, April 1, 2016].*

Отсутствие единообразия в действиях многочисленных силовых структур при предотвращении террористических актов описываются западными авторами статей с использованием космических терминов: *“(Richard) Ford (a retired FBI agent) said Brazil’s security forces have already struggled with communication between the myriad forces, a problem that will be more complex with added force around the (Olympic) Games” [USA Today, June 30, 2016].* Антитеррористические комитеты, правоохранительные органы, спецслужбы – всё многообразие организаций, призванных отслеживать ситуацию и

предотвращать атаки террористов, раскрывают в данном примере через космическую метафору, через сравнение с бесчисленным множеством звёзд.

Критикуя американское правительство и выражая недоверие к мерам, предпринимаемым для борьбы с террористами, журналисты сравнивают сложившуюся ситуацию с пустотой, безвоздушным пространством, которое тут же заполняется экстремистами: *“A lack of economic opportunity, the lack of safety net and ineffectual governance have created a sense of hopelessness, leaving ISIL and other extremist group to fill the vacuum”* [USA Today, Sept. 1, 2015].

Американские авторы метафорически изображают террористов – в виде обитателей другой планеты, инопланетян: *“Presumably, if instead we were being attacked by Martians, they’d say any criticism of Martians was only alienating us from all the people on Mars. The problem is we aren’t getting killed by Martians... but by men and women yelling “Allahu akbar””* [The Wall Street Journal, Sept. 21, 2016]. Здесь метафорическое уподобление террористов марсианам строится на аналогии. Автор как бы предполагает, что терроризм – это какая-то отдельная планета, и жители этой планеты называются террористами, и поэтому, вполне могут быть сравнимы с марсианами – жителями, гипотетически населяющими другую планету Марс.

Модель «Терроризм – это космос» - самая редкоупотребимая модель, согласно нашему исследованию, и в российской прессе. Уподобляя терроризм космосу, российские журналисты пишут о таком космическом явлении как чёрная дыра, возникающем в результате полного гравитационного коллапса, при котором притяжение настолько велико, что ничто не может покинуть эту дыру: *«На Ближнем Востоке ... разверзается несколько чёрных дыр. Разверзлась страшная чёрная дыра в Ираке, поглотившая государство, уничтожающая целые ареалы населения. ... возникает абсолютно новое, то что мы называем ИГИЛ, то, что называем Халифатом»* [Известия, 19 октября 2015]. Автору удалось создать запоминающийся образ терроризма за счёт использования авторской яркой метафоры.

При описании борьбы с терроризмом, принимаемых мер, операций, проводимых для предупреждения террористических актов, устранения последствий и поимки террористов авторы российских статей используют космическую терминологию, как и их американские коллеги: «... так произошло в Петербурге, когда вдруг заговорили о якобы обнаруженных взрывпакетах в метро К счастью, затем официальные сводки начали поступать оперативно и вакуум был заполнен» [АиФ, 6 апреля 2017].

Один из авторов представляет читателям террористическую группировку ИГИЛ в образе планеты: «Планета ИГИЛ имеет ледяное ядро и раскаленную поверхность» [Известия, 19 октября 2015]. Автор как бы намекает читателям, что у террористической организации «Исламское государство», как у планеты, существует важная составная часть, равнодушный управляющий центр и разгоряченные, готовые действовать исполнители терактов, находящиеся на виду, на переднем плане.

Таким образом, подводя итоги нашего исследования, можно говорить о том, что в американском и русском медиадискурсе используются одни и те же метафорические модели для создания образа такого международного явления как терроризм с разной частотой употребления.

Хотелось бы отметить, что на наш взгляд, максимальное воздействие на читателя путем создания яркого объёмного негативного образа терроризма как главного врага в современных американских и русских газетных статьях авторитетной прессы достигается при использовании редких авторских метафор, укладывающихся в рамки той или иной метафорической модели за счёт использования определенного метафорического источника.

Заключение

В современном мире к угрозам международного характера относят создание оружия массового уничтожения, национальную рознь, глобальное потепление, катаклизмы и стихийные бедствия, эпидемии и, конечно же, терроризм. Проведенное исследование посвящено изучению стилистических средств создания образа главного врага на примере отношения к вопросу международного терроризма в американском и русском дискурсе СМИ.

Главной целью средств массовой информации, в частности газетных статей, является не просто передача информации в виде констатации фактов, а в виде их интерпретаций. Интерпретируя факты, авторы статей воздействуют на общественное мнение и определяют взгляды читателя на окружающий мир.

Журналисты газет в своих статьях всё чаще стали представлять терроризм в качестве главного врага нации, пользуясь для создания яркого и пугающего образа коммуникативными стратегиями и тактиками воздействия, реализуемыми в текстах при помощи стилистических приёмов и экспрессивных средств языка.

В первой главе мы рассматриваем понятия медиадискурс, медиатекст, медиаобраз. Дискурс СМИ – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается, как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия. Медиаобраз, являющийся одним из компонентов модели развёртывания информации, имеет методологическое значение. Запоминающиеся образы, которые могут содержать как позитивный, так и негативный оценочный компонент, способны оказывать влияние на восприятие события.

Далее в первой главе также рассматриваются понятия коммуникативных стратегий и тактик. Тактика есть конкретный приём или способ, отдельный инструмент реализации общей стратегии. А стратегия – общий план использования частных приёмов, то есть тактик, для осуществления авторского

намерения и достижения поставленной цели. Выявление тактики текста показывает, как строится текст, а выявление стратегии текста отвечает на вопрос, для чего этот текст создается.

Изучив выбранный эмпирический материал из статей качественной американской и русской прессы, и опираясь на работы зарубежных и отечественных исследователей языковых особенностей дискурса СМИ, мы выявили основные коммуникативные стратегии и тактики, при помощи которых в американском и русском дискурсе СМИ создается негативный образ глобальной террористической угрозы.

Наиболее эффективной мы считаем стратегию оппозиционирования, реализуемую посредством тактических приёмов дискредитации или обвинения, угрозы или запугивания последствиями, восхваления результатов. Противопоставление, лежащее в основе стратегии оппозиционирования, опирается на базовую категорию воздействия “свой” - “чужой” и позволяет выгодно сравнивать положительный образ нации-борца с создаваемым отрицательным образом терроризма как главного врага. Вторая выявленная нами стратегия - стратегия кооперации усиливает эффект воздействия пугающей репрезентации терроризма в СМИ на сознание читателей и реализуется в текстах газет за счёт тактических приёмов призыва к борьбе, апелляции к фактам и убеждения.

Вторая глава нашего исследования посвящена изучению стилистических особенностей создания образа терроризма как главного врага в американских и русских газетных текстах качественной прессы. Мы признаём, что языковым воплощением образности являются специальные речевые средства, подразделяемые на фигуры и тропы. Самыми эффективными экспрессивными языковыми средствами создания образа терроризма, на наш взгляд, являются: эпитет, сравнение, метонимия, гипербола, ирония и аллюзия.

Особое внимание в работе уделено исследованию метафорических моделей. В работе использована методика концептуальных метафор, объединяемых сферой-источником метафорической экспансии. Определены

основные сферы-источники и на их основе выделены метафорические модели. Кроме того, проведен сопоставительный анализ по частотности их использования в англоязычных и русскоязычных статьях, посвященных международному терроризму в США и России.

Из англоязычных и русскоязычных статей на тему терроризма в США и России было отобрано около 500 метафор, по 250 из американских и русских высокотиражных публицистических изданий качественной прессы. На их основе было рассчитано процентное соотношение частотности использования метафорических моделей в текстах, посвященных международному терроризму в США и России.

Следующие метафорические модели признаны нами самым эффективным средством создания образа главного врага: терроризм – это война, терроризм – это природа, терроризм – это система / механизм, терроризм – это спорт, терроризм – это театр, терроризм – это болезнь, терроризм – это ирреальный мир и терроризм – это космос.

В результате исследования в англоязычном американском медиадискурсе на примере газетных статей нам удалось выделить следующие метафорические модели:

- Война (25%)
- Природа (20%);
- Система / механизм (20%);
- Спорт (10%);
- Театр (10%);
- Болезнь (5%);
- Ирреальный мир (5%);
- Космос (5%).

При исследовании концептуальных сфер-источников метафорической экспансии в газетных статьях в России было обнаружено, что такой феномен действительности как терроризм чаще всего метафорически концептуализируется как:

- Война (24%);
- Механизм (24%);
- Природа (20%);
- Спорт (10%);
- Театр (7%);
- Болезнь (7%)
- Ирреальный мир (5%);
- Космос (3%).

В результате работы мы пришли к выводу, что в американских и русских статьях при метафорическом представлении терроризма как главного врага используются одни и те же сферы-источники метафорической экспансии, а сами исследуемые метафорические модели, как в англоязычном, так и в русскоязычном медиатексте имеют похожую структуру.

Самой часто используемой и в России и в Америке признана метафорическая модель «Война», хотя по результатам проведенного нами сопоставительного анализа в российской прессе она делит лидерство с метафорической моделью «Система / механизм». Следует отметить, что в статьях американских авторов модель «Система / механизм» встречается реже, чем у российских журналистов.

Примерно одинаковое процентное соотношение по употребимости в текстах газетных статей, посвященных проблемам международного терроризма, имеют метафорические модель «Спорт», «Театр» и «Болезнь». Хотя, опираясь на полученные результаты сравнения, модель «Болезнь» в американском медиадискурсе отнесена нами к редкоупотребимым моделям.

Наконец, самыми мало используемыми метафорическими моделями как в американском, так и русском дискурсе СМИ стали модели со сферами-источниками: «Ирреальный мир» и «Космос».

На наш взгляд, именно редкие авторские метафоры, укладывающиеся в рамки метафорических моделей, за счёт использования той или иной сферы-источника метафорической экспансии, способны оказывать максимальное

воздействие на читателя путем создания яркого объёмного негативного образа терроризма как вселенского зла в современных американских и русских газетных статьях авторитетной прессы.

Мы считаем, что метафорические модели как одно из основных средств создания и передачи образности представляют собой прекрасный материал для дальнейшего более углубленного исследования. Перспективным нам видится более подробное изучение структуры метафорических моделей, рассмотрение различных сценариев метафорического представления терроризма как главного врага, выделение и подробное описание фреймов и слотов.

Список использованной литературы

1. Аكوпова Д.Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник ННГУ. 2013. №6-1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategii-i-taktiki-politicheskogo-diskursa> (дата обращения: 10.03.2017).
2. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: Учеб. пособие. М.: Высш. шк., 1991. 140 с.
3. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2002. 384 с.
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Перформатив // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия», 1990.
5. Безценная Ж. П. Роль метафоры в политическом дискурсе // Вестник ХНАДУ. 2007. №36. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-metafor-y-v-politicheskom-diskurse> (дата обращения: 15.03.2016).
6. Белобородова А.В. Прагмалингвистический принцип классификации фразеологизмов со значением безразличия в русском и английском языках // Вестник ЧГПУ, 2010. С. 235 – 242.
7. Бибикова А.А., Водоватова Т.Е. Языковая игра в англоязычном политическом дискурсе // Вестник Международного института рынка. №2, 2015. С. 151 – 156.
8. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М.: Изд-во КД «ЛИБРОКОМ», 2009. 320 с. URL: <http://www.academia.edu/9249708> (дата обращения: 10.05.2017).
9. Буряковская В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): монография. Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т. Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2014. 228 с.
10. Гаспаров М.П. Фигуры стилистические // Литературная энциклопедия терминов и понятий. М.: Интелвак, 2001. С. 356 – 357.

11. Гончарова Н.Ю. Общетеоретические основы изучения понятия «Образ» // Вестник ВятГГУ. 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obscheteoreticheskie-osnovy-izucheniya-ponyatiya-obraz> (дата обращения: 15.05.2017).
12. Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. 380 с.
13. Добросклонская Т.Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа / Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. С. 13 – 22.
14. Дускаева Л.Р. Типология речевых жанров журналистского дискурса / Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа: сб. статей: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. С. 21 – 24.
15. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. Москва; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 339 с.
16. Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1 (24). С. 29 – 33.
17. Иссерс О.С. Дискурсивные практики нашего времени. Изд. 2-е, испр. М.: ЛЕНАНД, 2015. 272 с.
18. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие. 2-е издание. М.: Флинта: Наука, 2011. 224 с.

19. Казак М.Ю. О типах медиаобразов в журналистских текстах: вектор развития / Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. С. 352 – 358.
20. Кириллов А.Г. Политический нарратив: структура и прагматика: дис. канд. филол. наук, 2007. 209 с.
21. Климинская С.Л. Лингвостилистические особенности стратегий и тактик убеждения в аргументативном дискурсе. Вестник МГЛУ. Выпуск 8 (614). 2011. С. 24 – 42.
22. Ковешникова М.Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // Царскосельские чтения. 2014. №XVIII. С. 387 – 394.
23. Коломийцева О.Ю. Парижские теракты в газетном дискурсе ФРГ // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2 – 3. 106 с.
24. Коралова А.Л. Характер образности фразеологических единиц. М.: 1980. 130 с.
25. Куликова И.С., Салмина Д. В. Введение в языкознание: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2013. 699 с.
26. ЛЭС: Лингвистический энциклопедический словарь: 2009. URL:<http://www.lingvisticheskiy-slovar.ru/description/kommunikatsiia/267> (дата обращения: 13.10.2016).
27. Мазурина Е.Н. Лексико-стилистический анализ иноязычного публицистического текста на примере газет The Guardian и Le Figaro. Москва, 2013. 107 с.
28. Малюкова Д.С. О примерах использования тактик манипулирования в современном медийном дискурсе // Вестн. Том. гос. ун-та. 2011. №347. С. 24 – 27.

29. Мартынова Ю.А. Метафора в современном политическом дискурсе. Известия Саратовского университета. Т. 8. Социология, политология. Вып. 1. 2008. С. 125 – 129.
30. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Изд-во Урал. Ун-та, 1990. 172 с.
31. Михальская А.К. Основы риторики: мысль и слово. Учебное пособие. М.: Просвещение, 1996. 416 с.
32. Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа: сб. статей / под ред. Л. Р. Дускаевой. Отв. ред. Н. С. Цветова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. 228 с.
33. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ: Учебное пособие. Владимир: ВГГУ, 2009. 144 с.
34. Негрышев А.А. Некоторые проблемы теории текста в перспективе дискурса-анализа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. №5 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 149 – 151. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2013/5-2/39.html> (дата обращения: 8.03.2017).
35. Никитина К.В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2006.
36. Никитина К.В. Манипулятивность как основополагающее свойство политического дискурса // Лингво-методические проблемы обучения иностранным языкам в ВУЗе: Материалы научно-методической конференции / под ред. Р.И. Виноградовой. Уфа: РИО БашГУ, 2006. С. 160 – 163.
37. Ольховиков, Д. Б. «Образность» как категория филологического описания текста // Серия «Русская филология». № 4. М., 2010. С. 38 – 43.
38. Ольховиков Д. Б. Стилиевая принадлежность и предметно-логическая структура словесного образа // Вестник МГЛУ. 2013. №5 (665). URL:

- <http://cyberleninka.ru/article/n/stilevaya-prinadlezhnost-i-predmetno-logicheskaya-struktura-slovesnogo-obraza> (дата обращения: 15.05.2017).
39. Остин Дж. Слово как действие // В кн. Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. Вып. XVII. М.: Прогресс, 1986. С. 22 – 131. URL: <http://www.biblioclub.ru> (дата обращения: 6.05.2017).
40. Панарин И. СМИ, пропаганда и информационные войны. М.: Поколение, 2012. 411 с.
41. Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 26–28.08.2014) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». Екатеринбург, 2014. 397 с.
42. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» 2001. 656 с.
43. Серль Дж. Что такое речевой акт? Классификация иллокутивных актов. // В кн. Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. Вып. XVII. М.: Прогресс, 1986. С. 151 – 170. URL: <http://www.biblioclub.ru> (дата обращения: 6.05.2017).
44. Сковородников А.П. Риторические приемы в современной литературе и публицистике (к вопросу о классификации) // Междунар. конф. «Язык СМИ: от Ломоносова до наших дней» МГУ им. М. В. Ломоносова, 22–23 ноября 2007 г. Научное издание. М, 2007. С. 278 – 286.
45. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.
46. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Отв. Ред. А.П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2009. 292 с.
47. Статкевич Е.А. Речевые стратегии и тактики современной радиорекламы // ОНВ. 2011. №1 (95). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rechevye-strategii-i-taktiki-sovremennoy-radioreklamy> (дата обращения: 10.03.2017).
48. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2001.

- 49.Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Воронеж: Истоки, 2012. 178 с.
- 50.Стернин И.А. Теоретические и прикладные проблемы языкознания: избранные работы. В 2 ч. Ч. 1 / И.А. Стернин. Изд. 2-е. стер. М.: Берлин: Директ-Медиа, 2016. 549 с. URL: <http://www.biblioclub.ru> (дата обращения: 6.05.2017).
- 51.Сусов И.П. Введение в языкознание: учебник для студентов лингвистических и филологических специальностей. М.: АСТ: Восток – Запад, 2006. 379 с.
- 52.Таратухина, Ю. В., Авдеева З. К. Деловые и межкультурные коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2014. 324 с.
- 53.Филолого-коммуникативные исследования. Ежегодник-2014 / науч. ред. А.А. Чувакин; И.В. Силантьев; отв. ред. Ю.В. Трубникова. Барнаул: Изд-во Алт. ун.-та, 2014. 289 с.
- 54.Фрик Т.Б. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие / Т.Б. Фрик; Томский политехнический университет. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. 100 с.
- 55.Хурматуллин А.К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Ученые записки казанского государственного университета. Том 151, кн. 6. Гуманитарные науки, 2009. С. 31 – 36.
- 56.Чарыкова О. Н., Попова З. Д., Стернин И. А. Основы теории языка и коммуникации, М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 312 с.
- 57.Шацкая Ж.Ю. Метафорическое моделирование как способ репрезентации национального мышления // Наука и Мир. Волгоград: Научное обозрение. 2014. Том 2. № 11 (15). С. 63 – 64.
- 58.Шкуратова Е.А. Коммуникативные стратегии и тактики передачи сообщений о военном конфликте // Вестник КемГУ. 2013. №2 (54). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-i-taktiki-peredachi-soobscheniy-o-voennom-konflikte> (дата обращения: 10.03.2017).

59. Язык и стиль СМИ: учеб. пособие / сост. К. И. Шарафадина. СПб.: СПбГУП, (Библиотека гуманитарного Университета; Вып. 59), 2016. 228 с.
60. Cornelissen J. P., et al. Metaphorical images of organization: How organizational researchers develop and select organizational metaphors. *Human Relations*. Vol. 58(12). The Tavistock Institute, SAGE Publications, 2005. p. 1545 – 1578. URL: <http://www.sagepublications.com> (дата обращения: 14.02.2017).
61. Crawford L. E. Conceptual Metaphors of Affect. *Emotion Review*. Vol. 1, No. 2. SAGE Publications, 2009. p. 129–139. URL: <http://www.emr.sagepub.com> (дата обращения: 14.02.2017).
62. Domingues M. The metaphorical species: Evolution, adaptation and specification of metaphors. *Discourse Studies*. Vol. 17(4). SAGE Publications, 2015. p. 433–448. URL: <http://www.sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav> (дата обращения: 12.12.2016)
63. Hargie O. *Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory & Practice*. URL: <http://www.psypress.com/skilled-interpersonal-communication-9780415432047> (дата обращения: 23.10.2016).
64. Lakoff G. *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Chicago: The University of Chicago Press, 2002.
65. Lakoff G. *Metaphors We Live By (with a new afterword)*. Chicago: The University of Chicago Press, 2003. 281 p.
66. Prince G. *A Dictionary of Narratology*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2003. 138 p.
67. Van Dijk, T. A. *Knowledge and News*. University of Amsterdam, Universitat Pompeu Fabra, February 2001. Режим доступа: <http://www.discourses.org/OldArticles/Knowledge%20and%20News.pdf>. (дата обращения: 18.10.2016).
68. Van Dijk, T. A. *Discourse, Knowledge and Ideology: Reformulating Old Questions. Second Version*. Universitat Pompeu Fabra, 2002. Режим доступа: <http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20and%20Knowledge.pdf>. (дата обращения: 26.10.2016).

69. Zinken J. Ideological imagination: intertextual and correlational metaphors in political discourse. *Discourse & Society*. Vol. 14 (4). SAGE Publications, 2003. p. 507– 523. URL: <http://www.sagepublications.com> (дата обращения 24.03.2017).

Список источников языкового материала

1. «Аргументы и Факты»

2017: 4 апреля; 5 апреля; 6 апреля; 7 апреля;

2. «Ведомости»

2015: 12 января; 13 января; 28 апреля; 26 ноября;

2016: 24 марта; 8 апреля; 27 июня; 17 июля; 18 июля; 7 декабря

3. «Известия»

2014: 20 января; 14 ноября;

2015: 19 июня; 30 июня; 19 октября;

2016: 16 июля; 18 июля; 21 июля; 22 июля;

4. «Коммерсант»

2010: 8 ноября

2015: 16 ноября; 17 ноября;

2016: 9 июля; 11 июля; 4 декабря; 6 декабря; 12 декабря;

2017: 15 марта; 18 марта;

5. «Независимая газета»

2016: 12 сентября; 14 сентября; 16 сентября; 19 сентября; 22 сентября;

6. National Review

2016: 10 October

7. The New Yorker

2013: 18 March;

2014: 11 July; 9 October; 25 October

2015: 16 November; 23 November; 24 November

2016: 2 January; 22 March; 31 October

2017: 15 May;

8. The New York Times (USA)

2015: 2 April, 10 October; 7 December; 8 December;

2016: 22 March; 23 March; 22 June; 23 September; 24 September; 30 October; 1 December; 19 December; 20 December

2017: 26 February; 12 March;

9. The Time (USA)

2016: 7 March

10. The Wall Street Journal

2016: 22 March; 22 June; 21 September; 23 September; 24 September

11. The Washington Post

2016: 23 October

12. The Week

2016: 1 April

13. USA Today

2014: 12 December;

2015: 3 July; 15 August; 23 August; 1 September; 20 September

2016: 17 June; 22 June; 30 June; 4 July; 30 October

14. VOX

2014: 11 November

2015: 26 June; 15 November; 19 November