

ВОЕННЫЕ МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКИХ И ФРАНЦУЗСКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

© Галина Чеботарёва

MILITARY METAPHORS IN MODERN GERMAN AND FRENCH JOURNALISTIC TEXTS

Galina Chebotareva

Based on journalistic texts of the last decade, the article examines the features of the military metaphor functions in German and French. The relevance of the study is due to the frequent use of military vocabulary to describe political, economic, social and information processes in a modern media course. The purpose of the study is to identify the features characterizing the military metaphor functions in German and French journalistic texts of the last decade. The work analyzes the lexical-semantic features of military metaphors and their pragmatic functions. Metaphors structure information, strengthen the expressiveness of the text, form an evaluative perception of events, and influence public opinion. The comparison of examples from the German and French press made it possible to establish both general patterns and differences in the use of metaphorical means. The scientific novelty of the study is its comprehensive comparative analysis of military metaphors in German and French journalistic texts from the standpoint of cognitive linguistics. The work systematizes semantic models of the military metaphor use. We establish and describe discursive strategies implemented through military metaphors: strategies of confrontation, mobilization, and legitimation. The novelty of the study consists in identifying the national-cultural specifics of the military metaphor use in the German and French media. In the presence of general cognitive models, German journalism is characterized by greater restraint and rationality, while French journalism is characterized by increased expressiveness and emotional saturation. The results obtained expand the idea of the specifics of the military metaphor functions and show that the military metaphor is productive, affecting the perception of events and acts as an instrument for structuring the modern European media resource.

Keywords: military metaphor, journalistic text, pragmatic function, discourse strategy, media analysis

В статье рассматриваются особенности функционирования военной метафоры в немецком и французском языках на материале публицистических текстов последнего десятилетия. Актуальность исследования обусловлена частым использованием военной лексики для описания политических, экономических, социальных и информационных процессов в современном медиадискурсе. Цель исследования состоит в выявлении особенностей функционирования военных метафор в немецких и французских публицистических текстах последнего десятилетия. В работе анализируются лексико-семантические особенности военных метафор и прагматические функции. Метафоры структурируют информацию, усиливают выразительность текста, формируют оценочное восприятие событий и оказывают воздействие на общественное мнение. Сопоставление примеров из немецкой и французской прессы позволило установить, как общие закономерности, так и различия в использовании метафорических средств. Научная новизна исследования заключается в комплексном сопоставительном анализе военных метафор в немецких и французских публицистических текстах с позиции когнитивной лингвистики. В работе систематизированы семантические модели применения военных метафор. Установлены и описаны дискурсивные стратегии, реализуемые посредством военных метафор: стратегии конфронтации, мобилизации, легитимации. Новизна исследования также состоит в выявлении национально-культурной специфики использования военных метафор в немецких и французских средствах массовой информации. При наличии общих когнитивных моделей немецкая публицистика характеризуется большей сдержанностью и рациональностью, тогда как французская отличается повышенной экспрессивностью и эмоциональной насыщенностью. Полученные результаты расширяют представления о специфике функционирования военной метафоры и показывают, что военная метафора обладает продуктивностью, воздействует на восприятие событий и выступает инструментом структурирования современного европейского медиадискурса.

Ключевые слова: военная метафора, публицистический текст, прагматическая функция, дискурсивная стратегия, медиадискурс

Для цитирования: Чеботарёва Г. Военные метафоры в современных немецких и французских публицистических текстах // Филология и культура. Philology and Culture. 2026. № 2 (84). С. 109–117. DOI: 10.26907/2782-4756-2026-84-2-109-117

Введение

В последние десятилетия метафора привлекает внимание исследователей как когнитивный и дискурсивный механизм. Среди концептуальных метафор выделяют военную метафору, которая встречается в медиадискурсе последнего десятилетия.

Средства массовой информации часто прибегают к военной лексике для описания явлений, не связанных непосредственно с военной сферой. Политические, экономические и социальные процессы представлены как борьба, противостояние или наступление. Такие метафоры встречаются в немецкой и французской публицистике. Тенденция использования военных метафор усилилась под влиянием глобальных кризисов, включая пандемию, геополитические конфликты и экономическую нестабильность.

Материал этой статьи является актуальным, поскольку связан с частым употреблением военных метафор в европейских СМИ и воздействием на общественное сознание, а также недостаточной разработанностью сопоставительных исследований немецкого и французского медиадискурса.

Поставленная цель требует решения следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические основы изучения военной метафоры в рамках когнитивной лингвистики.
2. Выявить лексико-семантические модели военной метафоры в немецком и французском языках.
3. Проанализировать примеры употребления военных метафор в немецких и французских печатных изданиях в период с 2020 по 2025 гг.
4. Определить сходства и различия в функционировании военных метафор в исследуемых языках.
5. Установить прагматические функции военной метафоры в медиадискурсе.

Материалом исследования послужили примеры из немецкой и французской публицистики в период с 2020 по 2025 годы: Berliner Zeitung [1], Die Zeit [2], Frankfurter Allgemeine Zeitung [3], Süddeutsche Zeitung [4], Les Echos [5], Le Figaro [6], Le Monde [7] и другие.

Решение поставленных задач стало возможным благодаря теоретической базе, отраженной в

трудах немецких и российских лингвистов (Н. И. Андреева [8], М. Р. Желтухиной [9], С. Dilks [10], S. Kirchhoff [11], К. Konerding [12], J. Schnepf, U. Christmann [13] и др.)

При исследовании применялся комплекс методов, обеспечивающих всесторонний анализ военных метафор в немецких и французских публицистических текстах. Основу составили методы теоретического анализа и синтеза для изучения отечественной и зарубежной научной литературы по когнитивной лингвистике, а также для систематизации материала и выявления закономерностей функционирования военной метафоры в медиадискурсе. Для отбора языкового материала применялся метод сплошной выборки. Метод компонентного анализа использовался для выделения семантических признаков лексических единиц, составляющих семантические модели военных метафор. Сопоставительный метод применялся для выявления сходств и различий военных метафор в исследуемых языках, когнитивно-прагматический метод – для описания прагматических функций военных метафор.

Практическая значимость проведенной работы видится в применении полученных результатов в процессе преподавания таких дисциплин, как «Теория и практика немецкого языка», «Теория коммуникации», «Прагматика», «Лексикология», «Стилистика».

Обсуждение и результаты

Метафора рассматривается в лингвистике как механизм концептуализации действительности. Исследователи когнитивного подхода определяют метафору как осмысление абстрактных явлений через конкретные области опыта. Среди метафорических моделей выделяют военную метафору, которая отличается экспрессивностью и универсальностью, используется в медийном дискурсе для описания политических, экономических и социальных процессов.

Согласно теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона, концептуальные метафоры формируют не только язык, но и мышление, задавая способы интерпретации событий [14, с. 35]

На основе когнитивных исследований Т. Д. Магомадовой [15] выделяют основные компоненты структуры военной метафоры. Во-первых, структура включает субъект действия – «армия»,

роль которой выполняют государство, правительство, политическая партия, народ или социальная группа. Во-вторых, к составным элементам структуры военной метафоры относят противника, в качестве которого выступают кризис, экономические трудности, болезнь, терроризм, политическая оппозиция или иные явления, воспринимаемые как угроза. В-третьих, элементом структуры становятся действия, репрезентируемые через лексику нападения и обороны: *атака, наступление, оборона, удар, мобилизация, контратака*. Наконец, структура военной метафоры предполагает результат противостояния через лексемы *победа, поражение, капитуляция* или *перемирие*. Подобная схема помогает осмыслить абстрактные социальные процессы через конкретный и знакомый опыт военного конфликта.

Военная метафора в медиадискурсе представляет собой сложную систему семантических моделей, посредством которых интерпретируются сферы общественной жизни через концепт войны.

В немецких и французских публицистических текстах выделяют несколько семантических моделей, каждая из которых реализуется через набор лексических единиц и выполняет специфические прагматические функции.

Распространенной считается модель «политика как война». Данная модель интерпретирует политическую деятельность как непрерывную борьбу за власть, влияние и общественную поддержку. Политические лидеры и партии представлены как противоборствующие силы, а парламентские дебаты и выборы – как сражение.

В немецких публицистических текстах модель «политика как война» реализуется через такие лексемы, как *Kampf* – ‘борьба’, *Angriff* – ‘атака’, *Offensive* – ‘наступление’, *Verteidigung* – ‘оборона’.

В немецкой прессе военные метафоры используются для описания политических процессов. Так, в газете „Berliner Zeitung“ встречается выражение „Die Opposition greift die Regierung scharf an“ – ‘Оппозиция резко атакует правительство’ [16]. Критика действий правительства представлена как военное нападение. Такая метафора усиливает ощущение конфликта и подчеркивает напряженный характер взаимодействия между политическими силами.

Словосочетание *politische Offensive* (‘политическое наступление’) и лексема *Abwehrstrategie* (‘стратегия обороны’) выполняют аналогичную функцию: переносят концепты наступления и защиты в сферу политики, делают события дра-

матичными и создают впечатление острого противостояния.

Как показывает анализ немецких газет, военные метафоры часто встречаются в заголовках, что помогает привлечь внимание читателя.

Военные метафоры также распространены во французских средствах массовой информации. В газетах часто используются термины „guerre contre le terrorisme” – ‘война против терроризма’, „bataille politique” – ‘политическая битва’ и „attaque médiatique”, что переводится как ‘медиа-атака’ или ‘атака на медиа’. Эти конструкции формируют у аудитории представление о политике как о месте постоянной борьбы. Метафора используется для формирования общественного мнения и воздействия на аудиторию, как показано в исследовании П. Г. Логиновой на основе анализа публикаций газет „Le Monde” и „Le Parisien” [17, с. 103].

Показателен заголовок французской статьи: „John Major mène la bataille contre les eurosceptiques” – ‘Джон Мейджор борется против евроскептиков’. В этом примере политические события описываются через образ военного противостояния, что усиливает драматизм и подчеркивает конфликтный характер ситуации [18].

Проявлением модели «политика как война» в немецкой прессе являются метафоры предвыборных кампаний. В „Süddeutsche Zeitung“ встречается фраза: „Der Wahlkampf für die Kommunalwahl am 15. März geht in seine entscheidende Phase“ [19] – ‘Избирательная кампания к муниципальным выборам вступает в решающую фазу’. Само слово *Wahlkampf* включает компонент *Kampf* – ‘борьба’, что задает восприятие выборов как последовательность противоборствующих действий, направленных на достижение победы.

В материалах газеты „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ встречаются конструкции: „Scholz führt eine Abwehrschlacht gegen die Union“ [20] – ‘Шольц ведет оборонительную борьбу против союза ХДС/ХСС’. Лексема *Schlacht* – ‘битва’ репрезентирует политический процесс как военное столкновение сторон.

Во французской прессе модель «политика как война» отличается большей экспрессивностью. В период пенсионной реформы 2023 года в журналах и газетах встречалось выражение: „La bataille des retraites entre dans une phase décisive” – ‘Битва за пенсии вступает в решающую фазу’, в котором метафора *bataille* – ‘битва’ придает политическому конфликту драматический характер и усиливает ощущение напряженности.

Особое значение во французском языке имеет метафорическая модель «государство как армия». В газетных публикациях регулярно упот-

реблюются выражения *mobilisation nationale* – ‘национальная мобилизация’, *lutter contre la crise* – ‘борьба с кризисом’, *front sanitaire* – ‘фронт здравоохранения’. Например, издание „Le Figaro“ использовало конструкцию: „Emmanuel Macron lance une offensive diplomatique“ [21] – ‘Эммануэль Макрон начинает дипломатическое наступление’, в которой дипломатическая деятельность интерпретируется как военная операция.

Второй сематической моделью выступает модель «экономика как война», в которой экономические процессы интерпретируются как борьба за ресурсы, рынки и влияние. Государства и компании выступают в роли соперников, а конкуренция представляется как военное противостояние.

В немецкой прессе используются выражения типа *Preiskrieg* – ‘ценовая война’ и *Wettbewerbskampf* – ‘конкурентная война’. Например, в газете „Süddeutsche Zeitung“ встречается выражение: „Preiskrieg im Einzelhandel verschärft sich“ [22] – ‘Усиливается ценовая война в розничной торговле’. Экономическая конкуренция в заголовке описывается как эскалация конфликта, усиливая восприятие рынка как агрессивной среды.

Модель «экономика как война» используется в периоды кризисов, экономические трудности интерпретируются при этом как угроза. Например, в „Die Zeit“ говорится: „Die Regierung startet eine Offensive gegen die Inflation“ [23] – ‘Правительство начинает наступление против энергетического кризиса’. В этом предложении экономическая политика представлена как военная операция, направленная на нейтрализацию противника, а инфляция выступает в роли противника. В газете „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ встречается выражение: „Europa steht vor einem wirtschaftlichen Abwehrkampf“ [24] – ‘Европа стоит перед экономической оборонительной борьбой’, в котором метафора *Abwehrkampf* – ‘оборонительная борьба’ переносится на экономическую сферу, усиливая восприятие угрозы.

Во французском медиадискурсе аналогичная модель реализуется через лексемы *guerre économique* – ‘экономическая война’, *attaque des marchés* – ‘атака рынков’, *offensive commerciale* – ‘коммерческое наступление’. К примеру, в „Le Monde“ используется выражение „La guerre des prix s’intensifie dans la grande distribution“ [25] – ‘Усиливается ценовая война в массовом распределении’. Подобная формулировка не только делает текст выразительным, но и формирует представление о рынке как о пространстве постоянного конфликта.

Третьей моделью выступает модель «болезнь как война». Болезнь в этой модели воспринимается как внешний враг, а медицинские работники – как защитники общества.

Во французской прессе распространено выражение: „Les soignants sont en première ligne“ [26] – ‘Опекуны находятся на передовой’, которое придает медицинским работникам статус «участников боевых действий». В немецкой прессе аналогичная модель реализуется через выражение типа „Ärzte an der Front“ – ‘Врачи на фронте / передовой’. Метафора фронта усиливает героизацию врачей и подчеркивает опасность ситуации: „Ärzte stehen an vorderster Front im Kampf gegen das Virus“ [27] – ‘Врачи находятся на передовой в борьбе с вирусом’.

Однако исследователи отмечают, что подобная модель отражает и негативные последствия. Сьюзен Зонтаг указывала, что военные метафоры в медицинском дискурсе могут усиливать страх и формировать агрессивное восприятие болезни [28]. Кроме того, такие метафоры упрощают сложные медицинские процессы, сводя их к схеме «победа-поражение».

В современном медиадискурсе выделяют еще одну семантическую модель – «информационное пространство как поле боя», поскольку информационные процессы также часто описываются через военную лексику: *Informationskrieg* – ‘информационная война’, *cyberattaque* – ‘кибератака’, *attaque médiatique* – ‘атака на СМИ’.

Например, в „Le Monde“ встречается выражение: „Une guerre de l’information se développe en Europe“ [29] – ‘В Европе разворачивается информационная война’. Информационная деятельность представляется как вооруженное противостояние, в котором оружием становятся данные и медиа.

В немецком медиадискурсе аналогичную функцию выполняют выражения типа *Medienoffensive* – ‘наступление на средства массовой информации’ или *digitale Angriffe* – ‘цифровые атаки’. Эти метафоры отражают трансформацию современного общества, в котором борьба за информацию приобретает стратегическое значение.

Военные метафоры в немецкой и французской публицистике функционируют не как изолированные стилистические элементы, а как часть целостных дискурсивных стратегий, направленных на интерпретацию социальной реальности и воздействие на аудиторию.

В работах О. Иссерс речевая стратегия определяется как комплекс речевых действий, используемых говорящим для достижения поставленной коммуникативной цели [30, с. 54]. В исследовании отмечается, что выбор стратегии опре-

деляется ситуацией общения, социальным статусом участников коммуникации и прагматической установкой высказывания.

Распространенными в публицистике с использованием военных метафор считаются стратегии конфронтации, мобилизации и легитимации.

Стратегия конфронтации реализуется через представление политических и социальных процессов как противостояния сторон. Например, в статье газеты „Le Monde“ отмечается: „La bataille des retraites est devenue un affrontement central du quinquennat“ [31] – ‘Битва за пенсионеров стала центральной конфронтацией пятилетнего срока’. Лексема *bataille* – ‘битва’ формирует представление о реформе как о военном конфликте.

Аналогичный пример можно встретить в немецкой газете „Frankfurter Allgemeine Zeitung“: „Der Kampf um die Energieversorgung spitz sich zu“ [32] – ‘Борьба за энергоснабжение обостряется’. Экономическая проблема в контексте представлена как борьба за ресурс, что усиливает драматизм и напряженность ситуации.

Стратегия мобилизации направлена на консолидацию общества перед угрозой. Военные метафоры в этом случае выполняют функцию объединения и стимулирования коллективных действий. Рассматриваемая стратегия проявилась ярко в период пандемии COVID-19. Во французской прессе опубликовали формулу „Nous sommes en guerre contre le virus“ – ‘Мы находимся в состоянии войны с вирусом’, заимствованную из обращения президента Франции Э. Макрона. Использование метафоры войны в этой стратегии выполняет мобилизационную функцию, создавая ощущение угрозы и необходимости коллективных усилий.

В немецком медиадискурсе этого периода аналогичная стратегия реализовывалась через выражение типа „Deutschland im Kampf gegen Corona“ – ‘Германия в борьбе с коронавирусом’. Военная метафора представляет борьбу с пандемией как организованный процесс, требующий дисциплины и координации.

Стратегия легитимации используется для оправдания политических решений и действия власти. Военная метафора позволяет представить действия правительства как вынужденные и рационально обоснованные. Например, в „Die Zeit“ использовалось выражение: „Die Regierung startet eine Offensive gegen die Inflation“ [33] – ‘Правительство начинает наступление на инфляцию’, в котором лексема *Offensive* – ‘наступление’ представляет политические действия как стратегически необходимые, направленные на устранение угрозы.

Во французской публицистике слово *offensive* используется в военных метафорах в сочетании с оценочными определениями, которые задают положительное восприятие действий властей. В заголовке газеты „Le Figaro“: „Une offensive diplomatique nécessaire face à la crise“ [34] – ‘Дипломатическое наступление необходимо перед кризисом’ прилагательное *nécessaire* – ‘необходимо’ подчеркивает, насколько оправданы принятые меры. Снижение вероятности критического восприятия со стороны аудитории связано с тем, что действия правительства представлены как обоснованные. Этот пример демонстрирует тесные связи между стратегией легитимации и оценочной функцией военной метафоры.

Подобные стратегии используются не изолированно, а в сочетании, усиливая друг друга. Так, фраза „La bataille des retraites“ – ‘Битва за пенсионную реформу’ одновременно подчеркивает конфликтную ситуацию и формирует представление о том, что происходящее событие требует внимания и участия.

Тем не менее, систематическое использование военных метафор проявляет негативные последствия. Исследования показывают, что частое применение таких метафор приводит к тому, что люди видят общественные процессы как постоянное противостояние. Это приводит к повышенной социальной напряженности.

Несмотря на универсальность, использование военной метафоры связано с национальными и культурными особенностями.

В немецком медиадискурсе наблюдается осторожность в использовании военной лексики, что связано с историческим опытом XX века, прежде всего Второй мировой войны, которая наложила отпечаток на коллективную память и языковую чувствительность общества. В результате немецкие журналисты, как правило, избегают чрезмерно агрессивной лексики, отдавая предпочтение нейтральным метафорам, таким как *Kampf*, *Strategie*, *Offensive*, но в менее экспрессивной форме.

Французский медиадискурс, напротив, демонстрирует экспрессивность в большей степени, что связано с французской традицией риторического искусства и политической полемики, восходящей к эпохе Французской революции, а также с культурной установкой на выразительность публичной речи. Поэтому во французской прессе интенсивно и эмоционально используются военные метафоры *guerre*, *attaque*, *bataille*, а также глаголы с военной семантикой *attaquer*, *comattre*, *défendre*, *lutter*, приобретая оценочный характер.

Функциональный анализ материалов немецкой и французской прессы позволил выделить прагматические функции, которые выполняет военная метафора. Такой вид метафоры помогает упорядочить информацию и упрощает понимание сложных политических и социальных процессов, воздействует на аудиторию, интерпретируя события, выполняет манипулятивную функцию: создает образ противника, увеличивает чувство угрозы, что влияет на общественное восприятие событий.

Таким образом, военные метафоры относятся к средствам воздействия в медиaprостранстве и отражают особенности национальной языковой картины мира, помогают организовать и интерпретировать информацию, оказывают эмоциональное воздействие и формируют у аудитории представление о происходящих событиях.

Заключение

В результате проведенного исследования достигнута поставленная цель, которая заключалась в выявлении сходств и различий в функционировании военной метафоры в немецкой и французской публицистике.

При решении первой задачи рассмотрены теоретические основы изучения метафоры в когнитивной лингвистике. Установлено, что военная метафора представляет собой когнитивную модель, основанную на переносе структуры концепта «война» на иные сферы социальной действительности. Такая модель характеризуется универсальностью и используется в политическом и экономическом дискурсе.

Решение второй задачи позволило выявить лексико-семантические средства военной метафоры. В немецком языке к таким средствам относятся лексемы *Kampf*, *Schlach*“, *Front*, *Krieg*, во французском – *guerre*, *attaque bataille*, *offensive*, *combat*. Установлено, что в обоих языках названные единицы формируют метафорические модели, такие как «политика как война», «экономика как война», «болезнь как война», «информационное пространство как поле боя».

При выполнении третьей задачи проведен анализ примеров из немецкой и французской прессы. Военная метафора используется в заголовках и аналитических материалах, в которых выполняет функцию усиления выразительности и привлечения внимания.

Выполнение четвертой задачи позволило выявить как сходства, так и различия в функционировании военной метафоры в исследуемых языках. Сходства проявляются в универсальности когнитивных моделей и сходном наборе базовых метафорических концептов. Различия заключа-

ются в степени экспрессивности: немецкий медиадискурс характеризуется большей рациональностью и структурированностью, тогда как французский – повышенной эмоциональностью и риторической насыщенностью.

Решение пятой задачи определило прагматические функции военной метафоры: структурирующую, оценочную, экспрессивную и манипулятивную функции. Установлено, что военная метафора формирует образ конфликта, усиливает восприятие угрозы и мобилизует общественное мнение.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило, что военная метафора относится к элементам современного медиадискурса, помогает в интерпретации социальной реальности. Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением динамики военной метафоры в условиях цифровизации медиaprостранства, а также с расширением сопоставительного анализа этих метафор в других языках и типах дискурса.

Список источников

1. *Berliner Zeitung*. URL: <https://www.berliner-zeitung.de/> (дата обращения: 20.02.2026).
2. *Die Zeit*. URL: <https://www.zeit.de/index> (дата обращения: 20.02.2026).
3. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. URL: <https://www.frankfurterallgemeine.de/> (дата обращения: 24.02.2026).
4. *Süddeutsche Zeitung*. URL: <https://www.sueddeutsche.de/> (дата обращения: 10.03.2026).
5. *Les Echos*. URL: <https://www.lesechos.fr/?user=VascoDaGama> (дата обращения: 15.04.2026).
6. *Le Figaro*. URL: <https://www.lefigaro.fr/> (дата обращения: 20.03.2026).
7. *Le Monde*. URL: <https://lemondeneews.com/> (дата обращения: 24.03.2026).
8. Андреев Н. И. Особенности метафоры в немецком политическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2011. № 3. С. 70–81.
9. Желтухина М. Р., Магомадова Т. Д. Лексико-фразеологическая специфика военной метафоры в современной прессе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 1. С. 39–49.
10. Dilks C. Les métaphores de guerre dans la prose journalistique du français: дис. Department of French, Italian and Classical Languages, Stockholm University, 2009.
11. Kirchhoff S. Krieg mit Metaphern: Über die symbolische Deutung der Terroranschläge im Mediendiskurs // Die Welt nach. 2011. Т. 9. № 11. С. 968–988.
12. Konerding K. Sprachliche Konstruktionen gesellschaftlicher Krisen in den Medien // Deutsche Sprache. 2020. Н. 4. С. 289–308.

13. Schnepf J., Christmann U. "It's a war! It's a battle! It's a fight!": Do militaristic metaphors increase people's threat perceptions and support for COVID-19 policies? // *International Journal of Psychology*. 2022. Т. 57. №. 1. С. 107–126.
14. Johnson M., Lakoff G. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago press, 1980. Т. 1. 980 с.
15. Магомадова Т. Д. Военная метафора в современном английском, немецком и русском медиадискурсе: монография. Махачкала: ALEF, 2022. 176 с.
16. Christine Dankbar. Opposition kritisiert Regierung scharf: „Informationspolitik ist ein Affront“ URL: https://www.berliner-zeitung.de/article/opposition-kritisiert-regierung-scharf-informationspolitik-ist-ein-affront-81770?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 20.02.2026)
17. Логинова П. Г. Изобразительно-выразительные свойства метафоры во французском политическом дискурсе (на материале периодических изданий «Le Parisien» и «Le Monde») // *Политическая лингвистика*. 2021. №. 3 (87). С. 101–108.
18. Harms I. Metaphern im Sprachenkontrast: Kriegsmetaphorik in der politischen Berichterstattung deutscher und französischer Tageszeitungen // *Metaphorik.de*. 2008. № 15. S. 69. URL: https://journals.uni-due.de/metaphorik/issue/view/70?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 10.03.2026).
19. Dominik Hutter. Der Dreikampf ums Rathaus hat begonnen URL: https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-kommunalwahl-wahlkampf-reiter-frank-habenschaden-1.4771471?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 10.03.2026).
20. Mona Jaeger. Scholz führt eine Abwehrschlacht gegen die Union. URL: https://www.faz.net/aktuell/politik/bundestagswahl/spd-parteitag-scholz-abwehrkampf-gegen-merz-und-die-union-110225511.html?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 24.02.2026).
21. Comment Emmanuel Macron peut-il sortir du bras de fer des retraites ??? Le Club Le Figaro Politique. URL: <https://podcasts.lefigaro.fr/le-figaro-le-club-le-figaro-politique/>. (дата обращения: 20.03.2026)
22. Preiskampf im Einzelhandel... URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/>. (дата обращения: 10.03.2026)
23. Die Regierung und der Kampf gegen die Inflation. URL: <https://www.zeit.de/thema/inflation> (дата обращения: 20.02.2026)
24. Braunberger G. Die EZB braucht Hilfe im Kampf gegen die Inflation // FAZ. 03.05.2023. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/die-etz-braucht-hilfe-im-kampf-gegen-die-inflation-18863585.html>. (дата обращения: 24.02.2026)
25. Réforme des retraites : les syndicats vainqueurs malgré tout // Le Monde. URL: https://www.lemonde.fr/idees/article/2023/05/02/reforme-des-retraites-les-syndicats-vainqueurs-malgre-tout_6171752_3232.html. (дата обращения: 24.03.2026)
26. Coronavirus et hydroxychloroquine: le professeur Raoult publie une nouvelle étude, aussitôt critiquée URL: https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/03/28/coronavirus-et-hydroxychloroquine-le-professeur-raoult-publie-une-nouvelle-etude-aussitot-critiquee_6034785_3244. (дата обращения: 24.03.2026)
27. Mediziner gegen Sars-CoV-2: Wir gegen das Virus. URL: <https://www.zeit.de/2020/12/mediziner-sars-cov-2-medikamente-impfstoff> (дата обращения: 20.02.2026)
28. Sontag S. Illness as metaphor and AIDS and its metaphors. Farrar, Straus and Giroux, 2013. URL: https://buddhistuniversity.net/exclusive_01/Illness%20As%20Metaphor%20-%20Susan%20Sontag.pdf (дата обращения: 20.02.2026).
29. David Colon : la guerre cognitive est possible... URL: https://www.lemonde.fr/international/article/2025/04/27/david-colon-historien-la-guerre-cognitive-est-possible-parce-qu-un-nombre-considerable-d-esprits-sont-devenus-accessibles_6600504_3210.html (дата обращения: 24.03.2026).
30. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
31. Réforme des retraites... Les cinq infos à retenir du week-end // Le Monde. 12.02.2023. URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2023/02/12/reforme-des-retraites-defaite-des-bleus-au-tournoi-des-six-nations-mort-de-robert-hebras-les-cinq-infos-a-retenir-du-week-end_6161558_4355770.html (дата обращения: 24.03.2026).
32. Stadtwerke sehen Energieversorgung in Gefahr. URL: <https://www.olderburger-onlinezeitung.de/nachrichten/stadtwerke-sehen-energieversorgung-in-gefahr-87646.html> (дата обращения: 24.03.2026).
33. Inflation: Der Kampf gegen die steigenden Preise. URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2022-07/konzertierte-aktion-inflation-begriffe-lohn-preis-spirale> (дата обращения: 20.02.2026).
34. France-Algérie : une crise diplomatique assumée vaut mieux qu'une crise de régime larvée. URL: <https://www.lefigaro.fr/vox/monde/france-algerie-une-crise-diplomatique-assumee-vaut-mieux-qu-une-crise-de-regime-larvee-20250324> (дата обращения: 20.03.2026).

References

1. *Berliner Zeitung* [The Berliner Zeitung]. URL: <https://www.berliner-zeitung.de/> (accessed: 20.02.2026). (In German)
2. *Die Zeit*. [The Time]. URL: <https://www.zeit.de/index> (accessed: 20.02.2026). (In German)
3. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [The Frankfurter Allgemeine Zeitung]. URL: <https://www.frankfurterallgemeine.de/> (accessed: 24.02.2026). (In German)
4. *Süddeutsche Zeitung* [The Süddeutsche Zeitung]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/> (accessed: 10.03.2026). (In German)
5. *Les Echos* [Les Echos]. URL: <https://www.lesechos.fr/?user=VascoDaGama> (accessed: 15.04.2026). (In French)
6. *Le Figaro* [Le Figaro]. URL: <https://www.lefigaro.fr/> (accessed: 20.03.2026). (In French)

7. *Le Monde* [Le Monde]. URL: <https://lemondeneuws.com/> (accessed: 24.03.2026). (In French)
8. Andreev, N. I. (2011). *Osobennosti metafory v nemetskom politicheskom diskurse* [Features of Metaphor in German Political Discourse]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22. Teoriya perevoda. No. 3, pp. 70–81. (In Russian)
9. Zheltuhina, M. R., Magomadova, T. D. (2012). *Leksiko-frazeologicheskaya spetsifika voennoi metafory v sovremennoi presse* [Lexical and Phraseological Specificity of Military Metaphor in the Contemporary Press]. Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. No. 1, pp. 39–49. (In Russian)
10. Dilks, C. (2009). *Les métaphores de guerre dans la prose journalistique du français* [War Metaphors in French Journalistic Prose]. Dis. Department of French, Italian and Classical Languages. Stockholm University. (In French)
11. Kirchoff, S. (2011). *Krieg mit Metaphern: Über die symbolische Deutung der Terroranschläge im Mediendiskurs* [War with Metaphors: On the Symbolic Interpretation of Terrorist Attacks in Media Discourse]. Die Welt nach. T. 9. No. 11, pp. 968–988. (In German)
12. Konerding, K. (2020). *Sprachliche Konstruktionen gesellschaftlicher Krisen in den Medien* [Linguistic Constructions of Social Crises in the Media]. Deutsche Sprache. No. 4, pp. 289–308. (In German)
13. Schnepf, J., Christmann, U. (2022). *It's a war! It's a battle! It's a fight!: Do militaristic metaphors increase people's threat perceptions and support for COVID-19 policies?* //International Journal of Psychology. T. 57. No. 1, pp. 107–126. (In English)
14. Johnson, M., Lakoff, G. (1980). *Metaphors We Live By*. T. 1, 980 p. Chicago, University of Chicago Press. (In English)
15. Magomadova, T. D. (2022). *Voennaya metafora v sovremennom angliiskom, nemetskom i russkom mediadiskurse: monografiya* [Military Metaphor in Contemporary English, German, and Russian Media Discourse: A Monograph]. 176 p. Mahachkala, ALEF. (In Russian)
16. Christine Dankbar. *Opposition kritisiert Regierung scharf: Informationspolitik ist ein Affront* [Opposition Criticizes Government Sharply: Information Policy Is an Affront]. URL: https://www.berlinerzeitung.de/article/opposition-kritisiert-regierung-scharf-informationspolitik-ist-ein-affront-81770?utm_source=chatgpt.com (accessed: 20.02.2026). (In German)
17. Loginova, P. G. (2021). *Izobrazitel'no-vyrazitel'nye svoistva metafory vo frantsuzskom politicheskom diskurse (na materiale periodicheskikh izdaniy Le Parisien i Le Monde)* [Figurative and Expressive Properties of Metaphor in French Political Discourse (Based on the Periodicals “Le Parisien” and “Le Monde”)]. Politicheskaya lingvistika. No. 3 (87), pp. 101–108. (In Russian)
18. Harms, I. (2008). *Metaphern im Sprachenkontrast: Kriegsmetaphorik in der politischen Berichterstattung deutscher und französischer Tageszeitungen* [Metaphors in Cross-Linguistic Comparison: War Metaphors in the Political Reporting of German and French Daily Newspapers]. Metaphorik.de. No. 15. P. 69. URL: https://journals.uni-due.de/metaphorik/issue/view/70?utm_source=chatgpt.com (accessed: 10.03.2026). (In German)
19. Dominik Hutter. *Der Dreikampf ums Rathaus hat begonnen* [The Three-Way Race for City Hall Has Begun]. URL: https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-kommunalwahl-wahlkampf-reiter-frank-habenschaden-1.4771471?utm_source=chatgpt.com (accessed: 10.03.2026). (In German)
20. Mona Jaeger. *Scholz führt eine Abwehrschlacht gegen die Union* [Scholz Leads a Defensive Battle Against the CDU/CSU]. URL: https://www.faz.net/aktuell/politik/bundestagswahl/spd-pariteitag-scholz-abwehrkampf-gegen-merz-und-die-union-110225511.html?utm_source=chatgpt.com (accessed: 24.02.2026). (In German)
21. Comment Emmanuel *Macron peut-il sortir du bras de fer des retraites ?* [How Can Emmanuel Macron Emerge from the Pension Reform Standoff?]. Le Club Le Figaro Politique. URL: <https://podcasts.lefigaro.fr/le-figaro-le-club-le-figaro-politique/> (accessed: 20.03.2026). (In French)
22. *Preiskampf im Einzelhandel...* [Price War in Retail Trade...]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/> (accessed: 10.03.2026). (In German)
23. *Die Regierung und der Kampf gegen die Inflation* [The Government and the Fight Against Inflation]. URL: <https://www.zeit.de/thema/inflation/> (accessed: 20.02.2026). (In German)
24. Braunberger, G. *Die EZB braucht Hilfe im Kampf gegen die Inflation* [The ECB Needs Help in the Fight against Inflation]. FAZ. 03.05.2023. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/die-ebz-braucht-hilfe-im-kampf-gegen-die-inflation-18863585.html/> (accessed: 24.02.2026). (In German)
25. *Réforme des retraites : les syndicats vainqueurs malgré tout* [Pension Reform: Trade Unions Are Victorious Despite Everything]. Le Monde. URL: https://www.lemonde.fr/idees/article/2023/05/02/reforme-des-retraites-les-syndicats-vainqueurs-malgre-tout_6171752_3232.html/ (accessed: 24.03.2026). (In French)
26. *Coronavirus et hydroxychloroquine: le professeur Raoult publie une nouvelle étude, aussitôt critiquée.* [Coronavirus and Hydroxychloroquine: Professor Raoult Publishes a New Study, Immediately Criticized]. URL: https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/03/28/coronavirus-et-hydroxychloroquine-le-professeur-raoult-publie-une-nouvelle-etude-aussitot-critiquee_6034785_3244/ (accessed: 24.03.2026). (In French)
27. *Mediziner gegen Sars-CoV-2: Wir gegen das Virus.* [Doctors against SARS-CoV-2: Us against the Virus]. URL: <https://www.zeit.de/2020/12/mediziner-sars-cov-2-medikamente-impfstoff/> (accessed: 20.02.2026). (In German)
28. Sontag, S. (2013). *Illness as Metaphor and AIDS and Its Metaphors.* Farrar, Straus and Giroux. URL: https://buddhistuniversity.net/exclusive_01/Illness%20As%20Metaphor%20-%20Susan%20Sontag.pdf/ (accessed: 20.02.2026). (In English)

29. *David Colon : la guerre cognitive est possible...*[David Colon: Cognitive Warfare Is Possible...] URL: https://www.lemonde.fr/international/article/2025/04/27/david-colon-historien-la-guerre-cognitive-est-possible-parce-qu-un-nombre-considerable-d-esprits-sont-devenus-accessibles_6600504_3210.html/ (accessed: 24.03.2026). (In French)

30. Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi*. [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech]. 288 p. Moscow, izdatel'stvo LKI. (In Russian)

31. *Réforme des retraites... Les cinq infos à retenir du week-end* [Pension Reform... Five Key News Items from the Weekend]. Le Monde. 12.02.2023. URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2023/02/12/reforme-des-retraites-defaite-des-bleus-au-tournoi-des-six-nations-mort-de-robert-hebras-les-cinq-infos-a-retenir-du-week-end_6161558_4355770.html/ (accessed: 24.03.2026). (In French)

32. *Stadtwerke sehen Energieversorgung in Gefahr* [Municipal Utilities See Energy Supply at Risk] URL: <https://www.oldenburger-onlinezeitung.de/nachrichten/stadtwerke-sehen-energieversorgung-in-gefahr-87646.html/> (accessed: 24.03.2026). (In German)

33. *Inflation: Der Kampf gegen die steigenden Preis*. [Inflation: The Fight Against Rising Prices]. URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2022-07/konzertierte-aktion-inflation-begriffe-lohn-preis-spirale/> (accessed: 20.02.2026). (In German)

34. *France-Algérie : une crise diplomatique assumée vaut mieux qu'une crise de régime larvée* [France–Algeria: An Open Diplomatic Crisis Is Better than a Smoldering Regime Crisis]. URL: <https://www.lefigaro.fr/vox/monde/france-algerie-une-crise-diplomatique-assumee-vaut-mieux-qu-une-crise-de-regime-larvee-20250324> (accessed: 20.03.2026). (In French)

The article was submitted on 07.05.2026
Поступила в редакцию 07.05.2026

Чеботарёва Галина Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Тамбовский государственный технический
университет,
392000, Россия, Тамбов,
Советская, 106.
galina.chebotarewa@yandex.ru

Chebotareva Galina Nikolaevna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
Tambov State Technical University,
106 Sovetskaya Str.,
Tambov, 392000, Russian Federation.
galina.chebotarewa@yandex.ru