

Стереотипы как результат когнитивной деятельности человека. Стереотип России и русских в англоязычных СМИ

© Н. Г. Табалова, 2003

Одним из основных признаков социализации человека, группы, сообщества, нации является их личностная, групповая, и т.д. идентичность (отнесения себя к какой-либо группой, сообществом), которая формируется в результате социализации и формирования культуры. В современной науке существует множество различных трактовок понятия «идентификация», но основной является понимание ее как «процесса перенесения индивидом на самого себя качеств и особенностей его внешнего окружения, стремление актуализировать в своей личности такие черты, которые имеют важное и жизненно необходимое значение в данных условиях. Идентификация служит основой процесса подражания, т.е. не насильственного, а свободного выбора человеком тех качеств, умений и ценностей, какими он хотел бы обладать» [5: 131].

Выделяют несколько уровней идентичности в зависимости от субъекта идентификации (или объекта, если он идентифицируется человеком). Первый уровень – личностно-психологический – осознание кем он является («кто есть Я»). Второй уровень – социально-психологический, когда представления о себе формируются как производные от осознания человеком своей причастности к определенной группе людей.

Разновидностью социально–психологической идентичности является *этносоциологическая (национальная) идентичность – осознание личностью своей принадлежности к определенной нации*. Она удовлетворяет, с одной стороны, потребность в самобытности и независимости от других людей, с другой – потребность в принадлежности к группе и защите. Результатом процесса идентичности является появление социальных стереотипов. Причем они могут возникнуть как в результате самоидентификации и самокатегоризации самой нации, так и в результате ее стереотипизации какой-либо другой нацией. И что самое главное, социальные стереотипы в этих случаях могут быть в большей или меньшей степени различными. Это происходит из-за того, что в обоих случаях на первый план могут выходить разные особенности нации, стереотипы ее поведения, а также может отличаться количественное и качественное знание о нации.

Культурная ценность национальной идентичности очень высока, так как дает возможность самореализации личности, большую, чем любые другие социальные группы. В большинстве случаев националь-

ная идентификация происходит на основе подражания, когда индивид осознанно или неосознанно копирует стереотипы поведения и мышления той этнической общности, в которой он воспитывается и живет. В свою очередь, эти стереотипы поведения и мышления будут проявляться, опять же осознанно или неосознанно, в его поведении и реакции на все происходящие в мире. Заложенные в сознание с самого детства, эти стереотипы в последующем будут оказывать большое влияние на действия человека в той или иной ситуации, на характер его общения с представителями других групп, на способ видения мира в целом. Все это найдет выражение в различных видах деятельности индивида.

Нас, естественно, прежде всего интересует языковая деятельность человека, его речь. Ведь именно в речи часто проявляются неосознанные мотивы поведения и стереотипы мышления. Различные языковые средства, такие как метафоры, сравнения и др. как ничто другое отражают сознание индивида, его видение действительности, отношение к ней, часто не до конца осознаваемое. Хотя неосознанность и спонтанность – это скорее характеристики разговорной, или неподготовленной речи, но и подготовленная речь, к каковой относятся и публикации в СМИ, которые являются предметом нашего исследования, могут и часто содержат те подсознательные элементы нашей картины мира, которые выражаются в языке.

Но язык не только отражает наше сознание и то, как мы воспринимаем реальность, язык также способен творить реальность. Рассказывая о событиях, фактах, давая им свою оценку, интерпретацию, мы формируем более или менее устойчивые образы, как в своем сознании, так и в сознании тех людей, которым мы адресуем наши речи и высказывания.

В этой связи необходимо отметить такую особенность человеческого сознания, как стремление воспринять, осознать и объяснить новые идеи, понятия, процессы, часто имеющие абстрактный характер, через уже знакомые образы и понятия, ставшие обыденными и понятными и, следовательно, легко анализируемыми, разлагаемыми на составляющие и «собираемыми» обратно. Кроме того, мы часто склонны «образно» говорить о вполне обыденных и понятных вещах с той целью, чтобы сделать наши суждения и оценки более убедительными, тем самым реализуя не только информационную, но и эмфатическую функцию нашей речи.

Таким образом, данная особенность нашего сознания учитывается во всех сферах общения, как при обсуждении и разъяснении серьезных общественных и политических вопросов, так и в разговорах на повседневные темы.

С другой стороны, анализ того, как те или иные ситуации, события, факты представляются разными людьми или группами, может помочь в объяснении поступков, реакций этих людей и групп, а также предвидеть, угадать их действия и реакции в будущем.

Блестящим примером такого анализа является книга Джоржа Лакоффа «Моральная политика» [9], в которой автор дает подробный анализ двух систем морали, являющихся основой двух различных мировоззрений, на которых, в свою очередь, стоит американское общество. Ведь для того, чтобы быть понятыми, а самое главное принятыми обществом, нужно разделять принятые в этом обществе моральные установки и ценности.

Размышляя над тем, что же объединяет моральные приоритеты тех и других, Дж. Лакофф приходит к выводу, что существует некая общая идея, которая заставляет консерваторов выбирать один набор метафорических предпочтений, рассуждая о морали, а либералов другой. И этой общей, объединяющей идеей является семья. Проводя дальнейший концептуальный анализ, исследователь приходит к выводу, что в политическом мировоззрении либералов и консерваторов глубоко укоренились две модели семьи: это «Мораль Строгого Родителя» (“Strict Father Morality”), исповедуемая консерваторами, и «Мораль Заботливого Родителя» (“Nurturant Parent Morality”), которая является основой мировоззрения либералов. Различные ценностно-моральные векторы этих двух мировоззрений являются причиной непонимания взглядов, действий, аргументов представителей двух доминирующих в стране политических лагерей. Более того, различные моральные установки в частности и мировоззрение в целом являются причиной того, что консерваторы и либералы, говоря на одном и том же языке – английском, вместе с тем говорят на разных понятийных языках, вследствие чего не понимают друг друга и, более того, не усматривают никакого здравого смысла в действиях оппонента и считают их (действия) противоречащими их же принципам и установкам. Вследствие этого, говоря об одном и том же, консерваторы и либералы приходят к различным умозаключениям. Имеет смысл привести несколько примеров из данной книги.

Например, либералам кажется абсолютно алогичным и противоречивым тот факт, что консерваторы выступают против абортот, спасая, таким образом, жизнь еще не родившихся детей; и в тоже время они выступают против социальных программ, направленных на то, чтобы помогать малоимущим и так называемым неблагополучным семьям и призывают сократить количество таких программ. Противоречием либералы считают то, что консерваторы, защищая право человека на жизнь, хотят сохранить ее тем детям, чьи родители не хотят их рожде-

ния, но в то же время не стремятся обеспечить это право тем детям, родители которых хотят их рождения. А консерваторы не видят здесь никакого противоречия.

Еще один пример. Консерваторы выступают за увеличение бюджета на содержание армии и тюрем, так как считают, что эти государственные институты обеспечивают безопасность, и в то же время выступают за сокращение контрольных государственных органов, действие которых направлено на защиту общественных интересов, считая, что они выполняют функцию вмешательства, а не защиты. Это и многое другое кажется либералам нелогичным и противоречивым.

В свою очередь, для консерваторов существует не меньше таких концептуальных загадок в действиях и заявлениях либералов. Так, например, либералы заявляют, что они за свободный труд, и в то же время поддерживают ограничения по окружающей среде, которые препятствуют развитию бизнеса и тем самым сокращают рабочие места. Либералы выступают за развитие, расширение экономики и в то же время голосуют за законы, направленные на регулирование предпринимательства, что для консерваторов равносильно препятствованию развития последнего. Либералы провозглашают, что каждый американец должен иметь возможность достичь «Американской мечты» и в то же время карают финансовый успех, голосуя за прогрессивный подоходный налог. Находя все это нелогичным, консерваторы обвиняют либералов в непоследовательности и неясности их политического курса. Либералы же не видят в этом никакого противоречия.

Таких примеров взаимного непонимания можно привести много. Причина же всех их кроется в том, что одним и тем же моральным принципам, которые лежат в основе двух мировоззрений, придаются противоположные приоритеты. В результате одна концептуальная метафора, используемая и консерваторами и либералами, а именно «страна – это большая семья», где роль родителя играет правительство, и этот «семейный уклад» основан на определенных моральных устоях (законах), обыгрывается с совершенно противоположных сторон и придает действиям и высказываниям представителей того и другого политического лагеря противоположную направленность.

Вообще, концептуальные, или когнитивные, метафоры помогают многое прояснить и понять. Во времена перестройки, трансформации какой-либо социальной группы или всего общества в целом, когда цели кажутся неясными, и отсутствуют явные объединяющие общество идеи, анализ того, как и что мы говорим, может помочь нам разобраться в своих действиях и реакциях на происходящее, объяснить его, а так же прояснить цель, к которой мы движемся и предсказать тот результат, к которому мы можем прийти.

Интересным примером такого когнитивного анализа, но уже российской действительности, является монография А.П.Чудинова «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры» [7]. В этой работе автор проводит подробный когнитивный анализ политического дискурса России, относящегося к периоду 1991 – 2000 гг. Автор рассматривает когнитивную метафору как особую форму мышления, как важное средство воздействия на интеллект, чувства и волю адресата. Таким образом, анализ метафорических образов – это способ изучения ментальных процессов и постижения индивидуально-группового (партийного, классового и др.) и национального самосознания.

Как справедливо утверждает автор, создаваемая человеком картина политического мира изначально антропоцентрична: этот мир строится разумом человека, который концептуализирует политические реалии, опираясь на свои представления о соотношении индивида и мира. Метафора реализует представления о человеке как о центре мира.

В данной работе А.П.Чудинов представляет четыре основных разряда моделей русской политической метафоры. В каждом из этих разрядов рассматривается несколько наиболее типичных моделей. Так, политическая жизнь России рассматривается через антропоморфную метафору, источником которой является субсфера «Человек»; метафору природы, строящуюся на основе сравнения политической жизни общества с явлениями, предметами и процессами в природе; социальную метафору, основанную на таких сферах деятельности, как «Театр», «Война», «Игра и спорт» и др.; а также через артефактную метафору, базирующуюся на сравнении с предметами, созданными руками человека («Дом (здание)», «Механизм»).

Важно указать на одну особенность, которую подчеркивает автор, а именно: в основе каждой понятийной сферы лежит концептуализация человеком себя и мира в процессе когнитивной деятельности. Домены (ментальные пространства, образующие тот фон, из которого выделяются концепты) и сами концепты отражают не научную картину мира, а обыденные («наивные») представления человека о мире, которые, как утверждает Ю.Д.Апресян, «отнюдь не примитивны, а во многом не менее сложны и интересны, чем научные» [1: 39].

Нам представляется целесообразным привести пример аналитического разбора, проведенного А.П.Чудиновым, являющегося прекрасным примером анализа когнитивной метафоры и отвечающего методологическим правилам и требованиям лингвистической и когнитивной науки.

В качестве примера возьмем субсферу «Социум». На ее основе автор выделяет криминальную метафору, милитарную метафору, театральную метафору и спортивную(игровую) метафору.

Представим анализ военной метафоры. В свое время Дж. Лакофф и М. Джонсон доказали значимость метафоры «Спор – это война» для американского общества [6,8]. Если применить данную метафору к современной российской действительности, то получится формула «Россия – это война». И действительно, в последнее десятилетие 20в. российскую действительность характеризовали как непрекращающуюся войну, и в представлениях многих Россия того периода – это милитаризованное общество, в котором идет постоянная борьба интересов различных политических групп. Так сложилась российская история, что на судьбу едва ли не каждого поколения приходилась война. Поэтому военная лексика – один из основных источников метафоризации российской речевой действительности.

Так, военная метафора – явный признак отечественного социального дискурса (и, в частности, текстов политического и пропагандистского характера) едва ли не всего советского периода истории России. Так, мы хорошо помним такой советский лозунг, как «Борьба за урожай», при этом мало кто задавал вопрос: «А с кем же мы в данном случае боремся?». Занимаясь вполне мирной деятельностью, мы не учились новым способам производства, не приобретали новые навыки и методы, а «брали на вооружение новый метод», не собирались с силами, а «мобилизовывали свои силы». И на этом было построено все массовое сознание советских людей: военная метафора определяла настроения людей, настойчиво насаждала образ врага, «мобилизуя» всю страну для борьбы с этим врагом, в образе которого часто выступал западный мир, причём образ этот нередко сознательно искажался или вовсе ложно создавался. Таким образом, советская государственная машина отвлекала народ от истинных проблем внутри страны (что, кстати, во многом свойственно и другим странам).

Говоря о современной России, следует подчеркнуть то, что мы уже отмечали выше, а именно: концептуализация ее с помощью военной метафоры – это широко встречающееся явление. В данной ситуации теоретически существенно то, что в соответствии с представлениями когнитивной семантики метафорическое моделирование – это отражающее национальное сознание средство постижения, рубрикации, представления и оценки какого-то фрагмента действительности при помощи относящихся к совершенно иной понятийной сфере сценариев, фреймов и слотов. Военная метафора навязывает обществу конфронтационные модели поведения, стереотипы решения проблем, ограничивает поиск альтернативных, мирных способов решения проблем. И действительно, мы часто вспоминаем поговорку «На войне как на войне» говоря о проблемах на работе, о взаимоотношениях с коллегами, вообще о проблемах наших будней.

Примечательно, что в течение последнего десятилетия 20 века российские политики по крайней мере четыре раза переходили от войны в полемике к настоящим военным действиям. Там, где слова уже не помогали, переходили к использованию военной силы, при этом реальным военным действиям всегда предшествовала информационная война, которую можно рассматривать как способ подготовки массового сознания к необходимости начала военных действий. Недаром обсуждение проблемы информационных войн в современной России является очень распространенным в специальной литературе [2,3,4].

При детальном анализе военной метафоры в описании Российской действительности выделяются следующие фреймы и составляющие их слоты:

1. Фрейм «Война и ее разновидности»:

Пока, похоже, мы проигрываем информационную войну. Никак не можем доказать миру, что наши действия в Чечне законны и справедливы. (цит. По А.Чудинову)

Демократы убедились, что междоусобицы контрпродуктивны для оппозиции. (цит. По А.Чудинову)

2. Фрейм «Организация военной службы» представлен несколькими слотами, например:

Слот 2.1 Специализация воинов

И придется Голубицкому вести свои боеспособные кадры в ряды «Единства». Причем в самом начале колонны. Ну не в партизаны же подается областной министр со своими дружинами. (цит. По А.Чудинову)

Слот 2.2. Воинские подразделения

По словам С.Шойгу, фракция «Единство» в Думе – это не высший орган движения, а его отряд, десант в Думе.

3. Фрейм «Военные действия и вооружение» состоит из, например, таких слотов:

Слот 3.1. Военные действия

1. Идет третья мировая война. Мы готовы рисковать собой и идти в штыковую.

2. Дальше – неизбежное банкротство, если страна не сумеет совершить прорыв к эффективной рыночной экономике

Слот 3.2 Виды вооружения и его использование

1. Переизбыток президентской власти – это мина замедленного действия.

4. Фрейм «Начало войны и ее итоги», который состоит из таких слотов, как например:

Слот 4.1. Начало и завершение военных действий

В течение 10 лет Ельцин непрерывно капитулировал перед украинскими президентами.

5. Фрейм «Воинские символы и атрибуты»:

В такой обстановке трудно пройти в Думу торжественным маршем: парад победителей состоится в начале января.

6. Фрейм «Ранение, выздоровление и смерть», построенный на таких слотах, как:

Слот 6.1. Ранение и смерть

1. «Такое впечатление, что Вас когда-то это событие ранило?» – «Было ранение, была ампутация. Фантомные боли остались до сих пор».

На основании данных материалов автор делает вывод о том, что в сознании наших современников присутствуют сильные векторы тревожности, опасности и агрессивности, а также традиционные для русской ментальности предрасположенность к сильным чувствам и решительным действиям. Приведенный выше анализ является прекрасным примером методологически правильного и последовательного анализа когнитивной метафоры.

Возвращаясь к основному предмету нашего рассмотрения, необходимо ответить на вопрос, являются ли когнитивные метафоры средством выражения стереотипов сознания, в каких отношениях и в какой зависимости друг от друга они находятся.

Нам кажется, что когнитивные метафоры являются одним из средств выражения социальных стереотипов наряду с такими лингвистическими явлениями как *фразеологические обороты, клише, эфемизмы, эпитеты, метафоры, сравнения, аллюзии, синтаксические конструкции и морфологические схемы словообразования*. Ведь мы говорим о тех социальных стереотипах, которые выражаются не в прямой форме, а о скрытых стереотипах, завуалированных в тексте. Их цель – повлиять на сознание людей, сформировать определенное общественное мнение о каком-либо объекте или явлении, данные стереотипы не могут лежать на поверхности и быть прямо выраженными, как, например: *Все южане – темпераментны*. Если данные стереотипы просто констатируют об-

щеизвестные истины и не имеют какого-либо сложного, развернутого содержания, то стереотипы, о которых говорим мы, имеют достаточно сложную внутреннюю структуру, вызывающую множество ассоциативных связей. Кроме того, уже существующие стереотипные ситуации могут в большей или меньшей степени предсказывать или предполагать ход развития событий в ситуации со схожим сценарием. В данном случае речь идет о создании определенного общественного мнения, иногда намеренного построения хода развития событий.

Интересным примером такого феномена является статья в журнале "The Economist" от 26 апреля 2003 года. Во многом тематика и основной смысл статьи задается уже самим заголовком: *China's Chernobyl?* Авторы статьи сравнивают две ситуации – взрыв эпидемии атипичной пневмонии в Китае в апреле 2003 года и аварией на Чернобыльской АЭС в апреле 1986 года. Далее строится такая последовательность событий: взрыв на Чернобыльской АЭС, случившийся через год после прихода Михаила Горбачева к власти, не мог быть скрыт из-за масштабов катастрофы и советским властям пришлось признать произошедшее. Это послужило, по мнению авторов, импульсом для начала «перестройки» - политики открытости и гласности. Дальше возникла следующая цепная реакция: крушение «Советской Империи» в виде социалистического блока стран Варшавского договора, затем крушение самого Советского Союза и коммунистической партии. Таким образом, ситуация «Чернобыльская катастрофа» имеет такой сценарий, который авторы статьи и пытаются переложить на ситуацию с эпидемией атипичной пневмонии в Китае. Это можно интерпретировать просто как наглядный пример работы нашего сознания, а можно рассматривать и как попытку сформировать определенное общественное мнение и повлиять на дальнейший ход развития событий.

Возвращаясь к тематике нашей статьи, возникает вопрос: а какой же стереотип России в англоязычных СМИ создается сейчас, каковы мы в их представлении?

Помня о характере стереотипов, исследуемых нами, целесообразно идти от анализа форм и средств их выражения к непосредственному содержанию.

При этом важно подчеркнуть тот момент, что бытовой (или национальный) стереотип России и русских существенно отличается от социально-политического стереотипа. Это объясняется тем, что первый создается в определенной степени стихийно, бессознательно, без какой-либо определенной цели, на основе многовекового опыта общения и контактов, на основе произведений искусства и, таким образом, является продуктом истории, оставаясь в большей или меньшей степени неиз-

менным. В определенном отношении правильным будет сказать, что, создаваясь, они не имели цели влиять на сознание людей.

Так, в том, что касается национального стереотипа русских, можно отметить, что он в большой степени строится вокруг концепта «душа», который по праву считается основообразующим концептом русского национального характера. Изучению этого концепта посвящено уже достаточное количество филолого-культурологических работ, поэтому мы не ставим своей задачей филологический анализ данного явления. Но хочется привести как пример филологических наблюдений статью русиста и переводчика из США Мишель Берди (Michele A. Berdy), которая называется “The Mystery of the Russian Soul”, опубликованную в газете The Moscow Times:

The Russian soul is a mystery indeed. You start with a few soulful expressions of love and intimacy, and before you know it, you've moved into the realm of economics and murder.

That is to say, *душа* (soul) has many shadings of meaning and is the source of a great many idiomatic expressions. When you love someone profoundly, you can say: *Я любила его душой и телом.* (I loved him body and soul.) When you want to express your heartfelt generosity, you can say, *Ешь сколько душе угодно.* (Eat to your heart's content, literally, eat as much as your soul wishes.) *Душа* can also be a stand-in for "conscience": *Я покривила душой* (I went against my conscience, or I went against my heart.) If you are feeling anxious and ill at ease, you can say, *У меня на душе кошки скребут*, literally, "cats are scratching at my soul." And if you are terrified, you can say, *Душа в пятки ушла!* Out of fear, the soul departs the body through its homophone: The expression is literally "my soul left my body through the soles of my feet." In English we usually say, "I was scared to death!" or "I was scared stiff!"

When you want to describe a tear-jerker, "a weepie," or "a three-hankie movie," you call it *душещипательный фильм*. When something is heartrending, in Russian it's "*душераздирающий*" as in the phrase, *Их прощание было душераздирающим*. (Their parting was heartrending; their parting tore at my heartstrings.) Someone who is mentally ill in Russian is *душевнобольной*, literally, "ailing in his soul," which has always seemed to me to be a profound and compassionate way to describe a troubled individual. However, when you say, *болит душа*, (literally "my soul aches"), you mean that you are very disturbed by something, or, with the phrase *болит душа за него*, you feel deep compassion ("my heart goes out to him").

Душа also means "a soul" in the sense of "a living being." *Там не было ни живой души.* (There wasn't a soul there.) It can also be used in the economic sense of "per head" or "per capita": *Доходы на душу населения растут.* (Per capita income is growing). In the old days, before the great emancipation, *душа* could also refer to a serf. Gogol's *Мёртвые Души* (Dead Souls) re-

ferred to a good old Russian scam of buying up dead serfs and somehow making a profit on the deal. (And once again I maintain that you needn't blame the Wicked West for post-Soviet scams and cons; all you have to do is open a few Russian classics to see where people got their ideas.)

If we go back even further in time, to when the Russian language was being codified, *душа* and *дух* (spirit) were one word that conveyed the sense of "spirit," "breath," or "life's breath." Over time, many concepts of breathing evolved along the *дул*: line, but some still remain in the *душа* branch. *Душить* is "to strangle" (to squeeze the breath out of someone), although it can also be translated as "smother" in the lovely phrase *Он душил меня в объятиях*. (He smothered me with hugs.) Or it can have a more sinister meaning in the phrase *Его душил гнев* (he was choked with rage).

Perfume in Russian is *духи*, but to wear perfume is *душиться*. *Моя мать всегда душилась духами "Красная Москва."* (My mother always wore Red Moscow perfume.) *Душно* means "stifling" or "stuffy" (i.e., when you can't breathe): *В трамвае было так душно, что я чуть не упала в обморок*. (It was so stuffy in the tram, I almost fainted.) *Душок* can be a bad smell or a "tinge" of something in the figurative sense: *Он пишет для газеты с правым душком*. (He writes for a right-wing newspaper.)

Jumping from love to serfs to economics to asphyxiation can be wearying to us poor foreign souls, trying to make sense of Russia and Russians. Whenever you are totally at a loss, you can always say, *Это загадка русской души!* (It's the mystery of the Russian soul.)

*Michele A. Berdy is a Moscow-based translator.
(The Moscow Times, August 15, 2003)*

В отличие от национальных или бытовых стереотипов, стереотипы, рассматриваемые нами, создаются вполне сознательно и с вполне конкретной целью – влиять на восприятие людей, стимулировать определенные действия, реакции и поведение. И точно так же, как может измениться политическая ситуация, так и стереотипы меняются в зависимости от конкретных политических целей. А так как стереотипы вообще трудно поддаются изменениям и отстают от жизни, то новому наполнению часто приходится «уживаться» со старым.

Вот как характеризует стереотипы журналист газеты The Moscow Times Роберт Прокоуп в статье о России и русских, рассуждая на тему отношений между Великобританией и Россией:

If national stereotypes about the Russians are widespread and generally misguided, then those that have grown up around the English are no less persistent and pernicious. Cold, stuck-up and distant are just a few of the adjectives that crop up – all the things that national mythology tells us

the Russians are not. And yet the relationship between England and Russia is both longstanding and intimate.

The Moscow Times. April 9, 2003

Существительные “widespread”, “misguided”, “persistent” and “pernicious” передают основные характеристики стереотипов. Кроме того, как показывает данный пример, социальные стереотипы - это эксплицитное перечисление особенностей национального характера того или иного народа, выражаемых набором атрибутов.

Что касается стереотипа России, создаваемого журналистами и политиками, то здесь действуют уже другие законы. Его основные отличия состоят в том, что, во-первых, он создается намеренно с определенной целью, а во-вторых, он гораздо сложнее по форме выражения и по содержанию. Анализ публицистического материала показывает, что в данном случае невозможно выделить какую-либо одну концептуальную структуру, на основе которой строится стереотип. Стереотип России, создаваемый зарубежными СМИ, отличается сложной многоуровневой структурой, он развивается более динамично, чем национально-культурный стереотип, так как он, во-первых, создается сознательно, под влиянием существующей ситуации в мире, так и под влиянием целей и потребностей тех социальных и политических групп, которые участвуют в создании этого стереотипа. Кроме того, действия и высказывания наших общественных и политических деятелей также вносят коррективы в этот процесс, выдвигая на первый план те или иные элементы образа.

В современном стереотипе России можно выделить сразу несколько когнитивных метафор, играющих примерно одинаковую роль в создании стереотипа. В разные периоды истории та или иная метафора выходит на передний план.

Так, в публикациях в западной прессе о России все еще активно эксплуатируется военная (или милитарная) метафора. Отчасти это объясняется общей историей России, на судьбу которой, как уже отмечалось, выпало немало войн. Но помимо этого, данное обстоятельство можно рассматривать как наследство, доставшееся нам от советского прошлого, когда Советский Союз во всем несоциалистическом мире представлялся как «Империя Зла», страна «коммунистической диктатуры» и тому подобное. Помимо этого, на протяжении всей истории Россия была и остается крупнейшей военной державой, что не может не отразиться на ее восприятии как самими гражданами России, так и остальным миром. Как результат мы имеем проявления лингвистического выражения такой категоризации. Политики, социальные группы не дискутируют, а воюют, атакуя своих оппонентов (противников) и защища-

ясь, обороняясь, поскольку являются при этом не оппонентами, а соперниками и даже врагами:

1. *There is much less doubt about his (Vladimir Gusinsky's – прим. автора) political enemies – such as Russia's president – Vladimir Putin.* (The Economist, 2000)
2. *Virtually every major strand of Putin's reform agenda faces powerful opposition from entrenched interests, not least the state bureaucracy itself.* (The Observer, 2003)
3. *Yet there are limits on the extent to which a leader, even one as dominant as Putin, can govern by command.* (The Guardian, 2003)
4. *On the first anniversary of his election, Putin told a group of journalists that the biggest lesson he had learned was that "it is very hard to fight with the bureaucracy".* (The Observer, 2000)

Стоит также отметить, что в сознании российских властей наметился некоторый поворот. Если несколько лет назад в сложившейся на тот момент ситуации и согласно настроениям в стране властям было выгодно представлять Россию воюющей страной как внутри (Чеченская война), так и с внешним миром (ситуация с бомбардировками Югославии силами НАТО), то сейчас Россия усердно пытается по-другому позиционировать себя в мире: не как оппонента Запада, а как его возможного партнера и стратегического союзника. Естественно, что в такой ситуации никакая война, пусть даже и внутри страны неприемлема. Исходя из этого и осознавая значительную роль данного фактора в создании нового имиджа, войну в Чечне сначала переименовали более мягким выражением «военная кампания», а потом стали ссылаться на нее как на «антитеррористическую кампанию», что, по сути, является не ничем иным, как эвфемизмом.

Кроме военной метафоры, Россию по-прежнему часто представляют через морбиальную метафору, сравнивая ее с больным организмом:

5. *After Russia's spectacular default and devaluation in 1998, the idea that local financial markets might recover seemed wildly optimistic.* (The Economist, 2002)
6. *In Russia the banks are puny, badly regulated, and plagued by state interference.* (The Economist, 2002)
7. *Under a reform strongly backed by President Vladimir Putin, households now cough up 60% of running costs.* (The Economist, 2002).
8. *And it was that paralysis that accelerated the collapse of the whole finance system.* (The Moscow Times, 2003)

9. *Probably it would be a drastic medicine but it seems to be the only one to help this much neglected disease of the Russian political system – corruption.* (The Moscow Times, 2003)

Однако стоит отметить, что за последние два года вектор этой метафоры повернулся в сторону «выздоровления»: Россия уже не смертельно больной организм, а выздоравливающий пациент, который начинает выздоравливать и идет вперед.

Интересно отметить, что кроме морбиальной и военной метафор, часто используемых в создании образа России, в публицистике появилась новая для России метафора «Россия – игорный дом». Подобно тому, как Москва, а также вся Россия наводняется казино, залами игровых автоматов и другими игорными заведениями, так и пресса изобилует выражениями и терминами, принадлежащими сфере игорного бизнеса:

10. *There is certainly a lot of shuffling of assets going on, often behind the scenes.* (The Economist, 2002)
11. *Now Mr Putin has placed his chips. He wants a strong, modern Russia, and that means money and know-how from the West,...* (The Economist, 2001)
12. *But they [Russian authorities – прим. автора] forgot that once you started gambling you cannot control the whole process and are sure to run considerable risk.* (The Russia Journal, 2003).
13. *Putin has been maneuvering between “old Europe” and the United States and Britain in a bid to maintain good relations with both sides, while defending the Kremlin’s own interests in Iraq. Both France and Germany’s relations with United States have soured over Iraq, and Putin does not want to take that risk.* (The Russia Journal, Feb. 27, 2003).

Как нам кажется, использование данной концептуальной метафоры говорит о том, что стабильность социально-политической ситуации в стране ставится под сомнение, и что Запад относится к на первый взгляд положительным изменениям в России настороженно, а некоторые действия властей считает недостаточно просчитанными, рискованными и рассчитанными на удачу. Это напрямую подтверждает заключительный отрывок из статьи “Hope Gleams Anew” из журнала The Economist от 3 ноября 2001 года:

“... Even slow and patchy economic reforms are better than none. Still, real change in Russia, and real trust from the West, will take years, not weeks.”

Еще одна метафора, с помощью которой западные журналисты создают стереотип современной России – это метафора «Взаимоотношения России и Запада – это отношения мужчины и женщины». Эта метафора проявилась особенно сильно в последние годы, когда Россия начала по-новому строить свои отношения с Западом, избегая прямых конфронтаций, проявляя гибкость во внешней политике, стараясь не портить отношений с мировыми партнерами даже при отстаивании своих интересов. Но общая настороженность западного мира по отношению к нам, а также доставшиеся нам по наследству от советского прошлого недоверие и подозрительность с их стороны придали именно такой вектор характеристике западными журналистами нашего поведения на мировой арене.

14. *Mr Putin has learned to woo foreign politicians and journalists alike. Harangues and bluster have given way to a relaxed, articulate, convincing manner, backed by a formidable command of detail, and even salted with occasional dry joke. He is winning some new friends at home too.* (The Economist, 2001)
15. *Since September 11th, Vladimir Putin has done a lot to make the West like him. He has embraced the American-led anti-terrorist coalition, calling the air-strikes on Afghanistan “measured and appropriate”* (The Economist, 2001).
16. *Though the relations between Russia and NATO have never been warmer it is still too early for Russia to propose to it as this marriage is still impossible under the current circumstances. It would be a misalliance.* (The Newsweek, 2001)

Подводя итог всему вышесказанному, современную Россию можно представить страной пока еще не до конца оправившейся от череды политических и экономических потрясений, все еще не вызывающей полного доверия западного мира, но пытающуюся его завоевать, а также построить новые, более гибкие отношения с остальным миром.

Таким образом, мы видим, что стереотип России, создаваемый западными журналистами, является сложным и многоуровневым образованием и построен на основе сразу нескольких когнитивных метафор, каждая из которых то выдвигается на первый план, то уступает место другим - в зависимости от того, как складывается ситуация в мире, а также от того, какие шаги предпринимает Россия в ответ на те или иные события в мире.

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. - М.: МАКС Пресс, 2003. - Вып. 25. — 200 с. ISBN 5-317-00843-3

Л и т е р а т у р а

1. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания//Вопросы языкознания. 1995. №1.
2. Грешневиков А. Информационная война. М., 1999.
3. Крысько В.Г. Секреты психологической войны. Минск, 1999.
4. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2000
5. Садохин А.П. Этнология. Москва, 2000
6. Теория метафоры. Под ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной. Москва, 1990.
7. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. Екатеринбург, 2001.
8. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago & London, 1980.
9. Lakoff G. Moral Politics. Chicago, 1998.

С л о в а р и

1. Longman Dictionary of English Language and Culture. Longman, 1998.
2. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford, 1995.
3. Oxford Dictionary of Sociology. Oxxford, 1998.