

Тань Цзе

**ОБРАЗНЫЕ ЕДИНИЦЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ:  
АТТРАКТИВНАЯ ФУНКЦИЯ И ПОРОЖДЕНИЕ НОВЫХ СМЫСЛОВ<sup>©</sup>**

*Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина,  
Россия, Москва, tj870583493@163.com*

**Аннотация.** В статье анализируются образные единицы как важнейшее средство выражения политических смыслов в медиатизированной коммуникации. Обосновывается гипотеза об аттрактивной функции образных единиц в политической медиакоммуникации. На примере метафоры «сад – джунгли», использованной в речи главы европейской дипломатии Ж. Борреля, демонстрируется роль образных средств в порождении новых смыслов, текстов и образов. Представлены вторичные смыслы медиаполитических текстов, основанных на образах-аттракторах.

**Ключевые слова:** образ; образные единицы; метафора; аттрактор; политический дискурс, медиакоммуникация.

Поступила: 05.09.2024

Принята к печати: 10.01.2025

Tan Jie

**Figurative units as attractors of meaning  
in political media communication<sup>©</sup>**

*The Pushkin State Russian Language Institute,  
Russia, Moscow, tj870583493@163.com*

**Abstract.** The paper analyzes figurative units as a crucial means of expressing political meanings in mediated communication. The paper seeks to support the hypothesis about the attractive function of figurative units in political media communication. The

---

© Тань Цзе, 2025

© Tan Jie, 2025

author demonstrates the role of figurative means in generating new meanings, texts, and images using “garden – jungle” metaphor in the speech of Josep Borrell, EU High Representative for Foreign Affairs and Security Policy. Secondary meanings of media-political texts based on image-attractors are presented.

*Keywords:* image; figurative units; metaphor; attractor; political discourse; media communication.

Received: 05.09.2024

Accepted: 10.01.2025

## Введение

С развитием медиатехнологий в современной политической коммуникации выступления политиков стали привлекать все большее внимание общественности: они транслируются на многочисленных каналах и в изданиях СМИ, в социальных интернет-сетях и интернет-блогах. Медиатизация, таким образом, оказывает значительное влияние на развитие современного политического дискурса, предоставляя коммуникантам «возможность получить немедленный отклик на размещаемую информацию, сокращая дистанцию общения и стирая грань между приватной и публичной коммуникацией» [Карасик, 2018, с. 164], что способствует активному расширению многообразных форм политических практик.

Современная интернет-среда является благоприятной не только для развития традиционных СМИ, но и для функционирования альтернативных неинституциональных массмедиа в рамках движения «гражданской журналистики» [Комалова, 2021, с. 97]. Она способствует созданию пространства для свободного выражения мнений и обмена информацией, что усиливает ее влияние на общественное сознание. Медиатизация политики, то есть ее «сращивание со средствами массовой информации», приводит к возникновению медиатизированного политического дискурса [Шейгал, 2012, с. 121]. В данной статье под этим термином мы понимаем медиатизированный политический дискурс, включающий политические ток-шоу, медиаинтервью с политиками, блоги политиков, тексты и видеоматериалы о политике в интернет-мемах, а также интернет-комментариях. Политическая медиакоммуникация сегодня становится все более популярной среди различных социальных групп.

Одним из важнейших инструментов привлечения внимания аудитории к ключевым смыслам выступлений политиков является использование вербализованных образов, выполняющих роль ат-

тракторов смысла. Образные средства в политической коммуникации всегда являются заметными речевыми фактами, а в медийной сфере они становятся широко распространенным явлением и необходимым средством выражения политической позиции авторов. Точное и уместное использование образа в речи политиков способствует единогласному признанию их мыслей, при этом их неудачное использование может привести к осуждению политика, его партии или блока, инициировать появление целых парадигм вторичных текстов, в том числе негативного содержания [Ионова, 2012, 2018], таким образом, коммуникативные действия политиков сегодня приобретают значение дискурсивной войны как разновидности информационного противоборства [Кафтан, Погорелый, 2024, с. 17].

Содержание понятия «образ» в лингвистике трактуется как «наглядное представление о каком-либо факте действительности», такое неточное отражение явлений и предметов [Ионова, 2018], в котором сознательно «отображены только те их признаки, через которые возможно передать данное понятие в конкретно-изобразительной форме» [Арутюнова, 1999, с. 123]. Образность конкретизирует и усиливает наглядность восприятий, а восприятие «всегда вызывает не только мысль, но и чувство» [Савченко, 1980, с. 26–27]. Использование образных единиц (метафор, образных сравнений, образных фразеологизмов, паремиологических единиц и др.) – это особый способ отражения действительности в сообщении, своеобразный вербальный код, который передает информацию с позиции не логической, а коммуникативной точности [Ионова, 2012]. В политической медиакоммуникации образы чаще всего используются автором преднамеренно, с учетом их аттрактивной функции в речи, привлекая внимание аудитории к содержанию высказываний. Аттрактивная (от лат. *attractio* – стягивание) функция образных единиц в статье понимается как повышение с их помощью привлекательности и притягательности информации, эффективности передачи смысла сообщения [Крысько, Фельдштейн, 1999, с. 26].

## **Методика исследования**

Целью проводимого исследования является анализ роли образных единиц в политической медиакоммуникации с точки зрения их смыслообразующей функции и способности привлечения внимания аудитории. Для достижения поставленной задачи проанализируем особенности использования метафоры *Европа* – это

*сад...* Большая часть остального мира – это джунгли в речи главы европейской дипломатии Ж. Борреля (далее – метафора *сад* – *джунгли*), продемонстрируем влияние этих единиц в СМИ на формирование новых образов, смыслов и антисмыслов. Методы исследования включают: контекстуальный анализ политических текстов, семантический анализ образных единиц, сопоставительный анализ образных единиц.

В ходе исследования было проанализировано 30 текстов на китайском, английском и русском языках (а именно: 11 текстов на китайском, 7 текстов на английском и 12 текстов на русском языке). Эти тексты охватывают 150 новых образных единиц, которые распределяются следующим образом: 87 из них взяты из новостных статей и комментариев, 45 – из интернет-блогов, включая интернет-мемы, и 18 – из политических ток-шоу. В процессе отбора материала выяснилось, что в медиаполитическом дискурсе встречаются нейтральные образные выражения, такие как *一石激起千层浪* (*один камень будоражит тысячи волн*), однако в целом в медиаполитических текстах преобладают образные единицы с негативной эмоциональной оценкой. Новость и комментарии главным образом отражают оригинальный текст Ж. Борреля или содержат производные комментарии. Интернет-блоги, включая интернет-мемы, в основном представляют собой индивидуальную интерпретацию автором исходного текста. Политические ток-шоу делают акцент на вторичной интерпретации и распространении информации.

## Результаты исследования

В качестве основы для анализа рассмотрим фрагмент выступления Ж. Борреля на открытии Европейской дипломатической академии в Брюгге 13 октября 2022 г.: *Europe is a garden. We have built a garden. Everything works. It is the best combination of political freedom, economic prosperity and social cohesion that the humankind has been able to build – the three things together... Most of the rest of the world is a jungle, and the jungle could invade the garden... The gardeners have to go to the jungle. Europeans have to be much more engaged with the rest of the world. Otherwise, the rest of the world will invade us, by different ways and means*<sup>1</sup>. «Европа – это сад. Мы создали сад. Все работает. Это лучшая комбинация политической свободы, эко-

---

<sup>1</sup> <https://bit.ly/3InuFTv>

номической перспективы и социальной сплоченности, которую смогло построить человечество – три вещи вместе... Большая часть остального мира – это джунгли. А джунгли могут вторгнуться в сад... Садовникам самим предстоит отправиться в джунгли. Европейцы должны гораздо шире взаимодействовать с остальным миром. Иначе остальной мир будет вторгаться к нам разными путями и под разным видом»<sup>1</sup>.

Слово *сад* здесь обозначает «участок земли для выращивания садовых растений, садовые растения (цветы, фруктовые деревья и кустарники), произрастающие на таком участке» [Кузнецов, 2001, с. 1140]. Сад – это также «образ идеального мира, космического порядка и гармонии» [Тресицдер, 1999, с. 319]. А слово *джунгли* трактуется как «среда обитания, проживания кого-либо, отличающаяся плохими условиями, нравственным падением, жестокостью и т.п. Например: *Каменные джунгли* (о городских трущобах). *Джунгли преступного мира. Закон джунглей* (об открытом произволе и насилии) [Кузнецов, 2001, с. 256]. В 2018 г. американский неоконсерватор Р. Каган опубликовал политологическое исследование под названием «Джунгли снова растут: Америка и наш подвергнутый опасности мир». Метафорическое употребление лексемы *джунгли*, основанное на природоморфных свойствах диких территорий, заросших деревьями и кустарниками, в интерпретации американского политолога трансформируется в социально-этническое понятие: различные страны мира, географически располагающиеся в самых разных частях мира, президенты или лидеры которых, а также народ не хотят подчиняться идейно-политическому влиянию США [Чичина, 2023, с. 470–471]. Именно поэтому метафора *сад* – *джунгли* имеет оценочную семантику, добавляя к предметному содержанию слов чувственно-эмоциональную окраску [Ионова, Штеба, 2019, с. 69].

Противопоставление образов цветущего сада и диких джунглей, использованных в речи Ж. Борреля, немедленно привлекло внимание общественности и политиков всего мира, стимулируя наполнение этого образа общественно-политическими смыслами и широкое обсуждение в политических медийных средствах. Так, Мария Захарова в своем блоге отметила: *Жозеф Боррель уже поделил весь мир на «сад» и «джунгли». Он себя вписал в историю этими словами. Он просто выразил в художественной*

---

<sup>1</sup> <https://inosmi.ru/20221014/bortel-256810147.html>

*форме колониальную философию Запада по отношению к остальному миру* (Telegram, 27.10.2022). Слова представителя МИД РФ подтверждают тот факт, что цитата Ж. Борреля прочно вошла в медиадискурс всего мира. Результатом стало появление множества новых текстов, мемов, комментариев и других вербальных реакций, в которых создавались новые смыслы и образы, созвучные актуальной политической обстановке. В связи с этим нами были проанализированы тексты блогов, политических ток-шоу и заголовков ведущих СМИ («РИА Новости», «Russia Today», «Ведомости», «Вечер с Владимиром Соловьевым», 微博 («Вэйбо»), 知乎 («Чжиху»), *Euronews*, *Brusselstimes* и др.) как реакции, вызванные данной метафорой.

### ***Возникновение антисмыслов***

Наиболее сложным вопросом, связанным с точностью воспроизведения и понимания смысла текста, является дифференциация понятий *содержание и смысл*, изучение понятия смысловой доминанты. Термин *смысловая доминанта* применяется для выявления смысловых процессов восприятия текста [Ионова, 2018, с. 10]. Если значение антисмысла понимать на основе составляющих частей слова, то можно сделать вывод о том, что данное понятие выражает отрицательный или противоположный первоначальному смысл высказывания, возможно, противоречащий ожиданиям адресата. Обычно антисмыслы привлекают большое внимания средств массовой информации и общественности, поскольку одновременно актуализируют в сознании адресата и первоначальный смысл, и его отрицание. Таким образом, указанные единицы выступают не только в функции повышения экспрессии речи, но и в аттрактивной функции.

После использования метафоры *сад – джунгли* Ж. Боррелем в мировых СМИ и в общественных дискуссиях разных стран появились толкования, сопровождаемые антисмыслами, которые ассоциировали метафору с *колониальным европоцентризмом, представлением о «привилегированной» позиции Европы, а также расистскими представлениями о мире и другими аспектами*.

Например: 博雷利的话透露着欧洲中心论和种族主义色彩<sup>1</sup> («Слова Ж. Борреля выдают европейский центризм и расистский отте-

---

<sup>1</sup> <https://bit.ly/4cA4nvb>

нок»)<sup>1</sup>; Глава дипломатии ЕС Жозеп Боррель попросил прощения за свое сравнение мира с «джунглями», которые окружают «сад» в Европе. Он отверг заявления о том, что эту метафору можно толковать как проявление «колониального европоцентризма» (RT, 19.10.2022); The words of the European highest diplomat @JosepBorrellF are rooted in colonialism and racism, Marc Botenga, October 18, 2022<sup>2</sup> («Слова верховного дипломата Европы @JosepBorrellF основаны на колониализме и расизме»); Жозеп Боррель уточнил, что данная метафора обозначает разрастание беззакония и беспорядка, а его ссылка на «джунгли» не имеет расистского, культурного или географического подтекста<sup>3</sup>.

Антисмыслы возникают на основе лексической полисемии, метафорической экспансии и специфики межкультурной коммуникации.

Возникновение полисемии происходит путем ассоциативного переноса определенной характеристики объекта или процесса для описания другого объекта. По сравнению с основным значением все другие значения относятся к производным. Например, слово *джунгли* в словаре имеет три значения: 1. Тропические непроходимые леса; древесно-кустарниковые заросли тропиков и субтропиков, густо перевитые лианами. 2. (разг.) О густых зарослях чего-либо. 3. (публиц.) Среда обитания, проживания кого-либо, отличающаяся плохими условиями, нравственным падением, жестокостью и т.п. [Кузнецов, 2001, с. 256]. Использование лексемы *джунгли* в медиатизированном политическом дискурсе допускает двойную актуализацию – совмещение ее лексико-семантических вариантов в одном контексте.

Метафора – это феномен не языковой, а ментальный, и поэтому сферы – источники метафорической экспансии будут являться не языковыми, а ментальными (понятийными) [Будаев, Чудинов, 2008, с. 133]. Метафоры обычно заимствуют общеизвестные предметы из жизни в качестве объектов сравнения. Эти предметы обладают широкой образностью и способны касаться общего опыта понимания различных групп людей, что увеличивает экспансию метафоры.

Образы, порождаемые авторами текстов и политических сообщений, дают обобщенное представление также о субъекте поли-

---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод с китайского и английского языков на русский язык наш – Т.Д.

<sup>2</sup> pic.twitter.com/PMAPT44WLH

<sup>3</sup> <https://www.kommersant.ru/doc/5620741>

тической деятельности. Так, протест против противопоставления цветущего сада (Европы) и диких джунглей (остального мира) со стороны авторов политических текстов и медиакомментариев в мировых СМИ выразился в оценочном отношении к автору данной метафоры: *фашист Боррель, Жозёл, расист; тот самый, который призывал к войне с Россией до победного конца; автор новой расовой теории с ботаническим уклоном; жаль, орден за глупость еще не придумали; зато ему подойдет Шнобелевская премия; Борат*<sup>1</sup>, а также к тому «цветущему саду», о котором он говорил: *сад уже запущенный, плоды с червями; скорее бы пришел интернациональный «Лопахин» и хватил топором по этому «Вишневому саду»*. Ж. Боррель вынужден был оправдываться и заявить, что его высказывание о привилегированной Европе-саде, окруженной джунглями остального мира, вырвали из контекста и трактовали неправильно. Однако комментарии в интернет-сетях свидетельствуют о том, что метафора была хорошо понята читателями: *И джунгли его поняли. Поняли очень хорошо; цветущий сад вянет; «джунгли» устали терпеть высокомерие «садовника»*<sup>2</sup>.

Интерпретация образных единиц зависит от контекста и культурного фона. Так, метафора Ж. Борреля была интерпретирована в соответствии с geopolитическим контекстом читателями в разных странах, в результате чего возникли новые образы. Например: 所以欧洲已经不再是“花园”，倒像是美国的“韭菜园”<sup>3</sup> (*Итак, Европа уже не является «садом», скорее, она больше похожа на «огород с душистым луком» США*). В Китае душистый лук – это обычное и распространенное растение, которое легко выращивается и также легко срезается. Использование метафоры *огород с душистым луком* намекает на то, что Европа уже утратила некоторые прежние позитивные черты, возможно, находится в состоянии эксплуатации и контроля. Так, в примере из китайских медиа противопоставляются гнилые овощи и прекрасные цветы пиона: 身处已经种满烂番茄的花园中, 当然看不懂牡丹园的美<sup>4</sup> (*Находясь в саду, уже поросшем гнилыми помидорами, конечно, трудно оценить красоту пиона*). В Китае пион имеет особое символическое значение: со времен древности его всегда считали символом удачи и богатства, часто используемым

---

<sup>1</sup> Русин А. Боррель где сад // Проза.ру, 14.10. 2022

<sup>2</sup> <https://dzen.ru/a/Y1YCWH4iUbel4KL>, 24.10.2022

<sup>3</sup> <https://bit.ly/3Iniw0P>

<sup>4</sup> <https://bit.ly/3xuwBYj>

для изображения богатых и роскошных сцен, он был признан «королем цветов». Современное положение США образно осмысливается как заросли, за которыми не видно прошлого величия страны.

### ***Порождение новых образов***

Специфика значения образной единицы состоит в двуплановости ее содергательной структуры, в которой «взаимодействием предметно-понятийного и ассоциативно-образного планов содержания передается стереотипное (прототипическое) конкретно-чувственное представление о предмете посредством метафорического воплощения признака этого предмета» [Юрина, 2004, с. 141]. Семантическая двуплановость образных единиц делает их привлекательными выразительными средствами для медиийных изданий. Медиаполитические тексты активно используют эти средства для создания смысловых полей, основанных на первичном образе. В контексте политической медиакоммуникации образы играют также роль трансформаторов смысла и порождения его новых качеств, привлекая внимание аудитории и направляя ее интерпретацию информации. Это приводит к появлению новых образов и к коммуникативному расширению первоначального семантического поля. Так, на базе метафоры Ж. Борреля были порождены новые образы:

М. Захарова предложила следующую метафору: *Европейский садовник находится в вегетативном состоянии*<sup>1</sup>, чтобы описать состояние Ж. Борреля как застойное, бездеятельное или механическое, подобное тому, как садовод оказывается в состоянии «вегетативного сна», становится не способным к действиям или инициативе.

*Borrell is a snake in the Garden of stolen plants, mehh...* («Боррель – змея в Саду украденных растений, мда...»)<sup>2</sup>. Данную метафору, дополненную в сообщении междометием *мда*, имеющим озадаченно-недоверительную окраску, можно трактовать следующим образом: Ж. Боррель является недобросовестным человеком, подобным змее.

什么食人花园, 埋骨累累, 就该铲平了种菜 (*Что за людоедский сад раффлезии, в котором столько зарытых костей, его надо сровнять*

---

<sup>1</sup> Telegram, Мария Захарова, 13.10.2022

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-MncHLS51uM>

и засадить овоцами!)<sup>1</sup>. Этот метафорический образ символизирует опасное или крайне неблагоприятное окружение. Сад раффлезии означает место, где происходит много трагедий, имеются жертвы, и решение проблемы заключается в тщательной очистке окружающей среды, создании более безопасного и здорового окружения.

Подобных примеров в современных медиаизданиях много, они ассоциативно вызывают иные устойчивые образы и символические значения, которые порождают в том числе лингвокультурные образные комплексы с осложненной семантикой: *Почему этот Содом называют садом?*<sup>2</sup>; *Русского медведя мнение евробезьяны не волнует*<sup>3</sup>; *A Jungle Rat is always stronger than a Garden mouse* («Крыса джунглей всегда сильнее садовой мыши»)<sup>4</sup>.

### **Формирование вторичных текстов**

Вторичные тексты сопровождают процессы коммуникации, информационных обменов, выступают в развернутом или свернутом виде, но всегда передают ключевой смысл актуальной информации [Ионова, 2018, с. 11]. К вторичным текстам в цифровой среде можно отнести публикации на интернет-сайтах, в интернет-блогах, интернет-комментарии и мемы.

Ключевым элементом публикаций, передающим их основной смысл, в лингвистике принято считать заголовок и заголовочный комплекс [Ионова, 2012, с. 167]. Рассмотрим заголовки нескольких статей в политической медиакоммуникации, связанные с использованием метафоры Ж. Борреля. Например: «*Цветущий сад*» *вянет*. *Боррель делает вид, что ничего не происходит*<sup>5</sup>; Боррель: 欧洲的种族主义 «园丁»<sup>6</sup> («Боррель – “садовник” расизма в Европе»); 欧洲是花园, 其他国都是潜在入侵者? 欧盟还这么傲慢<sup>7</sup> («Европа – сад, а остальные страны – потенциальные захватчики? Европейский союз действительно настолько высокомерен») и др.

---

<sup>1</sup> <https://www.zhihu.com/question/559385931>

<sup>2</sup> <https://bit.ly/4c4QHYI>

<sup>3</sup> <https://bit.ly/3Q4PBmz>

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-MncHLS51uM>

<sup>5</sup> [tsargrad.tv, 27.01.2024](https://tsargrad.tv, 27.01.2024)

<sup>6</sup> Marwan Bishara, [chinese.aljazeera, 18.10.2022](https://chinese.aljazeera, 18.10.2022)

<sup>7</sup> заголовок статьи от <https://bit.ly/3xuwBYj>

Восприятие заголовка становится первым шагом во взаимодействии читателя с текстом, когда решается вопрос о возможности или невозможности вовлечения адресата в содержание материала. Таким образом, заголовок служит способом привлечения внимания читателей. Образные средства в заголовках во многом усиливают эффект вовлечения и могут рассматриваться как важнейшие способы аттракции внимания адресатов.

Блог как сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке и открытые для чтения и комментирования [Баженова, Иванова, 2012, с. 125], предоставляет онлайн-платформу для публикации статей и обмена мнениями по самым актуальным политическим темам. Не случайно метафора *сад – джунгли*, использованная Ж. Боррелем, широко распространена и обсуждается в интернет-блогах, порождая множество вторичных текстов. При интерпретации этой метафоры в целях привлечения большего числа читателей и стимулирования распространения авторских точек зрения в интернет-блогах используются различные образные единицы, что становится привлекательным для внимания читателей. Например:

这话说得, 好像欧洲是“天堂”、除了欧洲都是“荒蛮之地”<sup>1</sup> («Это значит, будто Европа является “раем”, за исключением той Европы, которая является “дикой землей”»). Метафора *рая и дикой земли* намекает на то, что автор отрицательно оценивает прекрасный образ Европы, что, в свою очередь, придает высказыванию иронический оттенок.

现在的欧洲, 在别人的眼里就是 – 头肥羊<sup>2</sup> («Нынешняя Европа в глазах других – как **тучная овца**»). Метафора *Европа – тучная овца* используется для выражения оценки: Европа в определенной степени стала слабой, инертной («ленивой»), такая зооморфная метафора позволяет читателям легко представить себе соответствующие образы и ситуации.

客观地说, 欧洲整体上确实是 – 一个经济巨人, 但在政治以及军事上却是 – 一个侏儒<sup>3</sup> («Объективно говоря, Европа, в целом, действительно является экономическим гигантом, но в политическом и военном плане она скорее **карлик**»). Использование метафоры *Европа – карлик*

---

<sup>1</sup> <https://bit.ly/3xuwBYj>

<sup>2</sup> <https://bit.ly/3xuwBYj>

<sup>3</sup> <https://bit.ly/3Iniw0P>

помогает живо описать особенности современной Европы в политическом и военном плане и выразить негативную оценку.

Интернет-комментарии как продукт массмедиийной политической коммуникации исследователи уподобляют «кбыденному» политическому дискурсу. В него включаются разнообразные жанры, «охватывающие как сферу устной или письменной бытовой коммуникации (разговоры о политике “на кухне”, политические анекдоты и карикатуры, протестное письмо), так и сферу компьютерно-опосредованной коммуникации (экстремистские виртуальные сообщества, демотиваторы, блоги и интернет-комментарии на политические темы)» [Фенина, 2015, с. 29].

В интернет-комментариях порождение новых образов является продуктивным и особенно заметным. Так, интересным, на наш взгляд, является комментарий в одном из блогов о том, что *Россия – это садовник, который раз в 100 лет заходит в джунгли и чистит их от сорняков и больных животных*<sup>1</sup>. Благодаря ассоциативному мышлению одного из пользователей Россия представлена в образе человека, ухаживающего за садом, в тексте выражена идея о том, что надежда привести в порядок ситуацию возлагается только на Россию.

这座花园长满罂粟花（«В этом саду растут маки»）；不如说欧洲是摇篮，欧洲政客是摇篮里的巨婴<sup>2</sup>（«Скорее, Европа – колыбель, а европейские политики – младенцы в колыбели»）；*Если весь мир – джунгли, то ЕС – болото в центре джунглей*<sup>3</sup>；*Europe not garden but... just... junk-yard...*<sup>4</sup>（«Европа не сад, а... просто... свалка...»）。

Некоторые метафоры используются в интернет-мемах, которые обычно отличаются юмором, иронией или вызывают размышления. Они быстро распространяются, потому что ими легко делиться и передавать в социальных сетях, форумах, блогах и на других онлайн-платформах. Интернет-мем как жанр интернет-коммуникации, передающий культурную информацию и имеющий стандартизированную форму (картишка и текст в квадратной рамке) [Канашина, 2019, с. 107], также дает определенную интерпретацию или своего рода комментарий к реальности [Кэмпа-Фигура, 2019, с. 113]. Д. Кэмпа-Фигура отмечает, что мем – это жанр, реа-

---

<sup>1</sup> <https://bit.ly/4c4QHYI>

<sup>2</sup> <https://www.zhihu.com/question/559385931>

<sup>3</sup> <https://bit.ly/4cWwwNc>

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-MncHLS51uM>

лизующий две интенции: экспрессивную и персуазивную. По мнению исследователей, используемые интернет-мемы формируют в сознании «инфицированного» реципиента разновидность наивной картины мира [Колтунова, 2015, с. 91], и таким образом запускается одна из форм игрового общения в интернет-сети – своеобразное соревнование в остроте комического переосмысливания ситуации [Прокофьева, Щеглова, 2021, с. 26].

Рассмотрим следующие примеры: *Yes, Europe is a garden*<sup>1</sup>; «Жозеп, Европа – не Эдем, у вас в “саду” полно проблем!»<sup>2</sup> (рис. 1–2).



Рис. 1. Капитан Очевидность  
из «цветущего сада»<sup>3</sup>

Рис. 2. Европа – не Эдем<sup>4</sup>

Используя языковую игру и построение тематического поля (*сад – не Эдем*), коллективный автор новых статей отрицает семантику цветущего сада как части Эдема, где отсутствуют любые признаки цивилизации, порождает сложную эмоцию, совмещающую в себе комплекс смысловых и эмоциональных компонентов.

## Заключение

На основе анализа отобранного языкового материала было выявлено, что образные единицы, массово представленные в политическом медиадискурсе, могли бы не появиться, если бы не первичная образная метафора в речи Ж. Борреля. На фоне текущих

<sup>1</sup> [https://tgstat.ru/uz/channel/@Sapogi\\_vsmyatku/12053](https://tgstat.ru/uz/channel/@Sapogi_vsmyatku/12053)

<sup>2</sup> мем от <https://gifyu.com/image/SgG2Q>

<sup>3</sup> [https://tgstat.ru/uz/channel/@Sapogi\\_vsmyatku/12053](https://tgstat.ru/uz/channel/@Sapogi_vsmyatku/12053)

<sup>4</sup> <https://gifyu.com/image/SgG2Q>

политических событий она стала своеобразным триггером, который породил иные образы и смыслы в политических дискуссиях. Результаты исследования подчеркивают критическую важность образов в формировании общественного дискурса и воздействия на восприятие аудитории в политической коммуникации.

Понимание механизмов, посредством которых работают образы в политической коммуникации, является необходимым для эффективного взаимодействия с аудиторией и формирования смыслов в современном медийном пространстве. Образные единицы играют важную роль не только в процессе привлечения внимания адресатов, но и в создании и трансляции важных политических смыслов, конкретизируя их и делая их более наглядными. Они помогают аудитории лучше понять и интерпретировать политические события, формировать общественное мнение и способствовать возникновению новых идей и дискуссий. Исследование показало, что образные выражения также могут служить инструментами манипуляции, направленными на управление восприятием и поведением массового читателя.

Изучение образов-аттракторов в политической медиакоммуникации имеет большое теоретическое и практическое значение. Теоретические результаты, связанные с раскрытием механизмов создания и распространения образов, могут найти применение в практической работе по организации политических коммуникаций в разных странах, в планировании эффективного и целенаправленного взаимодействия с обществом, в развитии современных методов политического влияния через медиа.

### Список литературы

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – Москва : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2012. – № 4. – С. 125–131.

Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Норинт, 2001. – 1536 с.

Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации. – Москва : Флинта, 2008. – 247 с.

Ионова С.В. Лингвистика текста в стремлении к точности и широте // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкоzнание. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 6–14.

Ионова С.В. Текстовое пространство СМИ: теоретические и эмпирические аспекты исследования // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2012. – № 1(15). – С. 163–168.

Ионова С.В., Штеба А.А. Смешанные эмоции: к вопросу о лингвистической репрезентации и метаязыке описания // Вопросы психолингвистики. – 2019. – № 2(40). – С. 63–81.

Канашина С.В. Интернет-мем как медиатекст // Известия Саратовского университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2019. – Т. 19, вып. 1. – С. 107–112.

Карасик В.И. Сетевой дискурс: жанровые характеристики // Язык. Текст. Дискурс. – 2018. – № 16. – С. 152–166.

Кафтан В.В., Погорелый А.П. Дискурсивные аспекты современной информационной войны // Военный академический журнал. – 2024. – № 1(41). – С. 11–18.

Колтунова М.В. Медиамемы в политическом пропагандистском дискурсе // Медиалингвистика. – 2015. – № 3(9). – С. 85–92.

Комалова Л.Р. Язык вражды в публичном дискурсе Интернета // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. – 2021. – № 2. – С. 92–118.

Кэмпа-Фигура Д. (Интернет-)мем как новый медиажанр. Постановка вопроса // Медиалингвистика. – 2019. – № 6(1). – С. 103–121.

Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.

Прокофьева Н.А., Щеглова Е.А. Вся наша жизнь – в мемах: лингвистический анализ веселых картинок. – Санкт-Петербург : Медиапапир, 2021. – 134 с.

Савченко А.Н. Речь и образное мышление // Вопросы языкоznания. – 1980. – № 2. – С. 21–32.

Тресиддер Дж. Словарь символов / пер. с англ. С. Палько. – Москва : ФАИР-Пресс, 1999. – 448 с.

Фенина В.В. Ирония в обыденном политическом дискурсе (на материале интернет-комментариев пользователей сайта «Эхо Москвы») // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – № 1. – С. 29–34.

Чичина М.О. Лексемы «Джунгли» / «сад», «Шерхан», «Табаки» в политических метафорах XXI века // Новый мир. Новый язык. Новое мышление. – Москва : Дипломатическая академия МИД РФ, 2023. – С. 469–475.

Шейгал Е.И. Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте // Язык СМИ и политика / под ред. Г.Я. Солганика. – Москва : Изд-во Московского государственного университета, 2012. – С. 121–161.

Этнopsихологический словарь / под ред. В.Г. Крысько, Д.И. Фельдштейн. – Москва : МПСИ, 1999. – 343 с.

Юрина Е.А. Образное слово в тексте // Вестник Томского государственного университета. – 2004. – № 38. – С. 139–167.

## References

Arutyunova, N.D. (1999). *Language and the human world*. Moscow, Languages of Russian Culture Publ.

Bazhenova, E.A., Ivanova, I.A. (2012). Blog as an Internet genre. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossийская и зарубежная филология*, 4, 125–131.

Kuznetsov, S.A. (ed.). (2001). *Large explanatory dictionary of the Russian language*. Saint-Petersburg, Norint Publ.

Budaev, E.V., Chudinov, A.P. (2008). *Metaphor in political communication*. Moscow, Flint.

Ionova, S.V. (2018). Text linguistics in the pursuit of accuracy and breadth. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*, 17(2), 6–14.

Ionova, S.V. (2012). Text space of the media: theoretical and empirical aspects of research. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, 1(15), 163–168.

Ionova, S.V., Shteba, A.A. (2019). Mixed emotions: on the issue of linguistic representation and metalanguage of description. *Questions of psycholinguistics*, 2(40), 63–81.

Kanashina, S.V. (2019). Internet meme as a media text. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 19(1), 107–112.

Karasik, V.I. (2018). Network discourse: genre characteristics. *Yazyk. Tekst. Diskurs*, 16, 152–166.

Kaftan, V.V., Pogorely, A.P. (2024). Discursive aspects of modern information warfare. *Voennyj akademicheskiy zhurnal*, 1(41), 11–18.

Koltunova, M.V. (2015). Media memes in political propaganda discourse. *Medialingvistika*, 3(9), 85–92.

Komalova, L.R. (2021). Hate speech in the public discourse of the Internet. *Sotsialnye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznanie*, 2, 92–118.

Kempa-Figura, D. (2019). (Internet)meme as a new media genre: problem statement. *Medialingvistika*, 6(1), 103–121.

Yartseva, V.N. (1990). *Linguistic encyclopedic dictionary*. Moscow, Soviet Encyclopedia.

Prokofyeva, N.A., Shcheglova, E.A. (2021). *Our whole life is in memes: a linguistic analysis of funny pictures*. Saint-Petersburg: Mediapapir Publ.

Savchenko, A.N. (1980). Speech and figurative thinking. *Voprosy yazykoznanija*, 2, 21–32.

Tresidder, J. (1999). *Dictionary of symbols*. Moscow: FAIR-Press Publ.

Fenina, V.V. (2015). Irony in everyday political discourse (based on user comments on the Echo of Moscow website). *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya*, 1, 29–34.

Chichina, M.O. (2023). Leksemy “Dzhungli” / “sad”, “Sherkhan”, “Tabaki” v politicheskikh metaforakh XXI veka. In *Novyj mir. Novyj yazyk. Novoe myshlenie* (pp. 469–475). Moscow: Diplomaticeskaya akademya Ministerstva inostrannnykh del Rossiiskoi Federatsii Publ.

Sheigal, E.I. (2012). The language of mass media and politics in a semiotic aspect. In Solganik, G.Ya. (ed.). *The language of mass media and politics* (pp. 121–161). Moscow: Publishing House of Moscow State University.

Krys'ko, V.G., Feldshtein, D.I. (eds.). (1999). *Ethnopsychological Dictionary*. Moscow, MPSI.

Yurina, E.A. (2004). The figurative word in the text. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 38, 139–167.

*Сведения об авторе*

**Тань Цзе** – аспирант кафедры общего и русского языкоznания, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Россия, Москва, [tj870583493@163.com](mailto:tj870583493@163.com)

*About the author*

**Tan Jie** – PhD Student at the Department of General and Russian Linguistics, The Pushkin State Russian Language Institute, Russia, Moscow, [tj870583493@163.com](mailto:tj870583493@163.com)