

Научная статья
УДК 811.111-26
doi: 10.20323/2499-9679-2022-1-28-140-145

Метафорический образ культуры современной России в американской прессе

Анна Алексеевна Шарова

Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского». 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108/1.
yadvig@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4849-7699>

Аннотация. Статья посвящена проблеме конструирования образа культуры современной России в американских СМИ. Отмечается особая роль метафоры в формировании данного образа. На материале статей трех американских газет «The New York Times», «Newsweek» и «The Washington Post» за период 2010-2020 гг. анализируются самые употребительные метафорические модели создания образа российской культуры, в том числе модели «культура = война» и «культура = политика», «Владимир Путин – покровитель культуры», «культура = сила современной России» и «культура = Россия». Отмечается, что в большинстве случаев образ российской культуры в американской прессе рассматривается в тесной связи с политикой и личностью президента Владимира Путина. На основании проведенного исследования делается вывод о том, что значительная часть метафорических словоупотреблений формируют у читателя негативный образ современной российской культуры. Отрицательную оценку получают, прежде всего, зависимость культуры от политики, консервативность и нежелание принимать западные ценности, влияние на культуру правящей элиты и олигархов. Положительно оцениваются богатые культурные традиции современной России, масштабность затрагиваемых в сфере культуры тем, а также личная поддержка некоторых институтов и деятелей культуры российским президентом. С нейтральной точки зрения культура рассматривается в качестве «мягкой силы», способной влиять на отношения России с Западом (как противопоставление жесткой силе принуждения и финансового влияния). В целом, результаты исследования подтверждают, что в настоящее время метафоры в американских СМИ при характеристике культурной жизни России используются, по большей части, не как средства выразительности, а как средства изображения негативных сторон культуры в нашем обществе.

Ключевые слова: культура; образ; метафора; метафорическая модель; метафорическое словоупотребление; понятийная сфера; оценочность; позитивный образ; негативный образ

Для цитирования: Шарова А. А. Метафорический образ культуры современной России в американской прессе // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 1 (28). С. 140-145. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-1-28-140-145>

Original article

Metaphorical image of modern Russian culture in the American press

Anna A. Sharova

Candidate of philological sciences, senior lecturer, department of theory and practice of translation, Yaroslavl state pedagogical university named after K. D. Ushinsky. 150000, Yaroslavl, Respublikanskaya st., 108/1
yadvig@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4849-7699>

Abstract. The article deals with constructing the image of contemporary Russian culture in the US media. It states an important role of metaphors in this process. The most widely used metaphoric models of representing Russian culture are analyzed on the basis of a number of articles in three American newspapers – The New York Times, Newsweek and The Washington Post (2010–2020), including the models «culture is war», «culture is politics», «Vladimir Putin is the godfather of culture», «culture is the power of modern Russia» and «culture is Russia». The study shows that in most cases Russian culture in American press is looked upon in close connection with politics and V. Putin's personality. The research data prove that the majority of metaphoric word usages tend to form the negative image of Russian culture in the eyes of US readers. Such aspects as the close ties of culture and politics, conservatism and reluctance to accept

western values, significant impact of the ruling elite and oligarchs on culture are assessed negatively. Rich cultural traditions, the scale of issues addressed in the sphere of culture and personal support of some cultural institutions and figures by the president get the positive evaluation. At the same time culture is evaluated neutrally as the means of «soft power» – the ability to influence Russia's relations with western countries (as opposed to the hard power of constraint and financial influence). In general, the study proves that nowadays metaphors describing our cultural life in American press are mostly used not as expressive means, but as the means of showing the negative aspects of culture in contemporary Russia.

Key words: culture; image; metaphor; metaphoric model; metaphoric word usage; conceptual field; evaluation; positive image; negative image

For citation: Sharova A. A. Metaphorical image of modern Russian culture in the American press. *Verhnevolski philological bulletin*. 2022;(1):140-145. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-1-28-140-145>

Введение

В последние годы изучение образа или имиджа страны стало одним из важных направлений в рамках лингвокультурологии и межкультурной коммуникации. Исследованию теоретических аспектов формирования образа страны посвящен целый ряд работ [Данилова, 2009; Евгеньева, 2019; Чудинов, 2001 и др.]. При этом образ страны определяется как знаковая модель, опосредующая представления о национальной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения [Швецова, 2012, с. 288]. Ключевую роль в формировании данной модели выполняют средства массовой информации.

В силу недавних политических событий Россия привлекает особое внимание иностранных СМИ, а конструируемый ими образ нашей страны стал предметом многочисленных исследований лингвистов: изучается образ России в целом [Григорьева, 2015; Клещина, 2017; Лугуева, 2016; Чудинов, Илюшкина, 2019], образ российского президента [Моисеева, 2007; Шестопап, 2018], сфера отношений России и Запада [Моисеева, 2007; Швецова, 2012] и др. Однако практически неизученным остается образ современной российской культуры в иноязычных СМИ. Вместе с тем, данная проблематика представляется весьма актуальной ввиду того, что Россия всегда славилась своими культурными традициями. Особенно интересно рассмотреть образ современной российской культуры на фоне политических событий последних лет и ухудшения отношений России с западными странами.

Материал и методы исследования

В рамках данного исследования мы изучили формируемый в американских СМИ образ современной российской культуры. В качестве материала исследования использовались статьи американских изданий «The New York Times»,

«Newsweek» и «The Washington Post», имеющих высокий авторитет в США. Хронологические рамки исследования – 2010–2020 гг. Всего было проанализировано 120 статей, посвященных теме культуры, в которых методом сплошной выборки выделено 195 контекстов, содержащих образные наименования российской культуры.

Результаты исследования

Культура страны (национальная культура) – это совокупность материальных и духовных ценностей нации, а также практикуемых ей основных способов взаимодействия с природой и социальным окружением [Berrell, 2021]. В терминах Г. П. Федотова, это «культурное единство нации», которое включает в себя такие элементы, как религия, язык, система нравственных ценностей, искусство, литература и общность быта [Федотов, 1992, с. 245].

С точки зрения языковых средств формирования образа России и ее культуры особое место занимает метафора. Согласно определению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, представленном в монографии «Метафоры, которыми мы живем», метафора – это языковое явление, отражающее процесс познания и рубрикации мира; метафоры заложены в самой понятийной системе человеческого разума, это своего рода схемы, по которым человек осознает действительность. При этом формирование метафорического образа действительности происходит по определенной метафорической модели, которую Дж. Лакофф и М. Джонсон определяют как существующую в сознании носителей языка схему связи между понятийными сферами типа $X=Y$. Однако авторы отмечают, что в основе подобной формулы лежит не полное совпадение, а схожесть отдельных качеств, присущих X и Y [Lakoff, Johnson, 2003].

Рассмотрим наиболее частотные метафорические модели конструирования образа культуры современной России в американской прессе.

1. КУЛЬТУРА=ВОЙНА.

Метафорические наименования понятийной сферы «Война» (*war, battle, revolution, combat*) оказались наиболее продуктивными для описания «положения дел» в культуре современной России (в нашей выборке таких встретилось 54, около 28 %). Например:

Russia's culture wars (The NY Times, 7.02.2014).

Yet the release of trailers of that scene (...) and a few others, was enough to ignite a firestorm in Russia's culture wars (The Washington Post, 3.06.2017).

Основной причиной «культурной войны» в современной России, с точки зрения американской прессы, является конфликт между традиционными и либеральными, западными ценностями, а главным противником последних представляется, собственно, руководство страны:

That is why the Kremlin is waging its own culture war — stoking the values of religion and nationalism as it rails against «foreigners», sexual «deviants» and a «degenerate» West (The NY Times, 7.02.2014).

Интересно отметить, что на фоне происходящих в России «культурных войн» особая ответственность приписывается отдельным чиновникам сферы культуры:

...Russia's more combative culture minister, Vladimir Medinsky, who is known for aggressive assertions of Russian superiority and conservative values (The NY Times, 20.03.2015).

Помимо представления российской культуры как театра военных действий, в американской прессе также нередко встречаются военные метафоры, представляющие культуру как цель завоевания для современной правящей элиты и лично для Владимира Путина:

Putin's Last Realm to Conquer: Russian Culture (The NY Times, 27.01.2013).

Особая употребительность милитаристской метафоры, по-видимому, объясняется большим количеством войн в истории человечества, что, как отмечает А. П. Чудинов [Чудинов, 2001], способствовало милитаризации сознания.

2. КУЛЬТУРА=ПОЛИТИКА (49 употреблений, 25 %).

Негативную оценку в американских СМИ получает значительное влияние политики на культуру современной России:

It (The Mariinsky Theatre) is now not just a temple of opera but a monument to the vulgar dynamics of oligarchy, a nexus of money, power and ostentation that is the defining quality of Russian cultural

life under Putin (The Washington Post, 30.08.2013).

Подчеркивается политическая ангажированность выдающихся деятелей российской культуры. Например:

...Gergiev is one of the most dynamic and hard-working musicians in the world but intimately intertwined with Putin and his government (The Washington Post, 30.08.2013)

Кроме большого политического влияния на культуру со стороны российской власти, довольно часто подчеркивается активное использование руководством страны культуры в качестве «мягкой силы» в сфере международных политических отношений. «Мягкая сила» – термин, введенный политологом Дж. Найем, подразумевает способность добиваться нужных результатов в отношениях с другими государствами и влиять на них за счет привлекательности собственной культуры [Nye, 2004]:

President Vladimir V. Putin's expanding efforts to use the «soft power» of cultural diplomacy as a tool of foreign policy (The NY Times, 7.10.2019).

Call it «cultural diplomacy» or «soft power», the blockbuster show was just one half of the major Russian cultural initiatives that debuted in Paris during the week (The Washington Post, 22.10.2016).

При этом «мягкая сила» российской культуры противопоставляется «жесткой силе» принуждения и финансового влияния:

...despite the revanchist foreign policy, Russia has deep reserves of cultural soft power. It is, after all, the home of the Hermitage Museum, the Bolshoi Ballet, Chekhov, Dostoyevsky, Malevich, Tchaikovsky, and Bulgakov (Newsweek, 14.06.2016).

3. ВЛАДИМИР ПУТИН – ПОКРОВИТЕЛЬ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ (37 единиц, около 19 %).

Влияние российского президента на сферу культуры в американской прессе нередко описывается с помощью метафор концептуальных полей «Религия» и «Монархия» с использованием таких образных номинаций, как *godfather, patron, emperor, sovereign, czar* – подобные оценки с помощью, в частности, «царственных метафор», в целом, характерны для образа Владимира Путина в англоязычных СМИ (см., например, Моисеева, 2007):

Czar Putin's Culture (Newsweek, 30.08.2015).

Отмечаются давние традиции «вмешательства» лидеров страны в сферу культуры и искусства:

From Stalin to Brezhnev, the leader directed, intervened in and settled arguments in any area, be it higher mathematics or the high arts. Putin apparent-

ly decided recently that it was time for him to take over literature (The NY Times, 25.11.2013).

Подчеркивается привилегированное положение тех деятелей и учреждений культуры, которые находятся под личным покровительством президента. Например:

...the National Philharmonic is in a cozier spot, having President Vladimir V. Putin as its personal godfather (The NY Times, 21.03.2017).

4. КУЛЬТУРА=СИЛА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ (32 метафорических контекста, около 16 %).

Данная модель реализуется с помощью метафорических словоупотреблений различных концептуальных полей. Например: *...the extraordinary scope and power of Russian culture* (The NY Times, 10.11.2012); *the firepower of Russian music* (The NY Times, 21.03.2017); *the proliferation of Russian artists that changed the face of opera and dance* (The Washington Post, 26.06.2020).

5. КУЛЬТУРА=РОССИЯ (23 единицы, около 12 %).

Ряд метафорических контекстов отождествляет культуру с самой страной:

Russia without culture is not a country, but a huge piece of land. A country makes it, together with culture, an entity (The NY Times, 05.02.2014).

In Russia, the performing arts – and ballet in particular – are so entwined in the national identity that theaters are unaccustomed to empty seats... (The Washington Post, 25.04.2020)

Данные метафорические словоупотребления, как и метафоры предыдущей модели, несут в себе положительную оценку и могут формировать у читателей позитивный образ культуры нашей страны.

Заключение

В целом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. Наиболее продуктивными метафорическими моделями для формирования образа культуры современной России в американских СМИ являются модели КУЛЬТУРА=ВОЙНА и КУЛЬТУРА=ПОЛИТИКА (на них пришлось более половины метафорических словоупотреблений выборки).

2. Большая часть метафорических словоупотреблений формируют у читателя негативный образ современной российской культуры (58 %). Отрицательную оценку получают такие аспекты, как: зависимость культуры от политики, консервативность и нежелание принимать западные

ценности, влияние на культуру правящей элиты и олигархов. Достаточно нейтрально оценивается культура как «мягкая сила», нацеленная на продвижение интересов страны в мире, что, в общем, довольно типично для большинства стран – крупных игроков на международной политической арене. Такая оценка встретила нам в 10 % контекстов. Явную положительную оценку (32 % единиц) получают богатые культурные традиции современной России, глубина и масштабность затрагиваемых в сфере культуры тем, а также личная поддержка некоторых институтов и деятелей культуры президентом Путиным.

3. В большинстве случаев образ российской культуры в американской прессе рассматривается в тесной связи с деятельностью и личностью президента Путина или сквозь призму политики. Лишь малая часть метафорических единиц содержат оценку культуры «в чистом виде», без политического фона.

Таким образом, результаты исследования подтверждают, что в настоящее время метафоры в СМИ чаще используются не столько как средства выразительности, сколько как средства изображения негативных сторон жизни общества или, по выражению В. Г. Костомарова [Костомаров, 1999, с. 127], для «образного обругивания политического противника».

Библиографический список

1. Виноградова Н. С. Влияние новых форм политической коммуникации на формирование образов стран // Политическое представительство и публичная власть: трансформационные вызовы и перспективы. Материалы Ежегодной всероссийской научной конференции с международным участием. РАПН, 2020, 27–28 ноября 2020 г. Москва : МГПУ, 2020. С. 123–124.
2. Григорьева И. В. Стереотипное представление России как страны «управляемой» демократии в англоязычных медиатекстах // Мировое культурно-языковое и политическое пространство: инновации в коммуникации. 2015. С. 427–432.
3. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. Москва : Добросвет, Издательство «КДУ», 2009. 232 с.
4. Евгеньева Т. В. Идентификационное измерение образа страны: методы исследования и интерпретация результатов // Материалы IX международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир», 20–21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. Москва : АО «ВЦИОМ», 2019. С. 188–193.
5. Клещина Н. Н. Метафоричность образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ прошлого и настоящего // Власть. 2017. Т. 25. № 9. С. 32–36.

6. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. Москва : Изд-во МГУ, 1999. 268 с.

7. Лугуева Р. Г. Концептуальная метафора как средство создания образа врага в англоязычных СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12-3 (66). С. 134–136.

8. Моисеева Т. В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ. Екатеринбург, 2007. 23 с.

9. Пищева Т. Н. Образ России: теоретические аспекты изучения // Политика развития, государство и мировой порядок: Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов. Москва, 6–8 декабря 2018 г. / Под общ. ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгуннова, Л. Н. Тимофеевой. Москва : Аспект Пресс, 2018. С. 419–420.

10. Пищева Т. Н. Образ страны глазами ее граждан: проблема исследования // Траектории политического развития России: институты, проекты, акторы. Материалы Всероссийской научной конференции РАПН, г. Москва, 6–7 декабря 2019 г. / под ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгуннова, Л. Н. Тимофеевой. Москва : МПГУ, 2019. С. 311–312.

11. Федотов Г. П. Судьба и грехи России: избр. ст. по филос. рус. истории и культуры. Т. 2. Санкт-Петербург : София, 1992. 348 с.

12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. Екатеринбург : Урал. гос. пед. университет, 2001. 238 с.

13. Чудинов А. П., Илюшкина М. Ю. Метафорическое моделирование образа России в СМИ (на материале американской прессы) // Язык и культура 2019. № 45. С. 20–30.

14. Швецова М. Г. Роль СМИ в конструировании образа страны // Проблемы истории, филологии, культуры. № 4. Магнитогорск : Изд-во МаГУ, 2012. С. 288–298.

15. Шестопал Е. Б. Восприятие кандидатов в Президенты РФ в кампании 2018 года: политико-психологический анализ // Политика развития, государство и мировой порядок: Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов. Москва, 6–8 декабря 2018 г. / под общ. ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгуннова, Л. Н. Тимофеевой. Москва : Аспект Пресс, 2018. С. 585–586.

16. Berrell M. National Culture and Social Relations of Anywhere Working // Anywhere Working and the Future of Work. Australia, 2021. P. 23–59. URL: <https://www.igi-global.com/chapter/national-culture-and-the-social-relations-of-anywhere-working/263827> (дата обращения 30.09.2021)

17. Lakoff G., Johnson. Metaphors We Live by. Chicago : University of Chicago Press, 2003. 276 p.

18. Newsweek. URL: <http://www.newsweek.com> (дата обращения 24.09.2021)

19. Nye J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York : Public Affairs Group, 2004. 191 p.

20. The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought / edited by R.W. Gibbs, Jr. New York : Cambridge University Press, 2016. 566 p.

21. The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com> (дата обращения 24.09.2021)

22. The Washington Post. URL: <http://www.washingtonpost.com> (дата обращения 24.09.2021)

Reference list

1. Vinogradova N. S. Vlijanie novyh form politicheskoy kommunikacii na formirovanie obrazov stran = The influence of new forms of political communication on forming images of countries // Politicheskoe predstavitel'stvo i publichnaja vlast': transformacionnye vyzovy i perspektivy. Materialy Ezhegodnoj vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. RAPN, 2020, 27–28 nojabrja 2020 g. Moskva : MGPU, 2020. S. 123–124.

2. Grigor'eva I. V. Stereotipnoe predstavlenie Rossii kak strany «upravljaemoj» demokratii v anglojazychnyh mediateksth = Stereotypical representation of Russia as a country of «controlled» democracy in English media texts // Mirovoe kul'turno-jazykovoje i politicheskoe prostranstvo: innovacii v kommunikacii. 2015. S. 427–432.

3. Danilova A. A. Manipulirovanie slovom v sredstvah massovoj informacii = Verbal manipulation in the media. Moskva : Dobrosvet, Izdatel'stvo «KDU», 2009. 232 s.

4. Evgen'eva T. V. Identifikacionnoje izmerenie obraza strany: metody issledovanija i interpretacija rezul'tatov = The identity dimension of the country image: research methods and interpretation of results // Materialy IX mezhdunarodnoj sociologicheskoy Grushinskoj konferencii «Social'naja inzhenerija: kak sociologija menjaet mir», 20–21 marta 2019 g. / otv. red. A. V. Kuleshova. Moskva : AO «VCIOM», 2019. S. 188–193.

5. Kleshchina N. N. Metaforichnost' obraza Rossii v amerikanskih SMI i obraza SShA v rossijskih SMI proshlogo i nastojashhego = Metaphoric image of Russia in the U.S. media and the image of the U.S. in the Russian media of the past and present // Vlast'. 2017. T. 25. № 9. S. 32–36.

6. Kostomarov V. G. Russkij jazyk na gazetnoj polosje. Nekotorye osobennosti jazyka sovremennoj gazetnoj publicistiki = Russian on the newspaper page. Some language peculiarities of modern newspaper journalism. Moskva : Izd-vo MGU, 1999. 268 s.

7. Lugeva R. G. Konceptual'naja metafora kak sredstvo sozdanija obraza vruga v anglojazychnyh SMI = Conceptual metaphor as a means of creating an enemy image in English-language media // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2016. № 12-3 (66). S. 134–136.

8. Moiseeva T. V. Metaforicheskoe modelirovanie obraza Rossii v amerikanskih SMI i obraza SShA v rossijskih SMI = Metaphorical modeling of Russia's image in

the U.S. media and the image of the U.S. in the Russian media. Ekaterinburg, 2007. 23 s.

9. Pishheva T. N. *Obraz Rossii: teoreticheskie aspekty izuchenija = The image of Russia: theoretical aspects of the study* // *Politika razvitija, gosudarstvo i mirovoj porjadok: Materialy VIII Vserossijskogo kongressa politologov*. Moskva, 6–8 dekabnja 2018 g. / Pod obshh. red. O. V. Gaman-Golutvinoj, L. V. Smorgunova, L. N. Timofeevoj. Moskva : Aspekt Press, 2018. S. 419–420.

10. Pishheva T. N. *Obraz strany glazami ee grazhdan: problema issledovanija = The image of the country through the eyes of its citizens: a research problem* // *Traektorii politicheskogo razvitija Rossii: instituty, proekty, akty. Materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii RAPN*, g. Moskva, 6–7 dekabnja 2019 g. / pod red. O. V. Gaman-Golutvinoj, L. V. Smorgunova, L. N. Timofeevoj. Moskva : MPGU, 2019. S. 311–312.

11. Fedotov G. P. *Sud'ba i grehi Rossii: izbr. st. po filos. rus. istorii i kul'tury = The destiny and sins of Russia: selected articles on philosophical Russian history and culture*. T. 2. Sankt-Peterburg : Sofija, 1992. 348 s.

12. Chudinov A. P. *Rossija v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoi metafory (1991–2000) = Russia in the metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor (1991–2000): monografija*. Ekaterinburg : Ural.gos.ped.universitet, 2001. 238 s.

13. Chudinov A. P., Iljushkina M. Ju. *Metaforicheskoe modelirovanie obraza Rossii v SMI (na materiale amerikanskoj pressy) = Metaphorical modeling of Russia's image in the American media* // *Jazyk i kul'tura* 2019. № 45. C. 20–30.

14. Shvecova M. G. *Rol' SMI v konstruirovanii obraza strany = The role of the media in constructing the im-*

age of the country // *Problemy istorii, filologii, kul'tury*. № 4. Magnitogorsk : Izd-vo MaGU, 2012. S. 288–298.

15. Shestopal E. B. *Vosprijatie kandidatov v Prezidenty RF v kampanii 2018 goda: politiko-psihologicheskij analiz = Perception of Russian candidates for the presidency in the 2018 campaign: a political-psychological analysis* // *Politika razvitija, gosudarstvo i mirovoj porjadok: Materialy VIII Vserossijskogo kongressa politologov*. Moskva, 6–8 dekabnja 2018 g. / pod obshh. red. O. V. Gaman-Golutvinoj, L. V. Smorgunova, L. N. Timofeevoj. Moskva : Aspekt Press, 2018. C. 585–586.

16. Berrell M. *National Culture and Social Relations of Anywhere Working* // *Anywhere Working and the Future of Work*. Australia, 2021. P. 23–59. URL: <https://www.igi-global.com/chapter/national-culture-and-the-social-relations-of-anywhere-working/263827> (data obrashhenija 30.09.2021)

17. Lakoff G., Johnson. *Metaphors We Live by*. Chicago : University of Chicago Press, 2003. 276 p.

18. Newsweek. URL: <http://www.newsweek.com> (data obrashhenija 24.09.2021)

19. Nye J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York : Public Affairs Group, 2004. 191 p.

20. *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* / edited by R.W. Gibbs, Jr. New York : Cambridge University Press, 2016. 566 p.

21. *The New York Times*. URL: <http://www.nytimes.com> (data obrashhenija 24.09.2021)

22. *The Washington Post*. URL: <http://www.washingtonpost.com> (data obrashhenija 24.09.2021)

Статья поступила в редакцию 21.12.2021; одобрена после рецензирования 14.01.2022; принята к публикации 26.01.2022.

The article was submitted on 21.12.2021; approved after reviewing 14.01.2022; accepted for publication on 26.01.2022.