

СТЕРЕОТИПООБРАЗУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕТАФОРЫ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА РОССИИ В НЕМЕЦКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В.А. Нагуманова

Московский государственный институт международных отношений (университет)

МИД России (Москва, Россия)

hexagon6@mail.ru

В статье рассматривается метафора как способ формирования и/или поддержания стереотипов о России в немецком публицистическом дискурсе. Актуализация стереотипов в текстах СМИ играет ключевую роль в создании образа страны в сознании реципиента, при этом исследователи уделяют внимание как экстралингвистическим факторам, так и языковым способам введения стереотипа в текст. Метафора является одним из эффективных способов актуализации стереотипов, т.к. обладает способностью влиять на восприятие информации, способна оказывать сильное воздействие на реципиента, в том числе и формировать его взгляд на мир. В настоящем исследовании анализируется реализация стереотипов о России в немецких СМИ посредством различных метафорических моделей. Материалом исследования послужили метафорические высказывания, отобранные из онлайн-версий выпусков наиболее популярных общественно-политических газет и журналов Германии.

Ключевые слова: стереотип, метафора, образ России, СМИ Германии, публицистический дискурс

1. ВВЕДЕНИЕ

Россия традиционно представляется довольно критично в немецком публицистическом дискурсе, что подтверждают современные исследования [Бабкина, 2017а; Орехова, 2006]. Средства массовой информации играют важную роль в создании образа России в Германии, т.к., несмотря на долгую историю межгосударственных и межличностных отношений, страна остается для многих немцев загадочным феноменом [Глушак, 2012]. В связи с этим журналистам нередко приходится прибегать к дополнительному комментированию и объяснениям. Кроме того, данный факт объясняет обращение к существующим в Германии стереотипам в отношении России и русских, которые облегчают восприятие сложных незнакомых явлений.

Особую роль при актуализации стереотипов играют различные лингвистические средства, в том числе и метафоры. Метафоры, используемые для представления России в немецком публицистическом дискурсе, оказывают непосредственное влияние на формирование образа страны в Германии. Проблемой при этом являются не сами метафоры и актуализируемые ими стереотипы, а то, каким образом и для каких целей их используют в публицистическом дискурсе.

Целью данного исследования является анализ метафорических высказываний, используемых в немецких публицистических текстах для представления России на современном этапе развития межгосударственных отношений, а именно их способность актуализировать существующие в Германии стереотипы о России и русских.

Материалом послужили метафоры, обнаруженные в текстах онлайн-версий выпусков наиболее популярных общественно-политических газет и журналов Германии “Frankfurter Allgemeine Zeitung” (F.A.Z.), “Handelsblatt”, “Spiegel”, “Stern”, “Süddeutsche Zeitung” (SZ), “Tagesspiegel”, “Tageszeitung”, “Welt”, “Zeit”. Чтобы рассмотреть, как моделируется образ России в широких слоях населения, были отобраны СМИ, аудиторией которых является широкий круг из различных социальных слоев, по принципу распространенности, по просмотрам на онлайн-страницах, наибольшим просмотрам читателями.

В настоящем исследовании метафорические высказывания были распределены тематически в соответствии со стереотипами, которые они актуализируют, при этом предварительно были проанализированы различные работы ученых, путешественников, купцов с XVI по XX в., благодаря которым складывалась стереотипная картина немцев о России и русских, и составлен инвентарь традиционных стереотипов.

2. НЕМЕЦКИЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

На наши знания об обществе и мире в целом существенно влияют масс-медиа [Luhmann, 2004]. От того, как именно СМИ представляют информацию, зависит восприятие ее реципиентами, при этом адресант, используя все речевые средства, осторожно и тщательно выбирая лексику и речевые тактики, прибегает не только к логическим выводам, но и к приемам воздействия на общественное сознание (см., например, [Шубина, 2019]).

Публицистический дискурс, представляющий собой динамичный, диалогичный, открытый и постоянно меняющийся тип дискурса, является популярным объектом исследования современных лингвистов. Интерес вызывает как изучение языковых особенностей, так и его воздействующая функция, манипулятивный потенциал.

Авторы нередко прибегают к созданию образности, с помощью которой достигается необходимая эмоциональная напряженность. Образ синтетичен, поскольку включает в себя не только форму языкового знака, но и связанные с ней содержательные характеристики. Сам характер связи знака с образом всегда включает в себя эмоциональную оценку, которая оказывает влияние на отношение к образному компоненту связи.

Наиболее продуктивно образность объективируется в дискурсе через изобразительные средства языка, а именно тропы, такие как метафора, метонимия, образное сравнение, фразеологизм и другие [Штанов, 2016]. Именно эти языковые средства заключают в себе особый потенциал эмоционального, экспрессивного воздействия, что является одной из значимых прагматических интенций, реализуемых в процессе медиакommunikation.

Как показывает анализ литературы, посвященной изучению проблемы данного типа дискурса, использование метафор максимально усиливает прагматику текста, тем самым влияя на формирование картины мира адресата (читателя), воздействуя на его оценку реалий.

Метафора сегодня общепризнана одним из ведущих средств воздействия в публицистическом дискурсе, а изучение метафорических единиц является одним из актуальных направлений лингвистики текста. Наиболее приемлемым для данной работы определен способ метафорического моделирования, разработанный А.П. Чудиновым, где за основу систематизации берется исходная понятийная сфера и выделяется ряд однотипных моделей [Чудинов, 2001].

Метафорические образы пронизывают систему немецкого языка и носят регулярный характер, используя, в соответствии со своей когнитивной природой, в качестве источника разнообразные исходные понятийные (концептуальные) сферы [Schwarz, 1996].

При создании образа России в СМИ Германии также активно используются метафорические высказывания по ряду причин. Во-первых, в текстах СМИ метафорические образы активно используются с целью привлечения внимания читателя. Во-вторых, метафорические образы упрощают восприятие сложных для понимания реалий, связанных с Россией. В-третьих, с помощью метафор реализуется воздействующая функция публицистического дискурса, актуализируются и/или формируются стереотипы о России и русских.

При метафоризации образа России можно выделить некоторые особенности, связанные непосредственно с развитием современного немецкого языка, который взаимодействует с быстро меняющейся внеязыковой действительностью.

В первую очередь следует отметить активное проникновение английского языка в немецкий язык, что не могло не отразиться на представлении России в немецких СМИ. Некоторые англоязычные заимствования прочно вошли в состав языка и вытеснили исконно немецкие слова. Примечательно, что многие англоязычные термины стали настолько общеприняты, что были зафиксированы в онлайн-версии немецкого словаря Duden, т.е. их употребление в немецком языке стало считаться нормой, при этом среди заимствований преобладают имена существительные [Чигашева, 2015], например, “*der Global Player*” («глобальный игрок»), “*die Pipeline*” («трубопровод»), “*die Power*” («мощь», «держава»), которые активно употребляются при описании реалий, связанных с Россией, что демонстрируют представленные ниже примеры.

Russland ist jetzt ein Global Player (FAZ, 08.06.2008).

Russland bastelt an einer Zollunion und missbraucht die Ostsee Pipeline, um seine Nachbarn politisch unter Druck zu setzen (Welt, 14.06.2011).

Russland fehlt die Soft Power. So greift es zu Hard Power, um Unterwerfung zu erzwingen (Tagesspiegel, 17.02.2015),

Psychologisch ist das verständlich. Man will den verschnupften Europäern zeigen, dass es auf dem globalen Schachbrett noch andere “Player” gibt, Putin eben oder auch China (Spiegel, 17.05.2015).

Stattdessen würde sich Russland bis auf die Knochen blamieren und wäre dann nur noch einer von vielen “Playern” in der Region (Welt, 27.10.2015).

Создание метафорического образа на стыке двух языков представляет собой весьма интересное языковое явление, с которым современным лингвистам придется сталкиваться все чаще, что, возможно, даст виток новым исследованиям в области метафорического моделирования.

Следует отметить, что в некоторых случаях использование англицизмов вполне оправдано, т.к. за счет своей однозначности они упрощают восприятие информации. Тем не менее, не стоит недооценивать их роль в формировании общественного мнения, в том числе их роль в формировании образа России.

Под влиянием английского языка в Германии также стали активно использовать имеющий латинские корни префикс “*super*” в значении эмоционального усиления в составе существительных и прилагательных, например, “*supergut*” (очень хороший), “*superbequem*” (очень удобный), “*Superauto*” («очень хороший автомобиль»), “*Superfrau*” (женщина, которая добивается больших результатов), “*Superwetter*” («очень хорошая погода»), “*Supertalent*” («невероятный талант»), что зафиксировано в словаре Duden.

При образном переосмыслении событий и явлений, связанных с Россией, в немецком публицистическом дискурсе данная морфема также широко представлена в составе слова “*die Supermacht*” («сверхдержава») и производными от него “*die Exsupermacht*” («бывшая сверхдержава»), “*die Energie-Supermacht*» («энергитическая сверхдержава»), в составе прилагательных, например, “*superzuverlässig*” («сверхнадежный»), “*superreich*” («очень богатый»), а также в составе существительных с написанием через дефис “*Super-Weltraumbahnhof*”, “*Super-Panzer*”. Ниже представлены метафорические высказывания с использованием данных лексем.

*Nun erlag der Westen dem neuen Kremlchef Putin, der Russland zur neuen **Energie-Supermacht** ausrief* (Tageszeitung, 26.12.11).

*Wo **Superreiche** mit ihrem Geld protzen...* (Handelsblatt, 1.04.2013).

Russischer Super-Panzer kopiert deutsche Ideen (Welt, 28.05.2015).

Russland ist zwar immer noch eine nukleare Supermacht (Zeit, 23.06.2015).

*In der Raumfahrt hat Russland zudem seinen Nimbus als **superzuverlässiger Transporteur** in den Weltraum bei manchen Raketen verloren* (Welt, 25.08.2015).

*Denn während Moskau den Anspruch formulierte, eine Großmacht zu sein, sah es sich gleichzeitig in die Rolle eines Juniorpartners gedrängt, “vom **Olymp der Supermacht** abgestiegen in die Niederungen einer zahlungsunfähigen Bananenrepublik”* (Stern, 11.10.2015).

*Der russische Präsident Wladimir Putin will dann Wostotschny eröffnen – einen neuen **Super-Weltraumbahnhof**, der Russlands neues Tor ins Weltall werden soll* (Welt, 8.12.2015).

*Russland ist also allenfalls teilweise eine überreagierende **Exsupermacht**, die von postimperialen Phantomschmerzen geplagt wird, und keinesfalls ein bemitleidenswerter Underdog in einer amerikanisch dominierten Globalpolitik* (Zeit, 27.12.2015).

В современном немецком публицистическом дискурсе также можно выделить ряд экстралингвистических факторов, влияющих на формирование образа России в СМИ. К ним можно отнести в первую очередь нехватку корреспондентов-профессионалов своего дела и наличие предрассудков и стереотипов.

Некоторые немецкие журналисты отмечают, что имидж страны за редким исключением соответствует реальности, а в отношении России существует огромный разрыв между реальными событиями, происходящими в стране, и стереотипами, которые до сих пор существуют на Западе [Krone-Schmalz, 2007]. Другие полагают, что в текстах немецких СМИ в большинстве своем описывается реальное положение дел [Bastian & Götz, 2005].

Как бы то ни было, необходимо учитывать, что преобладание негативных новостей о России и их постоянное повторение ведет к формированию негативных клише. Корреспонденты обеих стран отмечают, что подобное освещение событий может актуализировать старые предрассудки со времен конфликта Восток-Запад [Bläser, 2014].

При освещении событий в России недостаточно анализировать только текущее положение дел, необходимо рассматривать межгосударственные отношения с точки зрения исторического развития, при этом принимать во внимание тот факт, что отношения между Россией и Германией отражают чувство, колеблющееся между ненавистью и любовью (Hassliebe) [Bastian & Götz, 2005]. Безусловно, колебания от образа друга до образа врага (Freundbild vs. Feindbild) не могли не отразиться на истории освещения событий о России в Германии.

Заголовки также влияют на восприятие информации, представленной в статье, т.к. при использовании средств выразительности, например, метафорического образа в заголовке или подзаголовке, изначально формируется отношение реципиента к объекту обсуждения. В качестве примера можно привести следующие заголовки:

Warum Putin mit einem brutalen Feldzug ein neues Imperium erschaffen will (Stern, 4.09.2014).

Die Welt darf nicht zuschauen, wie ein Diktator sein Volk abschlachtet (Bild, 27.10.2014).

Путинизация образа России привела к тому, что представление об огромной стране свелось к образу одного единственного человека – президента. Образы Путина и Москвы доминируют в представлении страны в СМИ Германии, не в последнюю очередь из-за того, что редакции требуют от журналистов писать про президента или, как минимум, включать его в текст статьи. Данная тенденция прослеживается также и в отношении президентов США и Турции. Следует отметить, что позиция редакций в этом вопросе определяется интересами читателей [Pörzgen, 2018].

Порой, отсутствие глубинных знаний о стране, ее истории и культуре не мешает журналистам писать о России и распространять общепринятые клише. Те немногие корреспонденты, находящиеся в столице России, также сталкиваются с большими

трудностями при освещении событий, которые связаны в основном с бюрократическими вопросами.

Принимая во внимание вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что при представлении России в современном публицистическом дискурсе Германии необходимо проводить глубинный анализ, учитывать культурные и исторические предпосылки текущих событий, в противном случае в текстах может проявиться предвзятое представление страны в СМИ.

3. СТЕРЕОТИПООБРАЗУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕТАФОРЫ

Россия до сих пор является для немцев малознакомым феноменом, поэтому журналисты нередко прибегают к использованию стереотипов как готовых образцов, сквозь призму которых реципиент воспринимает сложную реальную действительность. Значимую роль стереотипы играют, когда речь идет о вещах, находящихся за пределами восприятия (“unseen world”) [Lippmann, 2007]. Стереотипизация действительности существенно облегчает для немцев восприятие информации, связанной с Россией.

Следует, однако, отметить, что ключевую роль играет не стереотип как таковой, а способ подачи информации в тексте. В структуре стереотипа выделяют когнитивный и аффективный компоненты, при этом первый компонент несет в себе знание об объекте, а второй связан с эмоциональной оценкой. При одном и том же когнитивном компоненте стереотип может иметь разный аффективный потенциал, при этом необходимо учитывать, что эмоциональная оценка какого-либо явления во многом зависит от культурных традиций и особенностей восприятия того или иного народа [Стефаненко, 1999, с. 246]. Более того, эмоциональная оценка может меняться в диахронии. Стереотипы, сохраняющие свой когнитивный компонент при меняющемся аффективном независимо от ситуативных изменений, называют глубинными.

В настоящем исследовании под стереотипом понимается «устойчивый, схематизированный, обладающий эмоционально – оценочным характером, широко распространенный в определенной этнокультурной среде образ своего и чужого народа» [Сорокина, 2014, с. 38].

Одним из эффективных лингвистических способов введения стереотипа в текст является метафора. Прямое или не прямое отождествление объекта действительности с создаваемым образом способствует закреплению информации или даже ее преобразованию в сознании реципиента [Зарипов, 2016а].

Типичным примером прямого отождествления, реализуемого по модели «X – это Y», является метафора «Россия – это медведь». С помощью образа медведя формируются определенные представления о России, при этом ключевую роль играет контекст, в который помещен данный образ, а также способ развертывания метафоры в тексте [Бабкина, 2017 б, с. 61]. В следующем примере образ медведя используется для представления России в качестве агрессивной страны, представляющей угрозу для Запада:

Da spricht der Bär, mit dem Rücken zur Wand, brummt eine bedrohliche Botschaft gen Westen... (Welt, 23.11.2011).

При не прямом отождествлении нет открытого сравнения с определенным образом. Данная информация «дешифруется» из высказывания на уровне подсознания. Некоторые исследователи отмечают, что среднестатистический реципиент с малой долей вероятности будет прилагать усилия для «расшифровки» фактического посыла автора статьи, в связи с чем концептуальные установки будут восприниматься подсознанием, т.е. незаметно для читателя [Попова, Зарипов, 2017]. Тем не менее, следует отметить, что скрытый подтекст не всегда присутствует в тексте, а внимание больше уделяется постоянному повторению одной и той же информации для

закрепления образа, при этом «посредством повторения идея водворяется в умах до такой степени прочно, что, в конце концов, она уже принимается как доказанная истина» [Лебон, 2014, с. 209].

В представленном ниже примере с помощью физиологической метафоры демонстрируется отставание России от ведущих стран мира, при этом в высказывании нет прямой ассоциации с отсталым государством или неразвитой экономикой. Лексема “*verschlafen*” («проспать») указывает не только на то, что были упущены возможности развития, но и на тот факт, что догнать тех, кто впереди, будет уже весьма сложно.

Russland hat die Entwicklung lange verschlafen. Spät hat man erkannt, dass man den Anschluss an die internationale Spitze vollkommen verliert (Welt, 3.08.2015).

Оба способа введения стереотипа активно используются в публицистическом дискурсе Германии для представления России.

В целом, использование метафоры в тексте существенным образом влияет на восприятие информации реципиентом, оказывая воздействие на эмоционально-волевую сферу [Чудинов, 2012]. В публицистическом дискурсе метафора дополняет рациональную и эмоциональную аргументацию, т.к. метафорические образы делают текст более убедительным для читателя. Не меньший интерес также представляет изучение метафорического переосмысления политических, экономических, культурных и иных процессов, происходящих в мире.

Сегодня особое внимание уделяется стереотипообразующему потенциалу метафоры. Интерес именно к способности метафоры формировать и/или поддерживать стереотип объясняется характером метафор, создающих образ России в зарубежных СМИ [Зарипов, 2016 б].

4. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

В современных СМИ Германии нередко встречаются метафорические высказывания, актуализирующие представление о России как агрессивной стране, от которой исходит угроза.

Российская угроза (“*Russlandgefahr*”, “*russische Bedrohung*”) упоминается в трудах ученых и путешественников на разных этапах исторического развития. Во время войны против Наполеона в 1813-1814 гг. войска России называли в Западной Европе «нашествием варваров с Севера» [Lemberg, 2000, р. 122]. И.В. Гете, К. Маркс и Ф. Энгельс говорили о «российской угрозе» [Rauch, 1980, р. 329]. После Октябрьской революции 1917 г. в России и создания Советского Союза отношения между немцами и русскими описывались с помощью двух понятий «восторг» (“*Begeisterung*”) и «угроза» (“*Gefahr*”) [Ibidem]. С приходом к власти Гитлера в Германии русские воспринимались как враги и угроза европейской цивилизации и культуре. После Второй мировой войны в политическом дискурсе в первое время русские представлялись как опасные, дикие, жестокие азиаты (см., например, [Seifert, 2003]).

Согласно исследованию В.М. Глушака, с точки зрения внешней политики Россия сегодня также воспринимается немцами как угроза для Европы, отличается стремлением подчинить себе другие народы [Glushak, 2018]. Таким образом, представление России в качестве опасного государства имеет глубокие корни.

В современном немецком публицистическом дискурсе данный стереотип нередко актуализируется с помощью метафорических высказываний с лексемами “*drohen*” («грозить»), “*bedrohen*” («угрожать»), “*die Drohung*” («угроза»), “*die Bedrohung*” («опасность»), “*die Erpressung*” («шантаж»), “*die Aggression*” («агрессия»), “*aggressiv*” («агрессивный»), “*der Druck*” («давление»), например:

Im Gegenzug hatte Moskau gedroht, Raketen in der Ostsee-Exklave Kaliningrad rund um das frühere Königsberg zu stationieren (Handelsblatt, 20.04.2011).

Es liegt mindestens so sehr am Druck, der seitens des russischen Staates aufgebaut worden ist (Welt, 22.06.2011).

Eine bittere Kontroverse gipfelt jetzt in der Drohung Russlands, sich aus Unmiss zurückzuziehen (Tageszeitung, 17.01.2012).

Furcht vor einer russischen Aggression (Handelsblatt, 3.04.2015).

...stellt aber nach wie vor eine sehr reale Bedrohung der internationalen Ordnung in Europa und darüber hinaus dar (Welt, 3.09.2015).

Стереотип о российской угрозе также реализуется с помощью военных метафор **РОССИЯ И ЗАПАД – ВРАГИ, ПОЛИТИКА РОССИИ – это ВОЙНА**. Лексемы “der Feind” («враг»), “verlieren” («проигрывать»), “gewinnen” («выигрывать»), “der Krieg” («война») и многие другие используются для создания образа враждебного государства, например:

Warum stehen sich Russland und der Westen wieder als Feinde gegenüber? (Spiegel, 19.03.2015).

Fast scheint es, als könne Moskau im Sanktionskrieg, der fast schon verloren schien, allmählich die Oberhand gewinnen (Welt, 10.04.2015).

В текстах СМИ для представления России в качестве опасного государства также используется зооморфная метафора **РОССИЯ – это МЕДВЕДЬ**. Образ медведя в отношении России имеет многовековую историю, его стали использовать еще во времена Ивана Грозного. Безусловно, в публицистическом дискурсе представлены и другие зооморфные метафоры, но именно медведь остается самым востребованным, при этом с ним ассоциируют не только саму страну, но и политиков, предприятия, туристов и т.д. [Makulkina, 2013, p. 144-147]. Представление России в качестве медведя наделяет страну такими качествами, как агрессивность, чуждость, непредсказуемость [Рябов, 2010, с. 154-155], что активно эксплуатируется журналистами в текстах СМИ для создания образа опасного государства, как, например, в следующих высказываниях с лексемами “brummen” («рычать»), “aggressiv” («агрессивный»), “unberechenbar” («непредсказуемый»), “barbarisch” («варварский»):

Da spricht der Bär, mit dem Rücken zur Wand, brummt eine bedrohliche Botschaft gen Westen ... (Welt, 23.11.2011).

... Angst vor dem aggressiven, unberechenbaren, barbarischen Bären (Zeit, 25.08.2015).

Следует отметить, что высказывание с лексемой “barbarisch” можно также соотнести со стереотипом о варварстве русских. Данный стереотип был распространен в средние века и описан в трудах некоторых путешественников [Züge, 1988, p. 8, 127]. Сегодня стереотип считается неполиткорректным и не так часто встречается в текстах СМИ.

При описании внутренней политики России немецкие журналисты прибегают нередко к стереотипу о неограниченной власти правящих, что связано не в последнюю очередь с представлением о тирании русских царей, безжалостности и деспотизме во времена Ивана Грозного и смутном времени [Robel, 1987, p. 223].

Сегодня обращение к данному стереотипу нередко реализуется посредством метафоры пространства, отражающей движение в сторону диктатуры и отдаление от демократии с помощью лексем “der Weg” («путь»), “entfernt” («отдаленный»), “sich verabschieden” («прощаться») как в следующих высказываниях:

Nach wie vor ist das Land Lichtjahre von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit entfernt (Tageszeitung, 12.07.2011).

Russland unter Wladimir Putin befindet sich auf dem Weg in die offene Diktatur (Welt, 23.08.2012).

Mit der Verurteilung zu zwei Jahren Straflager für die drei Aktivistinnen von "PussyRiot" zeigt Russland der Weltöffentlichkeit, dass es sich von seinem Weg zu Rechtsstaat und Demokratie verabschiedet hat (SZ, 17.08.2012).

Представление о самоуправстве и произволе правящих элит может быть выражено метафорическими высказываниями с лексемой "die Willkür" («произвол», «беззаконие»), например:

Nach drei Jahren fällt die Bilanz nüchtern aus. Rechtsnihilismus und staatliche Willkür nahmen noch zu (Tageszeitung, 12.08.2011).

Es ist die Unsicherheit angesichts der Willkür eines entfesselten Beamtentums und Sicherheitsapparates... (Welt, 20.06.2013).

Географическое положение России сильно повлияло на ее восприятие немцами. В XIII в. поднимающийся центр русского государства воспринимался как нечто абстрактное в связи с удаленностью от Западной Европы и отсутствием знания о восточном соседе. Вплоть до XX в. образ России формировался на основе публикаций и рассказов путешественников, дипломатов, торговцев, посещавших Россию. В XVI-XVII вв. появились первые комплексные сообщения о России, в которых упоминалось, что Россия расположена если не в Азии, то на окраине Европы [Herberstein, 1557, p. 63]. В XIX в. Россия воспринималась как «восточное» или «азиатское» государство [Stökl, 1974, p. 197]. Впоследствии получило распространение представление о географической протяженности и необозримости просторов страны. В 20 в. стали говорить о России в качестве посредника между Европой и Азией, в качестве «колосса царизма, расположенного одной ногой в Европе, другой в Азии» (цит. по [Lammich, 2000, p. 166]).

Учитывая вышесказанное, неудивительно, что сегодня принадлежность России к Европе или Азии является дискуссионным вопросом, который нередко обыгрывается в публицистическом дискурсе с помощью метафорических моделей, отражающих особенности восприятия немцами Европы и Азии. Европа предстает в глазах немцев как развитая территория, при этом окраина Европы считается менее развитой, а принадлежность Востоку и вовсе ассоциируется с отсталостью.

В СМИ Германии Россия то причисляется к Европе, то относится к Восточной Европе, то называется восточным государством. Несомненно, использование метафорических высказываний для отражения данных представлений оказывает мощное воздействие на реципиента, что наглядно демонстрируется в представленных ниже примерах с лексемами "das Herz" («сердце»), "rückständig" («отсталый»), "der Oststaat" («восточное государство»):

Dem größten Erdstrich nach zwar zu Asien; sein Herz aber liegt in Europa (Zeit, 25.08.2015).

... erschien es plötzlich als Teil von Europas rückständigem Osten, dem man das fortschrittliche Westeuropa gegenüberstellte (Zeit, 25.08.2015).

Bei den Versuchen Moskaus, mit kleineren Modellen wieder Anschluss zu finden, ist der Oststaat auf Westtechnik angewiesen (Welt, 25.08.2015).

Неотъемлемой составляющей образа России стало ее представление как страны с пьющим населением [Matthes, 1981, p. 61]. Проблема алкоголизма в России выражается с помощью различных метафор, например, спортивной или морбиальной как в следующих примерах:

Russland ist mit umgerechnet 15 Litern reinen Alkohols pro Kopf und Jahr weltweit Spitzenreiter beim Konsum alkoholischer Getränke (Tagesspiegel, 24.07.2012).

... Russland hat ein Alkoholproblem (F.A.Z., 4.02.2014).

Россия всегда воспринималась немцами как неевропейская страна с культурой чуждой им самим. Особенно сильно на данное представление повлияло Татаро-монгольское иго на Руси, страна представлялась как азиатская. Русские описывались как

обладающие менталитетом, который европейцам не понять. То, что для европейцев «чужое», не поддающееся объяснению, является монгольским наследием [Lammich, 2000, p. 168]. Некоторые называли русских даже «агрессивными западными китайцами» (“aggressive westliche Chinesen”) [Laqueur, 1965, p. 32].

Представление о России как азиатской, т.е. отсталой, дикой, варварской неевропейской стране не встречается в современном политическом дискурсе, хотя до сих пор ведутся дискуссии о роли России в современной Европе и спорной принадлежности страны к Азии или Европе. Тем не менее, данный стереотип влияет на российско-германские отношения и на образ России в Германии до сих пор, при этом часто актуализируется в периоды конфронтации [Glushak, 2018, p. 215].

Сегодня в немецком публицистическом дискурсе Россия представляется как страна с неевропейскими ценностями, особая роль при этом уделяется православию, роли церкви во внутренней политике, стремлению России противопоставить себя европейским ценностям. Данные идеи могут быть выражены пространственной и фитоморфной метафорами, как в следующих примерах:

Das orthodoxe Russlandmusste sich vom europäischen Rationalismus abgrenzen (Zeit, 25.08.2015).

Oder hatten sie die Wurzeln des orthodoxen Russlands zerstört und es zu einem bloßen Nachahmer des Westens degradiert? (Zeit, 25.08.2015)

Vor allem junge unabhängige Künstler wie die Artperformer der Gruppe “Woina”, zu der auch die festgenommene Punkerin Nadeschda Tolokonnikowa gehört, wehren sich gegen denSchulterschluss von Kreml und Kirche (Tageszeitung, 26.03.2012).

Restauration sowjetischer Machtstrukturen (vorwiegend der Macht der Geheimdienste) plus Bündnis mit der orthodoxen Kirche (Welt, 23.08.2012).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Формирование образа России в публицистическом дискурсе Германии определяется как рядом экстралингвистических факторов, так и выбором языковых средств для передачи информации. Активное использование журналистами метафорических высказываний при представлении России в СМИ позволяет адаптировать сложную для восприятия информацию для реципиента, в том числе и за счет актуализации стереотипов. Стереотипообразующий потенциал метафоры становится сегодня предметом исследования и вызывает все больший интерес. Введение стереотипа в текст посредством метафоры создает в сознании читателя яркий запоминающийся образ, апеллирующий к устоявшимся представлениям в отношении России, что напрямую влияет на образ России в СМИ Германии.

В настоящей статье представлены различные метафоры, актуализирующие представления о России как стране со спорной принадлежностью к Европе/Азии, как агрессивной стране, от которой исходит угроза, как неевропейской стране с чуждой для Европы культурой, как стране с пьющим населением, с самоуправством и произволом правящих элит, обладающих неограниченной властью. Важную роль при анализе метафорических высказываний играет контекст, в который они помещены, т.к. именно он определяет придаваемую описываемым событиям эмоциональную оценку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабкина В.А. Физиологическая метафора как средство создания образа современной России в немецких средствах массовой информации // Научный диалог. 2017 а. № 3. С. 9-18. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-3-9-18.

2. Бабкина В.А. Медвежья метафора в дискурсе немецких СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017 б. № 11-3(77). С. 60-62. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-3-9-18.
3. Глушак В.М. Взаимное восприятие русских и немцев от древности до наших дней // Русские и немцы. 1000 лет истории, искусства и культуры. Москва: Архив Российской Академии наук, 2012. С. 22-31.
4. Глушак В.М. Стереотипные основания взаимного восприятия русских и немцев = Stereotypenbedingte Einstellungen in der wechselseitigen Wahrnehmung von Deutschen und Russen: монография [на нем. яз.]. Москва: МГИМО – Университет, 2018.
5. Зарипов Р.И. Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе: монография. Москва: Р. Валент, 2016 а.
6. Зарипов Р.И. Метафорика образа России в политическом дискурсе стран Запада: куда двигаться дальше // Речевое воздействие в политическом дискурсе. Материалы Международной научной конференции. 2016 б. С. 47-50.
7. Лебон Г. Психология народов и масс. Москва; Челябинск: Социум, 2014.
8. Орехова О.Е. Образ России в «зеркале» ведущих надрегиональных еженедельников ФРГ // Закон и Право. 2006. № 11. С. 89-90.
9. Попова Т.Г., Зарипов Р.И. Особенности метафорической репрезентации образа России в западных СМИ // Политическая лингвистика. 2017. № 5(65). С. 125-129.
10. Рябов О.В. Медвежья метафора России как оружие Холодной войны // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры. Материалы Международной научной конференции. 2010. С. 154-156.
11. Сорокина Н.В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации. Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2014.
12. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. Москва: Институт психологии РАН. Академический проект. 1999.
13. Чигашева М.А. Заимствования из английского языка в политическом дискурсе СМИ Германии // Филологические науки в МГИМО. 2015. № 3(3). С. 34-37.
14. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2001.
15. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 4-е изд. Москва: Флинта: Наука, 2012.
16. Штанов А.В., Белых Е.Н. Особенности реализации образности в турецком политическом дискурсе устного публичного выступления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. № 20(3). С. 152-163.
17. Шубина Э.Л. Хедж-аппроксиматоры как профессиональные инструменты немецкого публицистического дискурса // Professional Discourse & Communication 2019. № 1. С. 83-98.
18. Bastian K., Götz R. Unter Freunden? Die deutsch-russische Interessenallianz // Blätter für deutsche und internationale Politik. 2005. No 5. S. 583-592.
19. Bläser V. Zum Russlandbild in den deutschen Medien. 2014. Электронный ресурс <http://www.diplomatmagazine.com/?p=3840> (дата обращения 01.03.2020 г.).
20. Herberstein S.F. Von Moscovia der Hauptstadt in Reißen. Sambt des Moscoviter gepiet, und seiner anrainer beschreibung. Wien: Zimmermann, 1557.
21. Krone-Schmalz G. Was passiert in Russland? München, 2007.
22. Lammich M. Vom “Barbarenland” zur “Weltstadt”. Russland im Spiegel liberaler und konservativer Zeitschriften // Russen und Russland aus deutscher Sicht. Ed. by M. Keller. München: Wilhelm Fink Verlag, 2000. Bd. 4. S. 146-198.

23. Laqueur W. Deutschland und Rußland. Berlin: Propyläen Verl., 1965.
24. Lemberg H. "Der Russe ist genügsam". Zur deutschen Wahrnehmung Russlands vom Ersten zum Zweiten Weltkrieg // Das Bild "des Anderen": politische Wahrnehmung im 19. und 20. Jahrhundert. Ed. by B. Aschmann, M. Salewski. Stuttgart: Steiner, 2000. S. 121-131.
25. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden, 2004.
26. Lippmann W. Public opinion. Miami: BN Publishing, 2007.
27. Makulkina I. Das metaphorische Russlandbild im deutschen Pressediskurs. Hamburg: Verlag Dr. Kovac GmbH, 2013.
28. Matthes E. Das veränderte Russland. Studien zum deutschen Russlandverständnis im 18. Jahrhundert zwischen 1725 und 1762. Frankfurt am Main: Peter D. Lang, 1981.
29. Pörzgen G. Das Russlandbild in den deutschen Medien. 2018. Электронный ресурс <https://www.bpb.de/internationales/europa/russland/47998/russlandbild-deutscher-medien> (дата обращения 01.03.2020 г.).
30. Rauch G. Wandlungen des deutschen Russlandbildes // Zarenreich und Sowjetstaat im Spiegel der Geschichte. Aufsätze und Vorträge. Göttingen: Muster-Schmidt, 1980.
31. Robel G. Berichte über Russlandreisen // Russen und Russland aus deutscher Sicht. 18. Jahrhundert: Aufklärung. West-östliche Spiegelungen. Ed. by M. Keller. München: Fink, 1987. Reihe A. Bd. 2. S. 216-247.
32. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik. 2., überarb. und aktual. Aufl. Tübingen, Basel: Francke, 1996.
33. Seifert K. Die Konstruktion Russlands in der deutschen Auslandsberichterstattung 1985-1995. Studie zum Wandel der deutschen Wahrnehmung Russlands. Berlin: wvb, 2003.
34. Stökl G. Johannes Scherr und die Geschichte Russlands. Zur Popularisierung eines Feindbildes // Rußland und Deutschland. Georg von Rauch zum 70. Geburtstag; Stuttgart: Ernst Klett, 1974. S. 193-205.
35. Züge Ch.G. Der russische Colonist oder Christian Gottlob Züge's Leben in Russland. Nebst einer Schilderung der Sitten und Gebräuchen der Russen vornehmlich in den asiatischen Provinzen (Nachdruck der Ausgabe Zeitz u. Naumburg, Wedel, 1802). Bremen: Edition Temmen, 1988.

REFERENCES

1. Babkina, V.A. (2017 a). Fiziologicheskaya metafora kak sredstvo sozdaniya obraza sovremennoy Rossii v nemetskikh sredstvakh massovoy informatsii [Physiological metaphor as a means of creating the image of modern Russia in the German media]. *Nauchnyy dialog [Scientific dialogue]*, 3, 9-18. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-3-9-18. (in Russian).
2. Babkina, V.A. (2017 b). Medvezh'ya metafora v diskurse nemetskikh SMI [Bear metaphor in discourse of German media]. *Filologicheskkiye nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philological sciences. Issues of theory and practice]*, 11-3(77), 60-62. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-3-9-18 (in Russian).
3. Bastian, K., & Götz, R. (2005). Unter Freunden? Die deutsch-russische Interessenallianz [Among friends? The German-Russian alliance of interests]. *Blätter für deutsche und internationale Politik*, 5, 583-592 (in German).
4. Bläser, V. (2014). *Zum Russlandbild in den deutschen Medien [On the image of Russia in the German media]*. Retrieved from <http://www.diplomatmagazine.com/?p=3840> (accessed: 1 March, 2020) (in German).

5. Chigasheva, M.A. (2015). Zaimstvovaniya iz angliyskogo yazyka v politicheskom diskurse SMI Germanii [Borrowing from the English language in the political discourse of the German media]. *Filologicheskiye nauki v MGIMO [Philology at MGIMO]*, 3(3), 34-37 (in Russian).
6. Chudinov, A.P. (2001). *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoye issledovaniye politicheskoy metafory (1991-2000) [Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor (1991-2000): monograph]*. Yekaterinburg.
7. Chudinov, A.P. (2012). *Politicheskaya lingvistika. 4-e izd [Political Linguistics: study guide. allowance. 4th ed.]*. Moscow: Flinta: Nauka (in Russian).
8. Glushak, V.M. (2012). Vzaimnoye vospriyatiye russkikh i nemtsev ot drevnosti do nashikh dney [Mutual perception of Russians and Germans from antiquity to the present day]. *Russkiye i nemtsy. 1000 let istorii, iskusstva i kul'tury [Russians and Germans. 1000 years of history, art and culture]*. Moscow: Arkhiv Rossiyskoy Akademii nauk, 22-31 (in Russian).
9. Glushak, V.M. (2018). *Stereotypenbedingte Einstellungen in der wechselseitigen Wahrnehmung von Deutschen und Russen*. Monograph. Moscow: MGIMO-Universitet (in German).
10. Herberstein, S.F. (1557). *Von Moscovia der Hauptstadt in Reußen. Sambt des Moscoviter gepiet, und seiner anrainer beschreibung [From Moscovia's capital in Tear. Sambt des Moscoviter piet, and its neighboring description]*. Wien: Zimmermann (in German).
11. Krone-Schmalz, G. (2007). *Was passiert in Russland? [What is happening in Russia]*. München (in German).
12. Lammich, M. (2000). Vom "Barbarenland" zur "Weltstadt". Russland im Spiegel liberaler und konservativer Zeitschriften. In M. Keller (Eds.). *Russen und Russland aus deutscher Sicht [Russians and Russia from a German perspective]* (pp. 146-198), München: Wilhelm Fink Verlag, No 4 (in German).
13. Laqueur, W. (1965). *Deutschland und Rußland [Germany and Russia]*. Berlin: Propyläen Verl. (in German).
14. Lebon, G. (2014). *Psikhologiya narodov i mass [Psychology of peoples and masses]*. Moscow; Chelyabinsk: Sotsium (in Russian).
15. Lemberg, H. (2000). "Der Russe ist genügsam". Zur deutschen Wahrnehmung Russlands vom Ersten zum Zweiten Weltkrieg ["The Russian is frugal". The German perception of Russia from the First to the Second World War]. In B. Aschmann & M. Salewski (Eds.). *Das Bild "des Anderen": politische Wahrnehmung im 19. und 20. Jahrhundert [The image of "the other": political perception in the 19th and 20th centuries]* (pp. 121-131), Stuttgart: Steiner (in German).
16. Lippmann, W. (2007). *Public opinion*. Miami: BN Publishing.
17. Luhmann, N. (2004). *Die Realität der Massenmedien [The reality of the mass media]*. Wiesbaden (in German).
18. Makulkina, I. (2013). *Das metaphorische Russlandbild im deutschen Pressediskurs [The metaphorical image of Russia in the German press discourse]*. Hamburg: Verlag Dr. Kovac GmbH (in German).
19. Matthes, E. (1981). *Das veränderte Russland. Studien zum deutschen Russlandverständnis im 18. Jahrhundert zwischen 1725 und 1762 [That changed Russia. Studies on the German understanding of Russia in the 18th century between 1725 and 1762]*. Frankfurt am Main: Peter D. Lang (in German).
20. Orekhova, O.E. (2006). *Obraz Rossii v "zerkale" vedushchikh nadregional'nykh yezhenedel'nikov FRG [The image of Russia in the "mirror" of the leading supra-*

- regional weeklies of Germany]. *Zakon i pravo [Law and justice]*, 11, 89-90 (in Russian).
21. Popova, T.G., & Zaripov, R.I. (2017). Osobennosti metaforicheskoy reprezentatsii obraza Rossii v zapadnykh SMI [Features of a metaphorical representation of the image of Russia in the Western media]. *Politicheskaya lingvistika [Political linguistics]*, 5(65), 125-129 (in Russian).
 22. Pörzgen G. (2018). *Das Russlandbild in den deutschen Medien [The image of Russia in the German media]*. Retrieved from <https://www.bpb.de/internationales/europa/russland/47998/russlandbild-deutscher-medien> (accessed: 1 March, 2020) (in German).
 23. Rauch, G. (1980). Wandlungen des deutschen Russlandbildes [Changes in the German image of Russia]. *Zarenreich und Sowjetstaat im Spiegel der Geschichte. Aufsätze und Vorträge [Tsarist empire and Soviet state in the mirror of history. Essays and lectures]*, Göttingen: Muster-Schmidt, 322-325 (in German).
 24. Robel, G. (1987). Berichte über Russlandreisen [Reports about trips to Russia]. In M. Keller (Eds.). *Russen und Russland aus deutscher Sicht. 18. Jahrhundert: Aufklärung. West-östliche Spiegelungen [Russians and Russia from a German perspective. 18th century: Enlightenment. West-east reflections]*, (pp. 216-247), Reihe A, Bd. 2, München: Fink (in German).
 25. Ryabov, O.V. (2010). Medvezh'ya metafora Rossii kak oruzhiye Kholodnoy voyny [The Russian Bear metaphor as a Cold War weapon]. *Obraz Rossii v zarubezhnom politicheskom diskurse: stereotypy, mify i metafory. Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii [Russia's image in foreign political discourse: stereotypes, myths, and metaphors]*, 154-156 (in Russian).
 26. Seifert, K. (2003). *Die Konstruktion Russlands in der deutschen Auslandsberichterstattung 1985-1995. Studie zum Wandel der deutschen Wahrnehmung Russlands [The construction of Russia in German foreign reporting 1985-1995. Study on the change in German perception of Russia]*. Berlin: wvb (in German).
 27. Schwarz, M. (1996). *Einführung in die kognitive Linguistik. 2., überarb. und aktual [Introduction to cognitive linguistics. 2nd ed., revised. and current]*. Aufl. Tübingen, Basel: Francke (in German).
 28. Shtanov, A.V., & Belykh, E.N. (2016). Osobennosti realizatsii obraznosti v turetskom politicheskom diskurse ustnogo publichnogo vystupleniya [Features of the implementation of imagery in the Turkish political discourse of oral public speaking]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Lingvistika [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Linguistics]*, 20(3), 152-163 (in Russian).
 29. Shubina, E.L. (2019). Approksimatory khedzhirovaniya kak professional'nyye instrumenty nemetskogo ptsblisticheskogo diskursa [Hedge approximators as professional tools of German mass media discourse]. *Professional Discourse & Communication*, 1(1), 83-98 (in Russian).
 30. Sorokina, N.V. (2014). *Natsional'nyye stereotypy v mezhkul'turnoy kommunikatsii [National stereotypes in intercultural communication]*. Moscow: RIOR: INFRA-M (in Russian).
 31. Stefanenko, T.G. (1999). *Etnopsikhologiya [Ethnopsychology]*. Moscow: Institut psikhologii RAN. Akademicheskij proyekt (in Russian).
 32. Stökl, G. (1974). Johannes Scherr und die Geschichte Russlands. Zur Popularisierung eines Feindbildes [Johannes Scherr and the history of Russia. To popularize an enemy

- image]. *Rußland und Deutschland. Georg von Rauch zum 70 [Russia and Germany. Georg von Rauch on the 70th], Geburtstag; Stuttgart: Ernst Klett, 193-205* (in German).
33. Zaripov, R.I. (2016 a). *Metaforicheskoye modelirovaniye obraza Rossii v sovremennom frantsuzskom politicheskom diskurse [Metaphorical modeling of the image of Russia in modern French political discourse: a monograph]*. Moscow: R. Valent (in Russian).
34. Zaripov, R.I. (2016 b). *Metaforika obraza Rossii v politicheskom diskurse stran Zapada: kuda dvigat'sya dal'she [Metaphorics of the image of Russia in the political discourse of Western countries: where to go next]*. *Rechevoye vozdeystviye v politicheskom diskurse. Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii [Speech exposure in political discourse. Proceedings of the International scientific conference]*, 47-50 (in Russian).
35. Züge, Ch.G. (1988). *Der russische Colonist oder Christian Gottlob Züge's Leben in Russland. Nebst einer Schilderung der Sitten und Gebräuchen der Russen vornehmlich in den asiatischen Provinzen (Nachdruck der Ausgabe Zeitz u. Naumburg, Wedel, 1802) [The Russian colonist or Christian Gottlob Zug's life in Russia. In addition to a description of the customs and customs of the Russians, primarily in the Asian provinces (reprint of the edition Zeitz and Naumburg, Wedel, 1802)]*. Bremen: Edition Temmen (in German).

STEREOTYPE-FORMING POTENTIAL OF METAPHORS IN CREATING THE IMAGE OF RUSSIA IN GERMAN MASS MEDIA DISCOURSE

Vera A. Nagumanova
MGIMO University (Moscow, Russia)
hexagon6@mail.ru

The paper considers metaphor as a tool of forming and/or maintaining stereotypes about Russia in German mass media discourse. The actualization of stereotypes in media texts plays a key role in creating the image of a country in the mind of the recipient, while researches pay attention to both extralinguistic factors and linguistic ways of introducing a stereotype into the text. Metaphor is one of the effective ways to actualize stereotypes, as it has the ability to influence the perception of information, it can have a strong effect on the recipient, including the formation of his/her world outlook. The author analyzes the implementation of stereotypes about Russia in German mass media through various metaphorical models. The empirical material comprises metaphorical statements selected from online versions of the most popular social and political newspapers and magazines in Germany.

Keywords: stereotype, metaphor, image of Russia, German media, public discourse