

**СЕРИЯ: ИСТОРИЯ И ФИЛОЛОГИЯ**



**УЧЕНЫЕ  
ЗАПИСКИ  
ИТТСПИ**

**2023 № 1**

УЧЕНЫЕ  
ЗАПИСКИ  
НТГСПИ

---

---

SCIENTIFIC  
NOTES  
OF NTSSPI

# УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ НТГСПИ

**Серия: История и филология**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
Нижнетагильского государственного  
социально-педагогического института

---

**2023**  
**№ 1**

# **SCIENTIFIC NOTES OF NTSSPI**

**Series: History & Philology**

JOURNAL

published by  
Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (NTSSPI)



**2023**

**NUMBER ONE**

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

### Главный редактор

**Будаев Эдуард Владимирович**, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ

### Члены редколлегии

**Андерсон Ричард**, доктор философии (PhD), профессор политологии Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе.

**Аникина Татьяна Вячеславовна**, кандидат филологических наук, зав. кафедрой иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ.

**Голубкова Екатерина Евгеньевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры лексикологии английского языка Московского государственного лингвистического университета.

**Дзюба Елена Вячеславовна**, доктор филологических наук, профессор Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

**Кириллов Виктор Михайлович**, доктор исторических наук, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических наук НТГСПИ (ф) РГППУ.

**Кушнерук Светлана Леонидовна**, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики английского языка Челябинского государственного университета.

**Ларионова Марина Бариевна**, кандидат исторических наук, зав. кафедрой документоведения, истории и правового обеспечения Российского государственного профессионально-педагогического университета.

**Неклюдов Евгений Георгиевич**, доктор исторических наук, главный научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН.

**Ольховиков Константин Михайлович**, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

**Попова Татьяна Георгиевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка Военного университета Министерства обороны РФ.

**Поршнева Ольга Сергеевна**, доктор исторических наук, заведующий кафедрой теории и истории международных отношений Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

**Рыжкова Ольга Васильевна**, кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических наук НТГСПИ (ф) РГППУ.

**Сериков Юрий Борисович**, доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник НТГСПИ (ф) РГППУ.

**Солопова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и перевода Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета).

**Чудакова Наиля Муллахметовна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ

**Чудинов Анатолий Прокопьевич**, доктор филологических наук, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета.

## **Editor-in-Chief**

**Budaev E. V.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University

## **Editorial Board**

**Anderson R.**, PhD, Professor of Political Science in University of California in Los Angeles.

**Anikina T. V.**, Candidate of Philological Sciences, Head of Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

**Chudakova N. M.**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

**Chudinov A. P.**, Doctor of Philological Sciences, Head of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University.

**Dzyuba E. V.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of Institute of Humanities of Saint-Petersburg State Polytechnic University.

**Golubkova E. E.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of English Lexicology, Moscow State Linguistic University.

**Kirillov V. M.**, Doctor of Historical Sciences, Professor of Department of Humanities and Socio-Economic Sciences, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

**Kushneruk S. L.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Theory and Practice of the English Language, Chelyabinsk State University.

**Larionova M. B.**, Candidate of Historical Sciences, Head of Department of Document Studies, History and Legal Enforcement, Russian State Vocational Pedagogical University.

**Neklyudov E. G.**, Doctor of Historical Sciences, Principal Researcher of Institute of History and Archaeology, Ural Branch of Russian Academy of Sciences.

**Olkhovikov K. M.**, Doctor of Philosophical Sciences, Professor of Department of Sociology and Technologies of State and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

**Popova T. G.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of the English Language Department, The Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation.

**Porshneva O. S.**, Doctor of Historical Sciences, Head of Department of Theory and History of International Relations, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

**Ryzhkova O. V.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Sciences, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

**Serikov Yu. B.**, Doctor of Historical Sciences, Leading Researcher of Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

**Solopova O. A.**, Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Linguistics and Translation, South Ural State University (National Research University).

# СОДЕРЖАНИЕ

## ФИЛОЛОГИЯ

<b>Banks D.</b> Types of nominalization in scientific English.....	8
<b>Бронникова Е. Д.</b> Концептуальные признаки колоратива vert в СМИ Франции.....	20
<b>Будаев Э. В.</b> Монархические метафоры как механизм концептуализации Д. Трампа в СМИ России.....	34
<b>Каган Е. Б.</b> Метафорические заголовки из сферы-источника «Организм» в российских и англоязычных печатных СМИ.....	50
<b>Мозжерина Е. А., Будаев Э. В.</b> Военные метафоры как средство концептуализации Covid-19 в СМИ Франции.....	65
<b>Стрелкова Д. В.</b> Метафорический образ миграции в СМИ Франции.....	79
Информация для авторов.....	94

# CONTENTS

## PHILOLOGY

### **Banks D.**

Types of nominalization  
in scientific English..... 8

### **Bronnikova E. D.**

Conceptual features of  
colorative vert  
in the French media..... 20

### **Budaev E. V.**

Monarchic metaphors  
as a mechanism of conceptualization  
of D. Trump in the Russian media..... 34

### **Kagan E. B.**

Metaphors from the source domain "Organism"  
in the headings of Russian and English print media..... 50

### **Mozzherina E. A., Budaev E. V.**

Military metaphors as a means  
of conceptualization of Covid-19  
in the French media..... 65

### **Strelkova D. V.**

Metaphorical image of migration  
in the French media..... 79

Submission Guidelines ..... 94



# ФИЛОЛОГИЯ

---

УДК 81-117

## TYPES OF NOMINALIZATION IN SCIENTIFIC ENGLISH

**D. Banks**

Université de Bretagne Occidentale  
Brest, France  
*david.banks@univ-brest.fr*

*Abstract.* This paper deals with the use of grammatical metaphor in the form of nominalized processes in the scientific research article. Grammatical metaphor is the non-congruent encoding of a linguistic item. Processes are congruently encoded as verbs, but nominalized processes, where a process is encoded as a noun rather than as a verb, is a specific example of grammatical metaphor. The use of this resource is studied in a small corpus of six scientific research articles, four of which date from 1996, the other two being from the early 20th century (1910 and 1913). The theoretical background and terminology used in this study are those of Systemic Functional Linguistics. Half of the articles studied are from the physical field, and half are biological. In the 1996 articles nominalized processes tend to occur at a rate of one per 10-14 words of running text, twice as frequently as in the earlier articles. The processes which are nominalized are predominantly material, with a significant proportion of mental processes in some articles. The form which the nominalized process takes is most frequently that of suffixation in *-ion*, followed by semantic transfer. Other forms of nominalization are overall fairly marginal, although they may provide a significant proportion in individual articles. These include suffixation in *-ing*, *-ment*, *-a/ence*, and *-ure*, cognate forms without any recognizable suffix, and those where no cognate verb exists.

*Key words:* grammatical metaphor, scientific text, nominalization, types of nominalization, scientific discourse, Systemic Functional Linguistics

### **1. Introduction**

This paper deals with the use of grammatical metaphor in the form of nominalized processes in the scientific research article. The concept of grammatical metaphor is discussed and difficulties in identifying examples of nominalized processes are considered. A categorization in terms of process types shows that although there has been increasing use over the last century, the distribution in terms of process types has remained fairly stable. A categorization in terms of morphology shows that while there is a fairly wide range of possibilities for forming nominalizations, some of these are fairly marginal, whereas semantic transfer and suffixation in *-ion*, together account for well over half the sample.

## **2. Grammatical Metaphor**

Languages have congruent ways of encoding the meanings which they express. The means that they use are those that seem most natural and obvious; thus entities (*cobbler, shoes, furniture*) are congruently encoded by nouns, qualities (*old, beautiful*) by adjectives, and processes (*repair, love*) by verbs. These can be directly employed to form simple propositions of the type: *The cobbler repaired my old shoes; Jim loves beautiful furniture*. However, it is possible to use a noun to express a quality, as in *the beauty of this antique furniture*, where the noun *beauty* is used to express a quality. In this case, we have a non-congruent way of expressing the quality. Similarly it is possible to express a process using a noun, as in *My shoes were in need of repair*, where *repair* is a noun, but is used to express a process; or in *his love of beautiful furniture*, where *love* is now a noun but still expresses a process. These again are non-congruent ways of encoding meaning. In these examples the non-congruent expressions are cognate with the congruent forms, but this is not necessarily the case. If I talk about *the age of my shoes*, *age* can be thought of as expressing the quality *old* in a non-congruent way. Non-congruent ways of encoding language are referred to as grammatical metaphor [Halliday, 1995; 1998; 1999; 2004; Ravelli, 1998]. Grammatical metaphor relates to the more traditional semantic metaphor in the following way: in semantic metaphor (e.g. (to take a clichéd example) *the rosy fingers of the dawn* for *the sun's rays at dawn*) the grammatical form is the same but the meaning is somehow different, whereas in grammatical metaphor, it is the grammatical form which changes while the meaning stays the same.

Grammatical metaphor is a useful and important language resource. Take for example the case of the nominalization of processes. Once the process, which is congruently expressed as a verb, is expressed as a noun, it can function as a noun, and hence become the subject or complement of a further clause. If the process of the clause

*The government have proposed changes to motoring laws*

is nominalized, it becomes *proposal*, and the other constituents of the clause, can be expressed as modifiers or qualifiers of the head of the new noun group:

*The government's proposal for changes to motoring laws*

This noun group can now become a constituent in a further clause, for example:

*The public have derided the government's proposal for changes to motoring laws.*

The process of this clause can also be nominalized:

*The public's derision of the government's proposal for changes to motoring laws*

which can now be used as a constituent in a further clause:

*The public's derision of the government's proposal for changes to motor-ing laws has been widely reported in the press.*

It could be pointed out that our original clause itself contains an example of grammatical metaphor since *changes to motor-ing laws* is itself a non-con-gruent form of *that motor-ing laws should change*. Moreover the fact that the processes are now in nominal form allows us to add modifiers:

*The public's justifiable derision of the government's badly thought-out proposal for radical changes to motor-ing laws has been widely reported in the press.*

Rewriting a clause in a form which removes the grammatical metaphor is referred to as unpacking [Ventola, 1996]. An attempt to unpack the metaphor of our final clause shows just how useful grammatical metaphor is. In fact any reader who attempts it will rapidly find out that it is impossible to do so in a single natural clause, so that several clauses are necessary, and even then main-taining any sort of elegance is far from easy. Thus the main advantages of grammatical metaphor could be summarized as:

1. the nominalized process can be used in nominal functions such as sub-ject or complement
2. the nominalized process can be modified or qualified
3. grammatical metaphor allows a large amount of information to be packed into a comparatively small space

Grammatical metaphor, especially in the form of nominalized processes, has been of particular importance in the evolution of scientific writing, and most notably that of the scientific research article. Halliday claims that this process started with Newton, who because of the reaction to his first article on optics, had to develop new ways of expressing his views [Halliday, Martin, 1993]. However, it would be false to think of Newton starting, as it were, *ex nihilo*, whether it be in scientific or linguistic matters. His work must be seen in the context of the intellectual and scientific development of the 17th and early 18th centuries [Jones, 1982]. He had precursors, such as Boyle, who had to some extent already started using the writing techniques which were devel-oped by Newton. The Latin used by these early scientists as their *lingua franca* may also have influenced their writing in English [Banks, 2005c]. I have also suggested [Banks, 1999] that the nominalization of processes as a writing strategy was rapidly adopted in the physical sciences at this period, but that once adopted, the situation remained comparatively stable for about a century and a half. The biological sciences were much slower in taking on board this strategy, and did not attain a level comparable to that in the physical sciences until to-wards the end of the 19th century. In both cases the development of the use of nominalization seems to be linked to the moment when scientific activity in that field ceased to be purely descriptive, and became experimental. It may also be significant that at the end of the 19th century, nominalization was more

prevalent in English scientific research articles than it was in French [Banks, 2001].

### **3. The Corpus**

For the purposes of this study, I have analysed four scientific research articles dating from 1996, two from the physical sciences, and two from the biological sciences. For purposes of comparison, I have also analysed a physics article dating from 1910, and a biology article from 1913. Individual articles are identified by the first named author. Thus the 1996 physics articles are Lindsay and Shear, the 1996 biology articles are Sleigh and Krieger, the 1910 physics article is Millikan, and the 1913 biology article is Thompson. Table 1 shows the total number of nominalized processes in each article in terms of tokens and types, and the frequency of occurrence. A frequency of 1/14, means that one example of a nominalized process occurs on average once every 14 words of running text.

Table 1 – Tokens, types and frequency of nominalizations per article.

	Tokens	Types	Frequency
Lindsay	278	94	1/14
Shear	437	101	1/10
Sleigh	84	53	1/33
Krieger	238	63	1/12
Millikan	283	74	1/23
Thompson	128	49	1/22

Thus it can be seen that for the 1996 articles the frequency is normally of the order of one case of nominalization for 10 to 14 words of running text. Sleigh however seems to be an exception to this norm. For the earlier articles, the rate of nominalization is about one case per 22 words of running text. In view of the small size of this corpus, any conclusions that are based on it must necessarily be of a hypothetical nature; nevertheless it can be shown that the analyses of even very small corpora can have their own validity [Banks, 2005a].

### **4. Problems of Definition**

English is a language where the same orthographic form can be used for different word classes, and hence with differing meanings. This poses the question of what precisely counts as a nominalization in the corpus. Consider the following two examples:

*The time between dives and trawls was <4 h for 13 of the 16 comparisons.*

Conversely, if fish are herded into the trawl by the bridles and trawl doors and trawl doors and do not escape above or under the net, the catchability coefficient is >1.0 and abundance is overestimated.

In the first of these examples it is evident that *trawls* indicates the process of trailing the net across the sea floor. It is therefore a clear example of a nominalized

process. In the second example it is equally clear that *trawl* here means the instrument which is used in this operation. This then is not a nominalized process, and cases of this type are not included in the count of nominalized processes in this study. The following example, where the word *trawl* is used as a nominal modifier, is however less clear:

*Trawl distances (0.93-1.74 km/haul) and trawl speed (5.0-6.5 km/h) were calculated from position fixes with a global positioning system (GPS).*

Does *trawl* here mean the distance travelled and speed of the action of trawling, or the distance and speed of the instrument? Indeed, since the distance and speed of the action are *ipso facto* the same as the distance and speed of the instrument, can it be said to be in some sense both? There are no categorical answers to questions of this type, and these ambiguous cases have been included in the count of nominalized processes for the purposes of this study.

A further ambiguity which may arise is that between the process and its result. Consider the following example:

*Laboratory measurements of collision cross sections can supply the information necessary for the accurate modeling of these environments.*

Is *measurements* to be taken as the act of measuring, or as the result of the act of measuring? It is difficult to separate these two, in the sense that the measurement cannot exist unless the act of measuring has taken place, and once the act of measuring has taken place, the measurement exists. Cases of this type have also been included in the count of nominalized processes for the purpose of this study.

A further difficulty which arises in cases where the suffix *-ing* is added to the base form of the verb. These can be divided into those that are verbal nouns, and thus have nominal status, and those that are participles, and thus have verbal status, functioning as the predicator of a non-finite clause. While it is true that these forms present something more of a cline between nominal and verbal status, rather than a dichotomy between two types, the distinction is still valid, as long as the possibility of anomalous examples is born in mind (cf. also [Albrespit, 2002]). Hence in the following example:

*Trawl sampling confirmed their dominance: 72% of the rockfish caught were Pacific ocean perch*

'sampling' functions as the head of a noun group, which itself functions as subject of the clause. It is thus nominal and counts as a case of nominalization. In the following example however:

*To improve Pacific ocean perch biomass estimates from bottom-trawl surveys, manned submersibles and bottom trawls have been used since 1988 to study their substrate association and spatial distribution, and the efficiency of bottom trawls for sampling them*

'sampling' functions as the predicator of a non-finite clause, which has *them* as its complement. It is thus verbal, and is not a case of nominalization. The non-finite clause itself is rankshifted to function as the completive of a prepositional group, thus the clause has a nominal function, but not the predicator within it.

## 5. Types of Process

It is possible to categorize cases of nominalization in terms of the process type which they represent. For the purposes of this study the cases of nominalization found in the study will be categorized as one of five process types: material process (actions or events of a physical nature); mental process (events of a cerebral nature); relational process (states or static relationships); verbal process (communicative acts); and existential process (statement of existence) (cf. e.g. [Halliday, 2004; Matthiessen, 1995; Thompson, 1996; Banks, 2005b]). Table 2 gives the percentages of different process types for each article.

Table 2 – Percentages of process types by article.

	Mat.	Ment.	Rel.	Verb.	Exist.
Lindsay	78.7	16.0	3.2	2.1	-
Shear	86.0	9.0	2.0	3.0	-
Sleigh	75.5	17.0	-	5.7	1.9
Krieger	73.0	20.6	4.8	1.5	-
Millikan	60.8	31.1	5.4	2.7	-
Thompson	87.8	8.2	4.1	-	-

This table shows that there is no significant difference in the proportions of process types used, either between the physical and biological sciences, or over time. Material process accounts for the vast majority of process types in all the articles, ranging from 60% to 86%, with mental process accounting for most of the remainder. Where the percentage is a little higher than the norm, which is the case in two of the three biological article, this is at the expense of mental process; and in the one case where it is a little lower, the early 20th century physics article, this is to the benefit of mental process. In all cases, Material and mental process together account for more than 90%.

## 6. Morphological Type

There is a fairly wide range of morphological types which can be used to encode nominalized processes. The first case is that of semantic transfer, where the nominalization has the same orthographic form as the verb. This is a resource which English, as an analytical language can make great use of. Thus in the corpus we find *approach*, *catch*, *change*, *count*, *estimate*, *scatter*, *study*, etc. functioning as nouns. For example:

*In consequence, the approach adopted here was to work with some water vapor contamination and to make allowances for tis effect on the scattering measurement.*

*If rockfish did not react to the trawl gear, density estimates from submersible counts would have exceeded those from trawl catch ratesbecause approximately 50% of the rockfish were distributed above the 1.8 m height sampled by the net*

*In other instances, fluorogenic derivatives have relatively small Stokes shifts, making it difficult to discriminate fluorescence from elastic and inelastic scatter without sacrificing a large fraction of the fluorescence signal.*

The second resource which the language has at its disposal for forming nominalized processes is the addition of suffixes to the verbal base. As has already been seen, the suffix *-ing* can be used for the purpose of nominalization, though these have to be distinguished from participles which have the same orthographic form. Thus the corpus has examples of *cooling*, *grazing*, *labeling*, *modeling*, *stripping*, etc. functioning as nouns; for example:

*Rapid and efficient labeling of trace components in solution can be accomplished using fluorogenic compounds because a large molar excess of reagent can be used while still maintaining a nominally zero-level fluorescence background.*

*Diatoms follow until either silica depletion (in the south) or microzooplankton grazing (in the north) reduces their growth.*

Also used fairly extensively is the suffix *-ion*, which then gives nominalizations such as *contamination*, *derivatization*, *description*, *detection*, *reduction*, *variation*, etc.; for example:

*Although electrochemical detection can be used to measure natively electroactive transmitters at these levels, fluorogenic derivatization provides a means for measurement of a wide variety of species, including neuroactive amino acids and peptides.*

*During this time collisional and radioactive effects lead to a significant reduction in the excited-state contamination of the target.*

*The actual counts and biomass estimates are given to show the extent of variation in the samples, but most of the description will relate to mean values from these mixed-layer samples.*

There is also a rather smaller number of nominalizations in *-ment*; such as *agreement*, *improvement*, etc., for example:

*Integral cross sections obtained from these data are in good agreement with three of the four previous measurements of the total cross section.*

*Our measurements predict detection limits below 1000 molecules for multiphoton-excited fluorescence of fluorogen-labeled neurotransmitters used in concert with separation procedures, and improvement of ~100-fold compared to that possible with one-photon-excited fluorescence.*

The suffix *-ence/ance* supplies an even smaller number of nominalizations, such as *allowance*, *fluorescence*, *interference*, *preference*, etc. For example:

*Accurate indexing of Pacific ocean perch seems possible from bottom-trawl surveys because of their substrates preference and susceptibility to bottom-trawl gear.*

*The structure at 0.25°, which can only be clearly seen in the 0.5-KeV cross section, is probably due to a combination of classical trajectory effects and quantum interference.*

The last suffix which needs to be cited in this context is *-ure*, which also supplies a small number of cases, such as *procedure*:

*This procedure minimizes errors caused by uncertainty in the values of  $\phi$  and  $r$  at the sample.*

Some nominalized processes are related to a cognate verb, without having any recognizable suffix. Thus we find *analysis* (cognate with *analyse*), *passage* (cognate with *pass*), *behaviour* (cognate with *behave*), *growth* (cognate with *grow*), etc. For example:

*Bradykinin was reacted at 0.72  $\mu\text{M}$  with 0.55  $\mu\text{M}$  fluorescamine and was diluted to 0.36  $\mu\text{M}$  before analysis.*

*The first passage in May and the third from mid-July to early August took place in a northerly direction, with a sequence from north to south during the second half of June and early July.*

*Harden-Jones et al.(1977) attached acoustic tags to flatfish and monitored their behavior in response to trawl gear.*

Finally there are examples of nominalized processes where there is no corresponding cognate verb in English. Despite the fact that no cognate verb exists, these cases can still be classified as nominalized processes because their meaning is that of a process and not an entity. Examples of this sort of nominalization are *cycle* (obviously a verb *cycle* does exist, but not with the required sense), *flux*, *method*, *transect*, etc. For example:

*The method is founded on the basic assumption that catch per unit of effort (CPUE) is a function of stock density.*

*The RRS 'Discovery' made three meridional transects at 20°W, visiting sampling sites at 47, 52 and 60°N.*

*As a result of this neutralization-reionization cycle the initial proton flux becomes a mixture of protons and fast neutral atoms.*

Included in this category are a number of examples which have the ending *-ing*, but which, to the best of my knowledge, have no cognate verb; thus we find *gating* and *lasing*. Similarly, there are a number of examples of nominalization with the ending *-ion*, but which, again, have no cognate verb; examples are *fractionation*, *transition*, and *conjunction*.

The decision was taken to also include in the category a small number of cases of nominalization where the nominal form is cognate with a complex verb group made up of a verb and an adverbial particle. Examples of this are *break-down*, *input*, *output*, *readout*, *setup*, and *throughput*. This decision is arguable, but the numbers involved are so small that their inclusion does not significantly effect the results.

Table 3 gives the percentage distribution of the various morphological forms of the nominalizations for each of the articles.

It can be seen that the form of nominalization which is the most frequently used is that of suffixation with *-ion*. This is the most common form in all of the articles except Krieger where it is the second most frequent following semantic



transfer, where the nominalized form is orthographically identical with the verb. Semantic transfer, the commonest strategy in Krieger, is the second most common in all the other articles, with the exception of Shear. These two categories together account for 50% in Krieger, and well over that in many cases, almost 80% in the case of Thompson. In the case of Shear, the examples of semantic transfer are less numerous than the examples with no corresponding cognate verb. The use of nominalizations where there is no cognate verb seems fairly significant in the 1996 articles; only Lindsay has less than 10%. On the other hand, this form seems comparatively rare in the earlier articles. The two 1996 biological articles make significant use of the "others" category, that is those cases where there is a cognate verb, but no recognizable suffix. This form is comparatively rare in the 1996 physical articles and in the earlier articles. Two of the articles, Shear and Krieger, have a significant number of the *-ing* forms, but this form seems fairly marginal in all the others. None of the articles make significant use of suffixation in *-ment*, *-ence/ance*, or *-ure*. There seems to be a fairly strong correlation between the three physics articles (Lindsay, Shear and Millikan). The correlation between Lindsay and Millikan is particularly striking despite the difference of almost a century. Similarities between the three biological articles are however more difficult to find.

Table 3 – Percentage of morphological forms per article.

	sem.trans	-ing	-ion	-ment	-a/ence	-ure	others	non-cog
Lindsay	19.8	5.8	46.5	9.3	2.3	3.5	3.5	9.3
Shear	13.9	10.9	42.6	5.0	2.0	1.0	4.0	20.8
Sleigh	19.6	5.9	37.3	-	2.0	2.0	19.6	13.7
Krieger	27.4	12.9	22.6	6.5	3.2	-	12.9	14.5
Millikan	20.0	5.3	46.7	6.7	2.7	2.7	8.0	8.0
Thompson	14.6	6.3	64.6	2.1	2.1	2.1	6.3	2.1

## 7. Closing Remarks

In this short paper I hope to have shown the usefulness and the extent of nominalization as a resource in the construction of text in the scientific research article. I hope also to have shown that some of the possible resources are used extensively, and others marginally, and to have pointed out some of the differences and similarities between different scientific fields as well as differences and similarities over time.

## Notes

1. Some of the data used in this paper previously appeared in French in Banks, D. (2001). *Vers une taxonomie de la nominalisation en anglais scientifique*. In D. Banks (Ed.). *Le groupe nominal dans le texte spécialisé* (pp. 53-64). Paris: L'Harmattan.

2. This paper was presented at the Conference “Homo Legens” at Nizhni Tagil State Social Pedagogical Institute.

## References

Albrespit, J. (2002). Nominalisations du type a laugh, a win. *Travaux (CIEREC)*, 107, 47-63.

Banks D. (2001). Personality and Impersonality in the Writing of Jean Perrin. In M. Mémet & M. Petit (Eds.), *L'anglais de spécialité en France, Mélanges en l'honneur de Michel Perrin* (pp. 104-112). Bordeaux: GERAS.

Banks D. (2001). The Reification of Scientific Process: The development of grammatical metaphor in scientific discourse. In F. Mayer (ed.), *Language for Special Purposes: Perspectives for the new millennium*, vol. 2 (pp. 555-563). Tübingen: Gunter Narr.

Banks D. (2005a). The case of Perrin and Thomson: An example of the use of a mini-corpus. *English for Specific Purposes*, 24(2), 201-211.

Banks D. (2005b). *Introduction à la linguistique systémique fonctionnelle de l'anglais*. Paris: L'Harmattan.

Banks D. (2005c). On the historical origins of nominalized process in scientific text. *English for Specific Purposes*, 24(3), 247-257.

Banks, D. (1999). Aspects of the Development of Grammatical Metaphor in Scientific Writing. *Les Cahiers de l'APLIUT*, 19(1), 5-25.

Halliday, M. & Martin, J. R. (1993). *Writing Science, Literary and discursive power*. London: The Falmer Press.

Halliday, M. (1998). Things and Relations, Regrammaticising experience as technical knowledge. In J. R. Martin & R. Veel (Eds.), *Reading Science, Critical and Functional Perspectives on Discourses of Science* (pp. 185-235). London: Routledge.

Halliday, M. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.

Halliday, M. & Matthiessen, Ch. M. (1999). *Construing Experience through Meaning, A language-based approach to cognition*. London: Cassell.

Jones R. F. (1982). *Ancients and Moderns. A study of the rise of the scientific movement in seventeenth century England*. New York: Dover.

Matthiessen, Ch. (1995). *Lexicographical Cartography: English systems*. Tokyo: International Language Sciences Publishers.

Ravelli, L. J. (1988). Grammatical Metaphor: A initial analysis/ In E. H. Steiner & R. Veltman (Eds.), *Pragmatics, Discourse and Text, Some systematically-inspired approaches* (pp. 133-147). London: Pinter.

Thompson, G. (1996). *Introducing Functional Grammar*. London: Arnold.

Ventola E. (1996). Packing and Unpacking of Information in Academic Texts. In E. Ventola & A. Mauranen (Eds.), *Academic Writing, Intercultural and textual issues* (153-194). Amsterdam: John Benjamins.

## ТИПЫ НОМИНАЛИЗАЦИИ В НАУЧНЫХ АНГЛИЙСКИХ ТЕКСТАХ

Д. Бэнкс

*Университет Западной Бретани  
г. Брест, Франция  
david.banks@univ-brest.fr*

*Аннотация.* В статье рассматривается использование грамматической метафоры в виде номинализованных процессов в научно-исследовательской статье. Обсуждается понятие грамматической метафоры и рассматриваются трудности выявления примеров именуемых процессов. Классификация по типам процессов показывает, что, хотя за последнее столетие их использование возросло, распределение по типам процессов остается довольно стабильным. Классификация с точки зрения морфологии показывает, что, хотя существует довольно широкий спектр возможностей для формирования номинализации, некоторые из них довольно маргинальны, тогда как семантический перенос и суффиксация в *-ion* вместе составляют более половины выборки. В статье анализируются примеры использования грамматической метафоры в корпусе научных статей по биологии и физике с позиций системно-функциональной лингвистики. Сравнение статей, опубликованных в 1910, 1913 и 1996 годах, позволяет проследить рост числа номинализаций в текстах конца XX века по сравнению с аналогичным показателем в публикациях начала прошлого века.

*Ключевые слова:* грамматическая метафора, научный текст, номинализация, типы номинализации, научный дискурс, системно-функциональная лингвистика

### Список литературы

Albrespit, J. Nominalisations du type *a laugh, a win* / J. Albrespit. – Текст : непосредственный // *Travaux (CIEREC)*. – 2002. – Vol. 107. – P. 47–63.

Banks, D. Aspects of the Development of Grammatical Metaphor in Scientific Writing / D. Banks. – Текст : непосредственный // *Les Cahiers de l'APLIUT*. – 1999. – Vol. 19(1). – P. 5–25.

Banks, D. Introduction à la linguistique systémique fonctionnelle de l'anglais. – Paris : L'Harmattan, 2005b. – 128 p. – Текст : непосредственный.

Banks, D. On the historical origins of nominalized process in scientific text / D. Banks. – Текст : непосредственный // *English for Specific Purposes*. – 2005c. – Vol. 24(3). – P. 247–257.

Banks, D. Personality and Impersonality in the Writing of Jean Perrin / D. Banks. – Текст : непосредственный // *L'anglais de spécialité en France, Mélanges en l'honneur de Michel Perrin* / Ed. by M. Mémet, M. Petit. – Bordeaux : GERAS, 2001. – P. 104–112.

Banks, D. The case of Perrin and Thomson: An example of the use of a mini-corpus / D. Banks. – Текст : непосредственный // *English for Specific Purposes*. – 2005a. – Vol. 24(2). – P. 201–211.

Banks, D. The Reification of Scientific Process: The development of grammatical metaphor in scientific discourse / D. Banks. – Текст : непосредственный // *Language for Special Purposes: Perspectives for the new millennium* / Ed. by F. Mayer. – Tübingen : Gunter Narr, 2001. – Vol. 2. – P. 555–563.

Halliday, M. An Introduction to Functional Grammar / M. Halliday. – London : Arnold, 2004. – 689 p. – Текст : непосредственный.

Halliday, M. Things and Relations, Reagrammaticising experience as technical knowledge / M. Halliday. – Текст : непосредственный // *Reading Science, Critical and Functional Perspectives on Discourses of Science* / Ed. by J. R. Martin, R. Veel. – London : Routledge, 1998. – P. 185–235.

Halliday, M. Writing Science, Literary and discursive power / M. Halliday, J. R. Martin. – London : The Falmer Press, 1993. – 283 p. – Текст : непосредственный.

Halliday, M. Construing Experience through Meaning, A language-based approach to cognition / M. Halliday, Ch. M. Matthiessen. – London : Cassell, 1999. – 657 p. – Текст : непосредственный.

Jones, R. F. Ancients and Moderns. A study of the rise of the scientific movement in seventeenth century England / R. F. Jones. – New York : Dover, 1982. – 368 p. – Текст : непосредственный.

Matthiessen, Ch. Lexicographical Cartography: English systems / Ch. Matthiessen. – Tokyo : International Language Sciences Publishers, 1995. – 978 p. – Текст : непосредственный.

Ravelli, L. J. Grammatical Metaphor: A initial analysis / L. J. Ravelli. – Текст : непосредственный // *Pragmatics, Discourse and Text, Some systematically-inspired approaches* / Ed. by E. H. Steiner, R. Veltman. – London : Pinter, 1988. – P. 133–147.

Thompson, G. Introducing Functional Grammar / G. Thompson. – London : Arnold, 1996. – 328 p. – Текст : непосредственный.

Ventola, E. Packing and Unpacking of Information in Academic Texts / E. Ventola. – Текст : непосредственный // *Academic Writing, Intercultural and textual issues* / Ed. by E. Ventola, A. Mauranen. – Amsterdam : John Benjamins, 1996. – P. 153–194.

Получена: 23.01.2023

Принята: 21.02.2023

УДК 81'373.612.2

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ КОЛОРАТИВА VERT В СМИ ФРАНЦИИ**

**Е. Д. Бронникова**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
*qwerty96321478@gmail.com*

*Аннотация.* Данная статья посвящена рассмотрению колоративов в текстах СМИ Франции. В качестве материала исследования использованы разные контексты из СМИ Франции за период с 2008 года по 2023 год включительно. Исследование проведено в рамках когнитивно-дискурсивного подхода, подразумевающего анализ концептуальных признаков колоратива «vert» в экстралингвистическом контексте. Как показывает анализ, в СМИ Франции широко востребованы колоративы, вербализующие признаки концепта VERT. При этом наиболее востребованы восемь концептуальных признаков: «зеленый цвет», «связанный с чистой средой жизнедеятельности», «связанный с экологическим движением», «растительные компоненты ландшафтного дизайна», «безопасность», «сильный гнев», «галантность», «мобильная связь». Не все концептуальные признаки, актуализируемые в современных СМИ Франции, представлены в описании плана содержания анализируемой лексики в лексикографических источниках, что свидетельствует о том, что когнитивный подход расширяет возможности по изучению актуальной семантики колоративов. Актуализация признаков реализуется с помощью трех когнитивных операций: денотативная проекция (прямая номинация), метафорическая проекция (вторичная номинация) и метонимическая проекция (вторичная номинация).

*Ключевые слова:* колоратив; СМИ Франции; цветообозначение; концептуальный анализ; зеленый; признаки концепта.

### **1. Введение**

В последние десятилетия наблюдается повышенный интерес лингвистов к проблемам когнитивной семантики. Лингвисты демонстрируют устойчивый интерес к изучению отдельных концептов в частности и концептуальной картины мира в целом. Значимыми компонентами концептуальной картины мира в любой лингвокультурной общности являются концепты цвета, репрезентированные в различных языках с помощью колоративов.

Цвет играет большое значение в жизни человека. Установлено, что цвет может влиять на наше с вами настроение, менять эмоции, оказывать влияние на нашу активность, а также может вызывать подсознательные ассоциации. По этой причине исследования в области цвета очень распространены среди психологов и лингвистов.

Актуальность данной работы определяется тем, что колоративы являются важным инструментом создания эмоциональной окраски в текстах и

передаче информации читателю или зрителю. Колоративы могут быть использованы для усиления эффекта сообщаемой новости, создания определенного настроения или оттенка события, а также для привлечения внимания аудитории.

В истории лингвистики именно колоративы нередко служили образцом для демонстрации постулатов новых лингвистических теорий. Колоративы также являются одним из важных инструментов привлечь внимание читателей и зрителей к новостям и статьям в дискурсе СМИ. Лексемы цветообозначения используются для выделения ключевых моментов в новостной статье, для создания эмоционального настроения у читателей или для привлечения внимания к определенной проблеме.

Объект исследования – колоративы в СМИ Франции.

Предметом данной исследовательской работы являются когнитивно-дискурсивные особенности употребления колоративов в СМИ Франции.

Цель данного исследования – выявление когнитивно-семантических особенностей употребления колоративов в средствах массовой информации Франции.

Научная новизна исследования заключается в том, что большинство исследований, проделанных ранее, выполнены на основе художественной литературы, в то время как цветовым обозначениям в дискурсе СМИ уделялось недостаточное внимание. В нашей работе впервые изучается когнитивно-дискурсивная специфика использования колоратива *vert* в современных СМИ Франции.

## **2. Материал и методика исследования**

Большинство современных исследований колоративов основывается на материале художественной литературы [Антонова, 2021; Бабулевич, 2014; Горжая, 2021; Катермина, Комогорцева, 2021; Колягина, Захарова, 2021; Кривошлыкова, 2018; Лысоиваненко, 2018; Мартьянова, 2011; Масолова, 2017; Ольхова, 2019; Садриева, 2016; Федорова, 2017], в то время как анализу колоративов в СМИ не уделяется достаточного внимания. Материалом для настоящей работы послужил корпус из 100 колоративов, использованных в электронных СМИ Франции («Le Figaro», «Libération», «Le Monde», «Le Parisien» и др.). Хронологические рамки выборки охватывают период 2008–2023 гг.

Методология настоящего исследования основывается на положениях когнитивно-дискурсивного подхода к языку (Н. Н. Болдырев, Т. А ван Дейк, Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, А. П. Чудинов). В процессе исследования использовались методы дискурсивного анализа, концептуального анализа, классификации, обобщения, описания, выборки.

Использование когнитивного метода подразумевает два обязательных шага: первый реализуется на уровне эмпирических данных, второй – на ментальном уровне. Как отмечает Э. В. Будаев, «на первом уровне осуществля-

ется обработка эмпирических данных с помощью методик исследования физиологии, поведения или знаковых систем, а на втором уровне реализуется когнитивное моделирование на основе данных, полученных на первом уровне» [Будаев, 2020а, с. 170]. Применительно к нашему материалу необходимо через анализ колоративов в дискурсе СМИ перейти к анализу концептуальных признаков, объективируемых в современных французских медиатекстах.

Таким образом, методика концептуального анализа колоративов подразумевает инвентаризацию концептуальных признаков, актуализованных в СМИ, а также их описание в когнитивном и дискурсивном аспектах.

### **3. Колоративы как объект лингвистического исследования**

В лингвистике цветообозначениям традиционно уделяется большое внимание. Цветовая лексика – универсальное явление и важная аксиологическая составляющая разных лингвокультур. Рассмотрим существующие подходы к определению подобной лексики.

Как утверждает Р. М. Фрумкина, «цветонаименования – слова, имеющие в качестве денотата цветоощущения» [Фрумкина, 1984, с. 6].

В. В. Катермина пишет, что «колоративы – это слова, имеющие значение цвета. Колоратив – это языковая или речевая единица, чей корневой морф семантически или этимологически связан с цветонаименованием» [Катермина, 2021, с. 65]. Колоративная лексика описывает разнообразные оттенки цвета и выполняет различные задачи. Она может присваивать отдельным языковым и речевым средствам символическое значение.

Существует несколько типов колоративов. Первый тип – это «первичные» колоративы, то есть прилагательные, которые имеют значение цвета. Этот тип является наиболее распространенным в цветообозначениях. Второй тип колоративов содержит цветные названия, которые образуются в результате метафорического переноса [Василевич и др., 2005]. Эту классификацию можно принять в качестве рабочей, если не ограничивать колоративы на уровне языка прилагательными. Концепты, репрезентирующие цвета, могут реализовываться на языковом уровне разными частями речи.

Как отмечают Ю. О. Рубан и Е. С. Мучкина, «колоратив — это не ограниченный набор цветообозначений, а нестабильная группа слов, которая постоянно изменяется за счет вторичных колоративов» [Рубан, Мучкина, 2020, с. 270]. Таким образом, постоянное взаимодействие концептуальных признаков приводит к изменению объема концепта.

Данный процесс можно отследить только через анализ актуального дискурса, под которым понимается «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами» [Арутюнова, 1990, с. 136]. В. И. Карасик рассматривает дискурс с двух позиций. С позиций лингвистики речи «дискурс — это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множе-

ством отклонений от канонической письменной речи», а с точки зрения социолингвистики «дискурс — это общение людей, рассматриваемое с позиций их принадлежности к той или иной социальной группе или применительно к той или иной типичной речеповеденческой ситуации» [Карасик, 2002, с. 177].

Символическое значение лексической единицы, обозначающей цвет, напрямую связано с образными ассоциациями и коннотациями, определяющими универсалии, но при этом важно учитывать лингвокультурологический аспект. Колоративы входят в состав национальной картины мира, но их интерпретация может значительно различаться в разных лингвокультурах. В исследованиях лингвистов указывается, что во многих языках существуют существенные различия в формировании вторичного значения лексических единиц, обозначающих цвет. Так, семантическая специфика названий цветов «белый» и «черный» в русском языке отличается от их лексических и семантических эквивалентов, например, в английском языке. Если мы имеем в виду первичное значение, то приводится дословный перевод: «черный стол» в английском языке совпадает с русским «черный стол». Когда речь заходит о вторичном значении слова, то русскоязычные сочетания «черная меланхолия, черные мысли, черная работа» (которые по-русски звучат как «черная меланхолия, черные мысли, черная работа») имеют такие эквиваленты в английском языке, как «глубокая меланхолия, мрачные мысли и неквалифицированный труд» [Ахманова, 2017, с. 296].

В культуре отношение к цвету как к наиболее важной характеристике объектов окружающего мира определяется физиологической способностью человека воспринимать цвета. Спектр излучения и поглощения световых волн, определяющий цвет, везде одинаков, как и физиологические способности представителей разных народов, поэтому колоративы в разных языках обладают рядом универсальных черт. В частности, одной из этих черт является взаимосвязь между категориями цвета и освещенности. Слово “цвет” в русском языке могло бы быть этимологически связано со словом “свет”. Это наиболее вероятно, если принять во внимание индоевропейское чередование задних согласных.

Важнейшей всеобъемлющей особенностью цветового мировоззрения является существование тесной связи между идеей конкретного объекта, представляющего определенный цвет (например, огонь, дым, роза, кровь и т.д.), и идеей конкретного цвета. По мнению лингвистов, требуется значительный период, чтобы появилась новая лексическая единица, обозначающая объект определенного цвета, и дальнейшее использование этой единицы для представления нового названия цвета.

Как показывает обзор, в лингвистике доминирует структурно-семантический подход к колоративам, который основывается на изучении содержания колоратива как лексической единицы с содержанием, отраженным в



лексикографических источниках. Особенность когнитивного подхода заключается в рассмотрении колоратива в языке как отражение концепта в сознании человека. Концепт представлен набором признаков, которые актуализируются в дискурсе, и могут быть смоделированы.

#### **4. Концептуальные признаки колоратива *vert***

Анализ колоратива *vert* (*зелёный*) позволил выявить восемь основных признаков концепта VERT, востребованных в современных медиатекстах Франции.

**Признак 1.** «Зеленый цвет». Ожидаемо, что базовый признак концепта VERT связан с обозначением объектов зеленого цвета, что традиционно описывается как первичное значение данной лексемы. Ср.:

1. *Le vert de l'iris de certains chats peut être lié à un manque de mélanine* (Le Figaro. 25.01.2023).

*Зеленая радужка некоторых кошек может быть связана с недостатком меланина.*

2. *Quelle cuisson pour les lentilles vertes* (Le Figaro, 10.01.2023).

*Какая выпечка для зеленой чечевицы.*

3. *Comment congeler des haricots verts frais* (La Rédaction, 15.09.2022).

*Как заморозить свежую зеленую фасоль.*

4. *Des châtaignes marron, des feuilles vertes... Quand doit-on mettre un «s» aux adjectifs de couleur? Le Figaro fait le point sur cet accord* (Le Figaro, 06.03.2023).

*Коричневые каштаны, зеленые листья... когда в прилагательных, обозначающих цвет, следует ставить букву «s».*

5. *Le vert et le bleu s'invitent dans notre dressing cette saison* (La Rédaction, 23.11.2022).

*Зеленый и синий цвета приглашаются в нашу гардеробную в этом сезоне.*

6. *Paris-Nice: le maillot vert Mads Pedersen contraint à l'abandon* (Le Figaro, 11.03.2023).

*Париж–Ницца: зеленая майка Мадса Педерсена вынуждена отказаться.*

**Признак 2.** «Связанный с чистой средой жизнедеятельности». Лексема «vert» часто используется для привнесения смыслов, связанных с экологически чистой средой. Данный признак сформировался в результате метонимической проекции, при которой зеленая растительность ассоциируется с экологически благоприятной средой. Ср.:

1. *«Alors que Paris va déjà si mal, le bois de Vincennes, son poumon vert, est en péril»* (Le Figaro, 13.12.2022).

*В то время как в Париже и так все плохо, Венсенский лес, его зеленое легкое, находится под угрозой.*

2. *Cartier, Panerai, IWC... Quand le temps vire au vert* (Le Figaro, 07.04).

*Cartier, Panerai, IWC... когда погода станет зеленой*

В современных СМИ Франции популярна тема «зеленой» энергии и «зеленой» энергетики. Под «зелёной» энергией понимается возобновляемая энергия из процессов, постоянно происходящих в окружающей среде, которые являются практически неисчерпаемыми. Извлечение «зеленой» энергии не приводит к загрязнению окружающей среды по сравнению с традиционными методами получения энергии. Ср.:

Энергетика:

1. *L'horizon se dégage en Bourse pour les énergies vertes* (Le Figaro, 09.12.2022).

*Горизонт открывается на фондовой бирже для зеленой энергии.*

**Признак 3.** «Связанный с экологическим движением».

Колоратив «vert» используется в политическом контексте для обозначения экологической партии или «зеленого» движения в целом.

Зеленая революция:

1. *Crise alimentaire: une alliance pour une “révolution verte» à Rome* (Libération, 4.05.2008).

*Продовольственный кризис: Альянс за “зеленую революцию « в Риме.*

Политическая партия:

1. *Les Verts comptent sur leur congrès pour sortir du brouillard* (Le Figaro, 24.11.2022).

*Зеленые рассчитывают на то, что их Конгресс выйдет из тумана.*

2. *Relégués au second plan à gauche, les Verts se cherchent un nouveau chef* (Le Figaro, 21.10.2022).

*Отодвинутые на второй план слева, зеленые ищут себе нового лидера.*

3. *Chez les Verts, trois candidates favorites pour succéder à Julien Bayou* (Le Figaro, 21.10.2022).

*У зеленых три любимых кандидата-женщины на место Жюльена Байу.*

Рассматриваемый признак актуализируется при обозначении движения экологов за борьбу с загрязнением планеты в частности и деятельностью экологических организаций в целом. Примечательно, что во французских СМИ данный признак нередко используется в пейоративных смыслах. Ср.

1. *Pagaille dans les fonds verts* (Le Figaro, 31.03.2023).

*Беспредел в зеленых фондах.*

*«Funérailles verts»: une députée macroniste veut autoriser le «compostage humain»* (Le Figaro, 11.02.2023).

*«Зеленые похороны»: депутат-макронист хочет разрешить «компостирование человека».*

Негативные контексты свидетельствуют о том, что политическая деятельность экологов и экологическая повестка в дискурсе политиков рассматриваются в отрыве от реальной деятельности по защите природы, которую всегда оценивают положительно. В текстах СМИ находит отражение понимание того, что экологические политические лозунги и экологическая

деятельность – далеко не одно и то же. Лексемы в первом случае и во втором случае связаны с разными концептуальными признаками, поэтому они приносят в дискурс противоположные оценки.

**Признак 4.** «Растительные компоненты ландшафтного дизайна». Лексема «vert» также используется при описании архитектуры и дизайна, в которых используются зеленые насаждения в качестве элементов декора или ландшафтных элементов.

1. *Le Havre est une ville industrielle et portuaire mais qui offre une qualité de vie grâce à la mer et à ses espaces verts* (Le Figaro, 22.01.2023).

*Гавр – это промышленный и портовый город, но он предлагает высокое качество жизни благодаря морю и его зеленым пространствам.*

2. *Pour Pierre Liscia, élu dans le XVIII<sup>e</sup> arrondissement, l'intention est louable mais Anne Hidalgo est personnellement responsable du manqué d'espaces verts dans la capitale* (Le Figaro, 14.06.2019).

*Для Пьера Лишиа, избранного в восемнадцатом округе, это намерение похвально, но Анн Идальго несет личную ответственность за нехватку зеленых насаждений в столице.*

3. *Le Figaroscope vous éclaire sur ces espaces verts de nouveau accessibles* (Le Figaro, 28.05.2020).

*Фигароскоп освещает вам эти вновь доступные зеленые насаждения*

**Признак 5.** «Безопасность». Лексема «vert» используется для обозначения зеленого света как знака безопасности.

1. *Microbiome: feu vert aux premiers médicaments* (Le Figaro, 26.12.2022).

*Микробиом: зеленый свет первым лекарствам.*

2. *Feu vert de l'UE sur l'aide à l'Ukraine* (Le Figaro, 15.12.2022).

*ЕС дал зеленый свет на помощь Украине.*

**Признак 6.** «Сильный гнев». Колоратив vert используется для отображения сильного гнева (в русском языке аналог – «зеленеть от злости»).

1. *Vertes de rage sur tapis rouge.* (Libération, 23.05.2022).

*Зеленые от ярости на красной ковровой дорожке.*

**Признак 7.** «Галантность». Лексема «vert» обозначает также характеристику человека, который живет на широкую ногу, пользуется популярностью среди дам.

1. *Leonardo DiCaprio, le vert galant* (Libération, 23.09.2015).

*Леонардо Ди Каприо, зеленый галант.*

*«Le vert galant» – это французское выражение, которое дословно переводится как «зеленый галантный». Такое название было дано герцогу-королю Генриху IV за его множественные любовные связи и подвиги во время правления Францией в конце 16-го и начале 17-го века. С тех пор это выражение стало символом галантного и щедрого мужчины, который ведет свою жизнь на полную катушку.*

**Признак 8.** «Мобильная связь». В СМИ Франции были найдены такие примеры, когда «Vert» употреблялось для обозначения бесплатного номера телефона или горячей линии.

1. *Pour la Macronie, il y a «le bon numéro vert et le mauvais numéro vert»* (Libération, 6.01.2023).

2. *Canicule: le gouvernement active le numéro vert.* (Figaro, 13.07.2022).

Таким образом, слово «vert» имеет широкий спектр признаков, проявляемых в словах французского языка.

### **5. Типы когнитивных проекций, задействованных при актуализации концепта VERT**

При функционировании когнитивных структур важную роль играют когнитивные проекции, которые осуществляются путем переноса содержания между концептами.

Исследованный материал позволяет выделить три типа когнитивных проекций, задействованных при актуализации концепта VERT в современных СМИ Франции.

Первый тип. Денотативная проекция.

При денотативной проекции концептуальный признак колоратива переносится на признак концепта-мишени, что на речевом уровне проявляется в употреблении лексемы в первичном значении.

1. *Pour profiter de la nature et continuer à entretenir sa main verte même pendant l'hiver, il vous suffit d'aménager un jardin d'hiver* (Le Figaro, 10.01.2023).

*Чтобы наслаждаться природой и продолжать ухаживать за своей зеленью даже зимой, вам просто нужно благоустроить зимний сад.*

2. *Ce chat se distingue par son pelage brun et ses yeux vert olive* (Le Figaro, 14.10.2022).

*Эта кошка отличается коричневой шерстью и оливково-зелеными глазами.*

3. *Accessoires: le rayon vert* (Le Figaro, 24.05.2022).

*Аксессуары: зеленый луч.*

4. *Bleues ou vertes, elles illuminent le ciel de l'hémisphère nord* (Le Figaro, 05.11.2021).

*Синие или зеленые, они освещают небо Северного полушария.*

5. *Soit plus d'un demi-milliard pour de simples tee-shirts jaunes et verts* (Le Figaro, 07.04.2023).

*То есть более полумиллиарда на простые желто-зеленые футболки.*

Второй тип. Метафорическая проекция.

В основе «метафоризации» лежит процесс взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доменов – сферы-источника (source domain) и сферы-мишени (target domain). В результате однонаправленной метафорической проекции (metaphorical mapping) из сферы-источника в сферу-мишень сформировавшиеся в результате опыта

взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры» [Будаев, 2020б, с. 59]. Таким образом, при метафорической проекции концептуальные признаки колоратива переносятся из сферы-источника в сферу-мишень на основе аналогии, что на речевом уровне проявляется в употреблении лексемы во вторичном (метафорическом) значении. Ср.:

1. *Alors que Paris va déjà si mal, le bois de Vincennes, son poumon vert, est en péril* (Le Figaro, 13.12.2022).

*В то время как в Париже и так все плохо, Венсенский лес, его зеленое легкое, находится под угрозой.*

2. *Microbiome: peu vert aux premiers médicaments* (Le Figaro, 26.12.2022).  
*Микробиом: зеленый свет первым лекарствам.*

Третий тип. Метонимическая проекция.

В когнитивной лингвистике иногда смешивают метафору и метони-мию, ссылаясь на широкое понимание метафоры в теории концептуальной метафоры. Однако Дж. Лакофф и М. Джонсон четко обозначали, что «метафора и метонимия — это разные виды процессов. Метафора — это прежде всего способ постижения одной вещи в терминах другой, и таким образом ее основная функция заключается в обеспечении понимания. С другой стороны, метонимии присуща в основном референциальная функция, т. е. она позволяет одной сущности заменять другую» [Лакофф, Джонсон, 2004, с. 62]. При метонимической проекции концептуальные признаки колоратива переносятся на признак концепта-мишени на основе смежности признаков внутри концепта или иной когнитивной структуры (фрейма), что на речевом уровне проявляется в употреблении лексемы во вторичном (метонимическом) значении.

1. *Leonardo DiCaprio, le vert galant* (Libération, 23.09.2015).

*Леонардо Ди Каприо, зеленый галант.*

2. *Canicule: le gouvernement active le numéro vert* (Le Figaro, 13.07.2022).

*Жара: правительство активизирует зеленый номер.*

## **6. Заключение**

Как показывает анализ, в СМИ Франции широко востребованы колоративы, вербализующие признаки концепта VERT. При этом наиболее востребованы восемь концептуальных признаков:

Признак 1. «Зеленый цвет»,

Признак 2. «Связанный с чистой средой жизнедеятельности».

Признак 3. «Связанный с экологическим движением».

Признак 4. «Растительные компоненты ландшафтного дизайна

Признак 5. «Безопасность».

Признак 6. «Сильный гнев».

Признак 7. «Галантность».

Признак 8. «Мобильная связь».

Важно отметить, что не все концептуальные признаки, актуализируемые в современных СМИ Франции, представлены в описании плана содержания анализируемой лексемы в лексикографических источниках, что свидетельствует о том, что когнитивный подход расширяет возможности по изучению актуальной семантики колоративов. Динамический характер семантики цветообозначений требует дискурсивного подхода к анализу колоративов, с целью отслеживания новообразований. Таким образом, когнитивно-дискурсивный подход демонстрирует возможности изучения процессов функционирования колоративов в современном французском языке, недоступные в структурной парадигме.

Расширение когнитивно-семантического объема колоратива *vert* реализуется с помощью набора когнитивных операций, а именно разного рода проекций. Актуализация признаков реализуется с помощью трех когнитивных операций: денотативная проекция (прямая номинация), метафорическая проекция (вторичная номинация) и метонимическая проекция (вторичная номинация). Показательно, что подавляющее число примеров со вторичным значением основаны на метонимической, а не метафорической проекции.

### **Список литературы**

Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова. – Текст : непосредственный // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

Антонова, М. В. Колоратив «белый» в романе И. С. Тургенева «Дворянское гнездо» / М. В. Антонова, С. Х. Алмалчи хамид. – Текст : непосредственный // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2021. – № 4. – С. 84–86.

Ахманова, О. С. Очерки по общей и русской лексикологии / О. С. Ахманова. – Москва : Наука, 2017. – 296 с. – Текст : непосредственный.

Бабулевич, С. Н. Цветообозначение как средство реализации концепта «Родина» в художественной картине мира : специальность 10.02.01 «Русский язык» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Бабулевич Светлана Николаевна ; Казанский федеральный университет. – Калининград, 2014. – 181 с. – Текст : непосредственный.

Будаев, Э. В. Когнитивный метод: принцип двухуровневой структуры / Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2020а. – № 2 (41). – С. 169–174.

Будаев, Э. В. Сопоставительная политическая метафорология / Э. В. Будаев. – Санкт-Петербург : Научное издание, 2020б. – 464 с. – Текст : непосредственный.

Василевич, А. П. Цвет и название цвета в русском языке / А. П. Василевич, С. Н. Кузнецова, С. С. Мищенко. – Москва : КомКнига, 2005. – 216 с. – Текст : непосредственный

Горжая, А. А. «Цветовая картина мира»: семантика колоративов в прозе Маргарет Этвуд / А. А. Горжая. – Текст : непосредственный // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2021. – № 3. – С. 104–113.

Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. – Текст : непосредственный.

Катермина, В. В. Колоративная лексика в художественном пространстве произведений Оскара Уайльда / В. В. Катермина, А. С. Комогорцева. – Текст : непосредственный // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. – 2021. – № 7. – С. 64–69.

Колягина, Т. Ю. Структурно-семантические модели сложных колоративов в цикле рассказов Е. Д. Айпина «Река-в-январе» / Т. Ю. Колягина, А. И. Захарова. – Текст : непосредственный // Филологический вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2021. – № 3. – С. 13–22.

Кривошлыкова, Л. В. Колоратив черный в романе писателя-билингва Владимира Набокова «Камера обскура. Laughter in the dark» / Л. В. Кривошлыкова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. № 1. – С. 129–138.

Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с. – Текст : непосредственный.

Лысоиваненко, Е. Г. Приёмы актуализации значений колоративов в прозе М. А. Булгакова / Е. Г. Лысоиваненко. – Текст : непосредственный // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2018. – № 2 (22). – С. 70–76.

Мартьянова, Н. А. Полевое описание элокутивных колоративов (на материале произведений А. И. Куприна) / Н. А. Мартьянова. – Абакан : Хакасский гос. ун-т им. Н. Ф. Катанова, 2011. – 146 с. – Текст : непосредственный.

Масолова, Е. А. Колоративы в системе дискурсивных стратегий повествования Л. Н. Толстого (на материале романа «Воскресение») / Е. А. Масолова. – Текст : непосредственный // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2017. – Т. 159. – № 1. – С. 92–106.

Ольхова, О. Н. Особенности колоративной лексики в художественных произведениях Ирины Муравьевой / О. Н. Ольхова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – № 7. – С. 138–142.

Рубан, Ю. О. Структурно-семантический и прагматический аспекты использования колоративов в английской и испанской детской литературе / Ю. О. Рубан, Е. С. Мучкина. – Текст : непосредственный // Вопросы переводоведения, межкультурной коммуникации и зарубежной литературы :

сборник научных статей. – Чебоксары : Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2020. – С. 269–275.

Садриева, К. Э. Семантика адъективных колоративов в художественной прозе А.И. Куприна и А.С. Серафимовича / К. Э. Садриева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2016. – Т. 15. – № 3. – С. 111–118.

Федорова, Т. В. Колоративы в поэтических текстах А. К. Толстого / Т. В. Федорова. – Текст : непосредственный // Вестник Брянского государственного университета. – 2017. – № 3. – С. 231–236.

Фрумкина, Р. М. Цвет, смысл, сходство / Р. М. Фрумкина. – Москва : Наука, 1984. – 175 с. – Текст : непосредственный.

Получена: 19.01.2023

Принята: 11.02.2023

## CONCEPTUAL FEATURES OF COLORATIVE *VERT* IN THE FRENCH MEDIA

**E. D. Bronnikova**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*law-kate1996@yandex.ru*

*Abstract.* This article deals with colour terms in the texts of the French media. Contexts from the French media for the period from 2008 to 2023 were used as a research material. The study was carried out within the framework of the cognitive-discursive approach, which involves the analysis of the conceptual features of the "vert" colorative in an extralinguistic context. As the analysis shows, the French media are in great demand for colorings that verbalize the features of the VERT concept. At the same time, eight conceptual features are most in demand: "green color", "associated with a clean environment", "associated with the environmental movement", "plant components of landscape design", "security", "strong anger", "chivalry", "mobile connection". Not all conceptual features updated in modern French media are presented in the description of the content plan of the analyzed lexeme in lexicographic sources, which indicates that the cognitive approach expands the possibilities for studying the actual semantics of color naming. The actualization of features is implemented using three cognitive operations: denotative projection (direct nomination), metaphorical projection (secondary nomination) and metonymic projection (secondary nomination).

*Key words:* political discourse, Russian media, conceptual metaphor, D.Trumps image, metaphorical image.

### References



Arutyunova, N. D. (1990). *Lingvističeskij enciklopedičeskij slovar'* [Linguistic encyclopedic dictionary]. In V. N. Yarceva (Ed.). *Linguistic encyclopedic dictionary* (pp. 136-137). Moscow: Sovetskaya enciklopediya.

Antonova, M. V. (2021). *Kolorativ «belyj» v romane I. S. Turgeneva «Dvoryanskoe gnezdo»* [The «colorative white» in I.S. Turgenev's novel «the noble nest»]. *Scientific notes of the Orel State University*, 4, 84–86.

Ahmanova, O. S. (2017). *Očerki po obščej i russkoj leksikologii* [Essays on general and Russian lexicology]. Moscow: Nauka.

Babulevič, S. N. (2014). *Cvetooboznačenie kak sredstvo realizacii koncepta «Rodina» v hudožestvennoj kartine mira S. Yesenina* [Color designations as a means of realizing the concept of "Homeland" in the artistic picture of the world S. Yesenina]. [Candidate Dissertation, Kazan Federal University].

Budaev, E. V. (2020). Kognitivnyj metod: princip dvuhurovnevoj struktury [Cognitive method: two-level structure principle]. *Kognitivnye issledovanija jazyka*, 2 (41), 169–174.

Budaev, E. V. (2020). *Sopostavitel'naya političeskaya metaforologija* [Comparative political metaphorology]. Saint Petersburg: Naukoemkie tehnologii.

Vasilevič, A. P. (2005) *Cvet i nazvanie cveta v russkom jazyke* [Color and color names in Russian]. Moscow: KomKniga.

Gorzhaya, A. A. (2021). «Cvetovaya kartina mira»: semantika kolorativov v proze Margaret Etvud [The color picture of the world]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 104–113.

Karasik, V. I. (2002). *Jazykovoju krug: ličnost', koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena.

Katermina, V. V. (2021). Kolorativnaya leksika v hudožestvennom prostranstve proizvedenij Oskara Uajl'da [Colorative vocabulary in the artistic space of Oscar Wilde's works]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty izučeniya rečevoj deyatelnosti*, 7, 64–69.

Kolyagina, T. Y. (2021). Strukturno-semantičeskije modeli složnyh kolorativov v cikle rasskazov E. D. Ajpina «Reka-v-yanvare» [Structural and semantic models of complex coloratives in the cycle of short stories by E. D. Aipin «River-in-January»]. *Filologičeskij vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta*, 3, 13–22.

Krivoshlykova, L. V. (2018) Kolorativ černyj v romane pisatelya-bilingva Vladimira Nabokova «Kamera obskura. Laughter in the dark» [The color black in the novel by bilingual writer Vladimir Nabokov «Laughter in the dark»]. *Aktualnye problemy filologii i pedagogičeskoj lingvistiki*, 1, 129–138.

Lakoff, G. & Johnson, M. (2004). *Metaforj, kotorymi my živem* [Metaphors We Live by]. Moscow: Editorial URSS.

Lysoivanenko, E. G. (2018). Priomy aktualizacii značenij kolorativov v proze M. A. Bulgakova [Techniques for updating the meanings of coloratives in

the prose of M. A. Bulgakov]. *Uchenye zapiski nacional'nogo obshchestva prikladnoj lingvistiki*, 2 (22), 70–76.

Mart'yanova, N. A. (2011). *Field description of eloquent coloratives* [Candidate Dissertation, Khakass University].

Masolova, E. A. (2017). Kolorativy v sisteme diskursivnykh strategij povestvovaniya L. N. Tolstogo [Coloratives in L. N. Tolstoy's System of discursive Narrative Strategies]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta*, 1, 92–106.

Ol'hova, O. N. (2019) Osobennosti kolorativnoj leksiki v hudozhestvennykh proizvedeniyah Iriny Murav'evoy [Features of the colorative vocabulary in the works of Irina Muravyeva]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 7, 138–142.

Ruban, Y. O. (2020). Strukturno-semanticheskij i pragmaticheskij aspekty ispol'zovaniya kolorativov v anglijskoj i ispanskoj detskoj literature [Structural-semantic and pragmatic aspects of the use of coloratives in English and Spanish children's literature]. In *Voprosy perevodovedeniya, mez'kul'turnoj kommunikacii i zarubezhnoj literatury* (pp. 269–275). Cheboksary: Chuvashskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet.

Sadrieva, K. E. (2016). Semantika adektivnykh kolorativov v hudozhestvennoj proze A. I. Kuprina i A. S. Serafimovicha [Semantics of adjectival coloratives in the fiction of A. I. Kuprin and A.S. Serafimovich]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 111–118.

Fedorova, T. V. (2017). Kolorativy v poeticheskikh tekstah A. K. Tolstogo [Coloratives in the poetic texts of A. K. Tolstoy]. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 231–236.

Frumkina, R. M. (1984) *Cvet, smysl, skhodstvo* [Color, meaning, similarity]. Moscow: Nauka.

Submitted: 19.01.2023

Accepted: 11.02.2023

УДК 81'373.612.2

**МОНАРХИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ  
КАК МЕХАНИЗМ  
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ Д. ТРАМПА  
В СМИ РОССИИ**

**Э. В. Будаев**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
*aedw@rambler.ru*

*Аннотация.* В статье рассматривается метафорическая модель со сферой-источником «Монархия», задействованная в российских СМИ для концептуализации Д. Трампа. Материалом для настоящей работы послужил корпус из 150 метафор, использованных в СМИ России за период 2015–2022 гг. Методология исследования основывается на положениях когнитивно-дискурсивного подхода к языку, когнитивной теории метафоры, теории метафорического моделирования. Хотя монархическая метафора традиционно не относится к самым частотным сферам-источникам, анализ показал, что в российских СМИ данная метафорическая модель оказалась широко востребована. При концептуализации политики Д. Трампа использовались метафоры, относящиеся к фреймам «Номинации монарха», «Семья монарха», «Коронация», «Атрибуты монаршей власти», «Свита монарха». В российских СМИ сформировалось представление о самостоятельности Д. Трампа, способного принимать независимые политические решения, что позволяет проводить аналогии между президентом США и монархом.

*Ключевые слова:* политический дискурс; СМИ России; концептуальная метафора; образ Д. Трампа; метафорический образ

## **1. Введение**

В современной политической лингвистике наблюдается значительный интерес исследователей к проблеме концептуализации политиков в дискурсе СМИ [Вагенляйтнер, Никитина, 2014; Кислицына, Мельниченко, 2020; Руженцева, 2019; Стексова, 2012; Таратынова, 2009; Хачмафова, Погребняк, 2018; Шаманская, Шарманова, 2015]. Особенно активно изучаются образы руководителей государств, оказывающих ощутимое влияние на формирование внутренней и внешней политики своих стран в частности и мировой политики в целом [Алексеева, 2021; Лавриненко, Будаев, 2022; Лингвокультурные типажи, 2016; Михневич, 2021; Плотникова, Кипина, 2016; Рашупкин, 2022; Шуйская, Анисимов, Дроздова, 2021; Seliverstova et al., 2021]. Специалисты сходятся во мнении, что исследование концептуализации политических деятелей в различных дискурсах относится к актуальным проблемам не только современного языкознания.

В современном мире средства массовой информации являются главным посредником между политическими деятелями, событиями и общественным сознанием, что позволяет им служить механизмом для воздействия на общественное мнение и формирования суждений о политической реальности. Образ политического деятеля — это результат действий не только самого политика, но и медиа-продукт, созданный субъектами дискурса СМИ. Несмотря на то, что одним из основополагающих постулируемых принципов в изложении информации является объективность, на практике СМИ выполняют функцию манипуляции общественным сознанием, важную роль в которой играют метафорические модели.

Настоящее исследование посвящено анализу метафорического образа Дональда Трампа, мультимиллиардера, построившего свое состояние на игорном и гостиничном бизнесе и сделавшего из своего медийного образа опору для своей политической карьеры. 8 ноября 2016 г. Д. Трамп получил 306 голосов выборщиков против 232 голосов за Х. Клинтон на президентских выборах в США. Победа Д. Трампа стала политическим потрясением, потому что предварительные опросы показывали, что Х. Клинтон имела преимущество. Это обстоятельство показало, что поддержка Д. Трампа была недооценена, а поддержка Клинтон — переоценена, так как сторонники Д. Трампа менее охотно выражали свою политическую позицию в предвыборных опросах. В итоге Д. Трамп победил в 30 штатах, включая те, что считались традиционно демократическими (Мичиган, Пенсильвания, Висконсин). Методологические следствия этих фактов сводятся к тому, что классические методики изучения общественного мнения требуют корректировки, в том числе за счет междисциплинарных эвристик.

Метафорическая концептуализация политических деятелей уже привлекала внимание ученых. Так, лингвисты изучили особенности метафорической концептуализации А. Меркель в СМИ ФРГ [Тамерьян, Цаголова, 2017], В. В. Путина в СМИ США [Никифорова, 2022] и ФРГ [Зимина, Ополонникова, 2018], Б. Обамы в СМИ США и России [Надточева, Чудинов, Шустрова, 2017], Джо Байдена в русскоязычном политическом медиакурсе [Курбанов, Малагин, 2023].

В специальном исследовании была рассмотрена военная метафорическая модель как средство концептуализации Дональда Трампа в СМИ России [Лавриненко, Будаев, 2017]. Как показал анализ, в российских СМИ отмечалась высокая частотность и продуктивность (разнообразие слотов и номинаций внутри слотов) военных метафор в СМИ России. Наиболее востребованными оказались слоты «Война и ее разновидности», «Боевые действия», «Результаты боевых действий», «Виды военных сооружений и маскировки», «Военная иерархия». Жесткое противостояние, развернувшееся в США между Д. Трампом и политиками-демократами, обусловило востребованность прагматического потенциала метафор из рассматриваемой сферы

источника метафорической экспансии как в предэлекторальный, так и в постэлекторальный период.

В настоящей статье впервые изучается метафорический образ Д. Трампа в СМИ России на примере монархических метафор.

## **2. Материал и методика исследования**

Материалом для настоящей работы послужил корпус из 150 метафор, использованных при описании Д. Трампа в СМИ России (РИА Новости, «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Известия», «РТ на русском», «Российская газета», и др.). Хронологические рамки охватывают предэлекторальный, электоральный и постэлекторальный период (2015–2022 гг.).

Методология настоящего исследования основывается на положениях когнитивно-дискурсивного подхода к языку (Т. А ван Дейк, Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков), теории концептуальной метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Э. МакКормак), теории метафорического моделирования (А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, А. П. Чудинов).

Ключевой постулат когнитивного подхода к метафоре заключается в примате концептуального аспекта метафоры над лингвистическим аспектом. Метафора является не просто стилистическим тропом, но и фундаментальным механизмом мышления. Описание метафоры как центральной категории человеческого познания вызвало критику, потому что такой статус метафоры позволял классифицировать большинство языковых значений как «образные», тем самым затеняя значимость прямых значений. Вместе с тем к настоящему моменту представление о метафоре как о первично ментальном феномене, который выражается в дискурсе, прочно закрепилось в методологии лингвистических исследований.

Из когнитивного подхода метафоре логично следует необходимость дискурсивного анализа метафоры. Выдвигая на первый план ментальный аспект метафоры, исследователь обнаруживает, что единственное эмпирически проверяемое свидетельство концептуальной структуры представляют собой лингвистические (или семиотические) данные. Таким образом, рассуждения о когнитивных метафорах неизбежно опираются на дискурсивные данные.

В процессе исследования использовались такие методы как: дискурсивный анализ, классификация, обобщение, описание, выборка, метафорическое таргетирование.

## **3. История исследования монархических метафор.**

Монархическая метафора не относится к самым частотным сферам-источникам, потому что активизация монархических образов связана как с культурной, так и ситуативной спецификой. Вместе с тем метафоры данной сферы-источника широко используются в кризисной коммуникации, обладают яркой образностью и значимым прагматическим потенциалом.

В начале XXI в. в исследованиях А. А. Касловой [2003] и А. П. Чудинова [2003] было показано, что монархические образы востребованы в периоды президентских выборов в России, но не использовались в периоды выборов главы государства в США. Согласно российским традициям главы государства принято воспринимать как монарха, пользующегося абсолютной властью «помазанника», а структуру государственной власти — как феодальную иерархию, в которой существуют не только царь, но и разнообразные придворные, феодалы, свита. Как отмечает А. П. Чудинов, «у нашего народа до сих пор существует потребность в ниспосланном свыше сильном правителе, который должен быть эталоном совести и высшей справедливости, действовать уверенно и решительно, не обращая внимания на сомнения и формальности» [Чудинов, 2003, с. 216]. В СМИ США президент концептуализируется как менеджер, который нанят народом для эффективного управления государством, воспринимаемом как корпорацией, цель которой максимизация прибыли [Каслова, 2003]. Менеджер не обладает никакой сакральной властью и может быть заменен по необходимости. Таким образом, сложилось представление о том, что монархическое мировоззрение проявляется при концептуализации президента в России, в то время как жители США предпочитают иные метафоры.

В дальнейшем было обнаружено, что существует зависимость между активностью монархических метафор политическом дискурсе и сферой-мишенью метафорической экспансии. К примеру, монархические метафоры были востребованы в СМИ России и Великобритании при концептуализации российской и грузинской политики, но не использовались при описании Латвии, Литвы и Эстонии [Будаев, 2006]. При этом монархические метафоры обнаруживали лингвокультурную специфику, проявляющуюся в подборе конкретных образов. Если в российских СМИ речь шла о княжествах, уделах и воеводствах, то британские журналисты предпочитали использовать понятия ленов, феодалов и бенефициариев. В российской прессе использовались реалии российской истории (бояре, смерды, холопы, дьяки, челядь), а в британских СМИ – образы, восходящие к истории Британской империи (феодалы-разбойники, моголы). Другими словами, функционирование монархических метафор связано не только с культурными особенностями, но и со сферой-мишенью метафорической экспансии. В СМИ одной и той же страны монархические метафоры могут активно использоваться при описании одного политика и не использоваться для концептуализации другого. Таким образом, монархические метафоры являются сплавом когнитивных, лингвокультурных и дискурсивных факторов. Эти данные были подтверждены в дальнейших исследованиях монархических метафор в медиадискурсе ФРГ [Иванова, 2013], Великобритании и США [Лямина, 2017; Никифорова, 2022], Франции [Богоявленская, Стремякова, 2022].

Метафорическая модель со сферой-источником «Монархия» относится к дискурсивно неустойчивым метафорическим моделям, проявляющим значительную вариативность в проявлении своих свойств, в зависимости от сферы-мишени метафорической экспансии и востребованным политической ситуацией эмотивным смыслам. При этом экстралингвистические факторы, обладающие дискурсообразующим характером, варьируют характеристики метафорической модели со сферой-источником «Монархия» в гораздо большей степени, нежели особенности национальных языков и национальных концептосфер.

#### **4. Монархические метафоры как средство концептуализации Д. Трампа.**

Как показывает анализ, в российских СМИ образы монархии оказались востребованы для концептуализации Д. Трампа как в предвыборный период, так и в процессе исполнения им обязанностей главы государства. После ухода с поста главы государства, монархические метафоры резко пошли на убыль, хотя окончательно не ушли из медиа дискурса. Рассмотрим основные фреймы данной метафорической модели.

##### **4.1. Фрейм «Номинации монарха»**

Один из наиболее характерных образов – культурно специфичная метафора *царь*. В прямом значении царь – единовластный правитель русского государства, начиная с Ивана Грозного, венчанного в 1547 г., до Петра I, объявленного императором в 1721 г. В Российской империи правителей продолжали именовать царями, и данный образ прочно укрепился в российской лингвокультуре. Хотя этимологически лексема «царь» восходит к «лат. Caesar – cognomen (прозвище) патрицианского рода Юлиев, ставший со времен Юлия Цезаря и Октавиана Августа титулом римских императоров» [Этимологический, 2016, с. 505], данный концепт тесно связан с реалиями российской истории. В переносном значении лексема «царь» используется для обозначения политиков, которые не только обладают безраздельной властью, но и знают верный путь для спасения нации и государства от напастей. Лингвокультурная специфика особенно рельефно проявляется при сочетании метафор с прецедентными именами. Ср.:

*Для многих подобных людей Трамп представляет собой идеалистического царя, который выведет Вашингтон из тупика, обратит вспять неудачный внешнеполитический курс и положит конец годам ошущаемого в стране экономического спада. И чем больше он будет Трампом Грозным, тем лучше* (Р. Холл. RT на русском. 28.04.2018).

*Сейчас в Нью-Йорке царят два человека — Дональд Трамп в своем «Трампа-Таузере» и Анна Нетребко — в Метрополитен-опера* (М. Стуруа. Московский комсомолец. 21.11.2016).

Вместе с тем интертекстуальные метафоры могут служить образцом для отрицательного сравнения, при котором некоторые концептуальные признаки источника не переносятся на концепт мишени, а семантически

противопоставляются, хотя концептуальный признак царя как монарха-властителя все также участвует в проекции. См.:

*Вот только президент, похоже, оказался «царем Мидасом наоборот» — у того в руках все превращалось в золото, у этого все расплзается по швам: отмена Obatacare, запрет на въезд мусульман* (А. Скрипунов. РИА Новости. 27.08.2017).

Из древнегреческой мифологии известно, Мидас – фригийский царь, славившийся неисчислимыми богатствами и способностью превращать в золото все, к чему он прикасался. В приведенном примере автор критикует Д. Трампа, навязывая инференцию о том, что реформы Б. Обамы были «золотыми», а президент-республиканец лишает реформы ценности. Вместе с тем контекст содержит пресуппозицию «Трамп – царь» независимо от характера оценки его деятельности.

Не менее популярной оказалась метафора «король», привносящая те же прагматические смыслы. Ср.:

*Просто "Король". Трамп признался, что как Пресли, только светлый* (Шейнкман Н. Radiosputnik.ria.ru. 26.11.2018).

*Трамп – это проблема, потому что он создает собственные кризисы, действуя как импульсивный, непредсказуемый, не заслуживающий доверия король* (М. Оверченко. Ведомости. 18.05.2017).

#### **4.2. Фрейм «Семья монарха»**

Согласно сложившимся традициям, близкие родственники монарха также являются носителями титулов, поэтому метафорическая модель разворачивается согласно логике сферы-источника: Мелания Трамп, жена президента, концептуализируется как королева, а дочь Иванка – как принцесса. Ср.:

*Король Трамп и принцесса Иванка. Первые сто дней президентства* (Добрынин В. Regnum.ru. 04.05.2017).

*Ожившая принцесса: Иванка Трамп в вечернем платье оттенка незабудок на свадьбе младшей сестры* (Elle.ru. 13.11.2022).

*Американская королева: как и зачем Мелания Трамп копирует Елизавету* (Демченко Я. Marieclaire.ru. 03.12.2019).

#### **4.3. Фрейм «Коронация»**

Восхождение монарха на трон сопровождается определёнными процедурами, поэтому согласно логике сферы-источника инаугурация Д. Трампа описывалась в российских СМИ как «коронация». Ср.:

*Коронация Трампа: без многих знакомых лиц, зато с оружием* (И. Бараникас. Московский комсомолец. 03.06.2016).

Сравнению вступления в должность и коронации способствовал церемониальный характер инаугурации. Сначала Д. Трамп посетил богослужение в епископальном храме Святого Иоанна, затем провел чаепитие в Белом доме, а потом в сопровождении Барака Обамы поехал в Капитолий на свою



инаугурацию. После выступления с торжественной речью Д. Трамп возглавил в центре Вашингтона парад. Вечером президент США Дональд Трамп и его супруга Меланья по традиции в честь инаугурации присутствовали на торжественном балу, где исполнили танец нового главы государства

Как коронация в СМИ описывался и процесс выбора кандидата в президенты от Республиканской партии. Ср.:

*Съезд республиканцев: "коронация" Трампа состоялась, разногласия остались* (ТАСС. 22.07.2016).

#### **4.4. Фрейм «Атрибуты монаршей власти»**

Важный атрибут монаршей власти — корона, символизирующая верховную светскую, а нередко и духовную божественную власть. В современных контекстах корона может означать не только верховную власть, но и высокое самомнение политика о собственной общественной деятельности. Ср.:

*«Корона приросла»: Трамп заявил, что сделал для США больше, чем другие президенты* (23.08.2017)

В современных СМИ данный концепт получил дополнительный импульс для активизации и порождения новых смыслов за счет созвучия с названием коронавирусной инфекции (в разговорной речи – «корона»). Само название коронавируса образовано метафорически на основе сходства строения оболочки вируса с короной. В следующем примере за счет языковой игры монархическая метафора отражает сложности, возникшие у Д. Трампа, в связи с его заболеванием коронавирусом спустя три дня после первых предвыборных дебатов с Джо Байденом. Обнаруженный у Д. Трампа положительный тест на COVID-19 мог поставить под угрозу его предвыборную кампанию. Ср.:

*Корона жмет: есть ли шанс у Дональда Трампа . COVID-19 добрался до президента США и разрушил все ближайшие планы по борьбе с Джо Байденом* (Забродин А. Известия. 02.10.2020).

*Корона для Трампа. Грядущие выборы станут звёздным часом вашигтонской геронтократии* (Титов И. Завтра. 07.10.2020).

К атрибутам монархии также относятся мантия, являющая частью торжественного облачения монарха. Ср.:

*Повесить всех собак на прежнего лидера, наверное, проще всего. Он в любом случае сходит со сцены: по определению политологического портала RCP, Трамп своими действиями, по сути, уже сдал власть Байдену, "на две недели раньше срока уступил ему президентскую мантию"* (Шитов А. Tass.ru. 11.01.2021).

Символика монаршей власти тесно переплетена с ориентационными метафорами, отражающими соматический опыт взаимодействия человека с окружающим миром, формируемый еще в раннем детстве. Ориентационные метафоры позволяют концептуализировать власть как верх, а подчинение

как низ. По этой причине как в языке, так и в невербальной семиотике монарх стремится к возвышению над подданными. Одним из таких символов является трон – богато украшенное кресло на специальном возвышении, служащее местом монарха во время официальных приёмов и иных торжественных церемоний. Ср.:

*Трампа использовал политический козырь, чтобы усидеть на троне* (Вочовский Р. ForPost. 29.10.2020).

#### **4.5. Фрейм «Свита монарха»**

Важное место в СМИ отводится обсуждению состава администрации президента, что закономерно, потому что именно эти лица оказывают прямое влияние на управление страной. Так как монарх не может править без свиты, данный образ оказался востребован для описания команды Д. Трампа в СМИ. Ср.:

*«Короля делает свита», – сказал однажды великий итальянский мыслитель Макиавелли, и история не раз доказывала его правоту: успех любого руководителя во многом зависит от деятельности его команды. В этой связи особое внимание экспертного сообщества вызывает процесс формирования избранным президентом Дональдом Трампом новой администрации, которая приступит к работе в январе 2017 года* (Полякова А. Красная звезда. 22.11.2016).

*Свита Трампа: кто будет править Америкой при новом президенте* (КрымРеалии. 11.12.2016).

*Свита Трампа опасается посещать Израиль. Обострение вокруг Иерусалима помешало выступлению Пенса в Кнессете* (И. Субботин. Независимая газета. 14.12.2017).

До создания президентской республики в США законодательная и исполнительная власть была сосредоточена в Континентальном Конгрессе, который избирал Президента из своего состава. Так как деятельность Конгресса была не эффективна, было принято решение о разделении законодательной и исполнительной власти, что было закреплено на Конституционном конвенте 1787 г. путем введения должности Президента США. В отличие от многих стран XVIII века, где преобладала монархическая форма правления, в США лидера стали избирать путем всеобщих выборов, передавая ему исполнительную власть. Таким образом, власть в США давно представляет собой коллективный феномен, что делает возможным сравнивать политическую команду президента с «повелителями». Ср.:

*Команда Трампа, или новые повелители вселенной* (Вести экономика, 10.12.2016).

В более широком контексте к окружению Д. Трампа относились республиканцы в целом, «господствующие» в США. Ср.:

*Одни не дождутся, когда палата представителей перейдет под контроль демократов и наконец уже начнется процесс импичмента Трампа.*

*Другие надеются, что сначала праймериз, а затем всеобщие выборы укрепят господство республиканцев на всем протяжении вашингтонской Пенсильвания-авеню – от Капитолия до Белого дома (Г. Нерсесян. Московский комсомолец. 26.04.2018).*

Важную роль в среде придворных играют интриги, от которых нередко зависят политические тенденции. Эта логика из сферы-источника переносится для описания процессов в политическом окружении Д. Трампа. Ср.:

*Так, многие его «придворные чины», чтобы выжить при Трампе, вынуждены лстить «королю», из-за чего крайне сложно проводить в жизнь те или иные собственные государственные инициативы. Все же если большую часть внимания уделять «королю», на что еще останутся силы? (Белов А. Regnum.ru. 9.10.2017).*

*В другом материале автор объясняет, что «трампономика» не сможет «сделать Америку снова великой». Там отмечается, что в отличие от других именных экономик (была, например, «рейганомика»), «трампономика» – это вообще не экономическая доктрина. Это, считает автор, – набор пожеланий, которые предлагают бизнесмены Трампу и его «придворным» (Сакоян А. Полит.ру. 12.05.2007).*

*Почитать центральную прессу, так нынешний Белый Дом – это Содом и Гоморра, это бедлам, который грозит разрушить изнутри дворцовые интриги. Трамповские придворные каждый Божий день бегают к журналистам и сливают им конфиденциальные новости, чтобы подставить ножку своим соперникам (Козловский В. Московский комсомолец. 10.08.2017).*

Вместе с тем Д. Трамп представляется не игрушкой в руках дворцовых интриганов, а полновластным монархом, способным противостоять попыткам манипуляций со стороны придворных. Ср.:

*Трампа критикуют за то, что тот не послушал придворных русофобов (Журавлев А. Rodina.ru. 21.03.2018).*

## **5. Заключение**

Как показывает анализ метафор, монархические образы активно используются в российской прессе при концептуализации Д. Трампа и политической системы в США. В исследованиях А. А. Касловой [2003] и А. П. Чудинова [2003] выявлено, что монархические метафоры были востребованы в периоды президентских выборов в СМИ России, но не использовались в периоды выборов главы государства в СМИ США, в которых президент представляется временным управляющим корпорации, нанятым для получения прибыли. Таким образом, напрашивается вывод о том, что монархическая метафора характерна для СМИ тех стран, в которых исторически наличествует монархическая традиция, что подтверждается анализом британского медиадискурса [Будаев, 2006] и данными настоящего исследования. Вместе с тем важную роль играют прагматические интенции – при описании стран Балтии британские журналисты монархические метафоры

не используют [Будаев, 2006]. Таким образом, активизация монархической модели связана не только с наличием разработанной сферы-источника лингвокультурном сознании конкретной нации, но и востребованностью прагматических смыслов, привносимых данной метафорической моделью в конкретных дискурсивных условиях.

В российских СМИ сформировалось представление о самостоятельности Д. Трампа, способного принимать независимые политические решения, что позволяет проводить аналогии между президентом США и монархом (фрейм «Номинации монарха»). Дополнительными факторами к развёртыванию монархической метафорической модели послужили реалии политической жизни в США, наполненные саботажем решений президента его политическим окружением, симпатизировавшим демократам (фрейм «Свита монарха»), психологические особенности личности Д. Трампа (фреймы «Атрибуты монаршей власти» и «Коронация») и события, связанные с его семьей (фрейм «Семья монарха»).

Наконец, значительная активизация монархической метафоры, традиционной для описания российской политической действительности, при описании деятельности президента США, имплицитно отражает сложившееся в российском обществе представление о том, что для России Д. Трамп – самый оптимальный из возможных вариант. В базовой когнитивной оппозиции «свои – чужие» концепт Д. Трампа не выходит за границы категории «чужих», но помещается ближе к полюсу «своих» по сравнению с политиками, занимающими открыто русофобскую позицию.

### **Список литературы**

Алексеева, Е. М. Образ В. В. Путина в немецких СМИ / Е. М. Алексеева. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. – 2021. – № 3. – С. 80–82.

Богоявленская, Ю. В. Метафорическое моделирование образа Эммануэля Макрона во французском предвыборном массмедийном дискурсе / Ю. В. Богоявленская, М. С. Стремякова. – Текст : непосредственный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2022. – Т. 8. – № 4. – С. 161–172.

Будаев, Э. В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе: автореф. дисс. ... к.ф.н. – Екатеринбург, 2006. – 24 с. – Текст : непосредственный.

Вагенляйтнер, Н. В. Языковой образ политика по данным российских печатных СМИ начала XXI века / Н. В. Вагенляйтнер, Л. Б. Никитина. – Омск : ОмГПУ, 2014. – 160 с. – Текст : непосредственный.

Зими́на, М. В. Метафорический портрет президента России в немецкоязычной прессе / М. В. Зими́на, М. В. Ополовникова. – Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета. – 2018. – Т. 24. – № 4. – С. 235–239.

Иванова, Е. В. Метафорический образ родины (на примере монархической и театральной метафор в немецкой прессе) / Е. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 8-2 (26). – С. 73–76.

Каслова А. А. Метафорическое моделирование президентских выборов в России и США (2000 г.) : Дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2003. – 208 с. – Текст : непосредственный.

Кислицына, Н. Н., Реализация коннотационного потенциала метафоры при создании образа женщины-политика (на материале англоязычных СМИ) / Н. Н. Кислицына, Т. В. Мельниченко. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2020. – № 65. – С. 92–108.

Курбанов, И. А. Метафорическое моделирование образа президента США Джо Байдена в русскоязычном политическом медиадискурсе / И. А. Курбанов, Д. В. Малагин. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2023. – № 3-2 (54). – С. 471–474.

Лавриненко, Е. М. Милитарные метафоры как механизм концептуализации Д. Трампа в СМИ России / Е. М. Лавриненко, Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2022. – № 4. – С. 27–40.

Лингвокультурные типажии американских президентов / Е. В. Шустрова, Ю. В. Кузина, М. И. Девяткова, А. В. Куренная. – Екатеринбург : УрГПУ, 2016. – 276 с. – Текст : непосредственный.

Лямина, А. П. Монархические метафоры как средство концептуализации России в СМИ Великобритании и США / А. П. Лямина. – Текст : непосредственный // Человек, текст, язык в системе социогуманитарного знания / Отв. ред. Ю. А. Фомина. – Нижний Тагил : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2017. – С. 36–42.

Михневич, О. И. Метафорический образ Грузии и ее президентов в российских и британских СМИ на рубеже XX и XXI веков / О. И. Михневич. – Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2021. – № 3. – С. 62–83.

Надточева, Е. С. Барак Обама в американской и российской политической графике / Е. С. Надточева, А. П. Чудинов, Е. В. Шустрова. – Текст : непосредственный // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2017. – Т. 14. № 2. – С. 12–25.

Никифорова, М. В. Метафорические образы российского лидера в контексте информационно-психологической войны (на материале статей журнала *Foreign Affairs* за 2021 год) / М. В. Никифорова. – Текст : непосредственный // *Политическая лингвистика*. – 2022. – № 4 (94). – С. 70–80.

Плотникова, М. В. Советский Джеймс Бонд: политический портрет В. В. Путина во французских медиатекстах в свете украинского кризиса / М. В. Плотникова, М. А. Кипина. – Текст : непосредственный // *Политическая лингвистика*. – 2016. – № 4 (58). – С. 200–204.

Ращупкин, А. М. Аксиологический портрет В. В. Путина в газете «Нью-Йорк Таймс» / А. М. Ращупкин. – Текст : непосредственный // *Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология*. – 2022. – № 2. – С. 91–104.

Руженцева, Н. Б. Портреты политиков: типология и речевая организация / Н. Б. Руженцева. – Текст : непосредственный // *Политическая лингвистика*. – 2019. – № 5 (77). – С. 57–63.

Стексова, Т. И. Образ политика в СМИ и обыденном языковом сознании / Т. И. Стексова. – Текст : непосредственный // *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология*. – 2012. – Т. 11. – № 6. – С. 78–83.

Тамерьян, Т. Ю. Структурные формулы когнитивной метафоры: образ Ангелы Меркель по материалам немецких СМИ / Т. Ю. Тамерьян, В. А. Цаголова. – Текст : непосредственный // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. – 2017. – № 3 (27). – С. 79–89.

Таратынова, Т. В. Кандидаты на пост президента Российской Федерации 2008: метафорические портреты в немецких масс-медиа / Т. В. Таратынова. – Текст : непосредственный // *Политическая лингвистика*. – 2009. – № 2 (28). – С. 92–95.

Филиппова, С. В. Языковая репрезентация образа Дональда Трампа в американских СМИ / С. В. Филиппова. – Текст : непосредственный // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2017. – № 12-3 (78). – С. 182–185.

Хачмафова, З. Р. Метафорическое моделирование образа политика в медиадискурсе / З. Р. Хачмафова, Н. В. Погребняк. – Текст : непосредственный // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. – 2018. – № 4 (227). – С. 112–116.

Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Шаманская, М. А. Репрезентация стереотипов о российских политиках в немецких СМИ / М. А. Шаманская, О. С. Шарманова. – Текст : непосредственный // *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. – 2015. – № 17 (728). – С. 58–69.

Шуйская, Ю. В. Синтаксические средства формирования образа политического деятеля в заголовках ведущих американских газет / Ю. В. Шуйская, Р. Ю. Анисимов, Е. А. Дроздова. – Текст : непосредственный // Научный диалог. – 2021. – № 4. – С. 168–180.

Этимологический словарь современного русского языка / сост. А. К. Шапошников : в 2 т. Т. 2. – Москва : Флинта, 2016. – 576 с. – Текст : непосредственный.

Seliverstova, L. Media Representation of the Image of the Russian Political Leader in Western Online Media (On the Material Daily News and Der Spiegel) / L. Seliverstova, A. Levitskaya, I. Seliverstov. – Текст : непосредственный // International Journal of Media and Information Literacy. – 2021. – Vol. 6(2). – P. 396–405.

Получена: 15.01.2023

Принята: 08.02.2023

**MONARCHIC METAPHORS  
AS A MECHANISM OF  
CONCEPTUALIZATION OF D. TRUMP IN  
THE RUSSIAN MEDIA**

**E. V. Budaev**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*aedw@rambler.ru*

*Abstract:* The article deals with the metaphorical model with the source domain "Monarchy", used in the Russian media to conceptualize D. Trump. The material for this work was a corpus of 150 metaphors used in the Russian media for the period 2015–2022. The research methodology is based on the provisions of the cognitive-discursive approach to language, the cognitive theory of metaphor, the theory of metaphorical modeling. Although the monarchical metaphor traditionally does not belong to the most frequent source domains in media discourse, the analysis revealed that this metaphorical model turned out to be widely in demand in the Russian media. When conceptualizing D. Trump's policy, metaphors were used related to the frames "Nominations of the Monarch", "Family of the Monarch", "Coronation", "Attributes of Monarchy", "Retinue of the Monarch". In the Russian media, an idea has formed about the independence of D. Trump, who is able to make independent political decisions, which makes it possible to draw analogies between the US president and the monarch.

*Keywords:* political discourse; Russian media; conceptual metaphor; image of D. Trump; metaphorical image

## References

Alekseeva, E. M. (2021). *Obraz V. V. Putina v nemeckih SMI* [The image of V. V. Putin in the German media]. *Aktual'nye problemy germanistiki, romanistiki i rusistiki*, 3, 80–82.

Bogojavlenskaja, Ju. V., Stremjakova, M. S. (2022). *Metaforicheskoe modelirovanie obraza Jemmanujelja Makrona vo francuzskom predvybornom mass-medijnom diskurse* [Metaphorical modeling of the image of Emmanuel Macron in the French pre-election mass media discourse]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 8(4), 161–172.

Budaev, E. V. (2006). *Metaforicheskoe modelirovanie postsovetsoj dejstvitel'nosti v rossijskom i britanskom politicheskom diskurse* [Metaphorical modeling of post-Soviet reality in Russian and British political discourse]. [Candidate dissertation, Ural State Pedagogical University].

Chudinov, A. P. (2003). *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoy kommunikatsii* [Metaphorical mosaic in modern political communication]. Yekaterinburg: Ural. state ped. un-t.

Filippova, S. V. (2017). *Yazykovaya reprezentatsiya obraza Donal'da Trampa v amerikanskikh SMI* [Linguistic representation of the image of Donald Trump in the American media]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12-3 (78), 182–185.

Ivanova, E. V. (2013). *Metaforicheskij obraz rodiny (na primere monarhicheskoj i teatral'noj metafor v nemeckoj presse)* [Metaphorical image of the motherland (on the example of monarchical and theatrical metaphors in the German press)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8-2 (26), 73–76.

Kaslova, A. A. (2003). *Metaforicheskoe modelirovanie prezidentских выборов v Rossii i SShA (2000 g.)* [Metaphorical modeling of presidential elections in Russia and the USA (2000)]. [Candidate dissertation, Ural State Pedagogical University].

Khachmafova, Z. R. & Pogrebnyak, N. V. (2018). *Metaforicheskoe modelirovanie obraza politika v mediadiskurse* [Metaphorical modeling of the image of a politician in media discourse]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 4 (227), 112–116.

Kislicyna, N. N. & Mel'nichenko, T. V. (2020). *Realizacija konnotacionnogo potenciala metafory pri sozdanii obraza zhenshhiny-politika (na materiale anglojazychnyh SMI)* [Implementation of the connotational potential of metaphor when creating the image of a woman politician (on the material of the English-language media)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija*, 65, 92–108.

Kurbanov, I. A. & Malagin, D. V. (2023). *Metaforicheskoe modelirovanie obraza prezidenta SShA Dzhо Bajdena v russkojazychnom politicheskom mediadiskurse* [Metaphorical modeling of the image of US President Joe Biden in the



Russian-language political media discourse]. *Kognitivnye issledovanija jazyka*, 3-2 (54), 471–474.

Lavrinenko, E. M. & Budaev, E. V. (2022). Militarynye metafory kak mehanizm konceptualizacii D. Trampa v SMI Rossii [Military metaphors as a mechanism of D. Trump's conceptualization in the Russian media]. *Scientific notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 4, 27–40.

Ljamina, A. P. (2017). Monarhicheskie metafory kak sredstvo konceptualizacii Rossii v SMI Velikobritanii i SShA [Monarchist metaphors as a means of conceptualizing Russia in the media of Great Britain and the USA]. In Ju. A. Fomina (Ed.), *Chelovek, tekst, jazyk v sisteme sociogumanitarnogo znaniya* (pp. 36–42). Nizhny Tagil: Rossijskij gosudarstvennyj professional'no-pedagogičeskij universitet.

Mikhnevich, O. I. (2021). Metaforičeskij obraz Gruzii i ee prezidentov v rossijskih i britanskih SMI na rubezhe XX i XXI vekov [Metaphorical image of Georgia and its presidents in Russian and British media at the turn of the 20th and 21st centuries]. *Scientific notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 3, 62–83.

Nadtočeva, E. S., Chudinov, A. P. & Shustrova, E. V. (2017). Barak Obama v amerikanskoj i rossijskoj političeskoj grafike [Barack Obama in American and Russian political graphics]. *Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika*, 14(2), 12–25.

Nikiforova, M. V. (2022). Metaforičeskie obrazy rossijskogo lidera v kontekste informacionno-psihologičeskoj vojny (na materiale statej zhurnala Foreign Affairs za 2021 god) [Metaphorical images of the Russian leader in the context of information and psychological warfare (on the material of Foreign Affairs articles for 2021)]. *Političeskaja lingvistika*, 4 (94), 70–80.

Plotnikova, M. V. & Kipina, M. A. (2016). Sovetskij Džejms Bond: političeskij portret V. V. Putina vo francuzskih mediatekstah v svete ukrajskogo krizisa [Soviet James Bond: political portrait of V. V. Putin in French media texts in the light of the Ukrainian crisis]. *Političeskaja lingvistika*, 4(58), 200–204.

Rashčupkin, A. M. (2022). Aksiologičeskij portret V. V. Putina v gazete «N'ju-Jork Tajms» [Axiological portrait of V. V. Putin in the New York Times]. *Scientific notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 2, 91–104.

Ruzhenceva, N. B. (2019). Portrety politikov: tipologija i rečevaja organizacija [Portraits of politicians: typology and speech organization]. *Političeskaja lingvistika*, 5(77), 57–63.

Seliverstova, L. A., Levitskaja, A. & Seliverstov, I. (2021). Media Representation of the Image of the Russian Political Leader in Western Online Media (On the Material Daily News and Der Spiegel). *International Journal of Media and Information Literacy*, 6(2), 396–405.

Shamanskaja, M. A. & Sharmanova, O. S. (2015). Rezentatsiya stereotipov o rossijskikh politikakh v nemetskikh SMI [Representation of stereotypes

about Russian politicians in the German media]. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University*, 17(728), 58–69.

Shaposhnikov, A. K. (2016). *Etimologicheskij slovar' sovremennogo russkogo yazyka* [Etymological dictionary of the modern Russian language]. Vol. 2. Moscow: Flinta.

Shuiskaya, Yu. V., Anisimov, R. Yu. & Drozdova, E. A. (2021). Sintaksicheskie sredstva formirovaniya obraza politicheskogo deyatelya v zagolovkakh vedushchikh amerikanskikh gazet [Syntactic means of forming the image of a politician in the headlines of leading American newspapers]. *Nauchnyi dialog*, 4, 168–180.

Shustrova, E. V., Kuzina, Ju. V., Devjatкова, M. I. & Kurennaja, A. V. (2016). *Lingvokul'turnye tipazhi amerikanskikh prezidentov* [Linguistic and cultural types of American presidents]. Ekaterinburg: UrGPU.

Steksova, T. I. (2012). Obraz politika v SMI i obydennom jazykovom soznanii [The image of a politician in the media and ordinary linguistic consciousness]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija, filologija*, 11(6), 78–83.

Tamer'jan, T. Ju. & Cagolova, V. A. (2017). Strukturnye formuly kognitivnoj metafory: obraz Angely Merkel' po materialam nemeckih SMI [Structural formulas of cognitive metaphor: the image of Angela Merkel based on materials from the German media]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvистики*, 3(27), 79–89.

Taratynova, T. V. (2009). Kandidaty na post prezidenta Rossijskoj Federacii 2008: metaforicheskie portrety v nemeckih mass-media [Candidates for the post of President of the Russian Federation 2008: metaphorical portraits in the German mass media]. *Politicheskaja lingvistika*, 2 (28), 92–95.

Vagenljajtner, N. V. & Nikitina, L. B. (2014). *Jazykovoju obraz politika po dannym rossijskich pechatnyh SMI nachala XXI veka* [Linguistic image of a politician according to Russian print media at the beginning of the 21st century]. Omsk: OmGPU.

Zimina, M. V. & Opolovnikova, M. V. (2018). Metaforicheskiy portret prezidenta Rossii v nemeckojazychnoj presse [Metaphorical portrait of the President of Russia in the German-language press]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*, 24(4), 235–239.

Submitted: 15.01.2023

Accepted: 08.02.2023

УДК 81.42

## **МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ЗАГОЛОВКИ ИЗ СФЕРЫ-ИСТОЧНИКА «ОРГАНИЗМ» В РОССИЙСКИХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ**

**Е. Б. Каган**

Институт международных связей  
Екатеринбург, Россия  
*lena-kagan@yandex.ru*

*Аннотация.* В статье представлен анализ метафор из сферы-источника «Организм», используемых в заголовках печатных СМИ России, Великобритании и США. Материалом послужил корпус метафор из сферы-источника «Организм», отобранных методом сплошной выборки из российских, американских и британских печатных СМИ. Методология исследования основывается на когнитивно-дискурсивном подходе к анализу метафор (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, А. П. Чудинов). Анализ материала проводился с помощью методики метафорического моделирования (фреймо-слотового анализа). В ходе анализа были выявлены ведущие метафорические модели, востребованные в заголовках СМИ трех стран. К ним относятся метафорические модели «Социум – это организм», «Социум – это больной организм». Данные метафорические модели имеют разветвленную фреймо-слотовую структуру. В ходе анализа были выявлены как общие, так и специфичные черты. Хотя английский язык относится к аналитическим языкам, то есть более предрасположен к метафоризации как процессу развития полисемии в отличие от синтетического русского языка, при анализе было выявлено, что в российской прессе метафорические заголовки встречаются не реже, чем в англоязычной прессе.

*Ключевые слова:* дискурс СМИ; концептуальная метафора; сфера-источник «Организм»; СМИ России; СМИ Великобритании; СМИ США

### **1. Введение**

Конец XX – начало XXI века ознаменовались развитием когнитивной лингвистики, которая исследует проблемы соотношения языка и сознания, роль языка в концептуализации и категоризации мира. Диалектическое единство сознания и языка проявляется в том, что язык всегда есть знаково выраженное отражение сознания, а сознание как таковое представляет собой скрытую сущность. С позиций когнитивистики, язык, выступающий в роли объекта, помогает установить доступ к деятельности сознания, к разным сторонам познавательных процессов. Но если сознание подлежит вербальному выражению, оно в то же самое время подвергается словесным воздействиям. В настоящее время при интенсивном развитии информационных технологий, все возрастающей роли средств массовой информации одним из инструментов для моделирования, понимания и оценки политических событий и процессов воздействия на индивидуальное, групповое и

социальное сознание выступает политическая метафора. Современные исследователи, которые рассматривают метафору как одно из средств не прямой коммуникации, оценки и намеренной смысловой неопределенности политических высказываний, отмечают, что глубже осознать специфику национальной метафорической картины мира удастся при сопоставлении метафорических картин мира, представленных в различных языках и культурах.

Анализ исследований по когнитивной лингвистике, проведенный Е. С. Кубряковой, позволил обозначить становление когнитивно-дискурсивной парадигмы [Кубрякова, 2004], в которой любое языковое явление может быть адекватно описанным только с учетом и когнитивных, и коммуникативных особенностей. В коммуникативной теории «основные направления изучения текста таковы: текст в его отношении к говорящему и слушающему; текст как сложный знак; текст в его отношении к действительности и другим текстам» [Основы теории текста, 2003, с. 34]. Таким образом, в русле коммуникативного подхода к тексту его можно «определить как коммуникативно направленный и прагматически значимый сложный знак лингвистической природы, репрезентирующий участников коммуникативного акта в текстовой личности *Homo Loquens*, обладающий признаками эвокативности и ситуативности, механизм существования которого базируется на возможностях его коммуникативной трансформируемости» [Основы теории текста, 2003, с. 31].

Рассмотрение текста как формы реализации интенции автора в ходе коммуникации с адресатом, исследование его структуры, семантики и прагматики делают очевидной связь между дискурсивным, когнитивным и психолингвистическим аспектами в изучении текста. В основе всех направлений лежит деятельностный подход к тексту как результату коммуникативной активности автора и адресата, диалогу автора и адресата на ассоциативной основе. Кроме того, коммуникативная природа текста и желание автора быть понятым определяют регулятивность текста как одно из его системных качеств, позволяющее управлять познавательной деятельностью адресата.

Одним из условий эффективного взаимодействия считается интенциональная и смысловая согласованность в процессе коммуникации. В данной работе эта корреляция рассмотрена на примере метафорических заголовков прессы трех стран – России, Великобритании и США. В статье поставлена задача изучить в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвонациональные особенности метафорических заголовков СМИ указанных стран.

## **2. Материал и методика исследования**

Материалом для настоящей работы послужил корпус из 150 метафор из сферы-источника «Организм», отобранных методом сплошной выборки

из российских, американских и британских печатных СМИ. В исследуемых текстах нет тематического единства, но все они имеют рефлексивный характер. Предпочтение отдавалось газетам, имеющим высокий тираж, пользующихся популярностью среди населения и предназначенных для образованной аудитории

Методология исследования основывается на когнитивном подходе к анализу метафор (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, А. П. Чудинов). В основе этого подхода лежит представление о том, что метафора – «процесс взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доменов – сферы-источника (source domain) и сферы-мишени (target domain). В результате однонаправленной метафорической проекции (metaphorical mapping) из сферы-источника в сферу-мишень сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры» [Будаев, 2020, с. 59].

Анализ материала проводился с помощью методики метафорического моделирования (фреймо-слотового анализа) [Чудинов, 2001].

### **3. Связь заголовка с текстом публикации СМИ**

Первое, с чем сталкивается читатель новостной статьи – это название публикации. Предваряя текст, заголовок несет определенную информацию о содержании публицистического произведения, привлекает читательский интерес, является первым сигналом, побуждающим читателя либо читать материал, либо отложить газету в сторону. Специфика заголовка проявляется в том, что «он, наряду с зачином и концовкой, относится к тем композиционным элементам текста, которые привлекают повышенное внимание при первом знакомстве с публикацией» [Задровская, 2014, с. 143]. У исследователей нет единства по вопросу дефиниции «заголовка». М. Свон, например, определяет заголовок как краткое название статьи, смысл которого, иногда, трудно понять в связи с особым стилем его написания [Swan, 2015]. Ю. В. Верещинская понимает заголовок как «представляющий собой особую разновидность медиатекст, состоящий из одного или нескольких предложений, называющих газетный материал, который предшествует основному тексту статьи и отражает его главную тему» [Верещинская, 2009, с. 129].

Медиатекст фокусирует внимание читателей не столько на самом факте, сколько на его общественной значимости. Журналист, по существу, дает собственную (или заказанную кем-то) интерпретацию конкретного факта. Вместе с текстом заголовок представляет собой смысловое целое, в котором он является предтекстом. До прочтения текста заголовок является знаком индексальным, который по мере прочтения трансформируется в

знак условный, а после прочтения и усвоения текста приближается к мотивированному условному знаку.

Вопрос о функциях заголовка, прежде всего газетного, достаточно хорошо разработан (Н. Е. Бахарев, В. П. Вомперский, О. В. Григоренко, А. Э. Долгирева, Т. Н. Ишмекеева, В. Г. Костомаров, Э. А. Лазарева, Л. А. Манькова, В. С. Мужев, В. И. Погребенков, И. А. Сыров и др.). По мнению Г. Я. Солганика, «заголовок призван, прежде всего, предельно ясно и лаконично выразить содержание материала. В этом и заключается экспрессивность, эстетика газетного издания. Обнажение информативной функции имеет подчеркнуто эстетический характер» [Солганик, 2008, с. 474].

С некоторыми вариациями исследователи выделяют следующие основные функции: номинативную, информативную, рекламную, экспрессивную, графически-выделительную. Нельзя не отметить, что если ранее, в XX веке, исследователи языка СМИ отмечали, что новостные заголовки выполняют сразу несколько функций, из которых ведущими признавались рекламная и информативная, то в начале XXI века ситуация изменилась. На первый план, по мнению ученых, выходит рекламная функция. Это связано с конкуренцией среди средств массовой информации, а также между собственно журналистами разных изданий, которые делают все возможное, чтобы привлечь внимание читателя [Комлева, 2013, с. 111].

По мнению Э. А. Лазаревой, заголовки представляют собой особую подсистему в сложной системе газетных текстов. Оставаясь составными частями публикуемых материалов, они имеют обособленный характер и приобретают статус автосемантической единицы. Иными словами, подчеркивая двойственную природу заглавия, исследователь характеризует его, «с одной стороны, как языковую структуру, предворяющую текст, стоящую «над» и перед ним. Поэтому заголовок воспринимается как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определенную самостоятельность. С другой стороны, заголовок – полноправный элемент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Наряду с началом, серединой, концовкой заголовок составляет определенный план членения текста – пространственно-функциональный, или архитеконику текста» [Лазарева, 2004, с. 3]. Понять явные и скрытые связи заголовка с последующим текстом помогают предложенные ученым классификации заголовков и заголовочных ансамблей. Так, смысловая концентрация в заголовках элементов текста легла в основу классификации заголовков на однонаправленные и комплексные. По степени отражения того или иного смыслового элемента текста заголовки подразделяются на полноинформативные и неполноинформативные (пунктирные). Анализ связи заголовка с началом и концом текста позволяет исследователю выделить экспрессивные связи заголовка с зачином и концом; эти связи могут

быть контактными и дистантными. В основе деления заголовков на одноплановые и двухплановые лежит семантическое преобразование заголовка в тексте. Не проходит Э. А. Лазарева и мимо различных стилистических эффектов в сегодняшних СМИ, связанных с отношением «заголовок и текст». Интересны в этом плане эффекты обманутого и усиленного ожидания: заголовки с указанными эффектами по-разному воспринимаются читателями.

Воздействие заголовка публикации на адресата зависит в том числе от умения адресанта подобрать языковые средства, способные оказать влияние на читателя, и от экстралингвистического контекста (без знания экстралингвистического контекста, особенностей общественной, социальной, политической обстановки понимание и декодирование информации невозможно).

*Важную роль в привлечении внимания читателя играют заголовки, содержащие метафору. Такие заголовки привлекают внимание своей неожиданностью, неоднозначностью с первого прочтения, что и заставляет читателя обратиться к статье. Ср.:*

*Беспользные ископаемые* (Коммерсант. 30.04.2021);  
*То взлет, то падение* (Российская газета. 12.05.2021);  
*The dawn of digital medicine* (The Economist. 02.12.20);  
*Tanzania's statistics smell wrong* (The Economist. 23.07.20).

Таким образом, прагматическое воздействие заголовка может быть представлено следующим образом:

Речевая воля продуцента текста → Канал коммуникации → Восприятие заголовка адресатом → Реакция адресата на заглавие (прагматическое воздействие, определяемое положительным или отрицательным прагматическим эффектом) → Решение адресанта о прочтении статьи.

#### **4. Метафоры из сферы-источника «Организм» в заголовках СМИ**

Метафорическая модель «Социум – это организм» – одна из наиболее часто встречающихся в заголовках российских и англоязычных СМИ на современном этапе. Человек является востребованной сферой-источником концептуальных метафор, на что указывают многие исследования антропоморфных метафор в различных дискурсах (политическом [Пологова, Будаев, 2022; Чудинов, 2001], экономическом [Колотнина, 2011; Чуприкова, 2021], спортивном [Чудакова, Захарченко, 2021], художественном [Чистова, 2022], научном [Скребцова, 2017], песенном [Рахманова, 2021] и др.).

Особое свойство рассматриваемой метафоры – антропометричность – делает ее высокопродуктивной и высокочастотной. Как отмечала В. Н. Телля, «антропометричность метафоры, то есть соизмеримость сопоставляемых в метафоризации объектов именно в человеческом сознании, безотносительно к реальным сходствам и различиям этих сущностей, самым есте-

ственным образом вписывается в современную антропологическую парадигму научного знания, исходящую из допущения, что человек познает мир через осознание своей предметной и теоретической деятельности в нем» [Телия, 1988, с. 4]. Естественно, что главной мерой антропометричности человек считает самого себя.

Для российского, американского и британского национального сознания концептуальная метафора «Жизнь социума – это организм» является традиционной и базисной для осмысления действительности государства. Выбор сферы физиологии человека для концептуализации представлений об окружающем мире не случаен. «Создаваемая человеком картина мира изначально антропоцентрична: этот мир строится разумом человека, который концептуализирует реалии, опираясь на свои представления о соотношении индивида и мира» [Чудинов, 2001, с. 51].

Антропоморфная метафора, безусловно, обладает высокой степенью информативности, что предполагает моделирование представлений как о явлениях природы, так и о самом человеке как целостной, многосторонней сущности. Эта метафора в русском и английском языках раскрывает семантическое пространство и дает понимание структуры языковой единицы как универсального средства мышления и перенесения человеческих признаков: названий частей тела, его форм, размеров, эмоций – на предметы окружающего мира исходя из прожитого опыта [Бурманова, 2015, с. 11].

Рассматриваемая модель детально структурирована, что можно проиллюстрировать с помощью Таблицы 1.

Общая коннотативная направленность модели «Жизнь социума – это организм» может быть охарактеризована как нейтральная: в заголовках, относящихся к этой модели, происходит простая констатация наличия или отсутствия определенных физиологических и психологических характеристик «государственного организма». Вместе с тем такие метафорические заголовки являются экспрессивными, привлекающими внимание читателей.

В качестве примера приведем следующие русскоязычные заголовки:

– *Премьер-министр Украины подал в отставку: Гончарука погубил длинный язык* (Комсомольская правда. 17.01.20);

– *Партии наращивают финансовые мускулы* (Коммерсантъ. 12.03.21);

– *У этой катастрофы человеческое лицо* (Коммерсантъ. 09.04.21);

– *В общепит вдохнут Озон* (Коммерсантъ. 20.05.21);

– *Кому выгодна смерть ЕГЭ* (Независимая газета. 26.05.21);

Подобные примеры широко представлены в англоязычных заголовках. Ср.:

– *Justice in China is notoriously harsh, but reforms are afloat* (The Economist. 3.10.19);

– *George's removal of anti-Beijing comments raises political eyebrows* (The Economist. 28.05.20);



- *Tanzania's statistics smell wrong* (The Economist. 23.07.20);
- *Europe's vaccine nightmare* (Bloomberg. 07.04.21);
- *How Greece became Europe's unlikely model student* (The Economist. 22.05.21);
- *Meet Mike Donilon, the brains behind Biden* (The Times. 29.05.21).

Таблица 1 – Фреймо-слотовая структура метафорической модели «Социум – это человек»

<b>Названия фреймов</b>	<b>Названия слотов</b>
«Части тела» – «Parts of a body»	«Голова, мозг» – «Head, brain» «Органы перцепции» – «Organs of perception» «Зубы» – «Teeth» «Лицо» – «Face» «Руки» – «Arms and Hands» «Ноги» – «Legs and Feet»
«Системы органов» – «Organ systems»	«Сердечно-сосудистая система» – «Haemal system» «Кровеносная система» – «Blood-vascular system» «Желудочно-кишечный тракт» – «The digestive tract» «Мускулатура» – «Muscles» «Нервная система» – «Nervous system» «Дыхательная система» – «Breathing system»
«Жизненный цикл организма» – «Life cycle»	«Рождение» – «Birth» «Рост» – «Growing» «Возраст» – «Age» «Смерть» – «Death»
«Физиологические процессы» – «Physiological processes»	«Базовые физиологические процессы» – «Basic physiological processes» «Потребление пищи» – «Food consumption» «Сон» – «Sleep» «Психологические состояния» – «Psychological states» «Эмоции, чувства» – «Feelings, emotions» «Отношения между людьми» – «Relationships» «Род деятельности» – «Career» «Профессия» – «Profession»

### **5. Метафорическая модель «Социум – это больной организм»**

Следует отметить, что сфера-источник «Болезнь» или «Больной организм» рассматривается или как часть сферы-источника «Человек» [Колотнина, 2001; Чудинов, 2001], или как самодостаточная метафорическая модель [Будаев, Чудинов, 2015; Пологова, 2020; Budaev, 2017].

Универсальным средством познания мира являются концептуальные оппозиции. Полюса оппозиции «больной – здоровый» соотносятся с соответствующими ценностями культуры. Здоровье является высшей ценно-

стью, в то время как болезнь выступает ее антиподом, т.е. является антиценностью. В современных заголовках СМИ *болезнь* активно осмысливается метафорически. Скорее всего, это связано с тем, что хорошее воспринимается человеком как должное, а плохое становится постоянным объектом мысли и речи. На данную закономерность в свое время обратила внимание Н. Д. Арутюнова, отметив, что «отрицательные оценки обладают более сильным валентным потенциалом, чем положительные» [Арутюнова, 1999, с. 205].

В рассматриваемой модели экономическая, политическая, социальная жизнь общества уподобляется различным заболеваниям, которые могут быть вылечены при правильно поставленном диагнозе, своевременном и качественном лечении медицинскими препаратами, соблюдении пациентами рекомендаций врача.

Ведущие фреймы модели «Жизнь социума – это больной организм» представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Фреймо-слотовая структура метафорической модели «Социум – это больной организм»

<b>Названия фреймов</b>	<b>Названия слотов</b>
«Симптомы болезни и диагноз» – «Symptoms of a disease and diagnosis»	Симптомы болезни” – “Symptoms of a disease Диагноз” – “Diagnosis” Психические заболевания” – “Mental diseases Физические заболевания” – “Diseases Травма” - “Trauma
Причины и возбудители болезни» – «Causes of a disease»	
«Пациенты и медицинский персонал» – «Patients and medical stuff»	«Пациенты – «Patients» «Медицинский персонал» – «Medical stuff»
«Способы лечения, используемые инструменты и лекарства» – «Methods of treatment, medical equipment and medicine»	«Лечение» – «Treatment» «Лекарственные средства» – «Medicines» «Традиционные методы лечения» – «Traditional therapies» «Доноры» – «Donors» «Режим больного» – «Patient’s regime» «Профилактика болезни» – «Preventive measures» «Медицинские инструменты» – «Medical equipment»
«Состояние пациента» – «Patient’s condition»	«Выздоровление» – «Recovery» «Ухудшение состояния, смерть пациента» – «Feeling unwell and death of a patient»

Все лексемы, используемые в их метафорическом значении, объединены общим признаком: в первичном значении они относятся к понятийному полю «болезнь». Приведем примеры в русскоязычных заголовках:

– *Россия остается экологическим донором планеты* (Аргументы и факты. 01.02.19);

– *Когда Китай чихает, мир заболевает* (Ведомости. 03.02.20);

– *Несогласные пытаются оживить низовую политику* (Независимая газета. 11.08.20);

– *G20 записывают на прививку* (Коммерсантъ. 21.11.20);

– *Укол в Шенген* (Коммерсантъ. 13.03.21);

– *Врачей пролечат зарплатой* (Коммерсантъ. 28.05.21)

Подобные примеры широко представлены в англоязычных заголовках. Ср.:

– *Post-Merkel syndrome* (The Economist. 28.11.19);

– *Which companies are most immune to the pandemic?* (The Economist. 28.04.20);

– *Companies are dangerously drunk on debt* (Financial times. 07.05.20);

– *Jesus is not his vaccine* (The Economist. 23.05.20);

– *Spain's poisonous politics have worsened the pandemic and the economy* (The Economist. 03.10.20);

– *Europe's underground abortion network* (The Economist. 27.02.21).

Особо следует отметить, что в СМИ в рамках рассматриваемой модели метафорически активно осмыслиется новая коронавирусная действительность. Аксиологически маркированная метафора дает возможность «воспринять хаос разрозненных впечатлений и ощущений, вычленив свойства, обозначить общее и единичное, классифицировать бесчисленные и подвижные элементы действительности, снова сложить их в единую картину и далее воспринять и осмыслить ее» [Скляревская, 2004, с. 11].

Включенная в текущую реальность, метафора диагностирует стрессовое состояние общества, порождая языковую игру с лексемами, ставшими актуальными и популярными в период пандемии. Ср.:

*Вирус без границ* (Российская газета, 23.07.21);

*Пандемия страха* (Московский комсомолец, 09.12.20);

*Вирус злости* (Российская газета, 19.04.20);

*Вирус не имеет национальности* (Российская газета, 22.03.20).

*Вирус недоверия* (Известия, 27.07.21).

Пандемия ощутимо ударила по рейтингам политиков в большинстве стран мира: «власти столкнулись как с усталостью общества от ограничений, так и с недовольством населения ростом случаев заболевания – из-за недостаточности мер или же вопреки жесткому регулированию. Такой вывод содержится в докладе Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ) «Пандемия и доверие – о мировой динамике политических рейтингов и волн COVID-19». При этом, как отметили авторы исследования, снижение доверия затронуло и оппозицию: люди сочли, что готового рецепта от пандемии нет ни у кого, а смена власти в период кризиса чревата лишь еще большей нестабильностью (<https://iz.ru/1197894/natalia->

portiakova/virus-nedoveriia-kak-pandemiia-udarila-po-reitingam-politikov-v-mire).

Пандемия серьезно повлияла и на экономическое состояние промышленных, агропромышленных, торговых компаний. Одной из причин этого, по мнению журналистов, является *Эпидемия консерватизма* (Коммерсантъ, 18.05.21), распространившаяся в Министерстве финансов РФ. Однако далеко не все отрасли экономики оказались в убытке. По итогам 2020 г. *Эпидемия жадности подсчитана* (Коммерсантъ, 20.05.21) РЭУ им. Плеханова. Как оказалось, год стал «по-настоящему золотым не только для продовольственного ритейла, но и для производственных цепочек в производстве и переработке в отдельных секторах агрорынка – в том числе для производителей сахара и растительного масла, в отношении которых правительство было вынуждено вводить временное госрегулирование цен».

Зеркало языка отражает меры, предпринимаемые государством в период пандемии: для населения *Прививки едут* (Российская газета, 30.11.20), а *Врачей пролечат зарплатой* (Коммерсантъ, 28.05.21). Лексема «вакцинация» стала одной из наиболее часто употребляемых в СМИ. Однако новый взлет регистрируемых случаев COVID-19 в странах, где число привитых перевалило за 60%, ставит под сомнение эффективность вакцинации, пришел *Конец «вакцинной надежды»* (Ведомости, 27.7.21).

Представленный анализ показывает, что метафора в заголовках выступает как средство оперативной аксиологической диагностики психологического состояния общества и диагностики текущей экономической ситуации.

## **6. Заключение**

Проведенный анализ показывает, что представленные в российской и американской прессе метафорические модели способны в максимально яркой, эмоционально-нагруженной форме представить и оценить современную политическую действительность. Они отражают национальную культуру и национальный менталитет.

Для современной политической публицистики очень характерны метафорические заголовки, призванные привлечь внимание читателя, заинтриговать их и побудить прочитать основной текст. Такой заголовок настраивает адресата на восприятие метафорической структуры текста и его содержания в целом, а также часто содержит оценку.

На основе проведенного анализа газетных заголовков российской, американской и британской прессы мы пришли к выводу, что в газетных заголовках современная действительность, которая представляет собой сложную внутреннюю систему, активно отражается метафорически. В рамках понятийной сферы-источника «Организм» актуализированы метафорические модели: «Социум – это организм», Социум – это больной организм. Данные метафорические модели имеют разветвленную фреймо-

слотовую структуру. Универсальность мышления подтверждается принципиальным совпадением концептов, составляющих основу фреймов и слотов вышеназванных моделей. Однако существуют существенные различия между метафорическими заголовками русскоязычных и англоязычных газет. Хотя английский язык относится к аналитическим языкам, то есть более предрасположен к метафоризации как процессу развития полисемии в отличие от синтетического русского языка, при анализе было выявлено, что в российской прессе метафорические заголовки встречаются не реже, чем в англоязычной прессе.

### **Список литературы**

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

Будаев, Э. В. Диахроническая динамика морбиальных метафор в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Текст : непосредственный // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ. (г. Гранада, Испания, 13-20 сентября, 2015 г.). Т. 5. – Санкт-Петербург : МАПРЯЛ, 2015. – С. 225–230.

Будаев, Э. В. Сопоставительная политическая метафорология / Э. В. Будаев. – Санкт-Петербург : Научные технологии, 2020. – 464 с. – Текст : непосредственный.

Верещинская, Ю. В. Газетный заголовок в аспекте медиалингвистики (на материале испанской прессы) / Ю. В. Верещинская. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 561. – С. 126–136.

Задровская, Е. С. К проблеме языка заголовков современных СМИ / Е. С. Задровская. – Текст : непосредственный // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 6-2. – С. 143–144.

Колотнина, Е. В. Метафорическое моделирование действительности в русском и английском экономическом дискурсе : специальность 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Колотнина Елена Владимировна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2001. – 19 с. – Текст : непосредственный.

Комлева, М. Н. Функции окказионализмов в газетных заголовках: восприятие читателем / М. Н. Комлева. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 2. – С. 108–113.

Кубрякова, Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира /

Е. С. Кубрякова. – Москва : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – Текст : непосредственный.

Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. – 84 с. – Текст : непосредственный.

Основы теории текста / Под ред. А. А. Чувакина / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова [и др.]. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 140 с. – Текст : непосредственный.

Пологова, К. В. Метафоры болезни как средство концептуализации движения "Black lives matter" в СМИ США (на примере материалов газеты "The Seattle Times") / К. В. Пологова. – Текст : непосредственный // *Studia Humanitatis*. – 2020. – № 4. – С. 17–26.

Пологова, К. В. Метафоры из сферы-источника "Человеческий организм" в политическом нарративе "BLM movement" (по материалам газеты The Seattle Times) / К. В. Пологова, Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // *Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология*. – 2022. – № 4. – С. 59–75.

Рахманова, Д. Т. Метафорическая концептуализация любви в современных англоязычных песнях / Д. Т. Рахманова. – Текст : непосредственный // *Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология*. – 2021. – № 2. – С. 89–107.

Скребцова, Т. Г. Органистические метафоры в современном языкознании / Т. Г. Скребцова. – Текст : непосредственный // *Философия и гуманитарные науки в информационном обществе*. – 2017. – № 4 (18). – С. 82–92.

Солганик, Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик. – Текст : непосредственный // *Язык средств массовой информации* / под ред. М. Н. Володиной. – Москва : Альма Матер, 2008. – С. 471–479.

Телия, В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия. – Текст : непосредственный // *Метафора в языке и тексте* / Отв. ред. В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1988. – С. 26–52.

Чистова, С. С. Субсфера "Человек" как источник метафоризации в романе Р. Брэдбери "Fahrenheit 451" / С. С. Чистова. – Текст : непосредственный // *Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология*. – 2022. – № 3. – С. 128–140.

Чудакова, Н. М. Метафорическая репрезентация современного российского фигурного катания в спортивном дискурсе / Н. М. Чудакова, Н. В. Захарченко. – Текст : непосредственный // *Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология*. – 2021. – № 3. – С. 84–98.

Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : УрГПУ, 2001. – 238 с. – Текст : непосредственный.

Чуприкова, Е. А. Метафорическая репрезентация изменений в экономике России, вызванных пандемией Covid-19 / Е. А. Чуприкова. – Текст :

непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2021. – № 3. – С. 99–113.

Budaev, E. Metaphors of disease in the Russian press / E. Budaev. – Текст : непосредственный // *XLinguae. A European Scientific Language Journal*. – 2017. – Vol. 10. – № 2. – P. 30–37.

Swan, M. Practical English Usage / M. Swan. – Oxford : Oxford University Press, 2005. – 688 p. – Текст : непосредственный.

Получена: 23.12.2022

Принята: 24.01.2023

## **METAPHORS FROM THE SOURCE DOMAIN "ORGANISM" IN THE HEADINGS OF RUSSIAN AND ENGLISH PRINT MEDIA**

**E. B. Kagan**

Institute of International Relations

Yekaterinburg, Russia

*lena-kagan@yandex.ru*

*Abstract:* The article presents an analysis of metaphors from the source domain "Organism" used in the headlines of the print media in Russia, Great Britain and America. The material was a corpus of 150 metaphors from the "Socium" source domain, selected by continuous sampling from Russian, US and British print media. The research methodology is based on a cognitive-discursive approach to the analysis of metaphors (A. N. Baranov, E. V. Budaev, Yu. N. Karaulov, I. M. Kobozeva, A. P. Chudinov). The analysis of the material was carried out using the method of metaphorical modeling (frame-slot analysis). The analysis revealed the leading metaphorical models that are in demand from the headlines of the media of the three countries. These include metaphorical models "Society is an organism", "Society is a sick organism". These metaphorical models have a branched frame-slot structure. The analysis revealed both general and specific features. Although the English language belongs to analytical languages, that is, it is more prone to metaphorization as a process of development of polysemy, in contrast to the synthetic Russian language, the analysis revealed that metaphorical headlines are found in the Russian press no less than in the English-language press.

*Keywords:* media discourse; conceptual metaphor; source domain "Organism"; Russian media; UK media; US media

### **References**

Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the human world]. Moscow: Yazyki russkoj kultury.

Budaev, E. (2017). Metaphors of disease in the Russian press. *XLinguae. A European Scientific Language Journal*. Vol. 10. – № 2. – P. 30–37.

Budaev, E. V. & Chudinov, A. P. (2015). Diahronicheskaja dinamika morbial'nyh metafor v politicheskoj kommunikacii [Diachronic dynamics of morbial metaphors in political communication]. In *Russkij jazyk i literatura v prostranstve mirovoj kul'tury* (pp. 225–230). Saint Petersburg: MAPRJaL.

Budaev, E. V. (2020). *Sopostavitel'naja politicheskaja metaforologija* [Comparative political metaphorology]. Saint Petersburg: Naukoemkie tehnologii.

Chistova, S. S. (2022). Subsfera "Chelovek" kak istochnik metaforizacii v romane R. Brjederberi "Fahrenheit 451" [Subsphere "Man" as a source of metaphorization in R. Bradbury's novel "Fahrenheit 451"]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 3, 128–140.

Chudakova, N. M. & Zakharchenko, N. V. (2021). Metaforicheskaja reprezentacija sovremennogo rossijskogo figurnogo katanija v sportivnom diskurse [Metaphorical representation of modern Russian figure skating in sports discourse]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 3, 84–98.

Chudinov, A. P. (2001). *Rossija v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoj metafory (1991–2000)* [Russia in a Metaphorical Mirror: A Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg: UrGPU.

Chuprikova, E. A. (2021). Metaforicheskaja reprezentacija izmenenij v ekonomike Rossii, vyzvannyh pandemiej Covid-19 [Metaphorical representation of changes in the Russian economy caused by the Covid-19 pandemic]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 3, 99–113.

Chuvakin A. A. (Ed.) (2003). *Osnovy teorii teksta* [Fundamentals of text theory]. Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta.

Kolotnina, E. V. (2001). Metaforicheskoe modelirovanie dejstvitel'nosti v russkom i anglijskom jekonomicheskom diskurse [Metaphorical modeling of reality in Russian and English economic discourse]. [Candidate dissertation. Ural State Pedagogical University].

Komleva, M. N. (2013). Funkcii okkazionalizmov v gazetnyh zagolovkah: vosprijatie chitatelem [Functions of occasionalisms in newspaper headlines: reader's perception]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2, 108–113.

Kubryakova, E. S. (2004). *Jazyk i znanie: Na puti poluchenija znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoj točki zreniya. Rol' jazyka v poznanii mira* [Language and knowledge: On the way to gaining knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in understanding the world]. Moscow: Yazyki slavyanskoj kul'tury.

Lazareva, E. A. (2004). *Zagolovok v gazete* [Newspaper headline]. Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta.

Pologova, K. V. & Budaev, E. V. (2022). Metafory iz sfery-istochnika "Chelovecheskij organizm" v politicheskom narrative "BLM movement" (po materialam gazety The Seattle Times) [Metaphors from the source sphere "The Human Organism" in the political narrative "BLM movement" (based on The Seattle Times)]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 4, 59–75.



Pologova, K. V. (2020). Metafory bolezni kak sredstvo konceptualizacii dvizhenija "Black lives matter" v SMI SShA (na primere materialov gazety "The Seattle Times") [Metaphors of the disease as a means of conceptualizing the movement "Black lives matter" in the US media (on the example of the materials of the newspaper "The Seattle Times")]. *Studia Humanitatis*, 4, 17–26.

Rakhmanova, D. T. (2021). Metaforicheskaia konceptualizacija ljubvi v sovremennykh anglojazychnykh pesnjah [Metaphorical conceptualization of love in modern English songs]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 2, 89–107.

Skrebцова, T. G. (2017). Organisticheskie metafory v sovremennom jazykoznanii [Organistic metaphors in modern linguistics]. *Filosofija i gumanitarnye nauki v informacionnom obshchestve*, 4(18), 82–92.

Solganik, G. Ja. (2008). O jazyke i stile gazety [On the language and style of the newspaper]. In M. N. Volodina (Ed.), *Jazyk sredstv massovoj informacii* (pp. 471–479). Moscow: Al'ma Mater.

Swan, M. (2005). *Practical English Usage*. Oxford: Oxford University Press.

Teliya, V. N. (1988). Metafora kak model' smysloproizvodstva i ee ekspresivno-ocenochnaya funkciya [Metaphor as a model of meaning production and its expressive and evaluative function]. In *Metafora v yazyke i tekste* (pp. 26–52). Moscow: Nauka.

Vereshchinskaja, Yu. V. (2009). Gazetnyj zagolovok v aspekte medialingvistiki (na materiale ispanskoj pressy) [Newspaper headline in the aspect of media linguistics (on the material of the Spanish press)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 561, 126–136.

Zadrovskaja, E. S. (2014). K probleme jazyka zagolovkov sovremennykh SMI [On the problem of the language of modern media headlines]. *Mezhdunarodnyj zhurnal eksperimental'nogo obrazovanija*, 6-2, 143–144.

Submitted: 23.12.2022

Accepted: 24.01.2023

УДК 81'373.612.2

## **ВОЕННЫЕ МЕТАФОРЫ КАК СРЕДСТВО КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ COVID-19 В СМИ ФРАНЦИИ**

**Е. А. Мозжерина**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
*lizamozzherina@gmail.com*

**Э. В. Будаев**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
*aedw@rambler.ru*

*Аннотация.* Данная статья посвящена рассмотрению метафорической репрезентации COVID-19 в текстах СМИ Франции посредством милитарных метафор. В качестве материала исследования использованы метафорические контексты из СМИ Франции за период с февраля 2020 года по май 2023 года. Исследование проведено в русле когнитивно-дискурсивного подхода, подразумевающего анализ метафоры как когнитивного феномена в экстралингвистическом контексте медиадискурса. Активное использование военной метафоры при описании коронавируса объясняется сходством военных действий с борьбой человечества против COVID-19: коронавирус концептуализируется как всеобщий враг, с которым человечество ведет войну и несет большие потери. Среди милитарных метафор оказались востребованы те образы, которые позволили обнаружить аналогии между уже знакомыми феноменами и новой реальностью, в которой оказалось человечество. Именно военная метафора позволила актуализировать прагматические смыслы внезапности и разрушительности пандемии, а также необходимости сплотить усилия для противостояния инфекции.

*Ключевые слова:* концептуальная метафора, милитарная метафора, COVID-19, коронавирус, СМИ Франции, концептуализация.

### **1. Введение**

COVID-19 является одним из самых значительных вызовов, с которыми столкнулся мир за последние десятилетия. Пандемия оказала значимое воздействие на все стороны общественной жизни. Не стал исключением и язык, в котором как в зеркале отразились общественные пертурбации, связанные со вспышкой новой инфекции [Громенко, 2021; Пнджоян, Будаев, 2022; Сергеева, 2021; The Languages of COVID-19, 2022].

Одной из интересных особенностей в освещении COVID-19 в СМИ стало активное использование метафор при описании пандемии. Метафори-

ческая концептуализация – это способ осмысления сложных, новых, абстрактных понятий. По сути, метафора позволяет нам понимать одно понятие с помощью другого понятия на основе аналогии. Так как COVID-19 является новым заболеванием, для отражения которого еще не сформировались когнитивные структуры в массовом сознании, метафорическая концептуализация стала важным инструментом для описания этой болезни и ее влияния на общество.

На сегодняшний день существует широкий спектр исследований, связанных с концептуальной метафорой, что указывает на увеличивающийся интерес к теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Повышенный интерес лингвистов к этой проблематике обусловлен с тем, что метафора, с одной стороны, отражает когнитивные структуры, а с другой – является значимым инструментом воздействия на общественное сознание посредством СМИ. По этой причине изучение метафор позволяет понять как определённый феномен осмысливается в массовом сознании и каковы могут быть прагматические последствия существующей картины мира.

Метафоры, задействованные для концептуализации пандемии COVID-19, уже подвергались исследованию. Так, сопоставительное исследование метафор огня как средства осмысления пандемии в шести языках (нидерландском, английском, немецком, греческом, итальянском и испанском) было проведено Е. Семино [Semino, 2021]. Способы метафорического описания эпидемии были изучены на примере русскоязычного [Балашова, 2021; Сизых, 2023], англоязычного [Будаев, Ковалева, Щербинина, 2022], немецкоязычного дискурса [Трофимова, 2022]. Исследователи, в частности, показали, что метафоры войны относятся к востребованным сферам-источникам осмысления пандемии [Балашова, 2020; Чарыкова, Федотова, 2022; Fernández-Pedemonte, Casillo, Jorge-Artigau, 2020; Lukacovic, 2020; Sirait, Seva, Lingga, 2020]. Вместе с тем концептуализация пандемии COVID-19 в французских СМИ остается малоизученной. По этой причине в настоящем исследовании изучаются особенности метафорической концептуализации COVID-19 в СМИ Франции (2020–2023 гг.) на примере военной метафоры.

## **2. Материал и методика исследования**

Материалом для настоящей работы послужил корпус из 100 метафор, использованных в СМИ Франции («Le Figaro», «Libération», «Le Monde»). Хронологические рамки охватывают период (2020–2023 гг.).

Методология настоящего исследования основывается на постулатах когнитивно-дискурсивной парадигмы (Н. Н. Болдырев, В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова) и когнитивной теории метафоры (А. Н. Баранов, М. Джонсон, Дж. Лакофф, А. П. Чудинов и др.). Суть когнитивного метода сводится к двум последовательным этапам. Первый этап реализуется в ходе сбора и анализа эмпирических данных, второй – в процессе моделирования ментальных структур и процессов [Будаев, 2020]. Помимо когнитивного метода

использовались описательный метод, метод выборки, систематизация, метод метафорического моделирования, дискурсивный анализ.

### **3. Когнитивная теория метафоры**

В когнитивной перспективе метафора рассматривается как понимание и переживание одного вида феноменов с точки зрения другого вида [Lakoff, Johnson, 1980]. К примеру, метафора ARGUMENT — IS WAR отражает структуру домена, в основе которого лежит понятие войны, поэтому наш опыт спора структурирован в понятиях войны. Мы используем военные термины (*атака, защита, враг, победа, поражение*) описывая спор, потому что омысливаем спор как противостояние с противником.

Процесс метафоризации возникает в результате взаимодействия между структурами знаний двух концептуальных доменов – сферы-источника и сферы-мишени. Сфера-источник (source domain) наполнена содержанием из нашего физического опыта. Сфера-мишень (target domain) – концептуальная область, на которую направлен метафорический перенос. Сформировавшиеся элементы источника, полученные в результате опыта человека с окружающим миром, структурируют концептуальную сферу-мишень через одноподнаправленный метафорический процесс, что составляет когнитивный потенциал метафоры. Физический опыт, который организует категоризацию реальности в виде простых когнитивных структур – «образовых схем», является первоначальным источником знаний, составляющих концептуальные домены. «Метафорическая проекция происходит не только между отдельными элементами двух структур знаний, но и между целыми концептуальными доменами» [Чудинов, Будаев, 2007, с. 54].

Наша первичная метафорическая система основана, прежде всего, на нашем непосредственном физическом и социальном опыте. Все основные сенсомоторные понятия буквальны в том смысле, что они абстрагированы от физического взаимодействия с окружающей средой. Дети связывают субъективный опыт с сенсомоторным и эти связи устанавливаются как нервные связи, которые проявляются через метафоры. Эти первичные метафоры возникают естественно, автоматически и бессознательно в повседневном опыте, а затем объединяются в сложные метафоры. Например, начиная с младенчества, опыт близости с другим человеком связывается с ощущением тепла, отсюда метафора *близость – тепло (они сблизились, у них теплые отношения)*. Хотя многие первичные метафоры формируются как метонимии, они впоследствии начинают функционировать как метафоры, большей частью неосознаваемые.

В соответствии с когнитивной теорией метафоры, создание и понимание метафорических выражений происходит не только как речевой процесс, но и как ментальный механизм переноса знаний из одной области в другую. Другими словами, метафора – это не фигура речи, в которой название переносится с одного на другой объект, а концептуальная операция, который от-

ражается в речевых процессах. Метафора не только является основной ментальной операцией, но и способствует познанию, категоризации, концептуализации, оценке и объяснению мира. Метафоры не только используются для украшения речи и создания образа, но и применяются как способ мышления и познания мира, в котором мы живем.

При одновременной активации разных концептуальных областей формируются новые связи, ведущие к новым выводам. Если эти выводы подтверждаются физическим и культурным опытом, они укрепляются и получают широкое распространение как из-за общности воплощенного опыта и потому что известные в культуре метафоры подкрепляются в повседневной коммуникации.

Первичные метафорические концепты основаны на воплощенном опыте, то есть гипотетически характерны для многих культур. Например, ориентационные метафоры, связывающие увеличение и здоровье с верхом, носят универсальный характер. Вместе с тем нельзя игнорировать метафоры основанные на культурно-специфическом опыте, для изучения которого необходимы исследования метафор в разных языках и культурах.

Изначально когнитивизм опирался на компьютерную метафору, согласно которой «аппаратное обеспечение» мозга, подчиненное «программному обеспечению» разума, производит вычислительную работу, традиционно называемую познанием» [Скребцова, 2000, с. 21]. В настоящее время когнитивизм рассматривается как более сложный феномен, который нельзя формализовать и вычислить с помощью компьютерных алгоритмов. В этом аспекте важно различать представления о синаптической природе разума, согласно которой когнитивизм реализуется через реальные синаптические связи между нейронами и теорией нейронной связи (neural connection theory). Последний термин часто применяется в контексте исследования компьютерных моделей и искусственного интеллекта, с целью решения практических задач, не связанных напрямую с закономерностями работы естественного интеллекта.

По мере эволюции когнитивного подхода сформировалось несколько направлений в исследовании метафоры, которые взаимодействуют, дополняют и развивают друг друга, образуя сложный научный прототип когнитивного подхода. Эти подходы объединяются по принципу «типичного сходства» и включают в себя классическую теорию концептуальной метафоры [Lakoff, Johnson, 1980], теорию концептуальной интеграции [Fauconnier, Turner, 2002], теорию первичных метафор [Grady et al. 1996], коннективную теорию метафорической интерпретации [Ritchie 2003, 2004], дескрипторную теорию метафоры [Баранов, 2014], теорию метафорического моделирования [Чудинов 2001] и другие.

В этих теориях есть свои особенности описания метафоры как когнитивного механизма. Так, в упомянутой теории концептуальной интеграции

выделяются четыре ментальных пространства. В общем пространстве присутствуют роли, фреймы и схемы, характерные для каждого исходного пространства, которые являются основой для метафоризации на абстрактном уровне. При смешивании деталей исходных пространств в бленде формируется новая качественная концептуальная структура, которая уже не зависит от исходных пространств и обладает своими собственными потенциями для дальнейшего развития.

Одним из основных элементов когнитивной теории метафор является понятие фрейма, под которым понимается «концептуальная структура для декларативного – реже, процедурного – представления знаний о типизированной ситуации или о типичных свойствах объекта. Например, *фрейм комнаты, фрейм покупки*» [Англо-русский, 2001, с. 146)]. Говоря словами автора термина М. Минского фрейм «является структурой данных для представления стереотипной ситуации. С каждым фреймом ассоциирована информация разных видов. Одна ее часть указывает, каким образом следует использовать данный фрейм, другая — что предположительно может повлечь за собой его выполнение, третья — что следует предпринять, если эти ожидания не подтвердятся [Минский, 1979, с. 7].

Когнитивный подход к анализу метафоры занимает важное место в современной метафорологии, но многие аспекты когнитивной теории все еще затронуты дискуссией. Теория, предложенная Дж. Лакоффом и М. Джонсоном, широко признана в мировой науке и практических исследованиях, но ее продвижение и интерпретация продолжают в различных научных школах и направлениях, приобретая новые импульсы и эволюционируя в рамках различных методологических подходов.

#### **4. Анализ метафор из сферы-источника «Guerre»**

Из анализа языкового материала следует, что во время пандемии в СМИ резко выросло количество терминов, связанных с войной. Это объясняется тем, что появление вируса было неожиданным и смертоносным, подобно атаке вражеской армии. Наиболее адекватным способом осмысления пандемии в условиях тревоги, иногда перерастающую в панику, и страха стала военная метафора. Вирус мыслился как враг, а ситуация борьбы с пандемией – войной, в которой проигравшей расстается с жизнью.

Вспышки эпидемии журналисты единодушно сравнивали со взрывами. (*explosion*). Ср.:

*La nouvelle explosion de Covid en Chine inquiète le monde, mais pas l'Europe* (Le Figaro. 29.12.2022). – Новый взрыв Covid в Китае беспокоит мир, но не Европу.

*Le pays fait face à une explosion de cas de COVID-19 après la levée brutale des restrictions sanitaires* (Le Figaro. 31.12.22). – Стране грозит взрыв случаев COVID-19 после резкого снятия ограничений в области здравоохранения.

Из этих примеров видно, что на фоне растущего числа заражений и неопределенности в развитии пандемии в СМИ были востребованы прагматические смыслы внезапности и разрушительности эпидемии, поэтому использовали яркие метафоры, чтобы привлечь внимание читателей и создать эффект тревоги и страха. Метафора *explosion* используется для описания резкого увеличения числа случаев заболевания COVID-19 после снятия ограничений по санитарному надзору. Эта метафора передает идею быстрого и неожиданного распространения вируса, который может привести к серьезным последствиям для здоровья населения.

С получением новых научных знаний, изобретением вакцины и препаратов для лечения данного вируса изменяется репрезентация метафоры войны. Если в 2020 г. человечество мыслилось проигравшей стороной или стороной, находящейся в «пассивной обороне», то с середины 2021 г. человечество перешло к активному сопротивлению и наступлению. В данном случае используется метафора «*bataille*», «*lutte*» (война, борьба). Ср.:

*Une nuit aux urgences pédiatriques, où se joue la bataille contre la «triple épidémie»* (Le Figaro. 03.12.22). – *Ночь в педиатрическом приемном покое, где разыгрывается битва с «тройной эпидемией».*

Другой пример: *À partir du 1er février, le gouvernement assouplit les mesures de lutte contre le COVID-19, pointant un «contexte épidémique favorable»* (Le Figaro. 28.01.23). – *С 1 февраля правительство ослабляет меры в войне с COVID-19, указывая на «благоприятный эпидемический фон».*

Анализ метафоры *contexte épidémique favorable* (благоприятный эпидемический фон) показывает, что она используется для описания снижения числа заболеваний COVID-19 и представляет собой образ, связанный с явлением, которое может быть, как благоприятным, так и неблагоприятным. Эта метафора передает идею того, что эпидемия может быть контролируемой и что правительство принимает меры в соответствии с текущей ситуацией.

Поскольку коронавирус представлен в качестве врага, с которым нужно «воевать», то и последствия его распространения репрезентируются как некие «военные действия». Ср.:

*Coronavirus: un combat de longue haleine* (Le Figaro. 16.05.20). – *Коронавирус: затяжное сражение.*

*Ne pas aider les pays les plus pauvres à combattre le COVID-19 serait cruel et imprudent* (Le Monde. 25.05.20). – *Не помогать бедным странам в войне с COVID-19 было бы жестоко и безрассудно.*

*Amazon sommé de mieux protéger ses salariés du Covid* (Le Monde. 03.04.20). – *Amazon призвала лучше защитить своих сотрудников от Covid.*

Во всех трех случаях, метафоры *un combat de longue haleine*, *combattre le COVID-19*, *protéger ses salariés du Covid* показывают, что они используются для описания необходимости помощи беднейшим странам в борьбе с этой эпидемией. Эти метафоры передают идею того, что COVID-19 является

опасным противником, противостояние которому требует совместных усилий и солидарности всех стран мира.

Ожидаемо востребованным оказался концепт атаки. Рассмотрим метафору *le coronavirus attaque* (коронавирус атакует). Ср.:

*Le coronavirus attaque les clubs au porte-monnaie* (Le Monde. 11.05.2020). – *Коронавирус атакует кошельки клубов.*

В данном случае, отображается общий страх за здоровье и экономическую безопасность. Метафора «*attaque*» (атака) описывает вирус как противника, который пытается нанести урон не только здоровью людей, но и отдельным сферам общественной жизни. В приведённом случае атака направлена на экономику: многие клубы профессиональных лиг испытывают финансовые трудности, связанные с отменой игр и участием болельщиков. В этих сложных условиях люди заботятся не только о своем здоровье, но и о своём будущем.

Еще один пример военной метафоры – *le virus frappe*. Ср.:

*COVID-19, ce qu'il faut savoir cette semaine: le virus frappe encore* (Le Monde. 01.12.2022). – *COVID-19, что вам нужно знать на этой неделе: вирус наносит новый удар.*

В данном контексте метафора *le virus frappe* (вирус поражает) описывает вирус как врага, продолжающего лишать жизни людей. Военные действия обычно ведут к появлению жертв, как среди людей, так и среди целых стран, что позволяет провести аналогию между войной и эпидемией. Ср.:

*En Chine, la consommation en novembre encore victime du Covid* (Le Monde. 15.12.2022). – *Потребление в Китае в ноябре по-прежнему является жертвой Covid.*

Метафора *victims* (жертвы) используется для описания потребителей, которые страдают не только от пандемии, но и от ее последствий, напрямую не связанных с медициной. Ср.:

*Des victimes du COVID-19 prises dans les filets de cabinets d'avocats opportunistes* (Le Monde. 11.06.2020). – *Жертвы COVID-19 попали в сети opportunistических юридических фирм.*

В приведенном контексте метафора передает идею, что люди, которые уже страдают от пандемии, также могут столкнуться с другими несчастьем, таким как мошенничество со стороны адвокатов.

Фрейм, связанный с победой (*victoire sur le Covid*), является одним из наиболее распространенных в СМИ Франции. Многие издания страны использовали метафоры фрейма для передачи радостных новостей об успехах борьбы с COVID-19. Основным компонентом данного фрейма является концепт VICTOIRE. Отражающая данный концепт лексема *victoire* часто сопровождается словами, которые указывают на успех или достижение, такие как *le triomphe* (триумф), *la dernière victoire* (последняя победа). Метафора «*victoire*» (победа) в следующем контексте используется для передачи



успеха и достижений Северной Кореи в борьбе с коронавирусом. Это подчеркивает идею о том, что борьба с коронавирусом может быть выиграна, и что Северная Корея является примером успешной страны в этой борьбе. Ср.:

*La Corée du Nord lève l'obligation du port du masque après sa «victoire» sur le Covid* (Le Figaro. 13.08.22). – *Северная Корея отменяет требования к маскам после «победы» над Covid.*

Схожий смысл привносит метафора в статье Le Figaro о научных исследованиях, проводимых в Институте Пастера, для борьбы с коронавирусом. Ср.:

*A l'Institut Pasteur, la rage de vaincre le COVID-19* (Le Figaro. 22.05.20). – *В Институте Пастера одержимы победой над COVID-19.*

Здесь упоминается Институт Пастера, который является одним из ведущих центров по исследованию инфекционных заболеваний в мире. Данный пример подчеркивает идею о том, что борьба с COVID-19 – это задача, которую можно решить, если существует достаточное количество ресурсов и научных компетенций.

Инференции военных метафор создают образ коронавируса как врага, который пришел извне и проявляет агрессию по отношению как к отдельным личностям и обществу в целом, так и к культуре и экономике, что требует мобилизации мирового сообщества и активного противодействия для достижения победы.

## **5. Заключение**

В настоящей статье были проанализированы метафоры, входящие в концептосферу GUERRE. Как показал анализ, при описании коронавируса во французском медиадискурсе активно используется военная метафора, при этом в основном задействована лексика из трех фреймов: наименование военных действий и их характеристика, результат военных действий, участники войны и их действия. Активное использование военной метафоры при описании коронавируса объясняется сходством военных действий с борьбой человечества против COVID-19: коронавирус концептуализируется как всеобщий враг, с которым человечество ведет войну и несет большие потери.

Важная особенность военной метафоры заключается в том, что в отличие от других сфер-источников, например, неживой природы, милитарная сфера привносит перспективу возможности активного вмешательства в ход событий. Метафоры подчеркивает идею о том, что борьба с коронавирусом может быть выиграна, если приложить к этому усилия. Метафоры стихий, тоже достаточно частотные, такой перспективы не предлагают – человек бессилён перед лицом цунами или урагана.

Среди милитарных метафор оказались востребованы те образы, которые позволили обнаружить аналогии между уже знакомыми феноменами и новой реальностью, в которой оказалось человечество. Именно военная метафора позволила актуализировать прагматические смыслы внезапности и

разрушительности пандемии, а также необходимости сплотить усилия для противостояния инфекции.

### **Список литературы**

Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике / А.Н. Баранов, Д. О. Добровольский, М. Н. Михайлов, П. Б. Паршин, О. И. Романова; Под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. – Москва : Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 2003. – 640 с. – Текст : непосредственный.

Балашова Л. В. Милитарная метафора как способ формирования концепта ковид-19 в речи В. В. Путина / Л. В. Балашова. – Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. – № 4. – С. 777–800.

Балашова, Л. В. Артефактная метафора в речи В. В. Путина как способ репрезентации образа России в условиях первой волны пандемии ковид-19 / Л. В. Балашова. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2021. – № 2 (86). – С. 12–24.

Баранов, А. Н. Дескрипторная теория метафоры / А. Н. Баранов. – Москва : ЯСК, 2014. – 632 с. – Текст : непосредственный.

Будаев, Э. В. Когнитивный метод: принцип двухуровневой структуры / Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2020. – № 2 (41). – С. 169–174.

Будаев, Э. В. Метафоры природы как средство концептуализации COVID-19 в СМИ Великобритании и США / Э. В. Будаев, С. О. Ковалева., П. П. Щербинина // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2022. – № 2. – С. 26–38.

Громенко, Е. С. Новые сложные слова с компонентами корона- и ковид- в русском языке (словообразовательный и нормативный аспекты) / Е. С. Громенко. – Текст : непосредственный // Русская речь. – 2021. – № 5. – С. 40–54.

Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – Москва : Энергия, 1979. – 152 с. – Текст : непосредственный.

Пнджоян, С. А. Языковое манипулирование в СМИ США на материале нарратива "коронавирус" / С. А. Пнджоян, Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2022. – № 3. – С. 80–99.

Сергеева, Е. П. "Sprichst du coronisch?": немецкий язык в условиях пандемии Ковид-19 / Е. П. Сергеева. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 3 (46). – С. 238–242.

Сизых, М. М. Природная метафора как средство концептуализации пандемии COVID-19 в русскоязычных СМИ / М. М. Сизых. – Текст :

непосредственный // Политическая лингвистика. – 2023. – № 1 (97). – С. 105–112.

Скрещцова, Т. Г. Американская школа когнитивной лингвистики / Т. Г. Скрещцова. – Санкт-Петербург : ИЛИ РАН, 2000. – 202 с. – Текст : непосредственный.

Трофимова, Н. А. Метафоры пандемического дискурса (на материале СМИ Германии) / Н. А. Трофимова. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. – 2022. – № 483. – С. 57–71.

Чарыкова, О. Н. Коронавирусный дискурс как источник активизации военной метафоры / О. Н. Чарыкова, Н. В. Федотова. – Текст : непосредственный // Русская речь. – 2022. – № 1. – С. 50–60.

Чудинов, А. П. Когнитивная теория метафоры на современном этапе развития / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 5. – С. 54–57.

Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с. – Текст : непосредственный.

Fauconnier, G. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities / G. Fauconnier, M. Turner. – New York : Basic Books, 2002. – 440 p. – Текст : непосредственный.

Fernández-Pedemonte, D. Communicating COVID-19: Metaphors We “Survive” By / D. Fernández-Pedemonte, F. Casillo, A. I. Jorge-Artigau. – Текст : непосредственный // Tripod. – 2020. – Vol. 47(2). – P. 145–159.

Grady, J. Primitive and compound metaphors: Conceptual structure, discourse and language / J. Grady, S. Taub, S. Morgan. – Stanford, CA : Center for the study of Language and Information, 1996. – 504 p. – Текст : непосредственный.

Lakoff, G. Metaphors We Live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Lukacovic, M. “Wars” on COVID-19 in Slovakia, Russia, and the United States: Securitized Framing and Reframing of Political and Media Communication Around the Pandemic / M. Lukacovic. – Текст : непосредственный // Frontiers in Communication. – 2020. – Vol. 5. – P. 1–14.

Ritchie, D. “ARGUMENT IS WAR” – Or is it a Game of Chess? Multiple Meanings in the Analysis of Implicit Metaphors / D. Ritchie. – Текст : непосредственный // Metaphor and Symbol. – 2003. – Vol. 18. – № 2. – P. 125–146.

Ritchie, D. Metaphors in Conversational Context: Toward a Connectivity Theory of Metaphor Interpretation / D. Ritchie. – Текст : непосредственный // Metaphor and Symbol. – 2004. – Vol. 19. – № 4. – P. 265–287.

Semino, E. “Not Soldiers but Fire-fighters” – Metaphors and Covid-19 / E. Semino. – Текст : непосредственный // Health Communication. – 2021. – Vol. 36(1). – P. 50–58.

Sirait, A. Conceptualizing Corona Virus Metaphor in Media Headlines: A Cognitive Semantic Approach / A. Sirait, K. Seva, Th. R. Lingga. – Текст : непосредственный // English Journal Literacy Utama. – 2020. – Vol. 5(1). – P. 145–159.

The Languages of COVID-19. Translational and Multilingual Perspectives on Global Healthcare / Ed. by P. Blumczynski, S. Wilson. – New York : Routledge, 2022. – 264 p. – Текст : непосредственный.

Получена: 17.01.2023

Принята: 28.02.2023

## **MILITARY METAPHORS AS A MEANS OF CONCEPTUALIZATION OF COVID-19 IN THE FRENCH MEDIA**

**E. A. Mozzherina**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*lizamozzherina@gmail.com*

**E. V. Budaev**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*aedw@rambler.ru*

*Abstract.* The article deals with the military metaphors as a means of conceptualization COVID-19 in the French media. Metaphorical contexts from the media of France for the period from February 2020 to May 2023 were used as the material of the study. The research was carried out within the framework of the cognitive-discursive approach, which implies the analysis of metaphor as a cognitive phenomenon in the extralinguistic context of media discourse. As the analysis showed, when describing the coronavirus in the French media discourse, a military metaphor is used and the vocabulary of the military sphere from three groups is rethought: the name of military operations and their characteristics (the most numerous); the result of military operations; participants of the war and their actions. The active use of the military metaphor when describing the coronavirus is explained by the similarity of military operations with the struggle of humanity against COVID-19. The coronavirus is conceptualized as a common enemy against which humanity is at war and suffers heavy losses. Among the military metaphors, those images were in demand that made it possible to discover analogies between already familiar phenomena and the new reality in which humanity found itself. It was the military metaphor that made it possible to actualize the pragmatic meanings of the suddenness and destructiveness of the pandemic, as well as the need to rally efforts to counter the infection.

*Key words:* conceptual metaphor, military metaphor, COVID-19, coronavirus, French media, conceptualization.

## References

Balashova, L. V. (2020). Militarnaja metafora kak sposob formirovanija koncepta kovid-19 v rechi V. V. Putina [Military metaphor as a way of formation of the COVID-19 concept in Vladimir Putin's speech]. *Kommunikativnye issledovanija*, 7(4), 777–800.

Balashova, L. V. (2021). Artefaktnaja metafora v rechi V. V. Putina kak sposob reprezentacii obraza Rossii v uslovijah pervoj volny pandemii kovid-19 [Artifact metaphor in V. V. Putin's speech as a way to represent the image of Russia during the first wave of the COVID-19 pandemic]. *Politicheskaja lingvistika*, 2 (86), 12–24.

Baranov, A. N. (2014). *Deskriptornaya teoriya metafory* [Descriptive Theory of Metaphor]. Moscow: YaSK.

Baranov, A.N. & Dobrovol'skij, D. O. (Eds.). (2003). *Anglo-russkij slovar' po lingvistike i semiotike* [English-Russian dictionary of linguistics and semiotics]. Moscow: Institut russkogo jazyka im. V. V. Vinogradova RAN.

Blumczynski, P., Wilson, S. (Eds.). (2022). *The Languages of COVID-19. Translational and Multilingual Perspectives on Global Healthcare*. New York: Routledge.

Budaev, E. V. (2020). Kognitivnyj metod: princip dvuhurovnevoj struktury [Cognitive method: two-level structure principle]. *Kognitivnye issledovanija jazyka*, 2 (41), 169–174.

Budaev, E. V., Kovaleva, S. O. & Shcherbinina, P. P. (2022). Metafory prirody kak sredstvo konceptualizacii COVID-19 v SMI Velikobritanii i SShA [Metaphors of nature as a means of conceptualizing COVID-19 in the UK and US media]. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, 2, 26–38.

Charykova, O. N. & Fedotova, N. V. (2022). Koronavirusnyj diskurs kak istochnik aktivizacii voennoj metafory [Coronaviral discourse as a source of increased military metaphorization]. *Russkaja rech'*, 1, 50–60.

Chudinov, A. P. (2001). *Rossija v metaforicheskom zerkale: Kognitivnoe issledovanie politicheskoj metafory* [Russia in a metaphorical mirror: cognitive study of political metaphor]. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t.

Chudinov, A. P., & Budaev, E. V. (2017). Kognitivnaya teoriya metafory na sovremennom etape razvitiya [Cognitive theory of metaphor at the present stage of development]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*, 5, 54–57.

Fauconnier, G. & Turner, M. (2008). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.

Fernández-Pedemonte, D., Casillo, F. & Jorge-Artigau, A. I. (2020). Communicating COVID-19: Metaphors We “Survive” By. *Tripod*, 47(2), 145–159.

Grady, J., Taub, S., & Morgan, S. (1996). *Primitive and compound metaphors: Conceptual structure, discourse and language*. Stanford, CA: Center for the study of Language and Information.

Gromenko, E. S. (2021). Novye slozhnye slova s komponentami korona- i kovid- v russkom yazyke (slovoobrazovatel'nyy i normativnyy aspekty) [New compound words with corona- and covid- components in the Russian language (word-formation and normative aspects)]. *Russkaya rech'*, 5, 40–54.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Lukacovic, M. (2020). “Wars” on COVID-19 in Slovakia, Russia, and the United States: Securitized Framing and Reframing of Political and Media Communication Around the Pandemic, *Frontiers in Communication*, 5, 1–14.

Minskij, M. (1979). *Frejmy dlja predstavlenija znaniy* [A framework for representing knowledge]. Moscow: Energija.

Pndzhoyan, S. A., Budaev E. V. (2022). Yazykovoe manipulirovanie v SMI SShA na materiale narrativa "koronavirus" [Linguistic manipulation in the US media based on the coronavirus narrative]. *Scientific notes of NTSSPI. Series: History and Philology*, 3, 80–99.

Ritchie, D. (2003). “ARGUMENT IS WAR” – Or is it a Game of Chess? Multiple Meanings in the Analysis of Implicit Metaphors. *Metaphor and Symbol*, 18, 125–146.

Ritchie, D. (2004). Metaphors in Conversational Context: Toward a Connectivity Theory of Metaphor Interpretation. *Metaphor and Symbol*, 19, 265–287.

Semino, E. (2021). “Not Soldiers but Fire-fighters” – Metaphors and Covid-19. *Health Communication*, 36(1), 50–58.

Sergeeva, E. P. (2021). "Sprichst du coronisch?": nemetskiy yazyk v usloviyakh pandemii Kovid-19 ["Sprichst du coronisch?": German language in the context of the Covid-19 pandemic]. *Cognitive studies of language*, 3 (46), 238–242.

Sirait, A., Seva, K. & Lingga, Th. R. (2020). Conceptualizing Corona Virus Metaphor in Media Headlines: A Cognitive Semantic Approach. *English Journal Literacy Utama*, 5(1), 145–159.

Sizyh, M. M. (2023). Prirodnaya metafora kak sredstvo konceptualizacii pandemii COVID-19 v russkojazychnyh SMI [Metaphors of nature as means of conceptualizing the COVID-19 pandemic in Russian-language media]. *Politicheskaja lingvistika*, 1 (97), 105–112.

Skrebtsova, T. G. (2000). *Amerikanskaya shkola kognitivnoj lingvistiki* [American School of Cognitive Linguistics]. Saint-Petersburg: ILI RAN.

Trofimova, N. A. (2022). Metafory pandemicheskogo diskursa (na materiale SMI Germanii) [Metaphors of pandemic discourse (on the material of german media)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 483, 57–71.

Submitted: 17.01.2023

Accepted: 28.02.2023

УДК 81'373.612.2

## **МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ МИГРАЦИИ В СМИ ФРАНЦИИ**

**Д. В. Стрелкова**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
strelkova110702@gmail.com

*Аннотация. Цель данного исследования – выявление особенностей метафорической концептуализации миграции во франкоязычном медиадискурсе. Объектом работы является образ миграции во французских СМИ. Предметом исследования являются особенности метафорической концептуализации миграции во франкоязычном медиадискурсе. В качестве материала исследования использовались метафорические контексты из франкоязычных СМИ (Le Parisien, Europe 1, L'Obs, Riposte Laïque, Polémia, Midi Libre, Libération, Le Figaro, BFM TV). Хронологические рамки охватывают период 2013-2023 гг. Методология настоящего исследования основывается на постулатах когнитивно-дискурсивного подхода к анализу метафоры. В процессе исследования использовались следующие методы: описательный метод, выборка, систематизация, метод метафорического моделирования, дискурсивный подход к анализу метафор. Как показал анализ, среди самых частотных метафор, конструирующих образ миграции в СМИ Франции, стали образы, относящиеся к сферам-источникам «Война», «Физические явления» и «Природа». Представление о миграции во французских СМИ строится, в основном, на негативных оценках, что свидетельствует о том, что отношение к мигрантам среди французов довольно напряжённое, несмотря на значительные попытки государства продолжать политику мультикультурализма.*

*Ключевые слова:* метафора; миграция; СМИ Франции; беженцы; дискурсивный анализ; когнитивный анализ.

### **1. Введение**

Миграция большого числа людей в связи с войной или экономическими трудностями стала отличительной особенностью социально-демографических процессов начала XXI века. Население, проживающее в принимающих странах (в данном случае – население Франции), сталкивается с растущим этническим и культурным разнообразием и в результате этого вынуждено переосмысливать свои представления о национальной самобытности и о том, как взаимодействовать с представителями других культур. Современные межкультурные процессы, в силу своей активности и массовости, можно рассматривать как междисциплинарный предмет изучения, который поднимает вопросы на стыке демографии, экономики, политологии, культуры и лингвистики. В этом контексте весьма актуальной представляется



проблема концептуализации образа миграции во французской прессе с целью выяснения специфики восприятия мигрантов жителями Франции.

Актуальность данного исследования дополняется пристальным вниманием средств массовой информации и общественности к теме миграции, а также растущим интересом ученых к проблемам осмысления миграции в СМИ [Веснина, 2010; Замотина, Дубровская, 2015; Онал, 2022; Сергеева, 2008; Хисматуллина, Гараева, Ахметзянов, 2017; Charteris-Black, 2014; Wodak, 2011].

Объектом настоящего исследования является образ миграции во французских СМИ. В качестве предмета выступают особенности концептуализации миграции с помощью милитарных метафор во франкоязычном медиадискурсе. Соответственно цель данного исследования – выявление особенностей концептуализации миграции с помощью метафор из сферы источника «Guette» во франкоязычном медиадискурсе.

Научная новизна исследования состоит в том, что в данном исследовании впервые были изучены особенности метафорической милитарной концептуализации миграции во франкоязычном медиадискурсе.

## **2. Материал и методика исследования**

В качестве материала исследования использовались метафорические контексты из франкоязычных СМИ (Le Parisien, Europe 1, L'Obs, Riposte Laïque, Polémia, Midi Libre, Libération, Le Figaro, BFM TV). Хронологические рамки охватывают период 2013-2023 гг.

Методология настоящего исследования основывается на постулатах когнитивно-дискурсивного подхода к анализу метафоры [Будаев, 2020; Кубрякова, 2004; Чудинов, 2001; Lakoff, 1993].

В процессе исследования использовались следующие методы: описательный метод, выборка, систематизация, метод метафорического моделирования, дискурсивный подход к анализу метафор.

## **3. Современные исследования метафорического образа миграции**

В странах Запада мы повсюду видим важность вопроса о миграционной политике. В традиционных СМИ и социальных сетях регулярно появляются сообщения об иммиграции. Эти сообщения описывают беженцев, нуждающихся в защите; людей, которых депортируют; мигрантов, угрожающих границам государств; людей, умирающих в пути в поисках нового дома; инвесторов, скупающих недвижимость; хулиганов, не желающих сглаживать культурные расколы. Иммиграция является проблемой на каждых выборах в Европе и Северной Америке, потому что мигранты составляют значимую часть дешевой рабочей силы, при этом многие из них являются гражданами западных стран и их голоса на выборах могут сыграть решающую роль. Никогда ранее политическое внимание к иммиграции не вызывало такого внимания политиков, но и никогда прежде враждебность по отношению к им-

мигрантам не была столь широко распространена. Иммиграционная политика резко изменилась в первые годы XXI века, что неизбежно стало привлекать внимание лингвистов к проблемам образа миграции в СМИ.

К примеру, в статье Дж. Чартериса-Блэка [Charteris-Black, 2006] рассмотрено, как метафоры способствовали формированию легитимности в правом политическом дискурсе в 2005 г. Автор исследовал роль, которую играют метафоры в формировании правой политической легитимности, и изучил различия в использовании метафор ультраправыми и правополитическими. Два основных идентифицированных типа представляют собой метафоры «стихийных бедствий», преимущественно относящиеся к жидкости — и метафоры «контейнера», касающиеся нарастания давления внутри или вне контейнера. Эти два типа связаны понятием ограниченной области, защищающей то, что находится внутри, от внешней опасности. Метафора контейнера подразумевает, что контроль иммиграции посредством обеспечения безопасности границ (пространственное понятие) обеспечит контроль над скоростью социального изменения в Великобритании (концепция, основанная на времени).

В исследовании Э. Бириа [Biria, 2012] проанализировано освещение иммиграционной реформы в газетах США до и после дебатов о миграции в июне 2007 года. Выявленные метафоры были распределены по трем отдельным категориям: иммигранты и иммиграция, иммиграционная политика и правоприменение, а также метафоры, связанные с самими дебатами по проблеме иммиграции. Используя открытый процесс кодирования, выявляются возникающие категории метафор. Качественные результаты описывают метафоры и схемы, которые потенциально активируются конкретными метафорическими фразами в этом контексте. Наконец, в этом исследовании сравниваются сходства и различия иммиграционных дебатов начала XX в. с современными дебатами в США и Европе.

В другом исследовании [Arcimaviciene, Baglama, 2018] внимание было сосредоточено на дихотомической метафорической стратегии и мифотворчестве в СМИ США и Европейского союза. Авторы проанализировали источники, охватывающие период с 2015 по 2016 гг., в рамках теории концептуальной метафоры и критического дискурса-анализа. Как было установлено, большинство медианарративов способствовали дальнейшему развитию описания миграции посредством метафорической делегитимизации, которая дискурсивно конструировалась через бинарную оппозицию «они» и «мы». Метафорическая репрезентация была сгруппирована в два вида идеологически репрезентируемых сюжетных линий: миф о дегуманизации, реализованный через метафоры предметов и товаров, и миф о моральном авторитете, реализуемый через метафоры природных явлений, преступности и терроризма. Выводы показали, что большинство нарративов СМИ как

делегитимизируют, так и стигматизируют статус мигранта, еще больше закрепляя стереотип «аутсайдера» и тем самым создавая общее ощущение нестабильности и нетерпимости внутри общества.

В исследовании О. Ю. Полонской [Polonskaya, 2020] были изучены особенности метафорической концептуализации миграции в СМИ США. Исследование материала и описание метафорических моделей позволили выявить способы осмысления феномена миграции на современном этапе развития американского общества. Автор выделила три основные группы метафор по сфере-источнику: метафоры природных явлений и стихийных бедствий, милитарные метафоры, экономические метафоры.

Семантические и прагматические особенности дискурса о миграции в немецких СМИ рассмотрены в монографии В. А. Собяниной и И. В. Хохловой [2018]. В работе рассмотрены ключевые понятия предметной сферы «иммиграция», а также прагматический аспект метафорической репрезентации данной сферы в исследуемом дискурсе. Особое внимание привлекает использование в ходе анализа материала компьютерной программы MAXQDA.

В исследовании О. В. Киреевой [2019] проанализированы наиболее распространенные метафорические модели со сферой-мишенью «Миграция» СМИ России и Великобритании. Автор пришел к выводу, что миграция в дискурсах этих стран обычно сравнивается со стихией, которая носит внезапный и непредсказуемый характер. Историческое наследие России отражается в артефактных и милитарных метафорах отечественного дискурса, тогда как в британских СМИ чаще встречаются экономические и морбиальные метафоры. Примечательно наблюдение автора о том, что российские СМИ создают положительный образ миграции и отрицательный образ мигранта. Миграция в данном случае рассматривается в качестве решения экономических проблем, в то время как сами мигранты, особенно не желающие аккультурироваться, вызывают неприятие местного населения. Метафоры в британских СМИ свидетельствуют о том, что отношение к миграции постепенно смягчается, хотя в целом остается негативным. СМИ Великобритании положительно относятся к миграции квалифицированных иностранных специалистов, также приветствуется увеличение количества иностранных студентов в британских университетах. В то же время к мигрантам с низким уровнем образования или к нелегальным мигрантам складывается однозначно негативное отношение.

Метафорический образ миграции в российских СМИ был изучен Л. Е. Весниной [2010], показавшей, что в отечественном медиадискурсе доминируют метафорические модели с негативным прагматическим потенциалом (милитарная, криминальная, этническая и гидронимная метафорические модели). Вместе с тем это доминирование, по мнению автора, не обязательно является отражением негативного отношения россиян к мигрантам в действительности. Об этом свидетельствуют результаты, полученные в

ходе свободного ассоциативного эксперимента: только 31,3 % от общего количества реакций, данных на слово-стимул «мигрант», имели отрицательные коннотации.

Современные исследования подтверждают важность метафорических образов для понимания социальных, политических и культурных аспектов миграции. При этом авторы обращают внимание на потребность в изменении метафорического образа миграции. Метафорический образ миграции должен включать в себя не столько негативные черты, связанные с вторжением или наводнением, но и позитивные аспекты, такие как разнообразие, мультикультурализм и возможности для культурных обменов.

Как показал обзор, исследователи фокусируют внимание на метафорах в англоязычных СМИ, в то время как образы миграции в СМИ Франции остаются практически неизученными.

### **Метафорический образ миграции в СМИ Франции**

Как показал анализ материала, наиболее востребованными сферами-источниками метафорической экспансии в СМИ Франции стали сферы «Война», «Физические явления» и «Природа».

#### **Сфера-источник «Война»**

Один из видов политических метафор, который играет центральную роль для политического дискурса любой страны, — это военная (милитарная) метафора. Анализ французских средств массовой информации показывает, что в новостях на сайтах различных французских газет при описании миграции и мигрантов довольно часто используется военная метафорика.

Рассмотрим примеры франкоязычных цитат, касающихся сферы-источника «Война» из электронных версий газет *Le Parisien*, *Europe 1*, *L'Obs* и *Le Figaro*. Так, в статье электронной газеты *Le Parisien* журналист пишет:

*Nouvelle guerre des chiffres sur l'immigration* (*Le Parisien*, 09.10.2013).

Словосочетание «*guerre des chiffres*» («война цифр») используется здесь, чтобы указать на то, что газета *Le Figaro* предоставляет своим читателям дезинформацию по поводу количества вывезенных на границу нелегальных иммигрантов. По данным Министерства внутренних дел Франции таких иммигрантов за первые 8 месяцев 2013 года насчитывалось 18000 человек, но в статье *Le Figaro* их количество почему-то урезали до 14880 человек.

В январском выпуске 2018 года издания *L'Obs* было зафиксировано недовольство людей миграционной политикой Эмманюэля Макрона:

По имеющимся данным, основной приток беженцев во Францию в 2015 году был вызван военной операцией в Сирии. Это вызвало разногласия в политике как Франции, так и многих других европейских держав. Марин Ле Пен, лидер партии «Национальный фронт», в 2015 году охарактеризовала наплыв беженцев с помощью следующих образов:

*Ce pays a été attaqué violemment par des migrants. Il ne faut pas croire que les migrants viendront de manière pacifique quand les frontières sont fermées* (BFM TV, 24.09.2015).

В приведенном примере лексема *attaquer* (нападать) является термином из военной сферы. В данном контексте милитарная метафора используется для того, чтобы сформировать представление о мигрантах как о солдатах вражеской армии, которая вторглась во Францию с целью ее захвата.

На Брюссельском саммите, посвящённом миграционному кризису, глава государства тоже использовал милитарную метафору, но употребил ее с прямо противоположным прагматическим смыслом:

*En termes de nombre, aujourd'hui, la France n'est pas soumise à un afflux de réfugiés et ceux qui prétendent que nous serions envahis sont des manipulateurs, des falsificateurs, qui le font pour des raisons purement politiques, pour faire peur* (Le Figaro, 16.10.2015).

Президент подчеркивает, что в количественном отношении Франция не подвержена «наплыву» беженцев, а те, кто утверждает, что Франция подвергается «вторжению», являются манипуляторами, фальсификаторами, которые делают это из чисто политических соображений, чтобы напугать граждан страны. Лексема *envahir* – глагол со значением «захватывать», который употребляется, как правило, в военной сфере. Здесь идёт речь о политических силах (обычно правых), которые опасаются, что расширение потоков беженцев затронет коренное население Франции. По их мнению, ситуация с миграцией сопоставима с военным нападением на государство.

Не трудно заметить, что милитарные метафоры формируют крайне негативное отношение общества к мигрантам и направлены на разжигание ненависти. Вместе с тем некоторые контексты содержат примеры коммуникативного сопротивления такой тенденции, в том числе в дискурсе высших лиц французского государства.

Сфера-источник «Война» относится к востребованным источникам создания метафорического образа миграции во французских СМИ в последнее десятилетие, что свидетельствует о восприятии миграции как кризисной ситуации во Франции.

### **Сфера-источник «Физические явления»**

При описании миграции важное место во французских СМИ занимают метафоры физических явлений, тесно связанные с онтологическими метафорами, отличающимися от структурных метафор. Так как основным источником знаний «является опыт непосредственного взаимодействия человека с окружающим миром, диахронически первичным является физический опыт, организующий категоризацию действительности в виде простых когнитивных структур – образов-схем. Другими словами, онтологические метафоры формируются в понятийной системе человека раньше, чем структурные, потому что первые складываются из сенсорного опыта, в то время

как вторые во многом являются продуктом культуры, в которой человек развивается» [Будаев, Южанинова, 2020, с. 72–73]. Физические явления не несут выраженной культурной специфики и больше связаны с сенсорным опытом человека.

Среди наиболее востребованных метафор этой группы – онтологическая метафора давления, проводящая аналогию между миграцией и физическим феноменом. Ср.:

*Cette pression migratoire est tangible dans les pays européens dits de premier accueil (Italie, Espagne)* (Polémia. 27.01.2022). – *Это миграционное давление ощутимо в так называемых европейских странах первого приема (Италия, Испания).*

В приведённом контексте автор определяет миграцию как «давление», которое вызывает дискомфорт в Италии и Испании, принимающих первую волну мигрантов (так называемые страны «первого приема»).

Из физической картины мира известно, что избыточное давление разрушительно для объекта, на которое давление направлено. Смыслы избыточного давления и необходимости снижения давления активно используются обозревателями проблемы миграции в СМИ. Ср.:

*Il s'agit maintenant de "faire baisser la pression", a encore déclaré le ministre vendredi.* – *Теперь речь идет о "снижении давления", сказал министр в пятницу* (Midi Libre. 02.02.2018).

*Sur le front d'une pression migratoire galopante, avec près de 100.000 demandeurs d'asile en 2021, l'exécutif affiche la volonté de donner un tour de vis.* – *В условиях безудержного миграционного давления, когда в 2021 году около 100 000 человек будут искать убежища, исполнительная власть демонстрирует готовность изменить ситуацию* (Le Figaro. 16.09.2022).

Так, в статье Le Parisien о высылке нелегальных мигрантов с территории Франции в 2012 году говорится:

*Si on enlève l'effet d'optique de ces aides au retour, le nombre de retours contraints effectués depuis la métropole s'élevait à (...) 21.841 en 2012* (Le Parisien. 09.10.2013). – *Если убрать оптический эффект этих пособий по возвращению, число вынужденных возвращений, совершенных из метрополии, составило (...) 21 841 в 2012 году.*

*L'effet d'optique* – оптический эффект, т.е. эффект, возникший в силу законов отражения и преломления света. В данном контексте это выражение употребляется для описания искажений в достоверной оценке размеров принудительного возвращения мигрантов.

Известно, что повышение давления в замкнутом объекте может привести к взрыву, что обуславливает возможность использования соответствующей метафоры. Так, в статье газеты Polémia приводится метафора «взрыв» числа отказов для передачи грандиозных цифр отказов иммигрантам во въезде на границах с Италией и Испанией, что указывает на масштабную нелегальную иммиграцию во Францию. Ср.:

*Aux frontières nationales françaises, l'explosion du nombre des refus d'entrées tant à la frontière avec l'Espagne (31 200 au cours des huit premiers mois de l'année 2021) qu'avec l'Italie (26 000 non-admissions au cours des dix premiers mois de l'année) est un indicateur de l'ampleur de l'immigration clandestine à destination de la France – На французских национальных границах стремительный рост [букв. взрыв] числа отказов во въезде как на границе с Испанией (31 200 за первые восемь месяцев 2021 года), так и с Италией (26 000 отказов во въезде за первые десять месяцев года) является показателем масштабов о нелегальной иммиграции во Францию (Polémia. 27.01.2022).*

Метафора взрыва также используется для описания стремительно растущего количества ходатайств о предоставлении убежища во Франции. Ср.: *Les demandes d'asile explosent en France et en Europe – Количество ходатайств о предоставлении убежища стремительно растет во Франции и Европе (Le Figaro. 25.01.2023).*

В одном из своих выступлений Марин Ле Пен сравнила миграцию с наводнением, создаваемым с помощью насоса. Ср.:

*Il faut lancer le signal que nous n'accueillerons pas les réfugiés, demande la présidente du Front national. Il faut couper toutes les pompes de l'immigration sinon nous serons submergés (BFM TV. 24.09.2015). – Необходимо подать сигнал о том, что мы не будем принимать беженцев, призывает президент Национального фронта. Необходимо отключить все иммиграционные насосы, иначе мы окажемся под водой.*

Метафора насоса подразумевает нагнетание давления, активное содействие тому, чтобы поток мигрантов не прекращался, в противовес традиционной метафоре наводнения, предлагающей воспринимать миграцию как естественный процесс. Будучи националистически настроенным политиком, Марин Ле Пен использует рефрейминг устоявшегося образа, с целью создать более согласованный с ее политическими взглядами образ.

Стоит отметить, что метафорика физических явлений используется во франкоязычных СМИ по отношению к миграции не с такой частотой, как, например, военные образы, и всё-таки метафоры данной группы занимают значимое место среди механизмов формирования негативного представления о миграции.

### **Сфера-источник «Природа»**

В современных франкоязычных СМИ широко востребованы метафоры со сферой-источником «Природа».

Так, в статье издания Polémia Пол Торменен пишет про ожидаемые последствия для Франции от переизбрания Эммануэля Макрона на пост президента:

*La réélection d'Emmanuel Macron à la présidence de la République en avril 2022 pourrait bien consacrer la submersion migratoire de la France (Polémia, 27.01.2022). – Переизбрание Эммануэля Макрона президентом республики в*

апреле 2022 года вполне может освятить миграционное затопление Франции.

В приведенном контексте миграция сравнивается с водной стихией, способной «затопить» Францию мигрантами. Так как наводнение обычно приводит к ущербу, данный контекст привносит пейоративные смыслы. Вместе с тем некоторые политики используют метафору наводнения в отрицательных контекстах, оспаривая предлагаемый образ. Так, Мануэль Вальс в одном из своих выступлений употребил фразу «далека от затопления» в отношении Франции, которая, по его мнению, ещё не была переполнена мигрантами в 2016 году. Ср.

*Manuel Valls a appelé jeudi à “éviter toute déclaration à l'emporte-pièce” sur la question des migrants, estimant que si la France doit prendre sa part dans leur accueil, elle est “loin d’être submergée”* (Europe 1. 22.09.2016). – Мануэль Вальс призвал в четверг «избегать любых огульных заявлений» по вопросу о мигрантах, полагая, что если Франция и должна принять участие в их приеме, то она «далека от затопления».

Схожие смыслы привносит метафора *un afflux* – «приток, наплыв, прилив» в дискурсе бывшего французского президента Франсуа Олланда. Ср.:

*En termes de nombre, aujourd'hui, la France n'est pas soumise à un afflux de réfugiés et ceux qui prétendent que nous serions envahis sont des manipulateurs, des falsificateurs, qui le font pour des raisons purement politiques, pour faire peur* (Le Figaro. 16.10.2015). – В количественном отношении Франция сегодня не подвержена наплыву беженцев, а те, кто утверждает, что мы подвергаемся вторжению, являются манипуляторами, фальсификаторами, которые делают это из чисто политических соображений, чтобы напугать.

Противоположные смыслы эксплуатирует лидер партии «Национальный фронт» Марин Ле Пен, сравнивая мигрантов с бесконечным и неисчерпаемым водоёмом. Ср.:

*Nous ne sommes qu'au début de la catastrophe car le réservoir de réfugiés est inépuisable* (BFM TV. 24.09.2015). – Мы только в начале катастрофы, потому что резервуар беженцев неисчерпаем.

Также журналистами СМИ часто употребляются метафоры, связанные с климатом:

*A l'époque, le climat est tendu sur la question de l'immigration* (Libération. 22.04.2015). В то время атмосфера в вопросе иммиграции была напряженной.

*Nous attendons une réaction extrêmement forte» de la justice et des pouvoirs publics, car il est «impensable que des municipalités renoncent à des projets aussi importants (...) en raison du climat d'intimidation que cherche à faire peser une minorité* (Le Figaro. 12.04.2023). – Мы ожидаем крайне жесткой реакции» со стороны правосудия и органов государственной власти, поскольку «немыслимо, чтобы муниципалитеты отказывались от таких важных



проектов (...) из-за атмосферы запугивания, которую меньшинство стремится навязать.

Выражения «напряжённая обстановка» в первом примере и «атмосфера запугивания» во втором указывают на враждебное отношение общества к проблеме миграции.

Весьма популярны среди франкоязычных СМИ метафоры, связанные с существительным *jungle* (джунгли). Связать это можно с тем, что мигранты представляются французам дикарями, забредшими в их страну. Широкую известность получило сравнение Ж. Боррелем Европы с цветущим садом, а остального мира с джунглями. Как показывает анализ, этот образ скорее проявление общей картины мира, чем метафора идиолекта Верховного представителя Европейского Союза по иностранным делам и политике безопасности. Ср.:

*À Calais, "nous ne pouvons pas laisser perdurer une jungle, avec son lot de violences et ses désagréments insupportables pour les populations environnantes, comme pour les migrants"* (Europe 1. 22.09.2016). – В Кале «мы не можем позволить разрастаться джунглям с их насилием и невыносимыми неудобствами для окружающего населения, а также для мигрантов».

*Le ministre de l'Intérieur Bernard Cazeneuve a annoncé mercredi que le démantèlement de la "jungle" de Calais se ferait avant l'hiver* (Europe 1. 22.09.2016). – Министр внутренних дел Бернар Казенёв заявил в среду, что демонтаж «джунглей» Кале состоится до наступления зимы.

Проблема миграции воспринимается как «горячая» тема, поэтому неудивительно, что огненная стихия используется для описания ситуации. На фоне этого в сентябре 2016 года премьер-министр Франции (тогда им был Мануэль Вальс) выступил с заявлением, в котором он призывал мэров Франции принять беженцев, а также призывал всех избегать любых заявлений, которые могут «подлить масла в огонь». Ср.:

*Manuel Valls a appelé jeudi les maires de France à accueillir les réfugiés, et pressé chacun à éviter toute déclaration qui puisse "jeter de l'huile sur le feu"* (Europe 1. 22.09.2016).

Таким образом, наиболее востребованы из сферы-источника «Природа» образы стихий, преимущественно связанных с водой (наводнение, затопление, наплыв и др.).

### **Заключение**

Отношение к процессу миграции и самим беженцам в последнее время отличается нестабильностью, что влияет на специфику восприятия мигрантов французским населением. С одной стороны, демографические проблемы во Франции принуждают правительство искать источники пополнения рабочей силы, при этом дешевой рабочей силы. С другой стороны, налицо проблемы с аккультурацией мигрантов во французском обществе. Многие выходцы из бывших французских колоний не торопятся перенимать традиции метрополии, воспринимая социальную помощь государства как

компенсацию за безжалостную эксплуатацию стран Азии и Африки европейскими странами в прошлом. Отсюда явный конфликт между мигрантами и коренным населением, что находит отражение в метафорических моделях в СМИ.

Среди самых частотных метафор, конструирующих образ миграции в СМИ Франции, стали метафоры, относящиеся к сферам-источникам «Война», «Физические явления» и «Природа». Самыми востребованными оказались метафоры из сферы-источника «Война», отражающие враждебные настроения к мигрантам, сравнимым с вражеской армией. Столь же востребованным источником метафор оказалась сфера-источник «Природа», отражающая осмысление миграции как стихийного бедствия, поразившего французское государство. При этом власть предержащие просят не преувеличивать последствия «стихийного бедствия», в то время как оппозиционно настроенные авторы текстов рисуют картины мрачного будущего Франции. Метафоры физических явлений используются для описания умеренной позиции, позволяющей воспринимать миграцию как терпимое явление, но в разумных пределах.

Таким образом, представление о миграции во французских СМИ строится, в основном, на негативных оценках, что даёт нам понять, что отношение к мигрантам среди французов довольно напряжённое, несмотря на значительные попытки государства продолжать политику мультикультурализма.

К перспективам исследования можно отнести сопоставительное исследование метафор, конструирующих образ миграции в медиадискурсе Франции и других государств.

### **Список литературы**

Будаев, Э. В. Онтологические метафоры как способ репрезентации концепта ZORN в немецком языке / Э. В. Будаев, Е. В. Южанинова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 2. – С. 70–79.

Будаев, Э. В. Сопоставительная политическая метафорология / Э. В. Будаев. – Санкт-Петербург : Научные технологии, 2020. – 464 с. – Текст : непосредственный.

Веснина, Л. Е. Метафорическое моделирование миграции (по материалам российских печатных СМИ и данным ассоциативного эксперимента) : специальность 10.02.01 – русский язык : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Веснина Людмила Евгеньевна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2010. – 250 с. – Текст : непосредственный.

Замотина, Е. И. Ретрансляция юридического дискурса в текстах СМИ о миграции / Е. И. Замотина, Т. В. Дубровская. – Текст : непосредственный // Казанский педагогический журнал. – 2015. – № 6-2 (113). – С. 449–456.

Киреева, О. В. Метафорическое моделирование миграции в дискурсе российских и британских СМИ / О. В. Киреева. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2019. – № 4 (76). – С. 31–38.

Кубрякова, Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – Москва : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – Текст : непосредственный.

Онал, И. О. Метафорическая репрезентация миграции в турецких СМИ / И. О. Онал. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 4 (51). – С. 753–757.

Собянина, В. А. Языковая репрезентация миграции в немецких СМИ / В. А. Собянина, И. В. Хохлова. – Москва : Московский городской педагогический университет, 2018. – 152 с.

Сергеева, З. Х. Феномен миграции в российских сми и оценках экспертов / З. Х. Сергеева. – Текст : непосредственный / Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2008. – Т. 4. – № 3. – С. 177–190.

Хисматуллина, Л. Г. Метафорическая репрезентация миграции в британских, американских и российских СМИ / Л. Г. Хисматуллина, А. К. Гарраева, И. Г. Ахметзянов. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2017. – № 2. – С. 170–176.

Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : УрГПУ, 2001. – 238 с. – Текст : непосредственный.

Arcimaviciene, L. Migration, Metaphor and Myth in Media Representations: The Ideological Dichotomy of “Them” and “Us” / L. Arcimaviciene, S. H. Baglama // Sage Open. – 2018. – Vol 8(2). – P. 1–13.

Charteris-Black, J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor / J. Charteris-Black. – Basingstoke : Palgrave-MacMillan, 2014. – 318 p. – Текст : непосредственный.

Biria, E. Figurative Language in the Immigration Debate: Comparing Early 20th Century and Current U.S. Debate with the Contemporary European Debate / E. Biria. Thesis. Portland State University, 2012. – 84 p.

Charteris-Black, J. Britain as a container: immigration metaphors in the 2005 election campaign / J. Charteris-Black // Discourse & Society. – 2006. – Vol. 17. – P. 563–581.

Lakoff, G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. A Lakoff. – Текст : непосредственный // Metaphor and Thought Ortony / Ed. by A. Ortony. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – P. 202–251.

Polonskaya, O. Yu. Metaphorical modeling of migration: on the material of the U. S. mass media / O. Yu. Polonskaya. – Текст : непосредственный // *Litera*. – 2020. – № 3. – С. 48–54.

Wodak, R. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual* / R. Wodak. – New York: Palgrave Macmillan, 2011. – 270 p. – Текст : непосредственный.

Получена: 29.01.2023

Принята: 20.02.2023

## **METAPHORICAL IMAGE OF MIGRATION IN THE FRENCH MEDIA**

**D. V. Strelkova**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*strelkova110702@gmail.com*

*Abstract.* The purpose of this study is to identify the features of the metaphorical conceptualization of migration in the French-language media discourse. The object of the work is the image of migration in the French media. The subject of the research is the features of the metaphorical conceptualization of migration in the French media discourse. Metaphorical contexts from French media (*Le Parisien*, *Europe 1*, *L'Obs*, *Riposte Laïque*, *Polémia*, *Midi Libre*, *Libération*, *Le Figaro*, *BFM TV*) were used as research material. The chronological framework covers the period 2013–2023. The methodology of this study is based on the postulates of the cognitive-discursive approach to the metaphor analysis. The following methods were used during the research: descriptive method, sampling, systematization, metaphorical modeling method, discursive approach to the analysis of metaphors. As the analysis showed, among the most frequent metaphors constructing the image of migration in the French media are images related to the source domains “War”, “Physical phenomena” and “Nature”. The image of migration in the French media is based mainly on negative assessments, which indicates that the attitude towards migrants among the French is rather tense, despite significant attempts by the state to continue the policy of multiculturalism.

*Key words:* metaphor; migration; French media; refugees; discursive analysis; cognitive analysis.

### **References**

Arcimaviciene, L., & Baglama, S. H. (2018). *Migration, Metaphor and Myth in Media Representations: The Ideological Dichotomy of “Them” and “Us”*. *Sage Open*, 8(2), 1–13.

Biria, E. (2012). *Figurative Language in the Immigration Debate: Comparing Early 20th Century and Current U.S. Debate with the Contemporary European Debate* [Thesis. Portland State University].

Budaev, E. V. & Yuzhaninova, E. V. (2020). *Ontologicheskie metafory kak sposob reprezentatsii kontsepta ZORN v nemetskom yazyke* [Ontological metaphors as a way of representing the ZORN concept in German]. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2, 70–79.

Budaev, E. V. (2020). *Sopostavitel'naja politicheskaja metaforologija* [Comparative political metaphorology]. Saint Petersburg: Naukoemkie tehnologii.

Charteris-Black, J. (2006). Britain as a container: immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17, 563–581.

Charteris-Black, J. (2014). *Analyzing Political Speeches: Rhetorical, Discourse and Metaphor*. Basingstoke: Palgrave-MacMillan.

Chudinov, A. P. (2001). *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a Metaphorical Mirror: A Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg: UrGPU.

Khismatullina, L. G., Garaeva, A. K. & Akhmetzyanov, I. G. (2017). [Metaphorical representation of migration in the British, American and Russian media]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2, 170–176.

Kireeva, O. V. (2019). Metaforicheskoe modelirovanie migratsii v diskurse rossiyskikh i britanskikh SMI [Metaphorical modeling of migration in the discourse of Russian and British media]. *Politicheskaya lingvistika*, 4 (76), 31–38.

Kubryakova, E. S. (2004). *Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoj tochki zreniya. Rol` yazyka v poznanii mira* [Language and knowledge: On the way to gaining knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in understanding the world]. Moscow: Yazyki slavyanskoj kultury.

Lakoff, G. (1993). The Contemporary Theory of Metaphor. In Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and Thought* (pp. 202–251). Cambridge: Cambridge University Press.

Onal, I. O. (2022). Metaforicheskaya reprezentatsiya migratsii v turetskikh SMI [Metaphorical representation of migration in the Turkish media]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 4 (51), 753–757.

Polonskaya, O. Yu. (2020). Metaphorical modeling of migration: on the material of the U. S. mass media. *Litera*, 3, 48–54.

Sergeeva, Z. Kh. (2008). Fenomen migratsii v rossiyskikh smi i otsenkakh ekspertov [The phenomenon of migration in the Russian media and expert assessments]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS*, 4(3), 177–190.

Sobyanina, V. A. & Khokhlova, I. V. (2018). *Yazykovaya reprezentatsiya migratsii v nemetskikh SMI* [Language representation of migration in the German media]. Moscow: Moscow City Pedagogical University.

Vesnina, L. E. (2010). *Metaforicheskoe modelirovanie migratsii (po materialam rossiyskikh pechatnykh SMI i dannym assotsiativnogo eksperimenta)* [Metaphorical modeling of migration (based on materials from Russian print media

and data from an associative experiment)]. [Candidate Dissertation, Ural State Pedagogical University].

Wodak, R. (2011). *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. New York: Palgrave Macmillan.

Zamotina, E. I. & Dubrovskaya, T. V. (2015). Retranslyatsiya yuridicheskogo diskursa v tekstakh SMI o migratsii [Retransmission of legal discourse in media texts about migration]. *Kazanskiy pedagogicheskiy zhurnal*, 6-2 (113), 449–456.

Submitted: 29.01.2023

Accepted: 20.02.2023

## **Информация для авторов**

---

### **Правила предоставления рукописей**

Редакционная коллегия журнала приглашает к сотрудничеству специалистов в области истории и филологии.

К рассмотрению принимаются статьи, представляемые к публикации впервые, не опубликованные ранее и не находящиеся на рассмотрении в других изданиях. Статья должна содержать результаты выполненного авторами самостоятельно оригинального исследования, характеризующиеся отчетливой научной новизной, актуальностью, теоретической и практической значимостью.

Все статьи проходят проверку на плагиат.

Редакция принимает материалы объемом от 20 до 40 тыс. знаков с пробелами (1 авт. л.). Объём сообщений, рецензий и других подобных материалов — до 8 тыс. знаков. По согласованию с редакцией журнала объем текста может быть увеличен.

В редакцию высылаются:

1. Файл с текстом статьи (именуется «Фамилия\_первые слова названия статьи»).

2. Файл «Фамилия\_данные об авторе», в которой помещается следующая информация:

- Фамилия, имя, отчество автора полностью.
- Официальное наименование места работы, должность, учёная степень, учёное звание автора.
- Контактная информация (служебный адрес с почтовым индексом, номер телефона, электронная почта).
- Название статьи.

3. Подписанный текст согласия (сканированная копия) на опубликование в открытой печати текста статьи и индивидуальных сведений автора (авторов). **Образец бланка согласия представлен в Приложении 2.**

4. Для работ авторов, не имеющих ученой степени, требуется рекомендация научного руководителя или рекомендация кандидата/доктора наук по специальности статьи в виде сканированного текста с подписью и контактными данными. Файл именуется «Фамилия\_Рекомендация».

Тексты высылаются в форматах .doc, .docx, .rtf. Электронные версии рисунков (в форматах .bmp, .png, .jpg, .tif) высылаются отдельными пронумерованными файлами (названия файлов: «рис. 1.», «рис. 2» и т.д.).

Адрес для отправки материалов по электронной почте: [uzntgspi@yandex.ru](mailto:uzntgspi@yandex.ru)

Статьи, оформленные с нарушением требований журнала, возвращаются авторам на доработку.

### **Требования к оформлению статей в журнале «Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология»**

Параметры страницы: верхнее и нижнее поля — 2 см, левое и правое — 2,5 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Интервал одинарный, абзацный отступ 1 см.

Ссылки оформляются согласно ГОСТ 7.05-2008 «Библиографическая ссылка». Например: [Иванов, 1999, с. 56], [Теория метафоры, 1990, с. 67], [Лаккофф, 2001; Чудинов, 2001].

В лингвистических статьях иллюстративный материал (слово, фразеологическая единица, словосочетание, предложение и т. п.) в тексте статьи выделяется курсивом. Толкование значения слова и семы заключается в одинарные кавычки ‘...’. Ссылка на источник приводимого иллюстративного материала дается после примера в круглых скобках (внутритекстовая ссылка): *Надзор за деятельностью банков должен быть в надежных руках* (Новая газета. 2007. № 7).

Источники оформляются в виде нумерованного списка литературы в алфавитном порядке. Библиографические записи в списке литературы оформляются согласно ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическая запись. Заголовок», ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

#### **Примеры оформления библиографических записей в списке литературы**

##### ***Книги одного автора***

Скляревская, Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская. – Санкт-Петербург : Наука, 1993. – 151 с. – Текст : непосредственный.

##### ***Книги двух авторов***

Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Наука : Флинта, 2008. – 248 с. – Текст : непосредственный.

##### ***Книги трех авторов***

Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова : учебное пособие. – 2-е изд. – Москва : Дрофа, 2000. – 288 с. – Текст : непосредственный.

##### ***Книги четырех авторов***

Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 245 с. – Текст : непосредственный.

##### ***Книги пяти и более авторов***



Распределенные интеллектуальные информационные системы и среды / А. Н. Швецов, А. А. Сукошников, Д. В. Кочкин [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2017. – 196 с. – Текст : непосредственный.

#### ***Книги под заглавием***

Теория метафоры : сборник научных статей / Под ред. Н. Д. Арутюновой. – Москва : Прогресс, 1990. – 512 с. – Текст : непосредственный.

#### ***Диссертации***

Кушнерук, С. Л. Когнитивно-дискурсивное миромоделирование в британской и российской коммерческой рекламе : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Кушнерук Светлана Леонидовна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2016. – 567 с. – Текст : непосредственный.

#### ***Авторефераты диссертаций***

Величковский, Б. Б. Функциональная организация рабочей памяти : специальность 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук / Величковский Борис Борисович ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2017. – 44 с. – Текст : непосредственный.

#### ***Многотомное издание в целом***

Голсуорси, Д. Сага о Форсайтах : в 2 томах. / Д. Голсуорси ; перевод с английского М. Лорне [и др.]. – Москва : Время, 2017. – Текст : непосредственный.

#### ***Статьи из журналов***

Серио, П. От любви к языку до смерти языка / П. Серио. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2009. – № 29. – С. 118–123.

Вепрева, И. Т. Перегрузка / И. Т. Вепрева, Н. А. Купина. – Текст : непосредственный // Русский язык за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 119–122.

Влияние психологических свойств личности на графическое воспроизведение зрительной информации / С. К. Быструшкин, О. Я. Созонова, Н. Г. Петрова [и др.]. – Текст : непосредственный // Сибирский педагогический журнал. – 2017. – № 4. – С. 136–144.

#### ***Статьи из сборников, книг***

Кибрик, А. А. Функционализм / А. А. Кибрик, В. А. Плунгян. – Текст : непосредственный // Фундаментальные направления современной американской лингвистики / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. – Москва : Издательство МГУ, 1997. – С. 276–339.

#### ***Электронные ресурсы локального доступа***

Основы системного анализа и управления : учебник / О. В. Афанасьева, А. А. Клавдиев, С. В. Колесниченко, Д. А. Первухин. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2017. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.

Романова, Л. И. Английская грамматика : тестовый комплекс / Л. Романова. – Москва : Айрис : MagnaMedia, 2014. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст. Изображение. Устная речь : электронные.

#### ***Электронные ресурсы сетевого распространения***

Яницкий, М. С. Ценностная детерминация инновационного поведения молодежи в контексте культурно-средовых различий / М. С. Яницкий. – Текст : электронный // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 34. – С. 26–37. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13024552> (дата обращения: 29.05.2018).

В статье приводятся данные об авторах, аннотация (100–150 слов), ключевые слова и список литературы на английском языке, оформленный согласно требованиям APA Style. На сайте <http://translit.ru/> можно воспользоваться программой транслитерации русского текста в латиницу (последовательность действий: выбираем стандарт VGN, помещаем библиографические ссылки из русскоязычного списка в рабочее поле и нажимаем кнопку «в транслит», копируем получившийся текст). После транслитерации названия источника приводится его перевод на английский язык в квадратных скобках.

### **Примеры оформления библиографических записей в списке литературы на английском языке (APA Style)**

#### ***Книги***

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. London: Publisher.

Jones, A.F. & Wang, L. (2011). *Spectacular creatures: The Amazon rainforest* (2nd ed.). San Jose: Publisher.

Williams, S.T. (Ed.). (2015). *Referencing: A guide to citation rules*. New York: Publisher.

#### ***Глава в книге***

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (pp. 50–95). New York: Publishers.

#### ***Статьи в журналах***

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81–95.

#### ***Диссертация***

Kabir, J. M. (2016). *Factors influencing customer satisfaction at a fast food hamburger chain* [Doctoral dissertation, Wilmington University].

#### ***Электронный текст***

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81-95. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

## **Образец оформления статьи**

УДК 811.111'42

### **ЛИТЕРАТУРНЫЕ ПЕРСОНАЖИ КАК СФЕРА-ИСТОЧНИК ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ**

**А. Б. Иванов**

Уральский государственный педагогический университет  
Екатеринбург, Россия  
*ivanov@gmail.com*

**П. Н. Петров**

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Российского государственного профессионально-педагогического университета  
Нижний Тагил, Россия  
*petrov@gmail.com*

*Аннотация.* В статье рассматриваются прецедентные имена из сферы-источника «Литература» в СМИ Великобритании (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) за последние десять лет (2010—2019). Для изучения данных прецедентных имен применялись когнитивно-дискурсивный анализ и приемы лингвокультурологического описания. Сделан вывод о том, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным источником прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров, составляющего 400 прецедентных имен). Выявлено, что британские журналисты регулярно обращаются в своих текстах к именам героев из классических произведений английской литературы. Вместе с тем показано, что ведущее место по частотности актуализации и продуктивности занимают прецедентные имена, ставшие популярными в последние десятилетия, что в первую очередь относится к героям романов Дж. Роулинг о Гарри Поттере. Таким образом, анализ показал, что функционирование прецедентных имен зависит не только от когнитивных и культурных, но и от дискурсивных факторов.

*Ключевые слова:* прецедентное имя; прецедентные феномены; интертекстуальность; СМИ Великобритании; дискурс СМИ; литературные персонажи.

*Благодарности:* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 01-234-56789.

#### **1. Введение**

Отличительной чертой современной массовой коммуникации является активное использование прецедентных имен (далее — ПИ) [Богоявленская, 2015; Будаев, 2019; Гудков, 2020; Зырянова, 2016; Нахимова, 2011]. Согласно определению В. В. Красных, ПИ — «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин, Стаханов). Это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется

апелляция не к собственно денотату (в другой терминологии — референту), а к набору дифференциальных признаков данного ПИ» [Красных, 2002, с. 172].

## **2. Материал и методика исследования**

В качестве материала для настоящего исследования послужили ...

В настоящей работе используется методика исследования ПИ, объединяемых сферой-источником «Литературные персонажи».

## **3. Анализ**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Таблица 1 – Название таблицы

U	A (%)	B (%)
X	8	14,6
Y	92	85,4
Всего:	100	100

Текст. Текст.

## **4. Заключение**

Итак, наши наблюдения показывают, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным ресурсом прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров ПИ). Особенность функционирования ПИ из данной сферы-источника заключается в том, что...

## **Список литературы**

Богданович, Г. Ю. Библейские мотивы как источник формирования медийного образа Крыма / Г. Ю. Богданович, Е. А. Нахимова, Н. А. Сегал. – Текст : непосредственный // Язык и культура. – 2019. – № 47. – С. 8–20.

Гудков, Д. Б. Люди и звери. Русские прецедентные имена и зоонимы в национальном мифе. Лингвокультурологический словарь / Д. Б. Гудков. – Москва : Ленанд, 2020. – 200 с. – Текст : непосредственный.

Budaev, E. V. Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse / E. V. Budaev, A. P. Chudinov. – Текст : непосредственный // Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki. – 2017. – Vol. 1. – P. 60– 67.

Kennedy, V. Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo / V. Kennedy. – Текст : непосредственный // Metaphor and Symbol. – 2000. – Vol. 15. – № 4. – P. 252– 265.

## **LITERARY CHARACTERS AS A SOURCE DOMAIN OF PRECEDENT NAMES IN THE UK MEDIA**

**A. B. Ivanov**

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)  
of the Russian State Vocational Pedagogical University  
Nizhny Tagil, Russia  
*ivanov@gmail.com*

**P. N. Petrov**

Ural State Pedagogical University  
Yekaterinburg, Russia  
*petrov@gmail.com*

*Abstract.* The article deals with precedent names from the source domain “Literature” in the UK media (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) over the past ten years (2010–2019). The methods of cognitive-discourse analysis and cultural description of language were used to study the precedent names. It is concluded that the source domain “Literary characters” is the most demanded source of precedent names in the British media (26 % of the total body of examples, which is 400 precedent names). It was revealed that British journalists regularly refer to the names of characters from the classical works of English literature in their texts. At the same time, it is shown that the leading place in terms of frequency of actualization and productivity is occupied by precedent names that have become popular in recent decades and which primarily refer to the characters of J. Rowling’s Harry Potter novels. Thus, the analysis showed that the functioning of precedent names depends not only on cognitive and cultural, but also on discursive factors.

*Key words:* precedent name; precedent phenomena; intertextuality; UK media; media discourse; literary characters.

*Acknowledgments:* The reported study was funded by RFBR according to the research project № 01-234-56789

### **References**

- Bogdanovich, G. Yu., Nakhimova, E. A., & Segal N. A. (2019). Bibleyskiye motivy kak istochnik formirovaniya mediynogo obraza Kryma [Biblical motives as the source of the creation of media image of the Crimea]. *Yazyk i kultura*, 47, 8–20.
- Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2017). Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki*, 1, 60–67.
- Gudkov, D. B. (2003). *Teoriya i praktika mezhkulturnoy kommunikatsii* [Theory and Practice of Intercultural Communication]. Moscow: Gnozis.

Kennedy, V. (2000). Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo. *Metaphor and Symbol*, 15, 252–265.

