

На правах рукописи

Таратынова Татьяна Вячеславовна

**МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И
АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ В
НЕМЕЦКИХ СМИ (2008 г.)**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург
2012

Работа выполнена на кафедре риторики и межкультурной коммуникации
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Чудинов Анатолий Прокопьевич

Официальные оппоненты: **Мухин Михаил Юрьевич**
доктор филологических наук, доцент,
ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный
университет имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина», доцент кафедры
современного русского языка

Олешков Михаил Юрьевич
доктор филологических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Нижне-Тагильская
государственная социально-педагогическая
академия», профессор кафедры
филологического образования

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Пермский национальный
исследовательский политехнический
университет»

Защита состоится 3 октября 2012 г. в «__» час. на заседании
диссертационного совета Д 212.285.22 по защите диссертаций на соискание
ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук
на базе ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр.
Ленина, 51, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский
федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Автореферат разослан «__» августа 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент



Л. А. Назарова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена когнитивному сопоставительному исследованию метафорических моделей, функционирующих в немецких СМИ при отражении ситуации выборов президента США и России в 2008 г.

Политические события, происходящие в крупных странах и влияющие как на общественно-политическую ситуацию внутри государства, так и на соотношение политических сил в мире, находят непосредственное отражение в средствах массовой информации и являются причиной активизации определённых метафорических моделей. Система политических метафор способна отражать социальное восприятие конкретных политических ситуаций (Е. Е. Аникин, В. Н. Базылев, А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Т. С. Вершинина, О. А. Ворожцова, О. П. Ермакова, Ю. Н. Караулов, А. А. Каслова, Е. В. Колотнина, В. Г. Костомаров, Н. А. Красильникова, Н. А. Кузьмина, Дж. Лакофф, К. де Ландшер, П. О. Миронова, С. Л. Мишланова, А. Б. Ряпосова, Т. Г. Скребцова, Т. Б. Соколовская, О. А. Солопова, А. М. Стрельников, И. В. Телешева, Ю. Б. Феденева, А. А. Филинский, А. П. Чудинов, О. А. Шаова, В. Н. Шапошников, Н. Г. Шехтман и др.). Представляется, что выборы президента в таких государствах, как США и Россия, относятся к важнейшим политическим событиям, катализирующим употребление тех или иных метафорических моделей, в том числе в немецком политическом дискурсе. Сопоставительное исследование метафорики избирательных кампаний видится нам перспективным, так как позволяет не только детально описать рассматриваемую ситуацию как составляющую метафорической картины мира, но и выявить особенности метафорического восприятия немецкими масс-медиа американских и российских политических реалий, сопутствующих ситуации выборов президента в США и России.

Актуальность когнитивного сопоставительного исследования метафорических моделей, отражающих в немецком политическом дискурсе ситуацию выборов президента в двух иных странах, обусловлена, прежде всего, тем, что в названных выше исследованиях (а также во многих других публикациях) сопоставлялись дискурсы различных стран. При таком подходе трудно разграничить особенности, связанные с используемым языком и соответствующим национальным дискурсом, и особенности, обусловленные преимущественно политическими ситуациями в соответствующих странах и представлениями немцев об этих ситуациях. Если же сопоставить метафорическое отражение немецкими СМИ политических событий в России и США, то выявленные различия следует отнести уже не столько к специфике немецкого языка и немецкой политической коммуникации, сколько к специфике политических ситуаций в иных странах (в данном случае в США и России) и к специфике характерных для Германии особенностей восприятия политических ситуаций в названных государствах. Такой подход перспективен для дальнейшего развития теории концептуальной метафоры в политическом дискурсе.

Объектом исследования в настоящей диссертации стало метафорическое словоупотребление в немецких политических текстах периода российских и американских президентских выборов (2007-2008 гг.).

Предмет исследования – закономерности метафорического моделирования в немецком политическом дискурсе ситуации выборов глав двух ведущих мировых держав (США и России).

В качестве **материала для исследования** использовались политические тексты, связанные с президентскими выборами 2008 года в США и России, опубликованные в современных немецких изданиях. Всего проанализировано 2141 метафорическое словоупотребление, зафиксированное в 630 текстах (соответственно 1239 и 902 метафорических единицы в 397 и 233 текстах, связанных с ситуацией выборов в США и России). Для анализируемого материала характерно тематическое единство, связанное с проведением предвыборной кампании, процедурой избрания президента и инаугурацией глав государств в Соединенных Штатах и России. Рассматриваемые тексты ориентированы на широкие слои граждан (массового читателя). В связи с этим предпочтение отдавалось немецким СМИ, имеющим высокий тираж (die Zeit, die Welt, Spiegel, Stern, Berliner Morgenpost, FAZ, Focus, Frankfurter Rundschau, Sueddeutsche Zeitung, TAZ, Berliner Zeitung, Neues Deutschland, Freie Presse).

Целью настоящей диссертации является сопоставительное когнитивное исследование ведущих метафорических моделей, отражающих в немецком политическом дискурсе выборы президентов США и России.

Постановка данной цели вызывает необходимость решения следующих **задач**:

- проанализировать специфику репрезентации немецкими масс-медиа избирательных кампаний по выборам президентов США и России;
- уточнить методику сопоставительного исследования политической метафоры с учетом специфики исследования, в котором сопоставляется метафорическое моделирование в одном национальном дискурсе (немецком) выборов, которые происходят в двух других странах (США и России);
- выделить и систематизировать концептуальные метафоры в немецких политических текстах, тематически связанных с выборами президентов США и России (2008 г.);
- выявить, сопоставить и классифицировать доминантные метафорические модели в немецкой политической прессе, освещающей ситуацию выборов президентов в США и России;
- обобщить результаты сопоставительного анализа закономерностей метафорического словоупотребления в немецких политических текстах, посвященных ситуации выборов президента в США и России.

Методология настоящего исследования сложилась под воздействием теории метафорического моделирования, возникшей в Соединенных Штатах Америки (М. Блэк, М. Джонсон, Ф. Джонсон-Лэрд, Дж. Лакофф, А.

МакКормак, Ж. Фоконье и др.) и успешно развиваемой отечественными филологами (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, Е. С. Кубрякова, С. Л. Мишланова, Т. Г. Скребцова, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал и др.).

В работе применяются следующие **методы**: когнитивно-дискурсивный анализ, моделирование, классификация, контекстуальный анализ, сопоставительный анализ с учетом лингвокультурной парадигмы, количественный анализ.

Теоретическая значимость диссертации определяется тем, что сопоставительный анализ метафорических моделей, отражающих выборы президентов различных государств (США и России) в политическом дискурсе третьей страны (Германии), открывает новое направление в сопоставительной политической метафорологии. Названный подход способствует выявлению взаимосвязи между политической ситуацией в одних странах и её метафорической репрезентацией в третьей стране. Материалы исследования могут быть использованы в дальнейших теоретических работах, посвященных проблемам теории метафорического моделирования.

Научная новизна диссертации заключается в сопоставительном комплексном исследовании доминантных метафорических моделей, которые использовались СМИ Германии при освещении выборов главы государства в США и России (2008 г.). В работе описана метафорика как универсального характера, свидетельствующая об общих тенденциях в развитии немецкого политического дискурса, так и специфическая метафорика, отражающая особенности политических ситуаций в рассматриваемых странах, а также их восприятие немецкими СМИ.

Практическая значимость исследования связана с возможностями использования ее материалов в лексикографической практике (при подготовке словаря политической метафоры), в практике преподавания иностранного языка, при подготовке специалистов по теории перевода и переводоведения, политологии, межкультурной коммуникации. Материалы исследования могут быть использованы в элективных курсах «Политическая лингвистика», «Политическая метафора», а также при написании студентами (лингвистами, политологами, социологами) курсовых и дипломных работ.

Апробация материалов исследования.

Основные положения диссертации обсуждались на заседании кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.

Ведущие теоретические положения излагались автором на международных научных конференциях «Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики» (Челябинск, 2007), «Русский язык и литература в Украине: проблемы изучения и преподавания» (Горловка, 2009), на всероссийской научной конференции «Система и среда: язык, человек, общество» (Нижний Тагил 2009), «Информация. Коммуникация.

Общество»; на региональных научных конференциях «Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения» (Екатеринбург 2008), «Наука ЮУрГУ» (Челябинск, 2008).

Результаты исследования нашли отражение в **11** публикациях, в том числе в **трёх**, опубликованных в журналах, рекомендуемых ВАК.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Метафорические модели, которые используются в немецких СМИ при отражении президентских выборов в США и России, существенно различаются, и эти различия свидетельствуют о различиях в концептуализации указанных избирательных кампаний в немецкой политической картине мира.

2. Сопоставительный анализ метафор, отражающих американские и российские президентские выборы в политическом дискурсе Германии, позволил выделить доминантные модели общего характера, к числу которых относятся ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР АРТЕФАКТОВ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР ЖИВОТНЫХ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СПОРТ/ИГРА. Однако фреймо-слотовая структура универсальных метафорических моделей, используемых немецкими масс-медиа при описании президентских выборов в названных странах, заметно различается, что отражает специфику восприятия немецкими журналистами соответствующих выборов.

3. Исследование метафор в немецких политических текстах, посвященных ситуации президентских выборов в США и России, позволяет обнаружить метафорические модели, наиболее ярко отражающие особенности восприятия немецкими СМИ ситуации выборов президента в США. К числу таких моделей относятся следующие: ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это ВОЙНА, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это МИР РЕЛИГИИ.

4. При рассмотрении немецкой политической метафорики, связанной с представлением президентских выборов в США и России, обнаружены следующие метафорические модели, особенно заметно отражающие особенности восприятия немецкими масс-медиа ситуации выборов президента России: ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это МИР МОНАРХИИ, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка, включающего в себя 289 источников, перечня использованных словарей, а также списка источников эмпирического материала и приложения. Для иллюстрации продуктивности и частотности рассматриваемых языковых явлений в диссертации представлены 9 таблиц. Общий объем диссертации – 212 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы; определяются объект и предмет исследования; обозначается его цель и задачи; указывается материал и методы исследования; раскрывается научная новизна диссертации; выявляется теоретическая и практическая значимость проводимого исследования; приводятся сведения об апробации работы, а также формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе – **Теоретические основы сопоставительного исследования метафорического моделирования выборов президента США и России в немецкой прессе (2008)** – представлена теоретическая база сопоставительного исследования метафорических моделей в немецких политических текстах, посвященных ситуации президентских выборов в США и России.

В первом разделе анализируются публикации, посвящённые предвыборному дискурсу, и рассматриваются особенности выборов президента в США и России 2008 года. Метафорические образы, используемые СМИ той или иной страны в целях представления ситуации выборов президента, представляют значительный интерес для исследователей как президентской риторики (И. Б. Антонова, М. В. Гаврилова, О. В. Гайкова, И. В. Култышева, Н. Б. Руженцева, Р. Т. Садуов, А. В. Спиридовский, Е. И. Шейгал, Г. Г. Хазагерров, А. Б. Халатян и др.) так и метафоры избирательных кампаний (Е. Е. Аникин, О. А. Ворожцова, А. А. Каслова, В. М. Родионова, А. Б. Ряпосова, О. А. Солопова, А. М. Стрельников, Ю. Б. Феденева, А. П. Чудинов и др.). Выборы президента США, состоявшиеся в 2008 году, были беспрецедентными, так как впервые в них одержал победу кандидат-афроамериканец, за пост вице-президента боролась женщина – Сара Пэйлин, а одним из главных источников электоральной информации и активизации электората оказался Интернет. Российская же избирательная кампания не обнаружила широкого круга разносторонних политических взглядов и интересов. Однако, несмотря на тот факт, что институт президентства – относительно новое понятие в политической жизни России, выборы российского президента привлекают самое пристальное внимание мировой общественности и являются значимым событием для всей планеты, поскольку внешняя политика нашей страны оказывает существенное влияние на экономическую и политическую ситуации в мире.

Во втором разделе рассматриваются вопросы, связанные с когнитивным направлением в современной лингвистике как основанием для изучения метафорического моделирования.

В рамках когнитивной парадигмы язык изучается как выражение специфической познавательной способности человека. Способность человека говорить – это особая составляющая когниции: она является присущей человеку ментальной способностью, основополагающей для функционирования многих общих когнитивных способностей. Одним из

основных направлений современной когнитивной лингвистики является изучение концептуальной метафоры.

В теории когнитивной лингвистики метафора понимается как основная ментальная операция, объединяющая две понятийные сферы и создающая возможность использовать потенции структурирования сферы-источника при концептуализации новой сферы.

По мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, основоположников теории когнитивной метафоры, *процессы человеческого мышления* во многом метафоричны. Метафоры как выражения естественного языка возможны именно потому, что они являются метафорами концептуальной системы человека.

Третий раздел посвящён рассмотрению понятий дискурса в целом и политического дискурса в частности. Вслед за Е. И. Шейгал политический дискурс в настоящей диссертации понимается как семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание данной коммуникативной сферы, а также тезаурус прецедентных высказываний и текстов.

В четвёртом разделе рассматривается понятие метафорической модели и анализируются существующие методики описания метафорических моделей. Вслед за А. П. Чудиновым метафорическая модель понимается как существующая и/или складывающаяся в сознании носителей языка схема связи между понятийными сферами (сферой-источником и сферой-мишенью), которую можно представить определенной формулой: «X – это Y». Например, ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА; КАНДИДАТЫ НА ПОСТ ПРЕЗИДЕНТА США – это ПРОПОВЕДНИКИ и т. д. Анализ существующих методик сопоставительного исследования метафорических моделей выявил, что специфике проводимого исследования наиболее соответствуют методика параллельного сопоставления метафор, объединяемых сферой-источником метафорической экспансии, и методика контрастивного описания метафорических моделей.

Рассматривая метафорическую модель любого дискурса в целом и политического в частности, необходимо учитывать следующие этапы: характеристику сферы-источника, сферы-мишени, анализ относящихся к данной модели фреймов, типовых слотов, базовых концептов, компонента, связывающего первичные (в сфере-источнике) и метафорические (в сфере-мишени) смыслы охватываемых данной моделью единиц, определение прагматического потенциала модели.

Необходимо также указать критерии отбора типовых моделей для нашего анализа: продуктивность, частотность, доминантность, эмотивную окраску модели.

Во второй главе – **Метафорическое моделирование в политической ситуации «Выборы президента»: американско-российские параллели в немецком политическом дискурсе** – произведен сопоставительный анализ универсальных метафорических моделей в ситуации выборов президента

(2008 г.) в США и России. В главе представлены четыре метафорических модели, представляющих собой детально-структурированные образования с актуализированными на современном этапе источниковыми сферами.

Метафора театра – это один из наиболее распространённых способов образного представления политики. Театральность политического дискурса связана с тем, что одна из сторон коммуникации – «клиент», народ – выполняет в ней преимущественно роль не прямого адресата, а адресата-наблюдателя, воспринимающего политические события как некое разыгрываемое для него действие.

Прагматический потенциал данной метафорической модели определяется ярким концептуальным вектором неискренности, искусственности, ненатуральности, имитации реальности.

Ср.: *Die Parteitage im US-Wahlkampf sind vorbei, doch nach all diesen Dramen, Seifenopern und Jubelfeiern bleibt ein nüchternes Fazit (FR, 06.09.2008, Nahkampf nach den Seifenopern von Dietmar Ostermann). Партийные съезды в предвыборной борьбе США закончились, однако общий итог всех этих драм, мыльных опер и торжеств прозаичен.*

Осмысление ситуации выборов президента в театральных концептах свидетельствует об универсальном характере метафор, составляющих модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это ТЕАТР (177 МЕ/14,3% – США и 200 МЕ/22,2% – Россия). Различия во фреймо-слотовой структуре данной модели в немецких текстах, посвящённых предвыборных агитации обеих стран, минимальны: они сводятся к наличию слотов «Собственно театр и его виды» и «Игра актёров» в немецких текстах, посвящённых предвыборной агитации в России, тогда как при репрезентации американских выборов они не представлены.

Ср.: *Höhepunkt des Spektakels: die Rede von John McCain (Republikaner-Parteitag) (Stern, 05.09.2008, Die Kampfansage des McCain von Matthias B. Krause). Аногей спектакля: речь Джона Маккейна (республиканский партийный съезд). Zwei von ihnen, der Kommunist Sjuganow und der Nationalist Schirinowskij, spielen so lange in der russischen Politikaufführung ihre Rolle als lebende Blockparteien, dass sie kaum einer mehr ernst nimmt (J. Voswinkel / Die Zeit, 10/2008). Двое из них, коммунист Зюганов и националист Жириновский, так долго играют свои роли в российском политическом представлении в качестве действующих партий блока, что едва ли их кто-либо принимает всерьёз.*

Если в случае с метафорическим представлением выборов американского президента немецкие масс-медиа делают акцент на самом театрализованном процессе предвыборной гонки, в репрезентации российской президентской кампании упор делается не столько на процесс, сколько на заведомо известный результат.

Фреймо-слотовая структура метафорической модели с исходной сферой-источником «театр» представлена в таблице 1.

**Фреймо-слотовая структура метафорической модели
«ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это ТЕАТР»
в немецком политическом дискурсе**

Фреймо-слотовая структура ММ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР»	
	США	Россия
Фрейм «Вид зрелища и жанр представления»	+	+
Общие виды представлений	+	+
Собственно театр и его виды	-	+
Смежные с театром виды зрелищных представлений	+	+
Кинематограф	+	+
Цирк	+	+
Фрейм «Люди театра»	+	+
Авторы сценария и постановщики зрелища	+	+
Участники представления (актёры и их амплуа)	+	+
Фрейм «Жанры и элементы представления»	+	+
Жанры представления	+	+
Элементы представления	+	+
Игра актёров	-	+
Фрейм «Зрительный зал театра и реквизит»	+	+
Зрительный зал театра	+	+
Театральный реквизит	+	+
Фрейм «Публика и приём, оказываемый спектаклю»	+	+

Метафорическую модель «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это МИР АРТЕФАКТОВ» (по 125 МЕ – 10% и 13,8%) отличают сложная структура и неоднородность составляющих её компонентов. В нашем исследовании данная метафорическая модель представлена субмоделями «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это ТЕХНИКА» (55 МЕ/4,5% и 46 МЕ/5%), «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это АРХИТЕКТУРА» (33 МЕ/2,6% и 39 МЕ/4,3%), «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА

США/РОССИИ – это БЫТ» (37 МЕ/2,9% и 40 МЕ/4,5%). Артефактная модель более частотна (в процентном соотношении от общего количества метафор) в представлении российских президентских выборов, однако её продуктивность выше в описании выборов президента США (см. таблицу 2).

Ср.: *Der Westen Amerikas – eigentlich fremdes Terrain für Demokraten. Doch Obamas Wahlkampfmaschine läuft auch hier auf vollen Touren* (Stern, 29.10.2008, *Obama kämpft für Wilden Westen von Katja Gloger*). Запад Америки – собственно, чужая территория для демократов. Однако избирательная машина Обамы работает и здесь на полную мощность. Dann griffen die Politikverkäufer ins obere Regal: Der neue Kennedy, der neue Luther King, der erste schwarze Präsident (Spiegel Online, 19.07.2007, *Obama unplugged von Gabor Steingart*). Затем продавцы от политики заглядывают на верхнюю полку: новый Кеннеди, новый Лютер Кинг, первый чёрный президент. US-Demokraten streifen vor Weihnachten die Samthandschuhe über (Die Welt, 15.12.07, *US-Demokraten streifen vor Weihnachten die Samthandschuhe über*). Перед Рождеством демократы начинают особенно «деликатничать» (букв. надевают бархатные перчатки). *Huckabees Erfolgsrezept?* (TAZ, 14.12.2007, *Jovial, volksnah, fromm von Adrienne Woltersdorf*). Рецепт успеха от Хакаби? *Pseudodemokratischer Heckspoiler des Kreml* (Bogdanow) (Spiegel Online, von Benjamin Bidder, 24.02.08). Псевдодемократический задний спойлер Кремля (Богданов). Neuer Wein in alten Schläuchen (http://politik-gesellschaft-russland.suite101.de/article.cfm/wahl_des_russischen_praesidenten, 28.02.2008, von Marianne Karbe). Новое вино в старых мехах.

Метафорическая модель с артефактной сферой-источником обладает, как правило, отрицательным потенциалом воздействия на реципиентов, однако, встречаются и «стёртые» словоупотребления, реализующие нейтральные смыслы. Фреймо-слотовое устройство модели представлено в таблице 2.

Таблица 2.

Фреймо-слотовая структура метафорической модели
«ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ –
это МИР АРТЕФАКТОВ»
в немецком политическом дискурсе

Фреймо-слотовая структура СМ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ СУБМОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – – это ТЕХНИКА»	
	США	Россия
Фрейм «Механизм»	+	+
Механизм в целом	+	+

Управление механизмом	-	+
Составляющие механизма	+	-
Механизм управления	+	+
Медиатор	+	-
Гаситель	+	-
Приборы	+	-
Фрейм «Транспорт»	+	+
Наземный транспорт	+	+
Водный транспорт	+	-
Воздушный транспорт	+	-
Фреймо-слотовая структура СМ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ СУБМОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это АРХИТЕКТУРА»	
	США	Россия
Фрейм «Конструкция здания»	+	+
Общая конструкция здания	+	+
Внутреннее устройство здания	+	-
Обстановка внутри	+	-
Фрейм «Разрушение здания»	+	-
Фреймо-слотовая структура СМ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ СУБМОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это БЫТ»	
	США	Россия
Фрейм «Одежда»	+	+
Одежда в целом	+	+
Изготовление одежды	-	+
Детали одежды	+	-
Фрейм «Продукты питания»	+	+
Продукты питания в целом	+	+
Приготовление и приём пищи	+	-
Посуда	-	+
Фрейм «Игрушки»	-	+

Метафорические словоупотребления, составляющие модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это МИР ЖИВОТНЫХ (116 МЕ/9,4% –

США и 105 МЕ/11,7% – Россия), часто выполняют номинативно-оценочную функцию в немецких политических текстах, посвящённых избирательной кампании в США и России. Денотативная область функционирования зооморфной метафорики – личности кандидатов на пост президента и их действия, эксплицирующие агрессивные и иронические коннотации. Степень продуктивности и частотности зооморфной метафорической модели несколько выше в описании немецкими журналистами выборов главы США. В представлении американской президентской кампании зооморфные метафоры актуализируют в основном проявления вербальной агрессии, тогда как метафоризации российских президентских выборов присущи в основном векторы иронии.

Ср.: *Palin hat die Scheinwerfer weg von Obama und Gattin Michelle gelenkt und auf den alten Fuchs und seinen jungen Barracuda gerichtet. (Die Zeit, 36/2008, John McFox und Sarah Barracuda von Josef Joffe.).* Пейлин отвела прожекторы от Обамы и его супруги Мишель и направила на старого лиса и его молодую барракуду. *Dritte Runde der Kampfhähne. (FOCUS, 27.07.2007, Clinton und Obama gifteten sich an.).* Третий раунд для бойцовых немых. *Der Wunschnachfolger, zwei Veteranen und eine Eintagsfliege – Präsidentenwahl in Russland (01.03.2008, ND, Der Wunschnachfolger, zwei Veteranen und eine Eintagsfliege – Präsidentenwahl in Russland).* Желаемый наследник, два ветерана и муха-подёнка – выборы президента в России.

При этом следует отметить тот факт, что единственной метафорической номинацией, встречающейся как при описании американских, так и российских президентских выборов является лексема питбуль (*Pitbull*), тогда как остальные метафоры не дублируются. А употребление метафоры медведь (*Bär, Teddy*), помимо прочего, определяется внутренней формой фамилии российского кандидата в президенты.

Ср.: *Palin ist ein Pitbull mit Lippenstift. (FR, 05.09.2008, Palins Pitbull-Rede lässt den Saal toben von Dietmar Ostermann.).* Пейлин – питбуль в помаде *Der Pitbull des Kreml (Schirinowski) (Spiegel Online, Politclown und plumper KP-Chef – leichtes Spiel für Medwedew von Benjamin Bidder, 11.01.08).* Кремлёвский питбуль (*Жириновский*). *Schließlich ist Herr Bär (42) bald russischer Präsident. (BM, 15.12.2007, Wer ist der Mann, der in Russland herrschen wird von Jens Hartmann).* В конце концов, господин Медведь (42) скоро станет российским президентом. *Seit er (Medwedew) jeden Tag eine Stunde schwimmt, ist er rank und schlank und sieht nicht mehr wie ein Teddy aus, sondern wie ein durchtrainierter Jungbär (BM, 15.12.2007, Wer ist der Mann, der in Russland herrschen wird von Jens Hartmann).* С тех пор как он (*Медведев*) плавает каждый день в течение часа, он высок и строен и выглядит уже не как игрушечный медвежонок Тедди, а как хорошо натренированный молодой медведь.

Зооморфные метафоры отражают «наивные» представления человека об основных группах живых существ, ориентированные на ту роль, которую представители животного мира играют в жизни людей, а также на обыденное человеческое представление о взаимоотношениях в животном мире.

Таблица 3.

Фреймо-слотовая структура метафорической модели
«ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это МИР ЖИВОТНЫХ»
в немецком политическом дискурсе

Фреймо-слотовая структура ММ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР ЖИВОТНЫХ»	
	США	Россия
Фрейм «Состав царства животных»	+	+
Собственно животные (млекопитающие)	+	+
Птицы	+	+
Насекомые	-	+
Рыбы	+	-
Фрейм «Объединения животных и иерархические отношения в них»	-	+
Иерархические отношения в мире животных	-	+
Фрейм «Действия животных»	+	-
Агрессивные действия животных	+	-
Фрейм «Обращение с животными»	+	+
Животные как объект эксплуатации	+	-
Животные как объект ухода	+	-
Фрейм «Части тела животных»	-	+
Фрейм «Места обитания животных»	+	+
Места обитания животных на воле	+	+

Спортивно-игровая метафорическая модель является в немецком политическом дискурсе более продуктивной и частотной в представлении американской избирательной кампании (259 МЕ/20,9% – США и 141 МЕ 15,6% – Россия). Такое количественное несоответствие обусловлено более слабым духом состязательности, иными условиями ведения предвыборной кампании в России. В спортивно-игровых терминах эксплицируются соревновательность и азарт, сопутствующие американским президентским выборам. По мнению немецких журналистов, российская избирательная кампания, по сути, лишена духа соревновательности: метафоры, актуализированные в составе данной модели, реализуют коннотации управляемости, подвластности, несамостоятельности. Однако, несмотря на слабую конкурентоспособность, отсутствие духа соревновательности, очевидность исхода выборов, кандидаты на пост президента России всё же старались добиться желаемого, улучшить свой имидж.

Ср.: *Und er (McCain) hat gesehen wie Hillary Clintons Versuch scheiterte, ihre Erfahrung als Trumpfkarte auszuspielen (FOCUS, 09.06.2008, Jetzt wird's ernst von Peter Gruber). И он (Маккейн) видел, как провалилась попытка Хиллари Клинтон пустить в ход последний козырь – опыт. Eine Partei, deren Spitzenkandidat ein bekennender Freimaurer ist und deren Programm sich auf den Beitritt zur Europäischen Union beschränkt, hat im gegenwärtigen Russland schlechte Karten. (BZ, 26.02.2008, Ein russisches Wunder von Christian Esch.). У партии, чей первый кандидат является признанным масоном и чья программа ограничивается вступлением в Европейский Союз, в сегодняшней России плохие карты. Klarer Favorit der Republikaner ist Giuliani. (SZ, 13.04.2007, Wahlkampf gegen Volkes Stimme von Christian Wernicke). Несомненным фаворитом республиканцев является Джулиани. Außenseiter Huckabee punktet (TAZ, 29.11.2007, Außenseiter Huckabee punktet von Adrienne Woltersdorf). Айтсайдер Хакаби набирает очки. Es ist die Runde der Verlierer (Schirinowski, Sjuganow, Bogdanow), die sich halbherzig um den zweiten Platz hinter Putins Favoriten Medwedew streitet. (Spiegel Online, Schirinowski geifert gegen den Rest der Welt von Benjamin Bidder, 28.02.08.) Это раунд проигравших (Жириновский, Зюганов, Богданов), неохотно борющихся за второе место после путинского фаворита Медведева. Putin, dessen zweite und letzte Amtszeit 2008 abläuft, hat zwei Kandidaten auserwählt, die sich warmlaufen: Sergej Iwanow (54) und Dmitri Medwedew (41). (Die Welt, 21.02.2007, Wenn Provinzpolitiker Putin provozieren.). Путин, чей второй и последний президентский срок истекает в 2008 году, избрал двух кандидатов, которые делают разминку: Сергея Иванова (54 года) и Дмитрия Медведева (41 год).*

Особенности функционирования в немецких СМИ метафорической модели «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это СПОРТ/ИГРА» в репрезентации американских и российских президентских выборов соответственно проявляется также на фреймо-слотовом уровне.

Таблица 4.

Фреймо-слотовая структура метафорической модели
«ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это СПОРТ/ИГРА»
в немецком политическом дискурсе

Фреймо-слотовая структура ММ	МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США/РОССИИ – это СПОРТ/ИГРА»	
	США	Россия
Фрейм «Виды игры и спорта»	+	+
Игра вообще (без конкретизации)	+	-
Соревнования в скорости передвижения	+	+
Карточные/азартные игры	+	+
Шахматы	+	-
Прочие виды спорта и спортивные понятия	+	+
Соперники	+	-
Спортивная команда	+	-
Спортивный инвентарь и оснащение	+	-
Фрейм «Участники соревнований»	-	+
Спортсмены	-	+
Фрейм «Квалификация спортсменов и итоги соревнований»	+	+
Фавориты, лидеры и аутсайдеры	+	-
Победители и неудачники (проигравшие)	+	+
Фрейм «Правила игры»	+	-
Нарушения правил	+	-

Третья глава – **Метафорическое моделирование в политическом ситуации выборов президента: особенности метафорической репрезентации президентской кампании в США и России в немецком политическом дискурсе** – посвящена анализу специфических продуктивных

метафорических моделей, превалирующих при репрезентации немецкими масс-медиа выборов президентов США или России. Таковыми в нашем исследовании являются «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ВОЙНА» и «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР РЕЛИГИИ» в осмыслении американской предвыборной кампании, а также «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – ЭТО МИР МОНАРХИИ» и «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ» в репрезентации выборов главы государства в России.

Метафорическая модель «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это ВОЙНА» является самой частотной (463 МЕ/37,4%) в немецких СМИ при представлении политической ситуации американских президентских выборов.

Дж. Лакофф и М. Джонсон в монографии «Метафоры, которыми мы живём» подчёркивают важность концептуальной метафоры СПОР – это ВОЙНА, отмечают её принадлежность к базовым метафорам в американской культуре.

Метафоры войны содержат агрессивные ассоциативные признаки и служат, в основном, для негативной характеристики президентской кампании и обладают агрессивным прагматическим потенциалом. Ср.:

Ср.: *Hillary Clintons Seitenhieb auf den angeblich bedenkenlos vorsprechenden Rivalen war eine Retourkutsche. (Die Welt, 25.07.2007). Удар в спину, нанесённый Хиллари Клинтон якобы бездумно выступающему противнику, был её ответным манёвром. Hillary Clinton wird jetzt schwere Geschütze gegen Obama auffahren müssen. (Die Welt, 13.02.08). Теперь против Обамы Хиллари Клинтон придётся пустить в ход тяжёлую артиллерию. Die Zahlen für demokratischen Bewerber gehen herunter. Besonders schmerzlich sind die Verluste in den ersten Urwahlstaaten. (Die Welt, 19.09.07). Количество голосов за представителей демократической партии снижается. Особенно болезненны потери в тех штатах, где проходили первичные выборы.*

Милитарная метафорика эксплицирует векторы агрессии, непримиримости, она демонстрирует противоборствующий характер президентской кампании. Немецкие СМИ творят метафорический образ предвыборной кампании в США в терминах войны (*Kampf, Stab, Feldzug, Schlacht, Geschütze, Angriff* и др.), что помимо прочего обусловливается агрессивностью внешней политики этого государства.

В ситуации российских президентских выборов милитарная метафора не обнаруживает потенциала к развёртыванию.

Концептуальная политическая метафора ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это МИР МОНАРХИИ является традиционной для представления политической ситуации в России и активно тиражируется немецкими СМИ. В ситуации выборов президента России монархическая сфера метафорической экспансии актуализирована на современном этапе, в связи с чем рассмотренная модель представляет собой детально-структурированное образование.

Ср.: *Wird er (Medwedew) Zar – oder bleibt er Zarewitsch, wie die Zarensöhne einst hießen? (заголовок, Der Spiegel, 9/2008 am 25.02.08 von Uwe Klussmann, Walter Mayr, Christian Neef und Matthias Schepp). Станет ли он (Медведев) царём или же останется*

царевичем, как когда-то называли царских сыновей? *Der Präsident und sein Kronprinz* (Spiegel Online, 21.02.08, Gegengewicht zur Kreml-Presse von Mike Eckel) (Президент и его кронпринц). *Putins treuer Wesir* (Medwedew) (Spiegel Online, 01.03.08, *Musterschüler mit Mädchenschrift von Benjamin Bidder*). Верный визирь (Медведев) Путина. *Kremlfavorit* Medwedjew gilt als haushoher Sieger. (Die Zeit, 10/2008, Von Putins Gnaden.) Кремлёвский фаворит Медведев считается несомненным победителем.

Модель является одной из превалирующих в репрезентации ситуации российских президентских выборов в немецком политическом дискурсе, способствует укоренению сложившихся в немецком обществе стереотипов, образно представляющих ход российских президентских выборов России в терминах абсолютной монархии, что ведёт к формированию отрицательного образа российской президентской кампании в концептуальной картине мира немецкого читателя.

Случаи употребления монархической метафоры для описания ситуации выборов президента единичны, частично обусловлены монархическим прошлым Германии и эксплицируют, как правило, вербальную иронию.

Ср.: *Vor dem Wahlkampf war der New-Yorker Giuliani stets in schwarzen Limousinen unterwegs: ein Renaissancefürst von heute* (Die Welt, 28.11.07, *Hillary und Rudy in der besten Show der Welt von Anjana Shrivastava*). Перед избирательной кампанией житель Нью-Йорка Джулиани постоянно разъезжал на чёрных лимузинах: князь эпохи Возрождения нашего времени.

Осмысление демократического режима как монархической формы правления не характерно для репрезентации выборов президента США, т.к. развитие данного государства не имеет для этого исторических предпосылок.

Метафорическая модель «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это МИР РЕЛИГИИ» (78 МЕ/6,3%) объективируется немецкими масс-медиа для репрезентации американских президентских выборов. Точкой соприкосновения религиозного и политического дискурсов является мифологизация сознания реципиентов, вера в магию слов, роль лидера-Божества, использование приёмов манипулятивного воздействия, ритуализация коммуникации. В Германии, несмотря на тот факт, что страна является светским государством, крупные религиозные конфессии имеют ощутимое влияние на общественную жизнь (например, существует церковный налог, многие религиозные праздники являются выходными днями, все магазины и супермаркеты не работают по воскресеньям из-за большого религиозного лобби в немецком правительстве). В американской культуре Библия играет важную интегрирующую роль, являясь мерилom человеческих ценностей и прагматических установок нации. Идея протестантской веры соотносится с изначальными светскими ценностями демократического государства, заложенными американским государством в культуре, когда и в светском общении человек несет личную ответственность за происходящее.

Метафорика данной модели эксплицирует в основном положительные коннотации, однако встречаются концепты с отрицательным прагматическим потенциалом.

Ср.: *Er (Huckabee) war der David unter den Goliaths* (Stern, 13.12.2007, Glaubenskrieg hinter den Kulissen von Jan Christoph Wiechmann). Он (Хакаби) был Давидом среди Голиафов. *Barack Obama, der gute Samariter* (Spiegel Online, 21.02.2007, US-Demokraten buhlen um Hollywoods Millionen von Marc Pitzke). Барак Обама, добрый самаритянин. *Die Wiederauferstehung der Sarah Palin*. (Stern, 03.10.2008, Die Wiederauferstehung der Sarah Palin von Katja Gloger.). Воскрешение Сары Пейлин. *Bestenfalls wie Buchhalter oder Gemeindeprediger wirken die meisten Kandidaten* (Die Welt, 29.11.07, Hillary Clinton ist der Star der Republikaner von Christoph Keese). В лучшем случае большинство кандидатов производят впечатление бухгалтеров либо приходских проповедников.

Осмысление немецкими СМИ американской президентской кампании в базовых концептах религии не проявляет потенциала к активизации при репрезентации избирательной кампании в России.

Метафорическая модель ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ используется немецкими СМИ в описании ситуации выборов президента России и является не особенно продуктивной на уровне слотов, но достаточно частотной (135 МЕ/14,9%) в немецком политическом дискурсе. Метафора семьи выражает дихотомию «свой-чужой», что наглядно характеризует процесс президентских выборов в России.

Ср.: *Der Kreml bleibt in der Familie*. (BM, 12.12.2007, Der Kreml bleibt in der Familie von Jens Hartmann.). Кремль остаётся в семье. *Putin erwählte Medwedjew, der mit keinem der verfeindeten Clans eng verbunden ist*. (Die Zeit, 51/2007, Der Vorgeschlagene schlägt den Vorgeschlagenen als Premier vor von Johannes Voswinkel.). Путин избрал Медведева, который не связан тесно ни с одним из враждебных кланов. *Doch während der Amtszeit hat sich Onkel Sju deutlich gewandelt: vom gefürchteten Genossen und gefährlichen Gegner zum behäbigen Staatsmann*. (Spiegel Online, Onkel Sju ist wie Balsam für die russische Seele von Carmen Eller, 29.02.08.). Однако во время должностного срока дядя Зю заметно преобразился: из внушающего страх товарища и опасного противника он превратился в серьёзного политического деятеля. *Der «Ziehsohn» des «Ziehvaters»* (Medwedew und Putin). (BM, 12.12.2007, Der Kreml bleibt in der Familie von Jens Hartmann.). «Приёмный сын» «приёмного отца». *Er (Medwedew) hat eher den sympathischen Charme eines Wunsch-Schwiegersohns*. (FOCUS, 10.12.07, Putins Prinzregent von Boris Reitschuster.). Он (Медведев) скорее обладает приятным шармом желанного зятя.

Кроме того, данная модель актуализирует дополнительные ассоциативные признаки покровительственности и преемственности, а также может служить интенсификатором отрицательных характеристик политической системы.

В заключении подведены основные итоги исследования, сформулированы обобщающие выводы.

Применение методики метафорического моделирования в совокупности с когнитивно-дискурсивным анализом, классификацией, контекстуальным анализом, сопоставительным анализом с учетом лингвокультурной парадигмы, а также количественным анализом позволило обнаружить универсальные и специфические метафорические модели в немецких

политических текстах, посвящённых ситуации президентских выборов в США и России.

Анализ метафорического представления американской и российской предвыборных кампаний в немецком политическом дискурсе позволил выделить следующие метафорические модели универсального характера: «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ТЕАТР», «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР АРТЕФАКТОВ», «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это МИР ЖИВОТНЫХ» и «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это СПОРТ/ИГРА». Наибольшее структурное сходство обнаруживают метафорические модели с источниковой сферой «театр», поскольку театральность является одним из признаков политического дискурса. Расхождения в устройстве метафорических моделей с прочими сферами-источниками наблюдается на уровне отдельных фреймов и слотов, что обусловлено спецификой проведения избирательных кампаний в США и России, то есть экстралингвистическими факторами, а также особенностями восприятия исследуемой политической ситуации СМИ Германии.

Наряду с универсальными метафорическими моделями в немецких политических текстах функционируют специфические метафорические модели, наиболее ярко отражающие особенности осмысления описываемой политической ситуации немецкими читателями. К таким моделям относятся следующие: «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это ВОЙНА», «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это МИР МОНАРХИИ», «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США – это МИР РЕЛИГИИ», «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ – это СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ». Также отметим, что метафорика данных моделей является частично заимствованной из американского и российского политических дискурсов.

Количественные результаты исследования отражены в таблицах 5 и 6.

Таблица 5.

Президентские выборы в США и России: количественное и процентное соотношение метафорики с универсальными сферами-источниками (на материалах немецкого политического дискурса)

Сфера-источник	Кол-во метафор (США)	Кол-во метафор (Россия)	% метафор (США)	% метафор (Россия)
Театр	177	200	14,3%	22,2%
Артефакт	125	125	10%	13,8%
1. Техника	55	46	4,5%	5%
2. Арх-ра	33	39	2,6%	4,3%
3. Быт	37	40	2,9%	4,5%
Мир животных	116	105	9,4%	11,7%

Спорт/игра	259	141	20,9%	15,6%
Итого:	677	571	54,6%	63,3%

Таблица 6.

Президентские выборы в США и России: количественное и процентное соотношение метафоры со специфическими сферами-источниками (на материалах немецкого политического дискурса)

Сфера-источник/США	Кол-во метафор	% метафор
Война	463	37,4%
Религия	78	6,3%
Монархия*	21	1,7%
Итого:	562	45,4%
Сфера-источник/Россия	Кол-во метафор	% метафор
Монархия	196	21,8%
Семья	135	14,9%
Итого:	331	36,7%

* сфера-источник «монархия» не является доминантной в ситуации выборов президента США, однако окказиональные метафоры с означенной источниковой сферой отражают специфику немецкого политического дискурса и учитывались нами при количественном анализе.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1. Таратынова, Т. В. Театральная метафора в дискурсе выборов президента России-2008 / Т. В. Таратынова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия Филология. Искусствоведение / Челябинский гос. университет. – Челябинск, 2010. – Вып. 45 (21). – С. 124– 130.
2. Таратынова, Т. В. Метафора религии в нарративе выборов президента США-2008 (на примере немецких СМИ) / Т. В. Таратынова // Политическая лингвистика / Уральский гос. пед. университет. – Екатеринбург, 2011. – Вып. 4(38). – С. 157–162.
3. Таратынова, Т. В. Метафора семьи в репрезентации выборов президента РФ-2008 / Т. В. Таратынова // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – Пятигорск: Пятигорский гос. лингвистический университет, 2011. – № 4. – С. 173–177.

Другие публикации:

4. Таратынова, Т. В. Метафорический образ России в немецкой прессе: внутренняя политика России / Т. В. Таратынова // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: материалы Международной научной конференции. – Челябинск, 10-13 декабря, 2007 года. – С. 243–247.
5. Таратынова, Т. В. Метафорический образ российской политической действительности в немецкой прессе: внешняя политика России / Т. В. Таратынова // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения–2008 (№ 21): материалы ежегодной научной конференции. – Екатеринбург, 1-2 февраля 2008 года. – С. 96.
6. Таратынова Т. В. Метафорическая модель «ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ В США – это ВОЙНА» (по материалам немецких СМИ) / Т. В. Таратынова // Наука ЮУрГУ: материалы 60-й юбилейной научной конференции (т. 2). Секция естественных и гуманитарных наук. – Челябинск, апрель 2008 года. – С. 55–58.
7. Таратынова, Т. В. Милитарная метафора в представлении избирательной кампании США-2008 (по материалам немецких СМИ) / Т. В. Таратынова // Политическая лингвистика: научное издание / Уральский гос. пед. университет. – Екатеринбург, 2008. – Вып. 2 (25). – С. 98–102.
8. Таратынова, Т. В. Метафорический образ кандидатов на пост президента РФ (2008) в немецких СМИ / Т. В. Таратынова // Система и среда: Язык. Человек. Общество: материалы 3-й Всероссийской научной конференции. – Нижний Тагил, 8-го апреля 2009 года. – С. 101–106.
9. Таратынова, Т. В. Монархическая и педагогическая метафоры в представлении образа кандидата на пост Президента РФ Д.А. Медведева (на примере немецких СМИ) / Т. В. Таратынова // Русский язык и литература в Украине: проблемы изучения и преподавания: Материалы Международной научной конференции. – Горловка, 21-23 мая 2009 года. – С. 174–175.
10. Таратынова, Т. В. Кандидаты на пост президента Российской Федерации 2008: метафорические портреты в немецких масс-медиа / Т. В. Таратынова // Политическая лингвистика: научное издание / Уральский гос. пед. университет. – Екатеринбург, 2009. – Вып. 2 (28). – С. 92–95.
11. Таратынова, Т. В. Метафора шоу-бизнеса в репрезентации американских президентских выборов 2008 (на материалах немецких СМИ) / Т. В. Таратынова // Политическая коммуникация: Материалы Всероссийской научной школы для молодёжи. – Екатеринбург, 25.08 – 08.10.2009 года. – С. 97–100.