



# УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНО-ВАРЬИРУЮЩИЕСЯ МЕТАФОРЫ В КОНТЕКСТЕ БОРЬБЫ С ТЕРРОРИЗМОМ

Л.В. Катрич

---



**Аннотация.** В статье рассматриваются метафоры, используемые в антитеррористическом дискурсе. Автор исследует метафору не только как средство номинации действительности, но и анализирует её влияние на мышление человека, при этом ссылаясь на примеры того, как метафора в конечном итоге создаёт новую реальность.

Учитывая тот факт, что одной из наиболее значимых единиц контекстосферы современного общества является «терроризм», автор рассматривает некоторые метафоры, которые используются в современных СМИ в контексте борьбы с этим злом. Автор находит примеры подобного использования метафор в современном российском, французском и американском медийном дискурсе. Исходя из того, что метафорическая система языка отражает именно те ценности, которые характерны для соответствующей культуры, автор условно разделяет метафоры на универсальные и культурно-варьирующиеся.

К универсальным относятся метафоры «войны», «общего врага», а в качестве примера культурно-варьирующихся метафор можно привести «бизнес», «бренд», «спорт». Автор анализирует ту систему импликаций, которая выстраивается у представителей той или иной культуры при использовании конкретной метафоры. Причины культурного своеобразия метафор связаны с факторами разного порядка: политическими, историческими, климатическими. Например, известный факт, что в американской культуре большое внимание уделяется спорту, находит своё отражение и в метафорах: «Политические лидеры упускают мяч в пользу террористов», «...Сейчас, когда безопасности страны угрожает серьёзная опасность [терроризм], мы упустили мяч из виду...», «Технические гиганты объединяются в команду для борьбы с терроризмом».

В статье автор приводит примеры метафор на русском, английской, французском языках.

**Ключевые слова.** Метафора, язык, терроризм, общество, социальные реалии, конфликт, война, общий враг.

Как известно, сейчас человечество переживает новый этап развития, который характеризуется переходом от индустриального общества к постиндустриальному. Изменения, вызванные данным процессом, затрагивают все сферы жизнедеятельности человека: экономику и политику, искусство и культуру. Не осталась в стороне от подобных изменений и современная лингвистика, в которой подход к исследованию языка приобрёл антропоцентрическую направленность. В центре внимания – язык и интеллект человека, общество и языковая картина мира.

Поскольку каждый язык выражает целую совокупность идей, представлений о мире, которые присущи его носителям, является отражением их языковой картины мира, то и анализ некоторых языковых единиц может дать представление о специфике национальной картины мира. С этой точки зрения особый интерес представляет метафора, которая, с одной стороны, является средством номинации действительности, а с другой – хранит в себе информацию об опыте людей, их культуре.

Обратимся к теории метафоры. Говоря о метафоре, М. Блек выделяет два основных подхода к её исследованию. Первый подход, *субституциональный* или *сравнительный*, базируется на том, что метафора – это такая фигура речи, в которой одно слово замещается другим (метафорой, субститутом) в силу существующего сходства или аналогии между ними. Например, апельсин – an orange (англ.), цвет – orange, буквально «апельсиновый». Блек отмечает, что подобной точки зрения на метафору придерживается большинство авторов, и определение, основанное именно на этом подходе, находит свое отражение в Оксфордском словаре. Второй подход, по мнению Блека, *интеракционистский*. Для понимания этого подхода необходимо выделить *фокус* метафоры (focus) – это именно то слово, которое используется метафорически, и *рамку* (frame) – окружение метафоры. Интеракционистский подход подразумевает, что в определенном

контексте фокусное слово приобретает новое значение, или иначе говоря, рамка метафоры вызывает расширение фокусного слова [1, с. 159]. Блек утверждает, что для метафоры важна не истинность ассоциаций, которые она вызывает, а их быстрая активизируемость в сознании. Именно поэтому «метафора, действенная в рамках одной культуры, может оказаться абсурдной в другой». В качестве примера рассматривается выражение: «Человек – волк». Ассоциации со словом «волк»: свирепое, плотоядное животное. Но для культуры, в которой верят, что в волков вселяются души умерших людей, интерпретация подобного утверждения будет иной. Почему же подход называется интеракционистским? Дело в том, что, «некоторые признаки из «системы общепринятых ассоциаций» сами испытывают метафоризацию при переходе от вспомогательного субъекта к главному» [1, с. 164]. Если следовать общепринятым ассоциациям, то тогда метафора «человек – волк» выстраивает у слушателя следующую систему импликаций: человек – свиреп, вовлечён в борьбу, охотится на живых существ. При этом другие черты человека отойдут на задний план. Так метафора организует наш взгляд в данном конкретном примере на человека, а в более широком смысле формирует языковую картину мира.

Пожалуй, одной из наиболее значимых единиц концептосферы современного общества выступает «терроризм», поскольку актуальность данной проблемы последнее время все возрастает. Сразу после событий 11 сентября 2001 г. администрация Джорджа Буша-младшего объявила о начале «войны против терроризма». Словосочетание было впервые употреблено Бушем в телеобращении к нации из Овального кабинета: «... И мы победим в войне против терроризма». В последующие годы политика США строилась вокруг метафоры «терроризм – война».

Главной целью американского правительства стала поимка и привлечение к суду лидеров Аль-Каиды, в том числе Усамы бен Ладена. Метафора войны, общего врага, защиты национальной

безопасности, способствовали формированию такого общественного мнения, которое сделало возможным принятие обществом идеи необходимости свержения режима талибов в Афганистане, привлечение для этого соответствующих ресурсов, что и было впоследствии осуществлено международным альянсом, возглавляемым США. Кроме того, заявлялось о причастности к терактам Саддама Хусейна, что аналогичным образом повлекло вторжение США в Ирак в 2003 г.

Лора Донохью, профессор Стэнфордского университета, эксперт по проблеме терроризма в одной из лекций в рамках дистанционного курса 301 отмечает, что американское правительство пошло на беспрецедентные по своей строгости меры: военные трибуналы и смертную казнь за террористическую деятельность. О многом говорит и тот факт, что в период с сентября 2001 г. по январь 2002 г. 98% деятельности Конгресса США были связаны с борьбой с терроризмом. В 2002 г. был принят «Акт о национальной безопасности» (*Homeland Security Act*), который продекларировал создание Министерства национальной безопасности США, что привело к существенной реорганизации американских органов власти.

Конгресс также одобрил «Патриотический акт» (*USA Patriot Act*), который был призван выявлять и предотвращать терроризм и позволил правоохранительным органам вторгаться в частную жизнь граждан, а также устранил судебный надзор над полицией и разведывательными службами. После принятия актов последовали прослушивания телефонных переговоров, вскрытие электронной корреспонденции без наличия судебного распоряжения, что вызвало широкий общественный резонанс. То, что было немыслимо для американской демократии раньше, стало новой реальностью именно в рамках метафоры «терроризм – война», которая в критический момент структурировала действия американских политических лидеров. Недаром Лакофф и Джонсон выдвинули

гипотезу о влиянии метафор на процесс принятия решений [3, с. 17].

Рассмотрим метафоры, репрезентирующие концепт «терроризм» в российских, американских и французских СМИ. Учитывая, что метафорическая система отражает те ценности, которые «реально существуют и глубоко укоренились в культуре» [3], мы разделяем исследуемые метафоры на культурно-варьирующиеся и универсальные. Так, к универсальным можно отнести метафоры «войны», «общего врага», «защиты национальной безопасности». К культурно-варьирующимся мы относим, например, метафору «строительства» («здание мировой безопасности должно быть основано на многополярном мире» [5]), которая представлена в российском политическом дискурсе, но не представлена во французском и американском медийном дискурсе.

За основу классификации метафор по их принадлежности к лексическому полю мы берём классификацию, предложенную С.Ю. Сусык, с помощью которой она исследовала дискурс печатных французских СМИ. Многие из метафор оказались характерными и для англоязычного дискурса. Отмечается преобладание социальных метафорических моделей:

– «терроризм – театр», «террористы готовили для России парижский *сценарий*» [7];

– «терроризм – бизнес». В 2012 г. на ежегодной конференции, проводимой некоммерческим фондом «Технологии, Развлечения, Дизайн», который широко известен интернет-пользователям как TED talks, прозвучала новая метафора: «терроризм – провалившийся *бренд*» (*terrorism is a failed brand*). Джейсон МакКью сравнивает терроризм с продуктом потребления, который имеет свой бренд. Общество он называет «потребителями» этого бренда, а террористов – «участниками рынка», «продавцами бренда». Соответственно МакКью высказывает мнение, что борьба с терроризмом должна начинаться с того, что «потребители», которые сейчас продолжают «покупать бренд», должны отказаться от него [9].

- «терроризм – зло»,
- «терроризм – война»,
- «терроризм – спорт».

Что влияет на частотность и продуктивность тех или иных метафорических моделей? Израильские исследователи А. Абади и Я. Сакердоти сравнивают израильские и американский политический дискурсы и приходят к выводу, что «метафорическая модель со сферой-источником «война» более продуктивна и частотна в израильском дискурсе, в то время как спортивные метафоры более распространены в дискурсе США». Авторы объясняют это тем, что в США присутствует «культ спорта», в то время как «...постоянные арабо-израильские конфронтации находят выражение во всепроникающей милитаризации израильского общества» [2, с. 22-31]. Тот факт, что в американской культуре большое внимание уделяется спорту, находит свое отражение и в следующих метафорах: «Политические лидеры уступают мяч террористам» [10], «...Сейчас, когда безопасности страны угрожает серьёзная опасность [терроризм], мы упустили мяч из виду...» [8, с. 5842], «Технические гиганты объединяются в команду для борьбы с терроризмом» [12].

В то же время, нельзя сказать, что метафора «терроризм – война» является культурно-варьирующей. В издании *Afghanistan Times* мы встречаем «... и это стало первым залпом в международной войне с терроризмом» (фр. «... En 2001, les États-Unis sont entrés en guerre contre l'Afghanistan, tirant ainsi la première salve de la guerre mondiale contre le terrorisme») [13].

Вторая по численности группа – метафоры со сферой источника «природа». Среди природных метафор выражены следующие метафорические модели:

– «терроризм – природное явление». Пример из «Гардиан»: «осушение болота (контекстуальный перевод – «уничтожение террористической группировки») нанесёт серьёзный ущерб идеологической привлекательности атак на мирное население». («...draining the swamp will go

a long way to denting the ideological allure of attacking civilians») [11].

– «терроризм – мир животных» («высвободить своих служащих из *когтей* похитителей», «побережье могло бы стать царством новых *хищников*, морских террористов»),

– «терроризм – мир растений».

Третья группа метафор – антропоморфные метафоры.

– «терроризм – болезнь», то есть морбиальная метафора, которая имеет следующие вариации: «терроризм – заразная болезнь» («...зараза терроризма стала национальной проблемой России») [4], «терроризм – онкологическое заболевание», «терроризм – психическое заболевание».

– «терроризм - живой организм» [6].

Будаев и Чудинов, говоря о причинах культурного своеобразия национальных метафор, отмечают, что «их оценочные смыслы связаны с геоклиматическими условиями того ареала, на котором формируется культура, с традициями, предписывающими соответствующие стереотипы поведения, и другими факторами, имеющими многовековую историю» [2].

Метафоры способствуют созданию новых социальных реалий. Для иллюстрации подобного феномена можно обратиться к следующему примеру, который приводят Лакофф и Джонсон. Президент Картер, столкнувшись с энергетическим кризисом в США, выдвинул метафору «войны». Производными от этой метафоры стали: «враг», «призыв идти на жертвы», «угроза национальной безопасности», «сражение в борьбе за энергию». Появление и дальнейшее распространение метафоры в данном случае сыграло важную роль. Метафора сделала возможным изменение политического курса, были введены экономические санкции, страны ОПЕК были вынуждены снизить цены на нефть. Именно принятие метафоры и дальнейшее выстраивание вокруг нее соответствующей стратегии повлияли на создание новой реальности [3, с. 184].

Интересно отметить, что проанализированные нами метафоры, связанные

с борьбой с терроризмом, несмотря на явный культурно-варьирующийся прообраз, характерный именно для той конкретной культуры, на языке которой он использовался, тем не менее не вызывают непонимания у представителей другой культуры. Подобные метафоры быстро активизируются в сознании и выстраиваются в логичную систему импликаций. Более того, даже будучи

переведенными с одного языка на другой, метафоры остаются понятными для представителей другой культуры, становясь частью новой языковой картины мира. Таким образом, метафора является не только средством номинации действительности, но и влияет на мышление человека, в конечном итоге создавая новую реальность.

### Список литературы:

1. Блэк М. Метафора // Теория метафоры / Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 153–172.
2. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Методологические грани политической метафорологии // Политическая лингвистика. 2007. №21. С. 22–31.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
4. Полит.ру. Изложение выступления премьер-министра Путина в Государственной Думе. 14.09.1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://polit.ru/article/1999/09/14/578442/> (дата обращения: 06.12.2016).
5. РИА Новости. Интервью Президента Владимира Путина французской телекомпании «Франс-3», 2003. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/politics/20030209/315929.html> (дата обращения: 19.11.2016).
6. Сусык С. Ю. Реализация концепта “ТЕРРОРИЗМ” в дискурсе печатных средств массовой информации: дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2008. 206 с.
7. BusinessFM Террористы готовили для России парижский сценарий. 13.11.2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bfm.ru/news/338650> (дата обращения: 06.12.2016).
8. Feingold R. Congressional Record: Proceedings and debates of the 108th Congress second session. Vol. 150. Pt. 5. March 31. 2004. 6960 p.
9. McCue J. Terrorism is a failed brand // TED Talk. June 2012. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ted.com/talks/jason\\_mccue\\_terrorism\\_is\\_a\\_failed\\_brand](https://www.ted.com/talks/jason_mccue_terrorism_is_a_failed_brand) (дата обращения: 06.12.2016).
10. Patten S. Political leaders are dropping the ball on terrorism // Breitbart. 27.07.2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.breitbart.com/radio/2016/07/27/sam-patten-political-leaders-are-dropping-the-ball-on-terrorism> (дата обращения: 06.12.2016).
11. Peritz A. New York and Minnesota show how DIY terrorism is the new normal. 19.09.2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/sep/19/diy-terrorism-new-normal-new-york-minnesota> (дата обращения: 06.12.2016).
12. Tech giants team up against terrorism // Third Parent. 06.12.2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.thirdparent.com/tech-giants-team-up-against-terrorism> (дата обращения: 06.12.2016).
13. Vijay Prasad. Le retour en force des talibans // Afghanistan Times. 27.10.2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.courrierinternational.com/article/afghanistan-le-retour-en-force-des-talibans> (дата обращения: 05.12.2016) (In French).

### Об авторе:

**Катрич Любовь Владимировна** – к.социол.н., старший преподаватель кафедры англоязычного языка №2, Московский государственный институт международных отношений (университет), 119454, Москва, проспект Вернадского, 76. E-mail: [katrich.lyubov@mail.ru](mailto:katrich.lyubov@mail.ru).

# GENERAL AND CULTURALLY-VARIABLE METAPHORS IN THE CONTEXT OF THE FIGHT AGAINST TERRORISM

L.V. Katrich

**Abstracts.** *The author studies metaphors used in the antiterrorist discourse. Metaphor is viewed upon not only as a means of nominating reality but is also analyzed from the perspective of having influence on the individual's way of thinking. The assumption is made that metaphors can create new reality. Considering the fact that one of the most significant concepts of modern society is "terrorism" the author studies some metaphors used by mass media in the context of the war on terrorism. Operating on the premise, that metaphorical system of the language reflects those values that are characteristic of the culture, which uses this language for communication, the author divides metaphors into general ("war", "common enemy") and culturally-variable ("business", "brand", "sport" etc.). The author looks into the system of implications that develops with the representatives of some culture when a certain metaphor is used. The reasons for the cultural diversity of metaphors are connected with a wide range of factors: political, historical, climatic. For example, it is common knowledge that in the USA a lot of attention is paid to sports, which finds its reflection in the following metaphors: "Political leaders are dropping the ball on terrorism"; "...We are facing one of the most serious threats to our national security in the history of this country...and ... what did we do? We took our eyes off the ball"; "Tech giants team up against terrorism". In the article the author gives examples of metaphors in the Russian, English and French languages.*

**Key words.** *Metaphor, language, terrorism, society, social phenomenon, conflict, war, common enemy.*

## References:

1. Black M. *Metafora* [Metaphor]. *Teoriia metafory* [Theory of metaphor]. Obshch. red. N.D. Arutiunovoi i M.A. Zhurinskoi. Moscow: Progress, 1990. pp. 153–172 (In Russian).
2. Budaev E.V., Chudinov A.P. Metodologicheskie grani politicheskoi metaforologii [Methodological facets of political metaphorology]. *Politicheskaya lingvistika – Political linguistics*, 2007, no.21, pp. 22-31 (In Russian).
3. Lakoff G. Johnson M. *Metaphors we live by*. Originally published: Chicago: University of Chicago Press, 1980. 241 p. (Russ. Ed. Lakoff Dzh, Dzhonson M. *Metafory, kotorymi my zhivem*. Per. s angl. Pod red. i s predisl. A.N. Baranova. Moscow: Editorial URSS, 2004. 256 p.).
4. Polit.ru. *Izlozhenie vystupleniia prem'er-ministra Putina v Gosudarstvennoi Dume*. 14.09.1999 [Prime-minister Putin's address to the State Duma]. Available at: <http://polit.ru/article/1999/09/14/578442/> (Accessed 06 December 2016) (In Russian).
5. RIA Novosti. *Interv'iu Prezidenta Vladimira Putina frantsuzskoi telekompanii «Frans-3»*, 2003 [Interview with Vladimir Putin for the French TV company «France-3»]. Available at: <https://ria.ru/politics/20030209/315929.html> (Accessed 19 November 2016) (In Russian).
6. Susyk S. Iu. *Realizatsiia kontsepta «TERRORIZM» v diskurse pechatnykh sredstv massovoi informatsii*. Diss. kand. phil. nauk [Realization of the concept of "TERRORISM" in the discourse of the printed media. Diss. PhD. of philology]. Chelyabinsk, 2008. 206 p. (In Russian).
7. Business FM *Terroristy gotovili dlia Rossii parizhskii stsenarii* [Terrorists were constructing the Parisian scenario for Russia]. 13.11.2016. Available at: <https://www.bfm.ru/news/338650> (Accessed 06 December 2016) (In Russian).
8. Feingold R. *Congressional Record: Proceedings and debates of the 108th Congress second session*, Vol. 150, Pt. 5, March 31, 2004, 6960 p.
9. McCue J. *Terrorism is a failed brand*. TED Talk. June 2012. Available at: [https://www.ted.com/talks/jason\\_mccue\\_terrorism\\_is\\_a\\_failed\\_brand](https://www.ted.com/talks/jason_mccue_terrorism_is_a_failed_brand) (Accessed 06 December 2016).

10. Patten S. Political leaders are dropping the ball on terrorism. *Breitbart*. 27.07.2016. Available at: <http://www.breitbart.com/radio/2016/07/27/sam-patten-political-leaders-are-dropping-the-ball-on-terrorism> (Accessed 6 December 2016).
11. Peritz A. *New York and Minnesota show how DIY terrorism is the new normal*. 19.09.2016 Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/sep/19/diy-terrorism-new-normal-new-york-minnesota> (Accessed 06 December 2016).
12. Tech giants team up against terrorism. *Third Parent*. 06.12.2016. Available at: <http://blog.thirdparent.com/tech-giants-team-up-against-terrorism> (Accessed 6 December 2016).
13. Vijay Prashad. Le retour en force des talibans. *Afghanistan Times*. 27.10.2016. Available at: <http://www.courrierinternational.com/article/afghanistan-le-retour-en-force-des-talibans> (Accessed 05 December 2016).

**About the Author:**

**Lyubov V. Katrich** – PhD (Sociology), Senior Lecturer, Moscow State Institute of International Relations (university), 119454, Moscow, pr. Vernadskogo, 76. E-mail: [katrich.lyubov@mail.ru](mailto:katrich.lyubov@mail.ru).