

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Коротун Виктория Юрьевна

**КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ МЕТАФОР В
СТРУКТУРЕ АНГЛИЙСКОГО МАСС-МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА**

10.02.19 – Теория языка

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических
наук, профессор
Катермина В.В.

Краснодар – 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Масс-медийный дискурс как объект исследования	13
1.1. Медиатекст как единица масс-медийного дискурса.....	13
1.2. Понятие масс-медийного дискурса и его компоненты.....	21
1.3. Суггестивность как характеристика масс-медийного дискурса.....	30
1.4. Типология масс-медийного дискурса.....	41
1.5. Функции масс-медийного дискурса.....	47
Выводы к главе 1.....	53
Глава 2. Основные направления изучения метафоры	56
2.1. Истоки возникновения теории метафоры. Определение термина.....	56
2.2. Лингвистические теории метафоры.....	63
2.3. Подходы к классификации метафор.....	72
2.4. Признаки и функции метафоры.....	80
2.5. Метафора и смежные языковые явления.....	87
Выводы к главе 2.....	98
Глава 3. Музыкальная метафора в масс-медийном дискурсе: когнитивно-прагматический аспект	101
3.1. Сфера-источник «музыка».....	101
3.2. Метафоризация общеупотребительной музыкальной лексики.....	105
3.2.1. Метафорическое использование наименований музыкальных инструментов.....	105
3.2.2. Метафорическое использование наименований музыкальных произведений.....	122
3.2.3. Метафорическое использование наименований музыкальных жанров.....	140
3.3. Участие терминологической музыкальной лексики в процессах метафоризации.....	152

3.4. «Музыка» как сфера-источник прецедентности. Особенности функционирования музыкальных прецедентных феноменов в масс-медийном дискурсе.....	168
Выводы к главе 3.....	173
Заключение.....	176
Список использованной литературы.....	180

Введение

Данная работа посвящена исследованию когнитивно-прагматических особенностей функционирования музыкальных метафор в английском масс-медийном дискурсе.

Динамика языковых процессов ярко отражается в дискурсе СМИ, языковое поле которого наиболее чувствительно к контексту современной жизни. В частности, функционирование в нем метафоры свидетельствует о характерной в настоящее время тенденции использования лингвистических методов для нелингвистических целей. Креативно-познавательный потенциал метафоры предопределил повышенный интерес к изучению данного тропа с позиции когнитивистики, согласно которой метафора рассматривается как форма концептуализации реальности – когнитивного процесса, результатом которого является создание новых понятий. Образность метафоры делает ее великолепным средством воздействия на адресата речи в масс-медийном дискурсе. Образ в тексте вызывает эмоционально-оценочную реакцию сам по себе. Эстетически оформленная информация обладает потенциалом внушаемости, так как апеллирует к эмоциям человека и воздействует на его поведение. Приведенное выше свидетельствует об актуальности рассматриваемой проблематики.

Степень разработанности проблемы. Традиционно в трудах философов Античности: Аристотеля, Квинтилиана, Деметрия, Цицерона и др. – метафора рассматривалась как риторическое средство, выполняющее декоративную функцию. В настоящее время, однако, данный троп все чаще изучается с позиции когнитивистики как инструмент познания и формирования языковой картины мира. В зарубежной лингвистике обоснование когнитивной метафоры содержится в работах Р. Гиббса (2008), З. Кёвечеша (2010), Дж. Лакоффа и М. Джонсона (2003), Д. Пантера (2007) и др. В числе отечественных ученых, занимающихся проблемами метафорологии, можно отметить А.Н. Баранова (2003), Э.В. Будаева, А.П. Чудинова (2008), В.П. Москвина (2006), Г.Н. Складневскую (1993),

В.К. Харченко (1991) и др. Отдельные вопросы функционирования метафоры в разных видах дискурса становились предметом диссертационных работ Н.Д. Бессарабовой (1985), Т.Д. Магомадовой (2015), Е.Н. Нагорной (2014) и др.

Явление масс-медийного дискурса довольно хорошо изучено в трудах С.Н. Бородиной (2016), В.А. Буряковской (2014), Е.В. Воробьевой (2010), В.В. Дешевой (2010), Н.А. Корниловой (2013), А.С. Пучниной (2015), Е.С. Солнцевой (2015), О.В. Ширяевой (2015) и др.

Анализу музыкальной лексики и семантической сферы «музыка» посвящено не так много исследований: диссертационные работы О.Н. Надольской (2006), О.С. Петровской (2015), Д.Е. Хохонина (2015), О.В. Чурсина (2009) и др.

Актуальность исследования. Функционирование метафоры в структуре английского масс-медийного дискурса рассматривается с позиции лексико-семантического и когнитивно-прагматического подходов. Несмотря на большое число научных работ, посвященных различным аспектам метафоры, на данный момент практически не существует релевантных лингвистических исследований характерных черт данного тропа в языке СМИ. В частности, недостаточно изучен механизм функционирования музыкальной метафоры в масс-медийном дискурсе. Анализ использования лексем семантической сферы «музыка» в фигуральном значении с целью структурирования других сфер представляет огромный исследовательский интерес, поскольку метафорические модели, лежащие в основе дискурса СМИ, позволяют понять взгляды носителей языка на события, происходящие в различных сферах жизни в настоящее время.

Объектом исследования послужили музыкальные метафоры в масс-медийном дискурсе.

Предметом изучения являются когнитивно-прагматические особенности функционирования музыкальных метафор в английских медиатекстах.

Цель исследования заключается в выявлении свойств музыкальных метафор, способствующих реализации коммуникативных интенций адресанта и определяющих эффективность использования данного феномена в масс-медийном дискурсе.

Цель данной работы достигается путем решения следующих **задач**:

1) выделить характеристики масс-медийного дискурса, конкретизирующие особенности медийного формирования реальности, и представить механизм конструирования медийной картины мира в виде коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения;

2) рассмотреть степень интенциональной обусловленности использования музыкальной метафоры в масс-медийном дискурсе;

3) выявить семантические признаки, на основе которых осуществляется процесс метафоризации, и установить типы метафорических моделей;

4) выделить сферы-цели метафоризации в английском масс-медийном дискурсе;

5) проанализировать метафорическое употребление музыкальных прецедентных феноменов в структуре масс-медийного дискурса в качестве средства, усиливающего прагматическое воздействие на аудиторию.

Научную новизну исследования определяют следующие основные результаты:

– дано целостное описание музыкальной метафоры;
– определены лексические единицы музыкальной семантики, которые наиболее активно становятся компонентами устойчивых выражений английского языка;

– выявлены семантические признаки образования метафорических значений у лексем денотативной сферы «музыка»;

– определены продуктивные модели метафоризации музыкальной лексики в масс-медийном дискурсе;

– построена схема коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения в дискурсе СМИ.

Теоретическая значимость диссертации состоит в дальнейшем развитии теории дискурса, в систематизации различных подходов в когнитивной теории метафоры, в разработке модели описания музыкальной метафоры в структуре масс-медийного дискурса в рамках прагмалингвистики и когнитивистики. Углубляется научное знание о специфике метафорического моделирования действительности в текстах СМИ и о способах метафорического объяснения положения дел в мире.

Практическая ценность работы определяется возможностью использовать положения, изложенные в ней, в курсах языкознания, лексикологии, стилистики, в спецкурсах по теории дискурса и метафорологии. Результаты данного диссертационного исследования также могут найти применение при составлении учебных пособий, словарей и для написания дипломных и курсовых работ.

Теоретической базой диссертации послужили основные идеи и концепции теории языка, представленные в рамках отечественных и зарубежных исследований в следующих областях:

– теория метафоры (Азаренко, 2014; Арутюнова, 1978, 1990; Асташина, 2015; Баранов, 2003; Бессарабова, 1985; Бородулина, Макеева, 2014, 2016; Будаев, Чудинов, 2008; Клименова, 2009; Серегина, Чудинов, 2014; Black, 1955; Gibbs, 2008; Kövecses, 2010; Punter, 2007; Ricoeur, 2004 и др.);

– теория масс-медийного дискурса (Болотнова, 2013; Добросклонская, 2008; Дубских, 2014; Дускаева, 2012; Желтухина, 2003, 2010; Ильинова, 2010; Казак, 2014; Карасик, 2002, 2014; Кожемякин, 2007, 2010; Лучинская, Оломская, 2010; Мельник, 2012; Негрышев, 2013, 2014; Оломская, 2011, 2013; Олянич, 2004; Орлова, 2012; Петросова, 2010; Полонский, 2014; Серебряков, 2014; Серебрякова, Панкова, 2004; Сомова, 2015; Факторович, 2012, 2014; Faiz, 2014; Lasswell, 1948; Talbot, 2007; Tolson, 2006; van Dijk, 1985, 1995 и др.);

– изучение семантической сферы «музыка» (Аракчеева, Лучинская, 2016; Камышева, 2008; Ткаченко, 1998; Хохонин, 2015; Черняк, 2013; Чурсин, 2009; Шабалина, 2008 и др.).

Методы исследования. Цель и задачи настоящего исследования обусловили использование в работе эмпирического метода, представляющего собой наблюдение и классификацию исследуемого материала; контекстуально-семантического метода, при котором рассматриваемая единица анализируется в составе фрагмента текста, являющегося коммуникативным событием, необходимым для декодирования; интерпретативного метода; метода моделирования; метода дискурс-анализа; метода дефиниционного, количественного и лингвистического анализа.

Материалом исследования послужили публикации в английских СМИ за период с 2010 по 2016 гг., освещающие различные общественно значимые события широкой тематики. В общей сложности корпус исследуемых единиц охватывает около 1000 контекстов, представленных письменными медиатекстами, а именно статьями из различных английских газет и журналов (*the Economist, the Guardian, the Independent, the Mirror, the Telegraph*). Используемые публикации не имеют специфического характера, доступны всем пользователям сети Интернет и рассчитаны на массового адресата.

В основу проведенного исследования положена следующая **гипотеза**: прагматический потенциал музыкальной метафоры делает ее средством реализации коммуникативно-познавательных интенций субъектов масс-медийного дискурса и обуславливает ее активное использование в медиатекстах.

Положения, выносимые на защиту:

1. Суггестивность, оценочность, интертекстуальность, диалогичность, сфокусированность на социально резонансных фактах как специфические характеристики масс-медийного дискурса способствуют медийному формированию реальности. СМИ не только участвуют в интерпретации и

языковом отражении действительности, но и дополняют картину мира посредством конструирования в процессе коммуникации новых смыслов. Движение информации в масс-медийном дискурсе представляет собой коммуникативно-когнитивный процесс смыслопорождения. В результате взаимодействия субъектов в сфере масс-медиа формируется новое знание об окружающей нас действительности.

2. Использование средств метафоризации в медиатекстах мотивировано их функциональными возможностями, актуализация которых способствует достижению целей субъектов масс-медийного дискурса. В частности, интенционально обусловленным является употребление музыкальных лексических единиц, приобретающих образную семантику в текстах СМИ. Функциональная нагрузка метафор, группирующихся вокруг глобального фрейма МУЗЫКА, в масс-медийном дискурсе включает информативную, суггестивную, объяснительную, контролируемую и эмотивную составляющие. В количественном отношении метафоризация музыкальной лексики в текстах СМИ выражена слабо, что объясняется принадлежностью данного типа лексики к узкому терминологическому кругу. Из 115 проанализированных лексем процессу метафоризации подвергается 34, что составляет всего 30%.

3. Процесс метафоризации музыкальных терминов происходит на основе следующих мотивирующих сем: *бегство, большой, быстро меняющийся, быстро, в честь возлюбленной, вступление, вычурность, гармония, грациозность, громко, громкость, грустный, динамичность, завершение, кружение, ловкость, маленький, масштабность, медленно, многообразие, многоцветность, нарастая, небольшое количество, несколько голосов, нестандартность, обман, опытность, особенности исполнения, отрывистость, парный, передача информации, плавность, повторяемость, подвижный, подъем ноги, позорное исключение, популярность, последовательность, постепенно ослабевающая, почтение, предвестие, приветственный, привлечение внимания, радостный, раскованность,*

ритмичность, связный, скука, созвучие, сольный инструмент, тихо, торжественность, траур, тщательно разработанный, тщетность, уважение, уныние, ускоряя, форма инструмента, широта диапазона, щипок, эксцентричность. Метафорические производные формируются по таким моделям переноса значения, как *предмет → абстракция, предмет → действие, предмет → предмет, предмет → психический мир, предмет → человек, психический мир → абстракция, психический мир → действие, психический мир → животное, психический мир → предмет, психический мир → психический мир, психический мир → физический мир, психический мир → человек, физический мир → абстракция, физический мир → действие, физический мир → животное, физический мир → предмет, физический мир → психический мир, физический мир → физический мир, физический мир → человек.* Доминирующими метафорическими моделями английской музыкальной лексики в масс-медийном дискурсе являются *физический мир → предмет, предмет → действие.*

4. Метафоризация музыкальной лексики осуществляется для структурирования таких сфер-целей, как *политика, спорт, культура и развлечения, стиль жизни, экономика, путешествия, окружающая среда, гастрономия, наука и технологии, бизнес и финансы, реклама, недвижимост, образование, технологии.* Наиболее часто музыкальные метафоры встречаются в текстах политической тематики. Использование терминов музыки для описания реалий столь далеких семантических сфер подтверждает метафоричность мышления человека.

5. Музыкальные прецедентные феномены обладают способностью функционировать как свернутые метафоры. При их использовании реализуется концептуальная операция над двумя фреймами, происходит проекция знаний из семантической сферы *музыка* в сферы *стиль жизни, культура и развлечения, гастрономия.* Музыкальные прецедентные тексты, включенные в медиа-сообщения, по своим функциям обнаруживают значительную близость к музыкальным метафорам: они служат для

привлечения внимания читателей, его удержания и управления этим вниманием за счет образности и эффекта экспрессивности. Метафорическое развитие семантики имен музыкантов, как правило, основывается на индивидуальных признаках референта.

Структура и содержание работы обусловлены целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных лексикографических изданий, списка источников практического материала.

Во введении определяются объект и предмет исследования, обосновывается актуальность темы диссертации, сформулированы цель и задачи работы, раскрываются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность диссертации, указываются методологическая база и методы исследования, излагаются положения, выносимые на защиту, описывается структура диссертации, сообщается об апробации работы и публикациях.

В первой главе «Масс-медийный дискурс как объект исследования» приводятся различные определения понятия «масс-медийный дискурс», представлены типологии данного феномена, описываются характеристики дискурса СМИ, рассматривается медиатекст как основная его единица, исследуются креативные механизмы в масс-медийном дискурсе и выявляются его функции.

Во второй главе «Основные направления изучения метафоры» представлены истоки возникновения интереса к метафоре, анализируются дефиниции данного феномена, выделяются различные виды метафор, рассматриваются их свойства, характеристики и функции, описываются подходы к исследованию данного явления и представлено соотношение метафоры и смежных языковых явлений (сравнения, метонимии, идиомы).

В третьей главе «Музыкальная метафора в масс-медийном дискурсе: когнитивно-прагматический аспект» определяются рамки семантической сферы «музыка», представлена типология музыкальных

терминов, подверженных процессам метафоризации, выделяются семы, мотивирующие перенос значения, характеризуются основные метафорические модели.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования по выполнению поставленных цели и задач, а также намечаются пути дальнейшего исследования проблем, связанных с особенностями музыкальной метафоры в современном английском медиадискурсе.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на Всероссийской научно-практической конференции «Традиции и инновации в филологии XXI века: взгляд молодых ученых» в Томском государственном университете (23 – 25 августа 2012 г.), на Международной научно-практической конференции «Профильное и профессиональное образование в условиях современного поликультурного пространства» в РАНХиГС, Челябинский филиал (декабрь 2013г.), на Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы лингвистики и языкового образования» и на I Всероссийской научно-практической конференции «Молодые ученые – инициаторы новых подходов в образовании и науке: взаимодействие языков и культур в свете инновационных образовательных технологий» в Дагестанском государственном университете (20 ноября 2014 года; 26 марта 2015 года). Результаты работы отражены в 9 публикациях, включая 3 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Глава 1. Масс-медийный дискурс как объект исследования

1.1. Медiateкст как единица масс-медийного дискурса

Изучению различных типов дискурса посвящены работы многих лингвистов (Воробьева, 2010; ван Дейк, 2000; Карасик, 2002, 2014; Лакофф, Джонсон, 2004; Макаров, 2003; Миронова, 1997; Оломская, 2011, 2013; Ширяева, 2015; Schiffrin, Tannen, Hamilton, 2003 и др.). Дискурсивный анализ является интенсивно развивающейся областью науки. В рамках данной области противопоставляются дискурс, то есть текст, «погруженный в ситуацию реального общения», и текст вне таковой ситуации (Карасик, 2002: 189). Четкого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует. Это понятие включает традиционные представления о речи, тексте, диалоге, стиле и даже языке. В ряде научных работ представлены определения «дискурса», введенные конкретными авторами.

Т.А. ван Дейк говорит о дискурсе как о высказывании, содержание и форму которого определяют когнитивные установки. Согласно его определению, «дискурс есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие» (Дейк, 2000: 122).

Согласно Л.Дж. Филлипс и М.В. Йоргенсен, дискурс – это «форма социального поведения, которая служит для репрезентации социального мира (включая знания, людей и социальные отношения)» (Йоргенсен, Филлипс, 2008: 8).

Н.Н. Оломская указывает, что дискурс «присутствует в тексте, благодаря чему текст понимается как комплекс высказываний, решающих определенные коммуникативные задачи» (Оломская, 2011: 10).

А.В. Полонский называет дискурс корпусом «устойчивых коммуникативно-речевых практик». По его мнению, субъекты, участвующие в информационно-смысловом обмене, имеют ряд параметров, которые следует учитывать при анализе дискурса. Необходимо обратить внимание на диапазон связей участников, характер их социальных ролей, знания, опыт и систему ценностей, на характер рефлексивной организации и эмоционально-волевой регуляции, цели общения, стратегии производства смысла, на семантическую сфокусированность, допустимость смысловой конверсии, ритуально-этикетные формы и так далее (Полонский, 2014).

В.Н. Степанов выделяет следующие параметры, учет которых необходим для точного анализа особенностей изучаемого нами дискурса:

- 1) природа;
- 2) содержание;
- 3) способ функционирования;
- 4) структура;
- 5) форма;
- 6) границы (Степанов, 2008: 82).

Природа дискурса изучается путем анализа языковой личности в рамках антропоцентрического направления языкознания. Данный подход предполагает исследование не языка как системы, а человека, использующего его. Вследствие этого, ставятся вопросы о когнитивной и аффективной сферах психической деятельности, о влиянии социальных факторов на психические функции, языковую компетенцию и индивидуальное развитие личности.

Чтобы охарактеризовать дискурс с точки зрения содержания, необходимо учитывать три аспекта: коммуникативное намерение, пропозициональное содержание и внутренние психологические состояния коммуникантов. Проведение подобного анализа требует обращения «к потребностям, мотивам, целям, знаниям, чувствам, установкам и степени их

осознанности говорящим и его актуальным или потенциальным адресатом» (Там же: 85).

Структура дискурса зависит от способа его функционирования, иными словами, определяется теми речевыми действиями, которые направлены на достижение коммуникативной цели (Там же).

Согласно А.В. Полонскому, в современном обществе «важнейшей движущей силой является информация». Ее производство и управление становится культурной доминантой, поэтому неудивительно, что «ключевым дискурсом, реализующим движение социальной мысли и формирующим концептуальную картину мира человека, становится дискурс масс-медиа» (Полонский, 2014).

Т.А. ван Дейк указывал на недостаточную изученность дискурса СМИ: «мало внимания уделяется систематическому анализу, по-видимому, главного в массовой коммуникации, а именно текстов, сообщений, дискурсов» (van Dijk, 1985: 69) (здесь и далее перевод наш – В.Ю.). Он обозначил причины недостатка исследований в сфере масс-медийного дискурса. Во-первых, по его мнению, область лингвистики в целом характеризуется ограниченным числом методов анализа, поскольку до 1970-х гг. ученые занимались исследованиями отдельных изолированных предложений, а не целых текстов. Во-вторых, явление массмедийного дискурса возникло в пределах социальных наук, которые изучают крупные феномены абстрактно и не занимаются анализом на уровне отдельных текстов. Кроме этого, массмедийный дискурс предоставляет огромное количество информации, для исследования которой требуются количественные методы. Для сравнения, стилистический анализ тысяч текстов представляется невыполнимым мероприятием (Ibid).

Тем не менее, следует упомянуть, что уже в 1960-х гг. существовало направление, положившее начало развитию системного подхода к исследованию медиадискурса. Контент-анализ считался «не только теоретическим подходом к исследованию массовой коммуникации, но и

междисциплинарным методом объективного, воспроизводимого и количественного описания текстов» (Ibid: 70).

Исследовать изменения на культурном уровне невозможно при микроанализе небольшого количества текстов. «Избранные культурные показатели должны быть описаны во многих видах медийного дискурса для того, чтобы оценить такие важные социальные явления путем анализа СМИ» (Ibid: 71). Кроме этого, контент-анализ дает частичное представление о таких характеристиках медийного дискурса, как «преобладающие темы новостей», «характер актеров в новостях, объявлениях» и «стиль заголовков».

Традиционный подход к исследованию масс-медиа был разработан Г. Лассуэллом. Согласно ему, определение коммуникативного акта последовательно раскрывается при ответе на следующие вопросы: «Кто?», «Что сказал?», «По какому каналу?», «Кому?», «С каким эффектом?». Изучая коммуникацию, ученые фокусируются на том или ином ее аспекте. Так, принимая во внимание коммуникатора, то есть человека, который закладывает условия для процесса общения, лингвисты изучают степень его влияния на формирование медиатекста (*control analysis*). Отвечая на вопрос «Что сказал?», можно вести исследования в области контент-анализа (*content analysis*). Ученые, которые главным образом занимаются рассмотрением канала коммуникации, вовлечены в медиа-анализ (*media analysis*). Когда основным объектом исследования является человек, получивший сообщение, можно говорить об анализе аудитории (*audience analysis*). И, наконец, лингвисты, рассматривающие воздействие коммуникативного акта, занимаются анализом влияния (*effect analysis*) (Lasswell, 1948).

Предложенная Г. Лассуэллом модель коммуникации помогла выявить регулятивный характер процесса общения. Было установлено, что СМИ выполняют три функции:

- 1) наблюдения за окружающей средой – как природной, так и социальной – с целью выявления угроз тому обществу, в котором они функционируют;

2) корреляции действий общества в процессе реагирования на угрозы, исходящие от окружающей среды;

3) передачи социального опыта новым поколениям (Стриженко, 2003).

Согласно Г. Лассуэллу, главными в дискурсе являются интенции коммуникатора. Иными словами, адресант, будучи внешним субъектом по отношению к массовой коммуникации, учитывает все составляющие при создании и передаче сообщения, включая содержание, аудиторию, канал и эффективность коммуникации. Выбор, сделанный автором, предопределен его «когнитивной деятельностью, социальной вовлеченностью или экономическими интересами» (цит. по: Кожемякин, 2010: 14).

Следует отметить, однако, что «классический подход недостаточно “чувствителен” к тому, как в процессе массовой коммуникации конструируются определенные смыслы и возникают определенные медиатексты из сотен возможных» (Там же: 14). Ставя целью определить, какие процедуры создания знания функционируют в медийном пространстве, необходимо изучить системы связей между элементами (коммуникатор, аудитория и т.д.) и принципы когерентности, лежащие в их основе. Таким образом, для проведения целостного анализа коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения следует исследовать явление медиадискурса.

Предметная область масс-медийного дискурса выражается «в конкретных знаково-символических формах, с помощью языковых единиц, речевых актов и средств выражения» (Кожемякин, 2010: 20). Совокупность вышеперечисленных явлений порождает текстовое единство, которое, будучи единицей медиадискурса, представляет собой одновременно результат дискурсивной практики и ее инструмент. Только используя медийные тексты в качестве предмета исследования, можно осуществлять анализ смысловых структур медиадискурса. Тем не менее, следует учитывать, что один и тот же текст может приобретать различные смысловые оттенки в зависимости от контекстов.

Для проведения целостного анализа масс-медийного дискурса необходимо изучить медиапродукт, формирующийся в результате коммуникативно-когнитивной деятельности в сфере СМИ, а именно медиатекст. Лингвисты считают, что медиатекст – это «видео-вербальный текст, “язык, погруженный в ситуацию реального общения”, с добавлением визуального образа и звуковых эффектов» (Prisyazhnyuk, Zilova, 2014: 247).

Т.Г. Добросклонская утверждает, что, «являясь дискретной единицей медиадискурса, медиатексты позволяют упорядочить и структурировать стремительное движение информации в условиях глобализованного общества» (Добросклонская, 2008: 152), разделяя информационные потоки на фрагменты для последующего научного анализа.

Термин «медиатекст» был заимствован из англоязычной литературы в 1990-х годах. Изучение данного явления представляется актуальным, поскольку оно дает представление о том, как средства массовой информации конструируют и отражают реальность. Будучи базовой категорией медиалингвистики, медиатекст обладает как универсальными, так и уникальными характеристиками. Например, рассматривая данное явление в парадигме традиционных категорий текста, можно выделить следующие информационно-структурные качества: связность, целостность (Казак, 2014; Мельник, 2012), логичность, точность, ясность, понятность, доступность (Мельник, 2012), выраженность, ограниченность, структурность (Казак, 2014). «Тональными и литературными качествами являются правильность речи, чистота речи, культура речи» (Мельник, 2012: 28).

Необходимо отметить, однако, что с возникновением и развитием информационных технологий, классические методы анализа не могут полностью отразить специфику медиатекста. Исследователи предлагают различные модели декодирования доступной информации. Так, Л.Г. Антонова рассматривает следующие коммуникативные операции при анализе медийных сообщений:

1. Анализ контекстных признаков публикации.

На данном уровне внимание обращается на издание, в котором опубликован материал, внешние признаки медиапродукта (рубрику, принадлежность автора к определенному корпоративному сообществу), графические знаки идентификации материала.

2. Анализ структурно-композиционных особенностей материала.

Следующий этап предполагает учет формы подачи материала (расположение на странице, соотнесенность вербальных и визуальных компонентов, объем), признаков жанровой узнаваемости, навигационных знаков. Обращает на себя внимание композиция медийного текста. С целью дифференцировать материал авторы применяют такие презентационные маркеры, как сегменты, колонки, микромодули. Подобная структура обеспечивает порционность подачи информации, поддерживает избирательность читательского восприятия.

3. Анализ жанрообразующих и жанроопределяющих признаков.

Интерес представляют содержание, авторская идея и способы ее реализации, временной континуум, знаки автора и адресата, медиаэлементы (фотография, шрифтовые выделения, выноски и др.).

4. Выводы и рекомендации.

На этом этапе делается вывод о качестве рецензируемого издания и достоверности предоставляемой информации (Антонова, 2015).

Вышеперечисленные модели анализа обеспечивают успешность коммуникативной практики современной языковой личности. Их учет необходим для корректного восприятия и анализа продукта, формирующегося в результате процесса коммуникации в сфере СМИ.

Лингвисты называют массовость одним из ведущих признаков медиатекста. Данное свойство проявляется не только в сфере потребления медиапродукта, но и при его создании. Коллективное производство текстов объясняет такой их признак, как полиинтенциональность. Речевая структура медиапродукта определяется «иерархией целевых установок медиасферы, издания, жанра, субъекта речи» (Казак, 2014: 68).

Следует также упомянуть интертекстуальность как свойство массмедийных текстов. Чтобы реализовать свои иллокутивные установки, адресант указывает ссылку на другой текст, ориентируясь при этом на знания читателей и их культурный уровень.

Нельзя забывать и об эколингвистической отмеченности рассматриваемого феномена, заключающейся в том, чтобы «с помощью специфических коммуникативно-дискурсивных стратегий информировать социум о состоянии дел в окружающем мире, не создавая при этом ощущения тревоги, утраты веры в перспективы» (Ильинова, 2010: 171). Посредством медиатекстов можно оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на психоэмоциональное состояние адресата. Существует теория, что результатом нарушения речевых норм и доминирования негативной информации в новостном пространстве является нанесенная социуму психологическая травма, которая, в свою очередь, вызывает ощущение дискомфорта и отрицание важности институтов власти. Так, считается, что СМИ не распространяют темы, способные вызвать конфликт: «когда дело доходит до этнического конфликта и расизма, большинство основных СМИ отвергают экстремизм, насилие, вопиющую дискриминацию и изгнание» (van Dijk, 1995: 28). Однако Т. ван Дейк говорит о том, что некоторые СМИ усугубляют расизм, разжигают национальную ненависть и участвуют в воспроизводстве стереотипов и предрассудков (Ibid).

Учитывая эколингвистический аспект медийной коммуникации, адресант способен снизить негативное воздействие новости при условии владения приемами подачи информации. Одним из таких приемов является глорификация, использование которой возвышает самооценку читателя (Ильинова, 2010).

Подводя итог, следует отметить, что проведение целостного анализа особенностей функционирования языка в масс-медийном дискурсе возможно только путем изучения продукта коммуникации в рамках данной сферы, а

именно медиатекста. Медиатекст является универсальной единицей, позволяющей разделить потоки информации на подходящие для анализа фрагменты. Кроме этого, он объединяет такие разноплановые понятия, как телевизионная передача, газетная статья, реклама на радио и другие виды продукции СМИ.

1.2. Понятие масс-медийного дискурса и его компоненты

Вопросы, связанные с масс-медийным дискурсом, разрабатывались в трудах многих лингвистов (Буряковская, 2014; Добросклонская, 2008; Дубских, 2014; Желтухина, 2003, 2010; Казак, 2014; Кожемякин, 2007, 2010; Оломская, 2011, 2013; Полонский, 2014; Черных, 2007; Faiz, 2014; Talbot, 2007; Tolson, 2006; Wimmer, Dominick, 2011 и др.), и поэтому не представляется удивительным наличие большого количества дефиниций данного явления.

Дискурс СМИ часто рассматривают как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст вместе с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженными средствами массовой коммуникации» (Саркисян, 2011: 118). Он непосредственно влияет на общественное сознание и на социальную практику с целью привести их в соответствие с существующими представлениями о социальном благе. Благодаря этому тексты культуры отражают творческую динамику мысли и особенности когнитивного и коммуникативного опыта человека.

Е.А. Кожемякин под медиадискурсом понимает «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве» (Кожемякин, 2010: 16). Целью данного вида дискурса является производство и передача определенных знаний. Кроме этого, он также может использоваться как средство, дающее представление о способах трансляции информации. Субъекты массовой коммуникации формируют нормы описания и тематизации

действительности, при этом необходимо отметить, что выбор темы предопределен медиадискурсом как «режимом производства знания».

А.И. Дубских определяет массмедийный дискурс как «общепринятый тип речевого поведения субъекта (субъектов) в сфере масс-медиа, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отражающих его специфику» (Дубских, 2014: 131).

В отличие от дискурсов языковых личностей, медиадискурс является типом институционального дискурса и «характеризуется стабильной системой статусных отношений и социальных ролей в сфере СМИ». В данном случае масс-медиа используют язык, чтобы «достичь определенных целей и реализовать определенные функции» (Prisyazhnyuk, Zilova, 2014: 247). В дискурсе СМИ представлен смешанный вид «книжно-письменного и устно-разговорного вариантов языка, обусловленный коммуникативно-прагматической целевой установкой медийного продукта» (Тютеебаева, 2014: 21).

С помощью массовой коммуникации люди структурируют и обосновывают собственные убеждения и опыт. Масс-медиа предопределяют не только информационную осведомленность, но также повседневную жизнь и картину мира. Массовой коммуникацией может считаться то пространство, где люди создают и разделяют жизненные ориентиры, ценности и знания.

Отметим, что существующие определения понятия «массмедийный дискурс» не вступают в противоречие, а дополняют знания о рассматриваемом феномене. Представленные выше дефиниции позволяют выделить такие понятийные единицы, как «текст», «речемыследеятельность», «устный или письменный», «связный», «тематически сфокусированный», «социокультурно обусловленный», «в сфере масс-медиа». Имеющийся материал дает возможность трактовать масс-медийный дискурс как непрерывный процесс передачи информации и создания знания в

области СМИ, представленный в виде устного или письменного текста, форма которого предопределена стереотипами и нормами, доминирующими в обществе. В рамках данной работы дискурс масс-медиа будет анализироваться путем исследования таких его компонентов, как *участники*, включая связи между ними, их знания, опыт и социальные роли, *содержание*, обусловленное коммуникативным намерением, пропозицией и внутренними установками коммуникантов, *структура*, детерминируемая теми речевыми действиями, которые направлены на достижение коммуникативной цели, и *канал передачи*. Данные составляющие относятся к конститутивным признакам масс-медийного дискурса. Далее в работе мы рассмотрим вышеупомянутые элементы более подробно, с учетом материала нашего исследования.

Среди *участников* масс-медийного дискурса выделяют представителей института СМИ и массовую аудиторию. Ввиду того, что медиатекст пишется не одним журналистом, а целой организацией, можно говорить об индивидуально-коллективном субъекте коммуникации. Тип адресата выделяет масс-медийный дискурс среди прочих. В современной таксономии существует термин «массовый адресат», иными словами, аудитория медиадискурса «территориально рассредоточена, неоднородна по гендерному, возрастному, социальному и другим признакам» (Клушина, 2013: 212). Кроме этого, второй участник дискурса масс-медиа, в отличие от коммуникантов других видов общения, характеризуется анонимностью и количественной неопределенностью. Вследствие этого, коммуникация «усредняется», адресант ставит задачу передать информацию прямолинейно, отказываясь ради этого от сложной конфигурации смысла, снижая стилистическую компетенцию и усиливая эмоциональную тональность текстов. Следует отметить, что на современном этапе развития технологий (Интернета, к примеру) возрастает возможность интерактивности.

Интенция адресанта детерминирует *содержание* масс-медийного дискурса. Известно, что последний является коммуникативным феноменом и

формирует общие мировоззренческие признаки путем передачи смысла в форме дискурсивных событий, наименований, метафор, оценок, образов и др. на неоднородную аудиторию.

Результаты исследований, проведенных в сфере СМИ, показали, что масс-медиа повсеместно проникают в каждодневную жизнь человека и влияют на ментальность (*media-affected mentality*). Иными словами, СМИ внедряют определенные когнитивные элементы репрезентации реальности. Таким образом, люди могут усваивать новые ценности, которые определяют нормы поведения. С лингвистической точки зрения, данное явление рассматривается как «концепты, которые содержатся в концентрированном виде, кодекс норм и правил, укоренившихся в культуре» (Prisyazhnyuk, Zilova, 2014: 248).

Примечательно, что изучение ценностей в масс-медийном дискурсе не ограничено теми образами, которые передаются средствами СМИ. Медиадискурс содержит собственные ценности, являющиеся его отличительными чертами (*media discourse values*). В этом отношении можно упомянуть ключевые концепты «знание» и «информация». В настоящее время информативность представляется неотъемлемой характеристикой жизни, без нее нельзя преуспеть. Рассматривая информацию с точки зрения целей общения, можно выделить следующие оппозиции, значимые для нашего анализа:

1) предметно-логическая vs. прагматическая информация: первая включает в себя факты, тогда как последняя ставит целью воздействие на адресата и передачу ему определенного отношения к ситуации;

2) эксплицитная vs. имплицитная информация: первая имеет выражение (вербальное или невербальное), в то время как последняя передается путем общности пресуппозиций и импликатур;

3) семантическая vs. эстетическая информация: первая апеллирует к здравому смыслу, мотивирует к действиям, последняя вызывает определенное душевное состояние (Дубских, 2014: 134).

Помимо «информации», ценности масс-медийного дискурса проявляются в концептах «объективность», «точность», «новостная ценность», «достоверность», «законность» (Prisyazhnyuk, Zilova, 2014).

Любое событие в мире может послужить материалом масс-медийного дискурса, поэтому при проведении дискурсивного анализа не следует расставлять приоритеты в выборе его предмета. Любой текст может оказаться ключевым в ходе передачи смыслов СМИ. Более того, даже взгляды профессионалов на важность той или иной темы могут стать предметом дискурсивного анализа, учитывая тот факт, что они отражают детерминированность репрезентации действительности, вероятность ее искажения в медиатексте и то, как контролируется доступ к медиадискурсу на основании соответствия между высказываниями коммуникантов и критериями адекватности. Тематические ограничения отсутствуют, за исключением информации, касающейся государственной тайны или противоречащей этическим нормам.

Структура масс-медийного дискурса обусловлена речевыми действиями, направленными на реализацию коммуникативного намерения. Конкретная цель общения достигается с помощью следующих дискурсивных практик: распространение и обеспечение доступности информации для широкой аудитории; ее тиражирование, репликация, ротация, перекодирование, реферирование и развертывание, аппроксимация, информационно-идеологическое сопровождение и регулярная актуализация. Иными словами, данный тип дискурса требует 1) увеличения количества репрезентаций одной и той же информации; 2) воспроизведения того же содержания в другой форме; 3) регулярно-периодического обновления информации; 4) ее воспроизведения в другой знаковой системе; 5) изложения сложного смысла в доступной аудитории форме с целью повышения эффективности (Полонский, 2014).

Связь между коммуникатором и адресатом в массмедийном дискурсе осуществляется за счет любого *канала коммуникации*, используемого «с

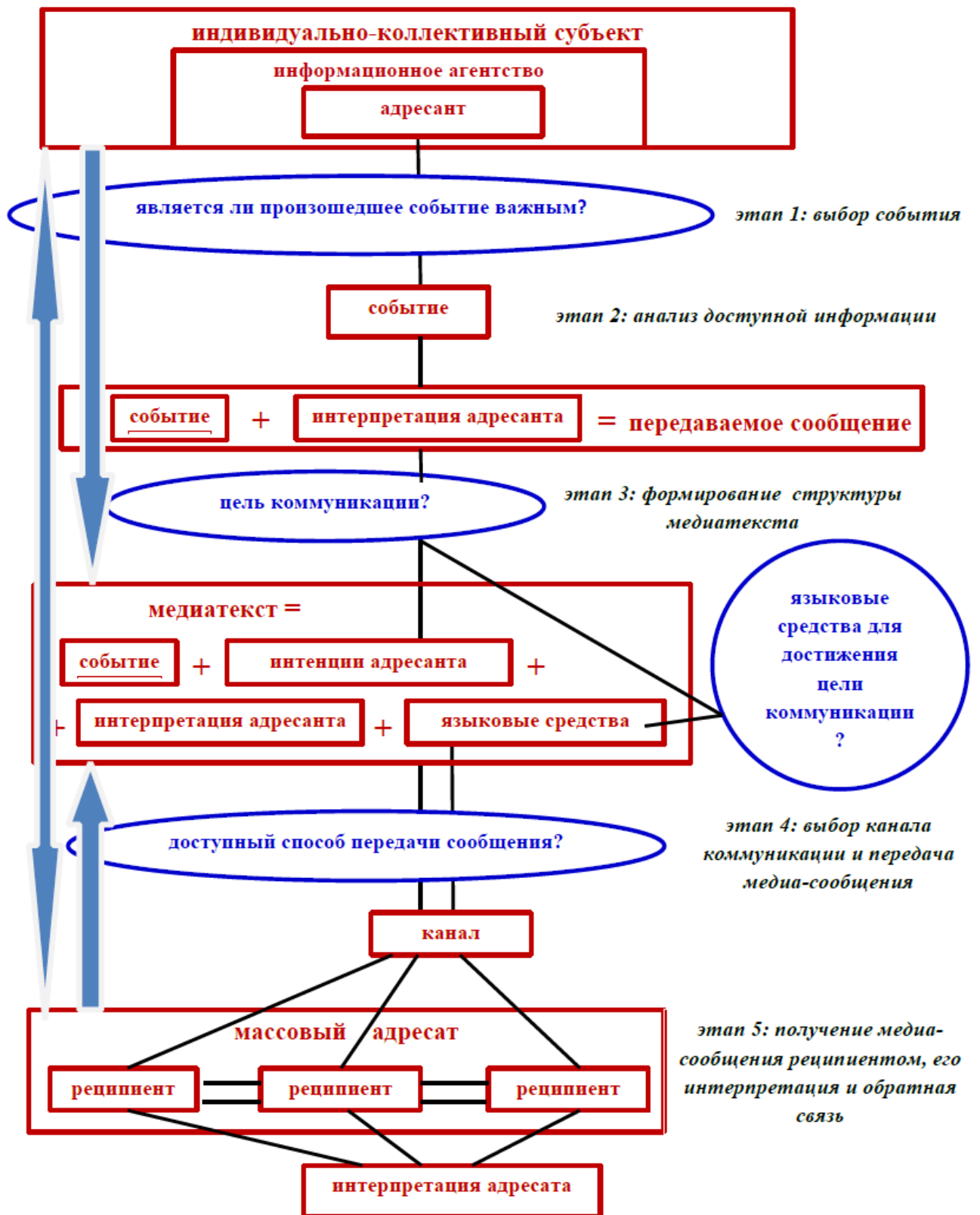
целью одновременно передать информацию большому количеству людей» (Wimmer, Dominick, 2011: 2). Р.Д. Уиммер и Дж.Р. Доминик указывают следующие возможные каналы: радио, телевидение, газеты, журналы, рекламные щиты, фильмы, записи, книги и Интернет. С. Файз добавляет к приведенному списку также новую категорию «умных» масс-медиа, имея в виду смартфоны (*smartphones*), интеллектуальные телевизоры (*smart TVs*) и планшеты (*tablets*) (Faiz, 2014: 1). Автор утверждает, что общение посредством последних трех каналов происходит за счет обмена текстовыми и электронными сообщениями, блогами, твитами и постами в социальных сетях.

Считается, что замысел не просто передается в исходной форме, а конструируется, получив языковое воплощение, и дополняется адресатом. В силу этого нам представляется справедливой следующая теория: в процессе массовой коммуникации конструируются новые смыслы. Чтобы установить, какие процедуры производства знания функционируют в медийном пространстве, необходимо проанализировать связи между элементами, участвующими в них. Для наглядного представления коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения в масс-медийном дискурсе рассмотрим схему №1. Информационный обмен инициируется адресантом (например, журналистом, репортером), который работает не самостоятельно, а как часть информационного агентства (издательства, канала). В этом случае речь идет об индивидуально-коллективном субъекте коммуникации.

Первым шагом адресанта является выбор события для освещения. Сортировка новостей происходит по принципу важности той или иной информации.

На втором этапе коммуникатор анализирует произошедшее событие, проверяет достоверность доступных фактов и формирует свое отношение к ним. В силу избирательности восприятия передаваемое сообщение содержит не только объективное отражение факта действительности, но и интерпретации автора.



**Схема № 1 «Коммуникативно-когнитивный процесс смыслопорождения
в масс-медийном дискурсе»**



Третьей ступенью рассматриваемой процедуры можно назвать формирование структуры медиатекста. На данном этапе коммуникатор отвечает на вопрос о том, в чем заключается цель коммуникации. В зависимости от интенций адресанта выбираются определенные языковые средства, направленные на реализацию интенций автора.



Четвертый этап заключается в селекции канала коммуникации. Благодаря высокой степени развития технологий, в настоящее время существует множество доступных способов передачи сообщения: пресса, телевидение, радио, Интернет и так далее. Следует обратить внимание на то, что используемый канал коммуникации (так же, как и интенции коммуникатора) оказывает влияние на отбор языковых средств, с помощью которых адресант формулирует сообщение.

На последнем этапе медиатекст достигает реципиента. В дискурсе СМИ можно говорить о массовом адресате, каждый представитель которого, получив сообщение, предлагает свою интерпретацию произошедшего события, тем самым дополняя знания о мире.

Таким образом, элементами процесса смыслопорождения в масс-медийном дискурсе являются адресант, событие, медиатекст, канал, адресат. В представленной схеме №1 вышеупомянутые субъекты отмечены красными прямоугольниками: . Системы связи между элементами коммуникативного процесса обозначены стрелками:  .

Обращает на себя внимание взаимодействие адресанта и адресата. Коммуникатор в процессе передачи сообщения имеет цель повлиять на реципиента тем или иным образом: мотивировать последнего на совершение определенного действия или вызвать эмоциональный отклик. Адресат не является пассивным участником коммуникативного процесса, имеет место обратная связь. Современные технологии дают реципиенту возможность установить контакт с автором сообщения, выразить реакцию на описанный факт действительности и поделиться собственным видением проблемы. Кроме этого, оба участника коммуникации влияют на форму медиатекста.

Адресант выбирает событие для освещения, языковые средства и канал передачи для реализации собственной интенции, при этом, однако, он учитывает предпочтения адресата (интересные темы, удобное время и форма для получения информации, ожидаемый язык).

Связи между основными элементами процесса смыслопорождения в масс-медийном дискурсе показаны в схеме с помощью стрелок: . Вопросы, на которые отвечает коммуникатор в процессе формулирования медиатекста, выделены синими овалами: .

Таким образом, в результате взаимодействия субъектов в сфере масс-медиа формируется новое знание об окружающей нас действительности. Каждый участник коммуникации повышает общую информированность людей о мире, в котором мы живем. Без освещения в медийном пространстве событие представляет собой простой набор фактов. Коммуникатор, выбирая определенную тему для сообщения, подчеркивает ее важность и обогащает знания в данной области, добавляя свою интерпретацию фактов. Его видение ситуации может не полностью совпадать с взглядами адресата на проблему, вследствие чего реципиент предлагает свое собственное толкование факта действительности, тем самым также пополняя сведения о мире.

Как свидетельствует изучаемый материал, рассмотрение составляющих элементов масс-медийного дискурса представляется актуальным, поскольку они отражают принципы организации и функционирования рассматриваемого феномена, и их изучение способствует лучшему пониманию того, как передается информация и производятся знания в медиапространстве. Анализ конститутивных признаков дискурса СМИ, в первую очередь участников коммуникации, их интенций и связей, позволяет увидеть, каким образом и в какой форме информация о событии становится известной определенному кругу людей. Такое свойство масс-медийного дискурса, как диалогичность, также демонстрирует изменение информационной парадигмы в XXI веке: адресат более не является пассивным участником коммуникации, напротив, он привносит свою

интерпретацию рассматриваемого события, тем самым обогащая знания о мире. Известно, что материалом масс-медийного дискурса может послужить любое событие. Следовательно, такая характеристика рассматриваемого явления, как неограниченность тематического диапазона, представляется важной и указывает на стабильность развития данного вида коммуникации.

1.3. Сuggestивность как характеристика масс-медийного дискурса

Будучи частью процесса производства значений и образов, средства массовой информации влияют на характер общественного сознания, включая его доминирующие интенции и содержание. М.Р. Желтухина называет suggestивность одним из основных маркеров масс-медийного дискурса, подчеркивая тот факт, что степень влияния СМИ в настоящее время усиливается путем интерпретации событий и трансформации передаваемой информации: «мощность и скорость распространения информационного потока, а также конкуренция масс-медиа на рынке коммуникации не позволяет человеческому мозгу своевременно произвести необходимый анализ и синтез воспринимаемой информации, тем более отделить субъективное от относительно объективного, заказное от реально произошедшего и т.п.» (Желтухина, 2003: 38).

Среди признаков дискурса масс-медиа, реализующих воздействие, можно выделить агональность, диалогичность, оценочность и театральность.

Тексты политической и спортивной тематики являются яркими примерами агональности дискурса СМИ. Данное свойство стало предметом исследований в работах многих лингвистов (Верзун, 2005; Дешевова, 2010; Магомадова, 2015; Михалёва, 2002; Шейгал, Дешевова, 2009). Агональность представляет собой «модус общения, в котором обязательно наличествуют противоборствующие стороны, которые при помощи определенных стратегий и тактик добиваются психологического, коммуникативного, интеллектуального, морального, материального превосходства» (Дешевова, 2010: 7).

Идея противоборства и состязательности входит в число универсалий культуры. Поскольку агональность есть коммуникативный феномен, способ реализации социальных отношений, не следует приравнивать ее к конфликту. Данное понятие может быть использовано не только для описания борьбы за власть, но и применительно к ситуации обсуждения / убеждения или даже игры. Если конфронтативная агональность – «вербальный эквивалент борьбы-войны» – характеризуется конфликтом и проявлениями агрессии, то дискуссионная и игровая агональность представляются толерантными и не связанными исключительно с проявлениями враждебности и нападениями (Шейгал, Дешевова, 2009: 147).

Следует также отметить, что возможна трансформация дискуссионной агональности в конфронтативную вследствие влияния личности участников. Если коммуниканты имеют конфликтный тип личности и склонность к экспрессивно-скандальному поведению, то в процессе общения вероятен отход от обсуждаемой темы, выяснение отношений, переход на сниженно-разговорную лексику и синтаксис (Дешевова, 2010).

Агональность, будучи лингвопрагматической категорией, имеет определенную систему средств выражения. Единица агональности варьируется по объему и может представлять собой как слово, так и целый текст. А.Б. Верзун утверждает, что в дискурсе единицей агональности является речевой акт любой иллокутивной силы, сопровождающийся агональной интенцией, иными словами «сознательное целенаправленное стремление адресанта вызвать адресата на конфликт» (Верзун, 2005: 14). Тем не менее, исследуя телевизионный дискурс, В.В. Дешевова подчеркивает, что прототипными для дискуссионной агональности и наиболее частотными для игровых телешоу являются речевые акты вопроса и ответа, необязательно направленные на провокацию конфликта (Дешевова, 2010).

Категорию агональности конструируют системы знаковых единиц. Вербальные средства ее реализации включают определенные типы лексико-фразеологических единиц (метафоры, оценочные эпитеты, сравнительные

обороты, инвективы), синтагматических паттернов (антитеза, речевые клише перформативного характера) и композиционно-текстовых построений. К невербальным знакам относят естественные (просодика, кинесика, проксемика) и искусственные (костюм, освещение, грим, прическа, музыка, цвет) (Там же).

Еще одним фундаментальным свойством масс-медийного дискурса считается диалогичность. Лингвисты чаще всего исследуют данное явление как момент адресованности, хотя не менее важную роль в структуре дискурса играет обратная связь.

Следует обратить внимание на авторскую активность в продуцировании текста. Так, дикторы и ведущие различных теле- и радиопрограмм концентрируются «на прямом обращении к аудитории» (Tolson, 2006: 7). Используются различные механизмы, позволяющие привлечь внимание слушателей. Среди часто употребляемых методов можно назвать приветствия в новостях: «вступительная часть многих программ на радио и телевидение включает какого-либо рода приветствие (добрый вечер, здравствуйте, добро пожаловать на шоу)» (Ibid: 9). Приветствия являются структурным компонентом беседы, а не просто маскируют одностороннее общение. Кроме этого, ведущие строят свои выступления по формату диалога, побуждая тем самым отклик аудитории. «Активное слушание также обеспечивается календарным планированием» (Ibid: 9). Одни и те же передачи ставятся на разное время, и слушатель делает осознанный выбор, включая программу в определенный момент.

Адресант, имея целью передать информацию, ориентируется на ее понимание аудиторией и предполагаемое реагирование. Коммуникатор в медиадискурсе всегда имеет «установку на отвечающего», и высказывание строится для другого человека или группы людей. Поэтому ответная реакция играет важную роль в текстах СМИ, без адресата коммуникация подобного рода не имеет смысла. «Характер выражения диалогичности зависит от типа взаимодействия, складывающегося между автором и адресатом, и от типа

коммуникативной целеустановки, реализуемой в тексте» (Дускаева, 2012: 16).

Р. Сколлон выдвинул несколько моделей, по которым, по его мнению, осуществляется взаимодействие в медиадискурсе:

1) модель-«сообщение», характеризующаяся согласованным общением адресанта и адресата по правилам, заранее установленным в условиях договоренности между ними (примером можно назвать деловое письмо, дорожные знаки, законы и др.);

2) модель-«продажа», по образцу которой построен рекламный текст (при этом участники взаимодействия знакомы с правилами коммуникации);

3) модель-«игра», при которой интенцией адресата является привлечение внимания на представляющее интерес сообщение (комментарии футбольного матча);

4) модель-«афиша», направленная на передачу некой информации (при таком взаимодействии отсутствуют строгие правила и договоренности между коммуникатором и аудиторией, вследствие чего адресату приходится интерпретировать получаемую информацию). «Указанные модели могут оказывать влияние друг на друга и проявляться в дискурсе комплексно» (цит. по: Солнцева, 2015: 24).

Не вызывает сомнения тот факт, что язык СМИ насыщен оценочными оборотами. Особенно данное свойство присуще публицистическим, рекламным и промоционным (PR) медиатекстам. В.П. Конецкая также говорит о потенциале масс-медиа в этом отношении, утверждая, что рассматриваемый вид дискурса описывает различные ситуации положительно или отрицательно, в зависимости от чего люди понимают, что приемлемо с точки зрения данного общества, усваивая определенные нормы поведения и ценности (цит. по: Дубских, 2014: 131).

Тем не менее, нельзя не обратить внимания на стереотипное представление о том, что новостной дискурс, имея основной целью информирование, не является суггестивным. Такое понимание

представляется несколько упрощенным. При анализе медиатекстов следует учитывать расхождение «образа события» у журналиста и реципиента. Автор преобразует факт действительности в новостной текст, при этом в силу избирательности и интерпретативности восприятия полученный медиатекст не может считаться объективным отражением описываемого события. Согласно результатам исследований, в данной области, медиатекст включается в себя «оценочные импликации даже при максимальной насыщенности новостного текста собственно фактологической информацией» (Негрышев, 2013: 55).

Существуют различные способы оценки в сфере масс-медийного дискурса. Одним из них является отсылка к другим оценкам, иными словами конкретная мысль выражается намеком, «коннотация как стилистически маркированное языковое воплощение отношения субъекта речи к реалиям жизни создает экспрессивно-оценочный эффект» (Соловьев, 2013: 184). Также следует упомянуть, что иногда в медиадискурсе языковые единицы приобретают новые аксиологические свойства, будучи использованными для отображения факта действительности. Можно утверждать, что дискурс СМИ не только употребляет оценочные средства, но и участвует в их производстве (Там же).

Лингвисты называют театральность дискурса СМИ его неотъемлемой характеристикой (Олянич, 2004; Распаев, 2007; Tolson, 2006). Один из коммуникантов – в данном случае массовая аудитория – не является только лишь адресатом, а играет роль наблюдателя, который воспринимает описываемые события как своего рода представление. В силу этого, перед коммуникатором ставится задача сделать передаваемую информацию захватывающей, непредсказуемой. Адресант медиатекста становится актером в процессе коммуникации.

То, что масс-медийный дискурс по своей природе театрален, можно увидеть при анализе его устной разновидности. Беседа на радио или телевидении представляет собой представление, спектакль, который

адресанты дают с целью мотивировать аудиторию на определенный поступок или вызвать эмоциональный отклик. Ситуация осложняется тем, что адресат в данном виде коммуникации не присутствует, поэтому «невозможно адаптировать свое выступление, чтобы подстроиться под реакцию собеседника» (Tolson, 2006: 10). Масс-медийный дискурс представляет собой особый вид общения, участники которого в процессе коммуникации стремятся достигнуть поставленных целей, используя определенные коммуникативные стратегии. Коммуникативная стратегия обычно понимается как «концептуальное мировоззренческое намерение и его действительное осуществление касательно производства содержания коммуникативного процесса» (Олянич, 2004: 317). Речь идет о выборе тех или иных дискурсивных измерений, таких как коммуникативное пространство, среда коммуникации, тип взаимодействия и так далее. Лингвисты указывают на то, что дискурсу СМИ присущи в первую очередь манипулятивно-презентационные стратегии. Например, коммуникаторы нередко используют игру, один из базовых концептов человеческого поведения, при формировании медиатекста. Перед аудиторией разворачивается представление, в котором «каждому участнику предписаны или навязаны определенные роли» (Там же: 326). В условиях массовой коммуникации особенно важной становится социальная игра. С помощью СМИ складываются определенные модели отношения к участникам этой игры. Имея целью формирование общественного мнения, коммуникаторы стремятся к театрализации событий. Соперник может быть представлен перед аудиторией в невыгодном свете, в то время как личности сторонников показываются позитивно. Особенно наглядно презентационность масс-медийного дискурса демонстрируется предвыборными кампаниями. При анализе медиатекстов, посвященных освещению выборов, можно выделить языковые средства наступательного и оборонительного характера (например, политические аффективы, слова с отрицательной коннотацией и обвинительный тон при описании соперника) (Там же).

Еще одним способом воздействия на массового адресата является слух, который определяется как «исходящее от одного или более лиц информационное сообщение о некоторых официально неподтвержденных событиях, возникающее спонтанно или создаваемое искусственно, распространяемое и тиражируемое посредством современных информационно-коммуникационных технологий, транслируемое устно или письменно через массмедийные средства и ретранслируемое далее в значительно измененном виде, функционирующее от момента его порождения до момента официального подтверждения или опровержения» (Бородина, 2016: 25). Считается, что слух представляет собой продукт коллективного творчества. Когда возникает проблематичная и эмоционально насыщенная ситуация, а СМИ не дают официального объяснения, появляется стимул для распространения и восприятия слуха. Поскольку аудитория стремится получить сведения по волнующему вопросу, тема и содержание рассматриваемого явления всегда актуальны. Достоверность слуха колеблется, что может быть объяснено его приспособлением психологическим нуждам массового адресата. Рассматриваемое явление оказывает сильное влияние на аудиторию (Желтухина, Омельченко, 2013). В современных СМИ слухи могут выполнять следующие функции:

- 1) заполнение информационного вакуума, достраивание картины события;
- 2) формирование идентичности;
- 3) повышение гомогенности мнений;
- 4) регулирование (разжигание или погашение) конфликтов;
- 5) дискредитация оппонента;
- 6) провокация адресата на активизацию действий;
- 7) снижение уровня возбуждения, тревожности у адресата;
- 8) введение оппонента в заблуждение (Бородина, 2016: 87).

Суггестивность масс-медийного дискурса также проявляется путем применения креативных механизмов. Считается, что данный вид

коммуникации предполагает передачу информации «с использованием нестандартного языкового кода, привлекающего внимание адресата и требующего дешифровки содержащихся в тексте оценочных импликатур» (Гридина, Коновалова, 2013: 13). Креативные элементы в дискурсе СМИ апеллируют к эмоционально-оценочной сфере читателя, формируя у него определенный взгляд на освещаемое событие. Практикуется обновление формы речи, поскольку данный подход не только привлекает внимание, но и подчеркивает способность адресата оценить смыслы, переданные автором.

Исследователи отмечают, что газетный креатив проявляется в форме обыгрывания символики прецедентных феноменов (Жилетежева, 2009; Малецкая, Толкачева, 2013; Мишенева, 2013; Орехова, 2013; Чашина, 2008; Черноморец, 2008). Прецедентные феномены (ПФ) связаны с «коллективными инвариантными представлениями конкретных “культурных предметов”, национально-детерминированными минимизированными представлениями последних» (Гудков, 2003: 106). Они составляют когнитивную базу лингво-культурного сообщества. Механизм воздействия ПФ осуществляется «посредством сопоставления новой информации и фоновых знаний. Возникновение ассоциативных связей обусловлено известностью ПФ среди всех носителей данной культуры (Мишенева, 2013: 69). К разряду ПФ относят прецедентный текст (ПТ), прецедентное высказывание (ПВ), прецедентное имя (ПИ) и прецедентную ситуацию (ПС).

Д.Б. Гудков называет «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности» прецедентным текстом (Гудков, 2003: 106). По его мнению, любой средний член лингво-культурного сообщества хорошо знаком с ПТ, и обращение к последнему осуществляется многократно в процессе коммуникации.

Ю.Н. Караулов представляет ПТ в виде «готовых интеллектуально-эмоциональных блоков», включающих стереотипы, образцы, мерки для сопоставления и так далее (Караулов, 2010: 220). Он считает, что текст

можно назвать прецедентным, если он удовлетворяет следующим требованиям:

- 1) является значимым в каком-либо отношении (познавательном, эмоциональном) для той или иной личности;
- 2) хорошо известен окружению данной личности, включая ее предшественников и современников;
- 3) обращение к рассматриваемому тексту неоднократно возобновляется (Там же: 216).

СМИ предоставляют информацию о человеческой деятельности в целом, таким образом, не представляется удивительной востребованность имен собственных в медиадискурсе. Некоторые деятели политики, науки и искусства, хорошо известные представителям того или иного сообщества, переходят в разряд прецедентных личностей. Данный феномен предполагает, что знания о них закреплены в сознании носителей языка в форме стереотипов и оценок, иными словами, прецедентные имена образуют концепты, ориентированные на уникальность и культурную значимость индивидуального объекта. Их использование в медиадискурсе обусловлено тем, что они передают значительный объем информации лаконично, не требуя при этом комментариев для расшифровки (Черноморец, 2008). Считается, что прецедентное имя связано либо с «широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных», либо с «ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная» (Караулов, 2010: 108). ПИ является своего рода символом, указывающим на эталонную совокупность определенных качеств.

Прецедентный заголовок также выполняет особую роль в дискурсе масс-медиа, задавая ракурс для понимания статьи. Кроме этого, авторы используют эффект обманутого ожидания, обыгрывая семантическую двуплановость фразы. Распространены словотворческие инновации, «маркирующие актуальные события социально-политической жизни и часто имеющие первичную авторскую паспортизацию: будучи приведенными как

прямая цитата из речи авторитетного лица, такие прецеденты получают приоритетное право на закрепление в языке» (Гридина, Коновалова, 2013: 16).

В эпоху постмодернизма все чаще используется инфотейнмент как способ подачи медиатекстов. Иными словами, в результате различных манипуляций реальность трансформируется в условный контекст, автор моделирует новую реальность, форма которой интереснее самой информации. «Общий сдвиг в сторону развлечений в области СМИ часто связывают с коммерческим давлением на конкурентном рынке медиаиндустрии» (Talbot, 2007: 26). Однако подобная тенденция наблюдается не только в области СМИ, переход к потребительскому обществу также повлиял на образование, здравоохранение и другие сферы. Некоторые ученые указывают на положительные стороны инфотейнмента. Так, персонализация новостей провоцирует диалог, непринужденность стиля мотивирует адресата высказать свое мнение по вопросу, дает возможность рассмотрения ситуации с различных ракурсов.

Лингвисты утверждают, что в настоящее время популярным методом является использование креолизованных текстов (Беглова, Наумова, 2010; Беглова, 2014; Воробьева, 2010; Ворошилова, 2007; Корда, 2013). Креолизованный текст сочетает в себе вербальные и изобразительные средства передачи информации, иными словами, словесное ее представление дополняется иконическим компонентом (иллюстрациями, рисунками, символами, таблицами, фотографиями). Яркими примерами креолизованных текстов являются жанры коллажа и видеомы.

Термин «коллаж» пришел в лингвистику из области изобразительного искусства и используется для обозначения особого типа медиатекста, содержание которого представлено рисунком и словом. Е.Н. Беглова указывает на такие признаки коллажа, как сочетание неоднородного материала, эмоциональность, острота. Она говорит о «смеховой тональности» рассматриваемого жанра: «смысл передается через шутливую,

ироническую или саркастическую окрашенность иконического и вербального рядов» (Беглова, 2014, с. 72).

Видеомы можно обнаружить как в художественных, так и в публицистических текстах. Данный жанр считается креативным, поскольку видеомы «создаются на базе культурных, литературных, ментальных пресуппозиций» (Там же: 280). Они не только отражают реальные события, опираясь на особенности языка данного времени, но и создают оценку явлений действительности.

В настоящее время наблюдается тенденция к вытеснению вербальной информации и формированию клипового сознания, предполагающего эмоциональное постижение смысла сообщения. Распространение креолизованных текстов в прессе свидетельствует о смене «культуры восприятия информации – от преобладания книжной литературы к преобладанию культуры экранной» (Корда, 2013: 12).

Таким образом, можно заключить, что существует множество способов реализации воздействия в сфере масс-медиа. Так, с помощью таких признаков медиатекстов, как агональность и оценочность, авторы реализуют воздействие на адресата. Обращает на себя внимание творческая реализация масс-медийного дискурса. Переход к обществу потребителей повлек за собой изменения в текстах СМИ. Перед издательствами, теле- и радиоканалами ставится задача не только привлечь, но и удержать внимание аудитории. Такое свойство медиадискурса, как театральность, отражает данную тенденцию. Адресант стремится сделать сообщение интересным, информационный контент видоизменяется в зависимости от ожиданий реципиента. Среди распространенных креативных механизмов можно упомянуть обыгрывание символики прецедентных феноменов, эффект обманутого ожидания, словотворческие инновации, использование метафорического кода и так далее. Все вышперечисленные стратегии доказывают справедливость лингвистических гипотез о суггестивности масс-медийного дискурса.

1.4. Типология масс-медийного дискурса

Существует два подхода к анализу медиадискурса. В рамках первого он представляет собой «специфический тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа» (Алексеева, 2013: 105). Медийный дискурс в таком случае следует отличать от других самостоятельных видов дискурса, поскольку, хотя они и могут относиться к одному тематическому полю, их языковые практики и коммуникативные ситуации различны. Второй подход рассматривает медиадискурс как «любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ» (Там же: 105). Согласно данной точке зрения, можно выделить политический, религиозный, педагогический и другие медиадискурсы, которые обладают устойчивыми механизмами производства, трансляции и интерпретации массовой информации. В рамках данного исследования мы будем придерживаться второго подхода, принимая во внимание тот факт, что массмедийный дискурс несет в себе сведения из различных областей знаний и включает элементы других видов дискурса вместе с коммуникативными намерениями и речевыми действиями, присущими последним. Так, проповедь в церкви и проповедь в телепередаче характеризуются одинаковой интенцией и объективным содержанием, следовательно, языковые практики религиозного дискурса в данном случае будут совпадать с таковыми в массмедийном дискурсе.

С точки зрения способа воспроизведения выделяют устную и письменную разновидности рассматриваемого дискурса (Добросклонская, 2008). Устный медиадискурс включает такие формы, как комментарий, диалог, интервью, дебаты. Ставится вопрос о том, каким образом типы разговора в программах различных жанров рассчитаны на аудиторию. Письменный медиадискурс представлен статьями, рецензиями, репортажами. Специфика данной разновидности выражается в характере деятельности адресата по восприятию информации. Акт передачи и акт приема сообщения разделены не только в пространстве, но и во времени, общение акустическим

способом невозможно, и, как правило, читатель не только не видит, но и не может представить внешнего облика коммуникатора. Благодаря этому адресант получает возможность продумать свою речь и выбрать языковые средства, соответствующие его целям и интенции.

Письменный медиадискурс достаточно хорошо изучен ввиду его фиксированности и отсутствия зависимости от технических средств коммуникации. Обращает на себя внимание, однако, тот факт, что анализу устной речи уделяется относительно мало внимания при исследовании СМИ. Основной акцент делается на изучение визуальной культуры, и анализ языка радио практически не проводится. Одной из причин недостаточной изученности устной речи в медиадискурсе является то, что, будучи сравнительно новой областью науки, медиа-анализ стремится занять законное место в программах университетов в качестве базового предмета. Следовательно, основное внимание в исследованиях уделяется телевидению, фотографии и другим формам, которые считаются более сопоставимыми с традиционными жанрами искусства и литературы. Помимо этого, необходимо также отметить, что решения требует практический вопрос о том, как изучать аудиокommunikацию. В отличие от визуальной культуры, в области которой существуют устоявшиеся методики анализа, изучение устной речи не обладает набором зарекомендовавших себя практик (Tolson, 2006).

Изучение разговора на телевидении видится важным аспектом медиа-анализа, поскольку, в отличие от киноискусства, во время трансляции визуальный элемент уходит в тень, становится менее важным и проработанным. «Получение информации в бытовых условиях предполагает “быстрый взгляд”, а не “внимательное изучение”» (Ibid: 7). При просмотре телепередач мы концентрируемся на разговоре, диктор обращается к зрителям, употребляя личные местоимения *I* (я), *we* (мы), *you* (вы).

Благодаря своей природе телепередача является неотъемлемой частью жизни людей. Будучи доступной одним нажатием кнопки, она сопровождает

наши ежедневные действия. Тем не менее, телевизор легко выключить, поэтому «вещание находится под постоянным давлением, стремясь удержать наше внимание и заставить нас продолжать слушать и смотреть» (Ibid: 8). Обязанностью ведущих является нахождение тех форм разговора, которые приемлемы с точки зрения аудитории и будут сопутствовать процессу выполнения домашних обязанностей, а не отвлекать от них. Проведенные исследования в данной области показали, что люди не хотят слушать лекции и проповеди в своих домах, не заинтересованы в передачах, где ведущие используют официальную, аристократическую речь или говорят свысока, снисходительным тоном. Наоборот, ожидаемой представляется обычная беседа, проходящая в дружеских тонах.

Исходя из наблюдений, можно утверждать, что способ воспроизведения (устный vs. письменный) не является релевантным, когда речь заходит о выделении типов массмедийного дискурса. Превалирующее большинство жанров может существовать в обеих разновидностях. Так, например, интервью, берущее начало в прессе, изначально имело письменную форму, но с развитием электронных СМИ перешло в область радио и позже телевидения (Орлова, 2012).

Содержание медиадискурса зависит от определенной цели, которой он мотивирован. Описание действительности, ее объяснение, регулирование деятельности адресатов, воздействие на их сознание, оценка действительности и прогнозирование положения дел – все вышеперечисленные цели могут реализовываться в медиадискурсе. Следовательно, он находится в определенной модальности по отношению к некоторой предметной области. Чтобы отличить один тип медиадискурса от другого, необходимо выделить концепты, составляющие его тематическое и смысловое ядро.

В стремлении отразить интересы одновременно элиты и масс, СМИ включают два вида медиадискурсов, а именно качественные (элитарные) и желтые (таблоидные, бульварные). Однако Н.И. Клушина настаивает на том,

что для целостной характеристики массмедийного пространства необходимо, помимо категории адресата, учитывать также категории адресанта и интенции. Она выделяет три основных типа медиадискурса в современном медиапространстве: информационный / новостной, публицистический и развлекательный (Клушина, 2013: 212).

Новостной дискурс основан на интенции информирования. Его идеологической доминантой является описание социально значимых событий, иными словами, новость. Коммуникативная стратегия данного вида дискурса – обеспечение достоверности, то есть читатели могут рассчитывать на объективное представление текущих событий. Описание не зависит от журналистской интерпретации, иными словами, для новостного дискурса характерна невыраженность адресанта в речи. Выражение приобретает объективный характер путем использования автором ссылок на источник сообщения и цитат, клишированных языковых средств, стандартной композиции и нейтральной стилистической тональности. В настоящее время авторы все чаще используют в информационном дискурсе схемы, графики, карты, чертежи и цифровые данные, то есть он становится все более креолизованным. Лингвисты сходятся во мнении, что новостной медиадискурс обладает следующими свойствами: актуальность, новизна, значимость, одноразовость (Негрышев, 2014).

Основу публицистического дискурса составляют идеологемы – «заданные автором важнейшие смыслы интерпретируемой им действительности, отражающие его мировоззренческие установки» (Клушина, 2013: 213). Данный вид дискурса персуазивный, поэтому его ведущей коммуникативной стратегией является убеждение. Авторитет личности адресанта, языковая игра, пресуппозиции, сложная система аргументации помогают реализовать интенцию убеждения. Современный публицистический дискурс требует от адресата высокого интеллектуального и культурного уровня развития, поскольку прослеживается тенденция к интеллектуализации языка СМИ.

Развлекательный дискурс основан на занимательных фактах. Данному виду характерны сенсационность и эпатаж. Принимая во внимание цель повысить тираж, авторы используют завышенную экспрессивность, интригу и эмоциональность. Дискурсу развлечения свойственна двойная интенция: открытая, заключающаяся в развлечении читателя, и скрытая, направленная на рекламу издания.

В.А. Буряковская обращает внимание на то, что перед СМИ постоянно стоит задача привлечь и удержать внимание аудитории. Вследствие этого представляется закономерным поиск новых жанров и форматов, что мотивирует смешение разных видов дискурса. В.А. Буряковская выделяет следующие разновидности медийного дискурса: информационный, публицистический, информационно-публицистический, развлекательный, информационно-развлекательный (Буряковская, 2014).

Н.Н. Оломская предлагает разделять типы медиадискурса по двум критериям: по коммуникативным функциям и по каналам реализации (Оломская, 2013). С точки зрения функционального подхода она выделяет публицистический, PR- и рекламный дискурсы.

Первый характеризуется жанровым разнообразием и включает такие типы, как отчет, репортаж, рецензия, статья, очерк, памфлет и другие. Публицистический дискурс сконцентрирован на настоящем времени, однако участники общения могут быть отделены не только географически, но и в исторически-временном пространстве.

Дискурс PR понимается как «единая знаковая система, которая изучает комплекс высказываний, выполняющих определенные прагматические, социокультурные, психологические коммуникативные задачи посредством целенаправленного социального действия в рамках взаимодействия индивидуумов, оказывающих влияние на формирование когнитивных процессов социума» (Оломская, 2011: 15). Жанровая типология текстов в PR-дискурсе зависит от степени эксплицитности дифференциальных признаков данного феномена. Так, пресс-релиз, приглашение, брошюра,

листовка относятся к базисным текстам, поскольку обладают всеми признаками рассматриваемого явления. Смежные тексты, наоборот, не имеют четко выраженных свойств PR-текстов. К этой группе относится слоган, резюме, пресс-ревью (Оломская, 2013).

Разновидности рекламного дискурса имеют общие характеристики (краткость, достоверность, динамичность). Их классификация проводится по следующим аспектам: по представляемому объекту, по сфере применения, по реципиенту, по носителю информации, по способу воздействия, по средствам выражения. «Рекламный медиадискурс направлен на изменение оценок, создание определенных установок у аудитории, способствующих совершению определенных действий» (Кожемякин, 2010: 17).

Следует отметить, что некоторые лингвисты выделяют рекламу как отдельную лингвальную сферу, отличную от сферы СМИ. Разумеется, обе области объединены такими общими чертами, как «эмоциональное воздействие, использование всех средств художественной выразительности, употребление новых иноязычных слов, жаргонизмов». Однако, в отличие от масс-медиа, «рекламу отличает небольшой текстовый объем, наличие диалогизма, в ней делается все, чтобы избежать двусмысленности, при этом есть влияние как на произвольное, так и на непроизвольное внимание реципиента» (Пучнина, 2015: 116).

Наличие специфических каналов коммуникативного воздействия мотивирует выделение следующих типов медиадискурса: теледискурс, радиодискурс и компьютерный дискурс. Аудиовизуальный вид коммуникации присущ теледискурсу, жанры которого включают информационные передачи, ток-шоу, викторины, авторские программы, музыкальные передачи, интервью и прочие. Радиодискурс отличается особенностями формулирования высказывания и восприятия этого высказывания индивидуумом, поскольку происходит только аудиовосприятие текста. Среди жанров можно назвать новости, радиотеатр, авторские программы, интервью, музыкальные передачи. В среде

компьютерного дискурса используется большое количество языковых средств. Развитие технических средств повлекло за собой появление таких жанров, как электронная почта, чаты, веб-тексты, виртуальные миры (Оломская, 2013).

Следует принимать во внимание тот факт, что, несмотря на многообразие жанров, не существует таких их разновидностей, которые используются исключительно в области СМИ. Так, формат интервью, существующий в масс-медийном дискурсе, применяется при приеме на работу, а комментарий может использоваться в научном контексте (Саркисян, 2011).

Таким образом, можно заключить, что в связи с многообразием точек зрения на феномен медиадискурса, единые критерии выделения его типов отсутствуют. Выдвигаются различные основания его классификации. Так, по способу воспроизведения различают устный масс-медийный дискурс и письменный масс-медийный дискурс. Категории адресата, адресанта и интенции позволяют выделить информационный, публицистический и развлекательный разновидности. На основе канала реализации лингвисты исследуют теледискурс, радиодискурс и компьютерный дискурс.

Материал для данного исследования представлен письменными медиатекстами, а именно статьями из различных английских газет и журналов (*the Economist, the Guardian, the Independent, the Mirror, the Telegraph*). Можно утверждать, что рассматриваемые издания предназначены для широкого круга читателей, поскольку они характеризуются разнообразием жанров и тематического диапазона. Хотя преобладающими являются новостной и публицистический медийные дискурсы, можно обнаружить примеры статей, направленных на развлечение адресата.

1.5. Функции масс-медийного дискурса

Целью масс-медийного дискурса считается «донесение до потребителя / аудитории отражения реального мира» (Дубских, 2014: 133). Существование

разнообразных форм представления информации мотивирует выделение следующих функций, реализуемых дискурсом СМИ:

- 1) информативная;
- 2) регулятивная, включающая в себя идеологическую функцию и функции социального контроля и манипуляции общественным сознанием;
- 3) образовательная;
- 4) развлекательная;
- 5) фатическая;
- 6) рекламная (Дубских, 2014: 133).

Информативная функция заключается в том, что медиатексты предоставляют адресату информацию о событиях, происходящих в мире, о состоянии экономики, политических и общественных движениях, достижениях науки и техники и так далее. Данная функция требует эффективную передачу фактического материала и успешную актуализацию заложенных адресантом смыслов. Указанные условия достигаются путем выбора релевантных ситуаций языковых средств и синтаксических конструкций в письменной речи, а в устной коммуникации ведущую роль в экспликации играет интонация, организуя речь в такие единицы, которые облегчают восприятие и запоминание.

М.Р. Желтухина утверждает, что функция информирования является основной в дискурсе СМИ. Несмотря на возможность наложения других функций, «информативность остается базовым пластом медиадискурса и характеризует первичный речевой акт по иллокутивной силе, где информирование выступает ведущей интенцией» (Желтухина, 2010: 12).

Помимо информативности, выделяют также такое системное качество текста, как регулятивность, иными словами, «его способность управлять познавательной деятельностью адресата». Н.С. Болотнова, занимаясь данным вопросом, определила способы регулятивности как «коммуникативно и прагматически обусловленные способы организации текста и его

фрагментов, отражающие целевые установки автора» (Болотнова, 2013: 167).

В медиадискурсе реализованы следующие способы регулятивности:

1) многоканальный, то есть управление познавательной деятельностью на основе нескольких каналов связи (слухового, зрительного);

2) тезисно-аргументирующий, основанный на апелляции к логике, здравому смыслу;

3) эмоционально-оценочный, доминирующий в медиадискурсе и выражающийся в использовании разговорной лексики, метафор, оценочных эпитетов, междометий и т.д.;

4) способ ассоциативного сопоставления различных ситуаций, заключающийся в побуждении к рефлексии;

5) конвенционально-соответствующие способы, иными словами, соблюдение этики речевого общения;

6) конвенционально-несоответствующие, то есть отступление от речевых и логических норм в прагматических целях, проявляющееся в виде гиперболизации, языкового ерничества, доведения до абсурда в обсуждении различных ситуаций и событий;

7) узуальные (например, апелляция к интертекстам);

8) индивидуально-авторские (например, принцип собственной оригинальной интерпретации) (Там же).

О.Н. Саркисян указывает основной целью масс-медийного дискурса «формирование в сознании адресата особой регулятивной модели мира» (Саркисян, 2011: 119). Информация структурируется с учетом особенностей ее восприятия адресатом. Монологизм подачи информации устраняется с помощью языковых средств, выполняющих роль маркеров наблюдаемости события. С целью исключить неправильное толкование адресант иногда имитирует обмолвку, корректирует и уточняет сказанное. Данный прием повышает вес передаваемой информации, поскольку создается впечатление, что она рождается в условиях открытого размышления.

Образовательная функция масс-медийного дискурса состоит в том, что СМИ способствуют распространению знаний о мире (от социально-гуманитарных до естественнонаучных дисциплин). Нередко автор медиатекста поясняет не свойственные тому или иному обществу реалии и неизвестные термины. Речь идет, конечно, не об обеспечении глубокого усвоения информации. Тем не менее, масс-медийный дискурс в той или иной его форме сопровождает человека на протяжении его жизни, предоставляя возможность пополнения знаний и расширения кругозора непринужденным образом.

Ранее в работе мы говорили о необходимости развлечения в сфере СМИ. Конкуренция медиа-рынка обусловила переход «от новостей из сферы развлечений, поданных как новости, к новостям, поданным как развлечения» (Черных, 2007: 236). В настоящее время корпорации все чаще полагаются не на журналистскую, а на развлекательную составляющую медиа-сообщений в стремлении обойти конкурентов, что мотивировало использование в медиатекстах интересных фактов, курьезных событий, смешных историй и иллюстраций. Кроме этого, авторы обеспечивают внимание аудитории и языковыми приемами: аллюзиями, необычной сочетаемостью слов и так далее.

Под фатической функцией подразумевают установление контакта между коммуникантами. Она в полной мере характерна для масс-медийного дискурса, учитывая тот факт, что в условиях жесткой конкуренции в настоящее время для издательств и телеканалов умение установить контакт с аудиторией и удержать его становится жизненно важным. Считается, что фатическая интенция доминирует в глянцевого и бульварных изданиях, в то время как остальные типы медиадискурса используют ее в качестве вспомогательной стратегии речевого поведения (Корнилова, 2013).

Рекламная функция представляет собой сочетание функций информирования, комментирования и продвижения товара, причем товар не обязательно материален. Благодаря рекомендательному способу подачи

информации обеспечивается активное формирование оценок и вкусов аудитории. К рекламной функции также относят:

1) дейктическую функцию (указать на рекламируемый объект или признаки рекламируемого товара или услуги);

2) дидактическую функцию (показать навыки обращения с ними);

3) функцию генерализации (представить навыки обращения с товаром или услугой как обобщенные);

4) кумулятивную функцию (представить навыки обращения с товаром или услугой как общественно значимые) (Степанов, 2008: 205).

Следует подчеркнуть, что, хотя вышеперечисленные функции во многих случаях противоположны, они не нарушают последовательность (*consistency*) масс-медийного дискурса, поскольку «различные функции доминируют в разных жанровых подгруппах» (Prisyazhnyuk, Zilova, 2014: 247). Так, новостные передачи ставят своей целью информирование, аналитические масс-медиа оценивают, критикуют и формируют общественное мнение, рекламные – настраивают аудиторию на совершение определенных действий.

Средства массовой информации могут реализовывать различные функции, но «независимо от выполняемой функции и актуализируемой СМИ модели репрезентации реальности в процессе взаимодействия индивида и медиа-текста происходит медиа-коммуникативное событие, в результате чего содержание медиа-текста становится частью картины мира реципиента» (Стриженко, 2003).

Е.А. Кожемякин предлагает иной подход к выделению функций дискурса СМИ, основанный на интенциях адресанта. Согласно его теории, когда нам необходимо объяснить положение вещей, выразить предположение или построить прогноз, мы опираемся на дискурс в коммуникативной функции. Его результативность проявляется на базе оппозиции «истинно – ложно». Дискурс в коммуникативной функции рассматривается как деятельность: коммуниканты используют его с целью оказать определенное воздействие друг на друга (сообщить, принудить,

убедить и так далее). Благодаря ценностной функции дискурса можно дать оценку положению вещей и сформировать определенное отношение к ним. В данном случае результатом становится регулирование массового сознания и установка идеологий, мифов и верований. Конструирующая функция дискурса заключается в воспроизводстве социальной реальности, с помощью разработанных механизмов создается образ желательного и необходимого в будущем (Кожемякин, 2007).

Говоря о функциях масс-медийного дискурса, следует упомянуть о роли адресанта как одного из участников коммуникации. Существуют четыре базовых интерпретации миссии журналистики.

Согласно первой модели, адресант вовлечен в управление обществом. Данный подход предполагает отношение к журналистской корпорации как независимому социальному институту (так называемой «четвертой власти»), члены которого «выполняют определенную функцию в рамках системы сдержек и противовесов всех ветвей власти» (Черных, 2007: 261).

Вторая модель предполагает отношение к СМИ как средству выражения интересов определенных кругов граждан (культурных и религиозных организаций, предпринимательских и профессиональных союзов и объединений и прочих). В данном случае журналисты социально ангажированы, их существование обеспечивает реализацию прав людей.

Третья модель рассматривает СМИ как беспристрастного информатора. Согласно этому подходу, «роль журналиста состоит в информировании без оценки» (Там же: 262). Считается, что адресант должен воздержаться от выражения какого-либо мнения и передать факты объективно. На практике нейтральность СМИ не представляется достижимой.

Четвертая модель видит журналиста в роли посредника, поддерживающего баланс сил в обществе. С помощью СМИ ведется постоянный диалог между разными представителями социума.

Подводя итог, следует сказать, что масс-медийный дискурс, будучи нацеленным на отражение действительности, выполняет множество

функций, среди которых основными считаются информативная, регулятивная, образовательная, развлекательная, фатическая и рекламная. Примечателен тот факт, что, анализируя тексты СМИ, можно найти примеры как с гармоничным сочетанием нескольких из вышеприведенных функций, так и с преобладанием какой-либо из них.

Выводы к Главе 1

1. В соответствии с целями нашего исследования были проанализированы различные дефиниции понятия «масс-медийный дискурс». В рамках данной работы оно будет трактоваться как непрерывный процесс передачи информации и создания знания в области СМИ, представленный в виде устного или письменного текста, форма которого предопределена стереотипами и нормами, доминирующими в обществе. Кроме этого, были выделены параметры, учет которых необходим для точного анализа особенностей дискурса:

а) природа дискурса (исследование языковой личности, включая диапазон связей участников общения, их социальные роли, знания, опыт и систему ценностей);

б) содержание, обусловленное коммуникативным намерением и внутренними психологическими состояниями коммуникантов;

в) структура и способ функционирования, то есть речевые действия, направленные на достижение коммуникативной цели.

2. Были рассмотрены два подхода к анализу медиадискурса: как к типу речевой деятельности, характерному исключительно для информационного поля масс-медиа, и как к любому виду дискурса, реализуемому в поле массовой коммуникации. Поскольку масс-медийный дискурс несет в себе сведения из различных областей знаний и включает элементы других видов дискурса вместе с коммуникативными намерениями и речевыми действиями, присущими последним, было решено придерживаться второго подхода в рамках данного исследования.

3. Как было отмечено, основными параметрами для классификации масс-медийных дискурсов являются:

- а) категории адресанта и интенции;
- б) коммуникативные функции;
- в) канал реализации.

Среди преобладающих типов медиадискурса были выявлены следующие: новостной, публицистический, развлекательный, рекламный.

4. В ходе предпринятого в рамках данного подраздела исследования было выяснено, что наиболее существенными характеристиками масс-медийного дискурса являются агональность, диалогичность, оценочность, театральность, открытость и сфокусированность на социально резонансных фактах.

5. Было установлено, что в масс-медийном дискурсе конструируются новые смыслы. Нами была представлена и описана схема коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения в сфере СМИ. Процедуры создания знания, функционирующие в медийном пространстве, были проанализированы путем изучения системы связи между элементами (адресант, реципиент, событие, канал и др.) и принципов когерентности, лежащих в их основе.

6. В ходе работы изучены креативные механизмы, использующиеся в масс-медийном дискурсе. Среди самых распространенных можно назвать:

а) обыгрывание символики прецедентных феноменов (имен, текстов, заголовков), вследствие чего большой объем информации передается лаконично и не требует комментариев для расшифровки;

б) креолизованность медиатекста (коллаж, видеомонтаж), демонстрирующая тенденцию к вытеснению вербальной информации и формированию клипового сознания, предполагающего эмоциональное постижение смысла сообщения;

в) инфотейнмент (использование в медиатекстах интересных фактов, курьезных событий, смешных историй, иллюстраций для обеспечения внимания аудитории в условиях конкуренции в сфере СМИ).

7. Были рассмотрены функции масс-медийного дискурса, среди которых были выделены информативная, регулятивная, образовательная, развлекательная, фатическая и рекламная. Установлено, что в разных типах медиатекстов данные функции могут либо гармонично сочетаться, либо одна из них будет доминирующей.

Глава 2. Основные направления изучения метафоры

2.1. Истоки возникновения теории метафоры. Определение термина

Многие лингвисты России и зарубежья посвящали свои исследования метафорам, их свойствам и функциям (Арутюнова, 1990; Баранов, 2003; Будаев, Чудинов, 2008; Магомадова, 2015; Серегина, Чудинов, 2014; Складарская, 1993; Телия, 1977, 1996; Gibbs, 2008; Punter, 2007; Ricoeur, 1978, 2004 и др.).

Метафора, будучи одним из самых распространенных явлений в языке и речи, с давних времен привлекает внимание писателей и поэтов. Считается, что Аристотель был первым, кто проявил исследовательский интерес к метафоре (Punter, 2007). В своих работах он охарактеризовал данное явление как способ переосмысления значения слова на основании сходства. Едва ли не все современные исследователи ссылаются на классификацию Аристотеля: «Метафора – перенесение слова с изменением значения из рода в вид, из вида в род, или из вида в вид, или по аналогии» (Складарская, 1993: 5).

На ранних этапах развития человечества метафоричность считалась естественным свойством речи. Древние философы использовали образы, пытаясь постичь сущность бытия. «Так, например, Фалес считал началом и концом вселенной воду, а Анаксимен – воздух» (Петросова, 2010: 262). Незавершенность знания в этот период мотивировала употребление метафор.

Расцвет изучения данного явления пришелся на эпоху античности (VIII век до н.э. – V век н.э.). В этот период были распространены три основных взгляда на метафору: как на средство украшения речи (теория Аристотеля), как на эллиптическое сравнение (работы Квинтилиана) и как на мощное оружие риторики (взгляды Цицерона) (Хайрулина, 2011).

Можно отметить зависимость положения теории метафоры от общего историко-философского контекста в последующие столетия. Так, после Античности следует период Средневековья (V – XVI века), на протяжении которого религия играла большую роль. Поэтому неудивительно, что все

модели общества в этот период интерпретировались как отражение божественного порядка. Например, в сочинениях церковных писателей XII века можно обнаружить трехфункциональную модель, согласно которой общество, как Бог, унитарно и тернарно одновременно. Образы Троицы и иерархии ангельских чинов использовали для стабилизации и упорядочивания мира. Такая модель общества способствовала тому, что каждый индивид должен был признать диктуемые условия существования и занять соответствующее место в социальной пирамиде. Авторы также нередко использовали образ церкви с целью указать на статус того или иного сословия, подчеркнуть его роль, повысить престиж какого-либо занятия.

Д.С. Лихачев говорит о метафоричности средневековой книжности и искусства, указывая на многообразие в этот период символических толкований явлений природы, истории и писания. Он упоминает философию Оригена, «истолковавшего символически все события Ветхого завета» (Лихачев, 1979: 135). Данную традицию продолжили Августин, Андрей Критский, Кирилл Туровский. Целью средневековой науки считалось раскрытие символических отношений между видимым и невидимым мирами. Авторы этого периода придерживались мнения, что достижение данной цели возможно лишь через изучение писания. «Средневековье пронизало мир сложной символикой, связывавшей все в единую априорную систему» (Там же: 137). Литература рассматриваемой эпохи была призвана открывать истины, наблюдения не отличались точностью, а рассматривались с точки зрения нравоучительного смысла.

Помимо образа церкви классическое Средневековье характеризуется также уподоблением общества телу. С помощью данной метафоры авторы передавали идею социальной гармонии. Главной ценностью считалось общественное благо, а образ тела нередко использовался для демонстрации успешного сотрудничества отдельных частей общества (Лучицкая, 2007). Более того, данная метафора помогала авторам изобразить реалии той эпохи.

Например, «церковь как сообщество верующих представлялась телом, голову которого воплощал Христос» (Гофф, Трюон, 2008: 151).

Середина XIII века ознаменовалась попыткой осмыслить социальные отношения иначе, представив общество в виде шахматной доски, а социальные страты – в виде шахматных фигур. Правила игры были призваны указать представителям разных сословий на их обязанности и правила поведения: «шахматы являются моделью мира, и именно так игру интерпретировали средневековые проповедники» (Лучицкая, 2007: 273). К данному метафорическому образу обратились в эпоху роста профессий, когда прежняя тройственная модель не могла вместить существующие социальные категории. Строго упорядоченная иерархия рушилась, росла мобильность, поэтому авторы данного периода (нередко принадлежащие высшему сословию) обращались к образу шахмат с целью не только преодолеть анархию и беспорядок, царившие в обществе, но и препятствовать возросшей мобильности сословий и указать каждому социальному страту место и принципы поведения.

В трудах Гильома Овернского присутствует взаимосвязь между развитием теологической мысли и развитием городов в первой половине XIII века. В своих работах французский философ употребляет развернутую метафорическую оппозицию: город как идеальная община людей, цель жизни которых заключается в служении к Богу, и лес как поселение людей, недостойное восхищения. Урбанистическая метафора Гильома Овернского доказывает, что жизнь в данный период была подчинена религиозным целям. Сутью этих целей были «мир и счастье под управлением совершеннейшего монарха, единственного подлинного владыки, то есть Господа» (Гофф, 2001: 298).

Таким образом, в период Средневековья был распространен взгляд на метафору как средство понимания божественной истины. Теологичность познания в этот период определила направления в развитии рассматриваемого явления. Расцвет средневекового символизма как системы

образности пришелся на период с XI по XIII века, а с XIV века происходит постепенное освобождение литературы от теологичности.

Наступает период Нового времени (XVI – XIX века), который в европейской философии характеризуется отрицательным отношением к метафоре. А. Ричардс говорит о том, что данное явление использовалось лишь как «удачная уловка, основанная на гибкости слов», как «украшение и безделушка» (Ричардс, 1990: 45).

Долгое время употребление метафоры считалось неприемлемым для языка науки. Двуплановость порождала неточности, недопустимые для рассматриваемого стиля. Т. Гоббс в своих работах писал: «Свет человеческого ума – это вразумительные слова, однако предварительно очищенные от всякой двусмысленности точными определениями. Рассуждение есть шаг, рост знания – путь, а благоденствие человеческого рода – цель. Метафоры же ... рассуждать с их помощью – значит бродить среди бесчисленных нелепостей. Результат, к которому они приводят, есть разногласие и возмущение или презрение» (Гоббс, 2001: 34).

Одним из самых яростных противников метафор в период Нового времени считается Дж. Локк. Его ортодоксальная позиция заключалась в следующем: «...всякое искусственное и образное употребление слов, какое только изобретено красноречием, имеет в виду лишь внушать ложные идеи, возбуждать страсти и тем самым вводить в заблуждение рассудок и, следовательно, на деле есть чистый обман» (Локк, 1985: 567). Философ призывает избегать метафор в рассуждениях, когда целью является нахождение истины и познание, а также в речах, миссия которых просвещать.

Тем не менее, вышеописанные радикальные идеи были свойственны далеко не всем философам. Например, Ф. Ницше выдвинул идею о том, что метафора представляет собой не только лингвистический феномен, но и важный компонент познавательной деятельности. «Картина мира, созданная человеком, базируется на антропоцентричных понятиях, а стереотипы и

клише той или иной культуры являются как раз метафорами, образность которых давно утрачена» (Петросова, 2010: 263).

Философия Новейшего времени (1918 – нынешнее время) окончательно расширила понимание метафоры и границ ее употребления. Данное явление стало считаться неотъемлемым элементом речи. Ученые обратили внимание на то, что путем объединения разнородного материала метафоры способны создавать целостность. Существовали различные подходы к изучению рассматриваемого явления.

Немецкий философ Э. Кассирер придерживался мнения, что базисные или древние метафоры являются «следствием необходимости» и существуют как результат поиска более точного определения существующих понятий. «Было невозможно освоить внешний мир, познать и осмыслить его, постигнуть и назвать его реалии без этой базисной метафоры» (Кассирер, 1990: 34).

А. Ричардс называет метафору «вездесущим принципом языка». По его мнению, путем простых наблюдений можно удостовериться в том, что данное явление наполняет как обиходную речь, так и строгий язык науки. Он говорит о том, что в связном тексте не существует более трех предложений подряд без метафор, а исключить их из речи можно, только приложив большие усилия. Данное утверждение представляется справедливым, поскольку прежде чем поставить цель избегать метафоры, их необходимо сначала обнаружить. Мы используем данное явление неосознанно, и перестать употреблять его невозможно без постоянной мысли о существующей задаче (Ричардс, 1990).

Дж. Серль опирается на теорию речевых актов, говоря о подходах к изучению метафоры. Каждое высказывание, по его мнению, включает два значения: буквальное и метафорическое. «Метафорическое значение – это всегда значение высказывания говорящего» (Серль, 1990: 308). Буквальное значение можно получить, не зная намерений автора, оно выделяется при анализе высказывания. Следует отметить, что иногда, даже при точном

понимании значения метафоры, невозможно построить соответствующую парафразу в силу отсутствия буквальных выражений для замены.

Метафора, будучи многогранным феноменом, является предметом изучения различных отраслей лингвистики и смежных дисциплин. В каждом направлении науки существует сложившийся понятийный аппарат толкования данного явления. Теория метафоры содержит множество дефиниций, поэтому нельзя отрицать «необходимость создания интегративной модели, которая объединила бы существующие на данный момент трактовки метафоры» (Соловых, 2010: 127).

Хотя изучение данного явления не может не учитывать достижения различных наук, в рамках данной работы мы рассмотрим определения метафоры как лингвистического понятия. В Большом Энциклопедическом словаре под редакцией В.И. Ярцевой, метафора определяется как «троп или механизм, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и тому подобное, для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении» (Арутюнова, 1998: 296).

Метафора может быть основана как на внешнем, так и на глубинном сходстве явлений, единстве их функций, однотипности впечатлений: зрительных, слуховых и других. Сходство может быть реальным, но может и приписываться, придумываться. В предметной области метафора может строиться на переносе значения внутри сферы неодушевленного или одушевленного и между этими сферами (Матвеева, 2010).

Приведенные в словарях дефиниции различны, однако с помощью метода компонентного анализа можно обнаружить общие понятийные единицы. Так, поле *троп* было составлено на основании определений, трактующих метафору как *троп или механизм* (Арутюнова, 1998: 296), *троп* (Ахманова, 2004: 231), *вид тропа* (Баранов, Добровольский, 2003: 230), *фигура речи (a figure of speech)* (Matthews, 2003: 134). Можно утверждать, что

лингвисты сходятся во мнении о способности метафоры усилить образность языка и художественную выразительность речи. Также данное явление можно считать *процессом (a process)* (Crystal, 2008: 98), принимая во внимание его пролонгированный характер, и *языковым образом (linguistic image)* (Bussmann, 2006: 744).

Поле *сопоставление, подобие* является самым большим по числу входящих в него единиц смысла, объединенных общим признаком. Лингвисты утверждают, что метафорический перенос осуществляется *на основе сходства сопоставляемых явлений* (Матвеева, 2010: 206), *на основании сходства, аналогии* (Ахманова, 2004: 231), *на отношении сходства (on a relationship of similarity)*, *на основании общих или подобных семантических черт (based on the same or similar semantic features)* (Bussmann, 2006: 744). Исходя из этого, не вызывает сомнения тот факт, что метафора основана на сходстве или аналогии. Действительно, для переноса необходимо наличие общих смысловых компонентов в основном и переносном значениях.

Рассматриваемые дефиниции позволяют также говорить о целях использования данного явления. Лингвисты утверждают, что метафора существует *для характеристики или наименования объекта* (Арутюнова, 1998: 296), *для описания сущности одного класса в терминах другого* (Баранов, Добровольский, 2003: 230), тем самым обращая внимание на ее информативную и номинативную функции. Кроме этого, сторонники когнитивного подхода используют термин *концепт* для трактовки исследуемого феномена, подчеркивая, таким образом, то, что «основная функция метафоры состоит в развитии системы смыслообразования, а именно создания концептов» (Соловых, 2010: 128).

Подводя итог, следует сказать, что метафора является сложным и многоаспектным феноменом, анализ которого ведется на протяжении веков. В разные времена лингвисты и философы трактовали данное явление по-разному, что объясняется различиями во взглядах людей на язык, науку и

общество. Теория метафоры насчитывает множество дефиниций описываемого феномена. В рамках данного исследования мы будем трактовать метафору как когнитивный механизм, заключающийся в описании одного класса объектов или явлений с помощью концептов другой области знаний, на основании сходства сопоставляемых понятий.

2.2. Лингвистические теории метафоры

Не вызывает сомнения тот факт, что благодаря трудам философов и лингвистов явление метафоры достаточно изучено. Оно имеет долгую историю, отражающую изменения во взглядах людей на связь между языком, разумом и обществом. Следует отметить, что в каждом исследовании на первый план выходят различные аспекты метафоры. Направление изучения зависит от дисциплины, в рамках которой анализируется данное явление.

Долгое время основополагающими являлись субституциональная и сравнительная теории метафоры, основы которых были заложены Аристотелем. Их суть заключается в следующем утверждении: метафоры употребляются вместо эквивалентных им буквальных выражений. Сторонники субституционального взгляда (Дэвидсон, 1990 и др.) говорят о том, что предложение, содержащее метафору, всегда соответствует предложению с прямым значением. Сравнительная теория метафоры предполагает, что рассматриваемое явление основано на сходстве и аналогии. Ее сторонники (Миллер, 1990; Ортони, 1990 и др.) трактуют метафору как «стянутое сравнение» и утверждают, что для замены метафорического значения требуется детальная парафраза.

Проанализировав вышеупомянутые подходы, М. Блэк предлагает теорию взаимодействия. По его мнению, метафорическое выражение имеет два различных субъекта (основной и вспомогательный), которые следует воспринимать как системы объектов. «Метафора работает следующим образом: к главному субъекту прилагается система ‘ассоциируемых импликаций’, связанных со вспомогательным субъектом. Эти импликации

обычно являются ‘общепринятыми ассоциациями’, связанными со вспомогательным субъектом, но в некоторых случаях это могут быть и нестандартные импликации, установленные автором» (Black, 1955: 291).

М. Блэк также обращает внимание на то, что философы, несмотря на их интерес к языку, считали, что метафоры несовместимы с серьезной мыслью, и необходимо избегать употребления слов в переносном значении. В своем исследовании он говорит о «логической грамматике» слова «метафора», делая попытку ответить на вопросы о критериях обнаружения и перевода метафор, о связи между метафорой и сравнением, о том, какова цель употребления метафор и в каком смысле этот процесс считается «творческим». Анализируя примеры, он приходит к выводу, что, говоря о метафорах в целом, мы имеем в виду «слово или выражение, использованное в переносном значении, при этом остальные слова в предложении употреблены буквально» (Black, 1955: 275). Попытка создать высказывание, целиком состоящее из метафор, привела бы к образованию пословицы, загадки или аллегии. М. Блэк употребляет термин «фокус» (*the focus of the metaphor*) для обозначения слова-метафоры, остальные слова в предложении называются «рамкой» (*the frame of the metaphor*).

Опираясь на взгляды М. Блэка, П. Рикёр продолжает развивать теорию взаимодействия. Ее особенностью считается то, что она находится на стыке когнитивистики и психолингвистики и предполагает работу одновременно над семантической теорией метафоры и психологической теорией воображения и мышления. Под семантической теорией метафоры понимаются исследования ее способности передавать непереводимую информацию и предоставлять правдивую информацию о реальности. П. Рикёр в работе пытается ответить на вопрос, возможно ли подобное исследование без употребления терминов психологии.

«Образы» и «ощущения» считаются объяснительными факторами только в тех теориях, когда метафорическое выражение не имеет информационной ценности и, следовательно, лишено притязаний на

истинность. П. Рикёр, напротив, утверждает, что нельзя составить полноценный анализ метафор, «не приписывая семантической функции тому, что кажется простыми психологическими чертами, и, следовательно, не касаясь некоторых сопутствующих факторов, внешних по отношению к информативному ядру» (Ricoeur, 1978: 143).

В отличие от традиций классической риторики, где метафора, считаясь отклонением от нормы (*deviation*) лишь по называнию (*denomination*), использовалась с двумя целями: заполнить лексическую лакуну или украсить речь, теория интеракции выдвигает другие предположения. Согласно данной точке зрения, метафорическое значение заключено в связи между членами целого предложения. Процесс взаимодействия предполагает не замену одного имени на другое, а связь между логическим субъектом и предикатом. Таким образом, «метафору следует описывать как отклоняющуюся предикацию, нежели как отклоняющееся название» (Ibid: 145). Данная теория предполагает наличие семантического сдвига на уровне смысла. Ощущения и воображение, хотя и не могут заменить отсутствие информативного смысла, дополняют когнитивное намерение.

Вышеописанные взгляды на метафору (субституциональная, сравнительная теории и теория замены) относятся к классическим теориям. Они имеют ряд общих черт.

Во-первых, метафора считается свойством слов (*property of words*), поэтому это явление относят к разряду лингвистических (*linguistic phenomenon*). В настоящее время существует мнение, что основной недостаток классической теории метафоры заключается в ее тесной связи с лингвистикой слова. Современные исследования доказывают, что дискурсивные образования, несмотря на сложную структуру, могут также быть метафорическими (Клименова, 2009).

Во-вторых, сторонники классических теорий полагают, что метафоры используются только в эстетических целях (*for artistic and rhetorical purposes*) и необходимо наличие таланта для их употребления. Использование метафор

– это намеренный и осознанный процесс, который невозможен при отсутствии определенных способностей, поэтому метафоры считаются фигурой речи (*a figure of speech*), без которой можно обойтись.

Кроме этого, суть традиционных взглядов на метафору заключается в том, что данное явление «основано на сходстве между описываемыми объектами» (Kövecses, 2010: viii).

Классические теории существовали на протяжении веков, они считались очевидными и не требовали доказательств. Однако в 1980 году Дж. Лакофф и М. Джонсон предложили другой, принципиально новый взгляд на метафору, который был назван когнитивным (*cognitive view of metaphors*). В ходе исследований они пришли к выводу, что поскольку метафора – это свойство концептов, а не слов (*property of concepts*), ее основная функция не эстетическая, а познавательная, иными словами, направлена на лучшее понимание самих концептов (*better understanding of concepts*) (Ibid: viii).

Р. Гиббс также отмечает, что «метафора является не просто декоративным аспектом языка, а фундаментальной системой, с помощью которой люди составляют представление о мире и своих занятиях» (Gibbs, 2008: 3).

Точка зрения, что метафоры присутствуют только в языке, а не в речи, также была опровергнута. Дж. Лакофф и М. Джонсон в книге «Метафоры, которыми мы живем» рассказывают о результатах своих исследований: «Множество людей считает, что они прекрасно обходятся без метафор. Вопреки этому мнению, мы обнаружили, что метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность» (Лакофф, Джонсон, 2004: 25). Мы разделяем мнение ученых о том, что «... большая часть нашей обыденной концептуальной системы по своей природе метафорична» (Там же: 25). В практической части данной диссертационной работы будет рассмотрено, как метафоры структурируют наше восприятие, мышление и деятельность в масс-медийном дискурсе.

Д. Пантер, один из представителей когнитивной теории метафоры, в своих трудах утверждает, что данный феномен широко распространен в повседневной речи. Каждый раз, когда мы говорим на языке, мы используем его коммуникативную функцию. Любой коммуникативный акт предполагает в той или иной степени необходимость заинтересовать читателя или слушателя. Следует отметить, что в условиях конкуренции в сфере СМИ такая установка особенно актуальна для адресантов медиатекстов. Мы согласны с автором в том, что достижение данной цели невозможно без использования метафор. «Даже если бы мы могли воспринимать язык без метафор, что представить сложно даже теоретически, это был бы скучный и невероятно ограниченный способ общения» (Punter, 2007: 3).

Когнитивную теорию метафоры можно сформулировать следующим образом: «в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний – фреймов и сценариев» (Лакофф, Джонсон, 2004: 9). Эти знания получены в результате взаимодействия человека с окружающим миром. «В процессе метафоризации некоторые области цели (*target domain*) структурируются по образцу источника (*source domain*), иначе говоря, происходит “метафорическая проекция” (*metaphorical mapping*) или “когнитивное отображение” (*cognitive mapping*)» (Там же: 9). При этом можно утверждать, что область источника и область цели неэквивалентны, поскольку область источника представляет собой конкретное знание, результат взаимодействия с действительностью, тогда как область цели – это «знание по определению», более абстрактная, менее структурированная сфера. Это идея получила название тезиса об однонаправленности метафорической проекции. Физическое взаимодействие человека с действительностью позволяет накапливать знания, которые организованы в сфере источника в виде схем образцов (*image schemas*). Термины этой области используются в метафорах для лучшего понимания менее конкретной сферы цели. «Устойчивые соответствия между областью источника и областью цели, фиксированные в языковой и культурной

традиции данного общества, получили название «концептуальных метафор» (Там же: 11).

Дескрипторная теория метафоры, предложенная А.Н. Барановым, представляет собой результат дальнейшего развития когнитивной теории. Вместо анализа отдельных примеров лингвисты решили исследовать метафорику дискурса в целом, таким образом, целью дескрипторного подхода является формализованное описание большого корпуса контекстов метафор. А.Н. Баранов обратил внимание на то, что «метафорическая проекция представляет собой функцию отображения элементов области источника в элементы области цели. Тем самым источник оказывается “областью отправления” функции отображения, а цель – “областью прибытия”» (Баранов, 2003: 77). Соответствия между источником и целью характеризуются различной степенью стабильности, которая в свою очередь объясняет образование как устойчивых «стертых» метафор, закрепленных в традициях общества, так и наименее стабильных творческих метафор.

На основе теории концептуальной метафоры и теории регулярной многозначности возникло новое направление в исследовании метафоры. Данный подход разработан А.П. Чудиновым и назван теорией метафорического моделирования. В работе «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры» автор описывает структурно-семантический и когнитивный подходы к выделению метафорических моделей. А.П. Чудинов указывает ряд этапов, необходимых для корректного анализа современной политической речи. Сначала автор предлагает исследовать исходную понятийную область, иными словами, семантическую сферу, к которой относятся охватываемые моделью слова в первичном значении. Затем следует охарактеризовать новую понятийную область, то есть реципиентную сферу, в которую включены слова в переносном значении. Вслед за этим проводится анализ типовых для данной модели сценариев, которые отражают наиболее характерные для исходной понятийной сферы последовательности ситуаций. Далее характеризуются

относящиеся к данной модели фреймы («фрагменты наивной языковой картины мира, которые структурируют соответствующую понятийную область») и составляющие каждый фрейм типовые слоты («элементы ситуации, включающий какой-то аспект конкретизации фрейма»). Впоследствии ставится цель выяснить, что дает основания для метафорического использования соответствующих концептов (Чудинов, 2001).

Опираясь на теорию метафорического моделирования А.П. Чудинова, мы проанализировали объект нашего исследования – лексические единицы, входящие в семантическую сферу «музыка». Были предприняты следующие шаги. На первом этапе были рассмотрены различные классификации музыкальной лексики, выделены тематические группы, составляющие глобальные фрейм «музыка», и с помощью словарей музыкальных терминов определены единицы для последующего анализа. Затем мы изучали новые понятийные области. Были рассмотрены медиатексты различной тематики: спорт, экономика, политика, окружающая среда и др. Вслед за этим мы провели анализ подфреймов, структурирующих соответствующие понятийные области. В процессе работы мы выделяли компонент, который связывает первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью единиц. Иными словами, была поставлена цель выяснить, по какой причине и с какой целью авторы используют музыкальные метафоры в масс-медийном дискурсе. На последнем этапе был проведен подсчет проанализированных материалов: установлена степень метафоризации музыкальных терминов, определены частотные и продуктивные модели метафорических переносов и выделены доминантные сферы-цели.

Таким образом, в когнитологии выделяют следующие направления в интерпретации метафоры, на которые мы опирались при анализе практического материала в данной диссертационной работе: теория концептуальной метафоры (Лакофф, Джонсон, 2003; Gibbs, 2008; Kövecses, 2010; Punter, 2007), дескрипторная теория метафоры (Баранов, 2003), теория

метафорического моделирования (Чудинов, 2001) и теория интеракции (Black, 1955; Ricoeur, 1978).

Метафора представляет собой сложное и многоаспектное явление, чем объясняется неослабевающий интерес к ее изучению. Г.Н. Складарская выделила 11 основных подходов к исследованию метафоры: семасиологическое, ономасиологическое, гносеологическое, логическое, лингвистическое, лингвостилистическое, психолингвистическое, экспрессиологическое, лингво-литературоведческое, лексикологическое и лексикографическое (Складарская, 1993). Рассмотрим некоторые из них, наиболее значимые для нашего исследования.

Так, противоречие между метафорой как языковым явлением и метафорой как тропом, фигурой речи, привели к образованию таких самостоятельных направлений, как лингвистическое и лингво-литературоведческое. Лингвистическое направление (Арутюнова, 1978; Бессарабова, 1985; Виноградов, 1953; Телия, 1977 и др.) заключается в выявлении, классификации и анализе языковых свойств метафоры. Особое внимание уделяется описанию синтаксических позиций данного феномена, поскольку метафора функционирует только в словесном окружении. Лингво-литературоведческое направление (Азаренко, 2014; Асташина, 2015; Лихачев, 1979 и др.) предполагает исследование художественной метафоры. Подобное разграничение необходимо, поскольку использование термина поэтики затрудняет изучение данного явления в области лингвистики. Более того, существует также проблема обоснования адекватного предмета исследования, учитывая, что, даже утвердившись в лингвистике в статусе языкового явления, языковая метафора все равно рассматривается многими учеными как единый с художественной метафорой объект.

Важным для нашего исследования является лексикологическое направление (Нагорная, 2014; Складарская, 1988 и др.), целью которого является анализ метафор в пределах различных лексических групп. В ходе работы в рамках семантического поля «музыка» мы выделили такие

лексические группы, как, например, «наименования музыкальных инструментов», «наименования музыкальных темпов» и др.

В данной диссертационной работе одной из основных задач является установление оснований для метафорической проекции. Для ее выполнения представляется необходимым выделение компонента, связывающего буквальное и фигуральное значения. В связи с этим следует обратить внимание на семасиологическое направление (Балли, 1955; Гак, 1966; Стернин, 1985 и др.). Известно, что в концептуальном плане лексическое значение трактуется обобщенно, как бесструктурное образование. На первый план выдвигается предметное содержание, а многочисленные наслоения выводятся за пределы понятийного ядра. Открытие метода компонентного анализа позволило рассмотреть лексическое значение более детально. Было обнаружено, что ранее неделимая единица представляет собой ограниченный набор семантических компонентов. Представители семасиологического направления работают с дифференциальными признаками метафор. Используя методологический аппарат данного направления лингвистики, мы рассматривали семную структуру музыкальных метафор, механизмы ее образования.

Подводя итог сказанному, можно утверждать, что метафора представляет собой многоаспектную структуру, чем и объясняется наличие большого количества подходов к интерпретации рассматриваемого явления. Данный феномен продолжает развиваться в рамках отдельных дисциплин. Возникают новые споры об определении метафоры, классификации и основаниях для метафорического переноса. В трудах современных ученых метафоры часто изучаются в пределах определенных лексических групп (лексикологическая теория). Например, в данной диссертационной работе анализируются метафоры, принадлежащие семантическому полю «музыка». Широкое признание в мировой науке получила когнитивная теория Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Ученые стали исследовать ранее не изученный аспект рассматриваемого явления: метафора как неотъемлемый элемент

мышления. Когнитивная теория представляется релевантной для нашей работы, поскольку целью диссертации является установление когнитивных особенностей функционирования музыкальных метафор.

2.3. Подходы к классификации метафор

В области лингвистики существует несколько подходов к проблеме классификации метафор. Исследователи разрабатывают различные критерии, в соответствии с которыми распределяют затем метафоры по классам. Но, как заметил В.П. Москвин, «свода параметров, по которым может производиться классификация метафор, мы до сих пор не имеем. Поэтому выявление и систематизация таких параметров представляются “неотложными задачами семантики”» (Москвин, 2006: 112).

Анализируя классификации метафор, З. Кёвечеш выделил следующие параметры: «традиционность, функция, природа и степень универсальности. Основным способом распределения метафор по классам является разделение по степени традиционности. Иными словами, мы задаем вопрос, насколько часто метафора употребляется обычными людьми в повседневной речи для решения ежедневных проблем, и в какой степени она укоренилась в языке» (Kövecses, 2010: 29).

В.П. Москвин утверждает, что основными параметрами для классификации метафор являются своеобразие планов выражения и содержания, зависимость от контекста и функциональная специфика метафорического знака (Москвин, 2006). Общеизвестно, что метафоры характеризуются смысловой двуплановостью. Благодаря «игре» переносного и буквального значений, при употреблении метафор предоставляется одновременное указание на основной и вспомогательный субъекты сравнения. Метафора передает необходимый образ, и, хотя смысл его явно не указан, связь значений позволяет его распознать. Такие особенности структуры метафорического знака мотивируют наличие ряда направлений семантической классификации метафор.

Тематическая принадлежность вспомогательного субъекта является одним из оснований для группировки метафор. Говоря об этой классификации, следует дать определение термину «мотивационная система»: «открытый ряд разнородных по значению переносных наименований, внутренние формы которых относятся к одной тематической группе» (Там же: 113). По этому признаку можно выделить анималистические (зооморфные), антропоморфные, пространственные (ориентационные) и многие другие метафоры.

Ориентационные метафоры были впервые упомянуты Дж. Лакоффом и М. Джонсоном наряду с онтологическими и структурными. Данные типы были выделены лингвистами в результате исследования различных концептов. Говоря об ориентационных метафорах, они обращают внимание на их фиксированность в нашем физическом и культурном опыте. Такие метафоры не устанавливаются произвольным образом. Метафора может служить средством понимания концепта только благодаря своей эмпирической природе. Кроме этого, в некоторых случаях пространственные отношения оказываются настолько важной частью концепта, что трудно представить себе какую-нибудь другую метафору, которая могла бы его структурировать.

Онтологические метафоры, по мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, ассоциируют деятельность, эмоции и идеи с организмами и веществами. «Подобно тому, как опыт пространственной ориентации человека порождает ориентационные метафоры, опыт обращения с материальными объектами (особенно с нашим собственным телом) создает основу для исключительно широкого разнообразия онтологических метафор, то есть способов восприятия событий, деятельности, эмоций, идей и т. п., как материальных сущностей и веществ» (Лакофф, Джонсон, 2004: 49).

Как и в случае с ориентационными и онтологическими метафорами, истоки структурных метафор «лежат в систематических корреляциях между явлениями, фиксированными в нашем опыте» (Там же: 97).

Слова и выражения, именующие тематическую зону-источник ряда производных метафор, называют корневыми (базисными, ключевыми, концептуальными) метафорами. Лингвисты не относят их к исключительно языковым феноменам, поскольку их отражение можно найти и в материальной культуре. Такие типы метафор упоминают многие авторы (Арутюнова, 1990; Лакофф, Джонсон, 2004; Kövecses, 2010; Punter, 2007): «Метафоры могут быть концептуальными и лингвистическими. Концептуальные метафоры включают в себя два понятия, имеют структуру А – это Б, в рамках которой понятие А выражено с помощью понятия Б. Лингвистические метафоры или метафорические лингвистические выражения – это языковое проявление концептуальных метафор» (Kövecses, 2010: 39).

Когда мы говорим о метафорах, присутствующих в языке на протяжении многих веков и пронизывающих человеческую мифологию и фольклор, мы имеем в виду метафорические архетипы.

Нередко происходит смешение классификаций по вспомогательному субъекту с классификацией по основному субъекту. Последняя предполагает изучение метафор как источника синонимии и применяется при построении семантических полей и лексических классов.

Внешние и внутренние метафоры являются предметом анализа, когда речь идет о способах осуществления метафорической номинации. Данная классификация предполагает распределение по степени смысловой удаленности основного и вспомогательного субъектов. Внутренние (внутриклассовые) метафоры формируются за счет внутренних резервов семантической микросистемы. Некоторые авторы (см., например, работы: Кудрявцева, 2013; Москвин, 2006) утверждают, что разновидностью таких метафор следует считать прономинацию, иными словами, процесс, при котором в значении имени нарицательного используются имена собственные. Такой прием часто употребляют в сленге, поскольку прономинация

выполняет игровую функцию. Кроме этого, он используется как источник эвфемизмов.

Занимаясь синхронным описанием лексики и историко-этимологическими разысканиями, лингвисты группируют метафоры по формулам переноса. Классификация по вспомогательному и основному субъекту используется при определении источников, благодаря которым пополняются лексические микросистемы языка. Каждая формула переноса порождает ряд метафорических наименований, называемый мотивационным. Г.Н. Складарская выделила шесть глобальных семантических сфер, участвующих в данном процессе. Согласно антропоцентрическому принципу разбиения лексики, различают материальные объекты (предмет, животное, человек, физический мир) и идеальные объекты (психический мир, абстракции). «Все явления реального мира, охватывающие как материальные, так и идеальные сущности, вовлечены в процесс метафоризации, при этом метафорический перенос совершается в определенных направлениях в достаточно жесткой последовательности» (Складарская, 1993: 80). Среди регулярных типов ученый отмечает метафорическую активность предметной лексики, которая используется многократно и обозначает реалии из любой семантической сферы: Предмет → Предмет, Предмет → Человек, Предмет → Физический мир, Предмет → Психический мир, Предмет → Абстракция. Перенос из сферы «Животное» может быть направлен только на сферу «Человек», однако данная формула (Животное → Человек) считается одним из самых экспрессивных средств. Лексика, обозначающая людей по разнообразным характерным признакам, в процессе метафоризации не выходит за пределы «своей» сферы, здесь осуществляется только один регулярный тип переноса: Человек → Человек. Признак лица, наделенного какими-либо характерными особенностями, переносится на другое лицо, характеризуя его. Г.Н. Складарская обращает внимание на очевидную неравномерность в процессе метафоризации,

поскольку, кроме сферы неодушевленных реальных предметов, типы переносов уязвимы с семантической точки зрения.

Еще одна классификация, которую следует упомянуть, предполагает группировку метафор по степени целостности внутренней формы. Ш. Балли положил начало традиции комбинирования лексики с точки зрения экспрессивной окраски (Балли, 2001). Принято выделять следующие стадии развития образности: 1) живые, способные вызывать в воображении картину; 2) ослабленные, эмоциональные, не полностью утратившие свою выразительность; 3) мертвые, основанные на чистой абстракции, выражения, воспринимаемые только логически (Там же).

Дополняя типологию Ш. Балли, лингвисты подразделяют метафоры на образные, сохраняющие двуплановость содержания, и мертвые метафоры, утратившие внутреннюю форму. Среди живых метафор следует обратить внимание на окказиональные (в художественной речи именуемые индивидуально-авторскими) и узуальные. Последние могут употребляться повсеместно, либо использоваться для специальных целей в отраслевых терминологиях или определенных стилях.

В настоящее время все ученые признают существование двух типов метафор – художественной и языковой. Научная литература насчитывает несколько точек зрения на характер их соотношения. Так, Л.В. Щерба признает «функциональную специфику каждого из этих явлений», Б.А. Ларин трактует языковую и художественную метафоры «в противопоставлении друг другу», а В.П. Григорьев, напротив, «во взаимном единстве» (Цит. по: Складарская, 1993: 31).

Будучи средством языка, языковая метафора представляет собой комплексную проблему. В отличие от художественной метафоры, являющейся эстетической категорией только поэтики, она имеет отношение к разным специальностям: к лексикологии, семасиологии, лингвостилистике, психолингвистике и теории номинации. Языковая метафора считается готовым элементом языка, используемым без осознания фигурального

смысла. При этом употребление художественной метафоры всегда процесс творческий, исключая автоматизм восприятия. Ее нельзя заменить семантическим эквивалентом, не уничтожив самого высказывания. Языковая метафора не обнаруживает образного элемента, и поэтому можно без ущерба для смысла употребить на ее месте синоним. Занимаясь этим вопросом, В.Н. Телия называет художественную метафору речевой и утверждает, что подобный тип исследуемого явления отражает индивидуальное видение мира, в то время как в языковой метафоре четко прослеживаются объектированные ассоциативные связи и закрепленные коннотации, соответствующие коллективным предметно-логическим связям (Телия, 1977).

Обращает на себя внимание тот факт, что с точки зрения лексического статуса языковая метафора является самостоятельным, «анонимным» элементом. Между тем, художественная метафора не обладает лексической независимостью, вне контекста не существует, но сохраняет авторство. Б.А. Ларин указывает на «видоизменение общего языка в художественных текстах» (цит. по: Складарская, 1993: 32). Он утверждает, что метафоры являются эстетическим объектом, который совместно с логическим содержанием делают художественную речь неповторимой. Благодаря метафорам нельзя вывести значение слова из ближайшего его окружения, необходимо исследовать только весь текст полностью.

Оставив в стороне поэтическую направленность метафоры в художественном тексте и обратившись к языковым функциям метафор, Н.Д. Арутюнова выделила следующие типы метафор:

- 1) номинативная метафора;
- 2) образная метафора (появляется в результате перехода идентифицирующего (дескриптивного) значения в предикатное, способствует развитию синонимических средств языка);
- 3) когнитивная метафора (возникает вследствие сдвига в сочетаемости признаков слов (переноса значения), создает полисемию);

4) генерализирующая метафора – конечный результат когнитивной метафоры (стирает в лексическом значении слова границы между логическими порядками и стимулирует возникновение логической полисемии) (Арутюнова, 1978: 340).

Согласно Т.В. Матвеевой, метафоры могут быть разделены на классы в зависимости от частей речи, на базе которых они развиваются. Она выделяет следующие типы:

- 1) метафора именная (субстантивная);
- 2) метафора глагольная;
- 3) метафора адъективная (Матвеева, 2010: 207).

Т.В. Матвеева отмечает, что наиболее распространенным структурным типом метафоры является генитивная метафора (разновидность именной). Данный класс представляет собой сочетание двух существительных, в котором собственно метафора заключена в главном слове, а зависимое слово в родительном падеже создает контекст, позволяющий расшифровать образ. Контекст глагольной метафоры создается соотнесенным с ним существительным. Адъективная метафора является, по сути, метафорическим эпитетом (Там же).

Говоря о количестве единиц-носителей метафорического образа, выделяют простую метафору, в которой план выражения представлен одной единицей, и развернутую метафору, в которой носителем образа является группа ассоциативно связанных единиц. Анализ развернутых метафор осуществляется по трем параметрам. Количественный фактор предполагает различия по числу «звеньев», составляющих метафорическую цепочку («двучленные», «трехчленные» и другие метафоры). По логической последовательности компонентов выделяют исходную метафору и метафорическую развертку. Третьим параметром анализа развернутой метафоры считается степень ее полноты. Иногда авторы пропускают исходные метафоры в цепочке. Когда исходный компонент выражен имплицитно, метафоры называют вторичными (Москвин, 2006).

Рассматривая контекстуальные разновидности метафор, лингвисты выделяют замкнутые и незамкнутые типы. Когда в контексте метафорического наименования (слова-параметра) имеется ключевое слово (слово-аргумент), играющее роль микроконтекста и с помощью которого возможна расшифровка метафоры, ее называют замкнутой. По степени устойчивости связей такие разновидности подразделяются на свободные и фразеологические. Незамкнутая метафора заключает в себе двойную загадку, поскольку субъект сравнения (подобно общему признаку) не выражен эксплицитно и ближайший контекст не раскрывает смысла метафоры.

Функциональная классификация метафор предполагает их группировку по цели, с которой они используются в речи. Общеизвестными являются номинативные метафоры, служащие для обозначения представлений, для которых не существует словесных обозначений. Кроме этого, номинативная метафора предполагает замену одного дескриптивного значения другим и служит источником омонимии (Арутюнова, 1978). Оценочные метафоры служат для выражения отношения к описываемому явлению. Декоративные метафоры являются украшениями речи и эстетически отражают действительность. Лингвисты противопоставляют данную разновидность пояснительным метафорам. Последние характерны для научной речи (Москвин, 2006). В масс-медийном дискурсе, основной чертой которого является суггестивность, используются преимущественно оценочные метафоры. Кроме этого, авторы медиатекстов также употребляют пояснительные метафоры, чтобы упростить сложные политические или экономические явления и сделать сообщение доступным для массового адресата коммуникации.

Как было установлено в процессе исследования, в области лингвистики существует множество классификаций метафоры. Мы полагаем, что это связано с частотностью употребления данного тропа в разных видах текстов. Примечательно, что представленные классификации не вступают в

противоречие, а дополняют друг друга, способствуя раскрытию отличительных черт понятия «метафора».

В своей работе мы будем опираться на классификацию метафор по вспомогательному субъекту В.П. Москвина. С ее помощью представляется возможным определить тематическую направленность лексики, участвующей в процессе метафоризации. Кроме этого, следует обратить внимание на типы переноса значения. Семантическая классификация Г.Н. Складневской поможет выделить основные модели метафоризации, типичные для медийного дискурса. Учитывая особенности плана выражения, мы рассмотрим, единицы какого уровня и части речи употребляются авторами в качестве музыкальных метафор. Функциональная классификация послужит базой для определения того, какие цели преследуются при замене буквального выражения фигуральным в статьях английских журналов и газет.

2.4. Признаки и функции метафоры

Использование метафоры в многочисленных жанрах художественной, повседневной и научной речи заставляло авторов обращать внимание не столько на эстетическую ценность метафоры, сколько на предоставляемые ею утилитарные преимущества. Р. Хофман – автор ряда исследований о метафоре – писал: «Метафора исключительно практична. Она может быть применена в качестве орудия описания и объяснения в любой сфере: в психотерапевтических беседах и в разговорах между пилотами авиалиний, в ритуальных танцах и в языке программирования, в художественном воспитании и в квантовой механике. Метафора, где бы она нам ни встретилась, всегда обогащает понимание человеческих действий, знаний и языка» (Цит. по: Арутюнова, 1990: 5).

Наиболее существенным признаком метафоры считается ее двуплановость: метафора ассоциирует различные категории объектов одновременно и потому семантически двойственна. В ее образовании

участвуют 4 компонента: основной и вспомогательный компоненты и соотносимые свойства каждого класса объектов. Рассматривая категориальный аппарат концепции метафоры, лингвисты обращают внимание на то, что основной компонент (или слово-параметр) представляет план выражения. Существует указание на компаратор (или вспомогательный субъект). Передача смысла может осуществляться прямо или косвенно. При анализе содержания метафоры в англоязычной научной литературе традиционно выделяют «основание», или «тему» (*ground*), и «напряжение» (*tension*). Под основанием понимают моменты сходства между основным и вспомогательным субъектами, под напряжением – моменты различия.

Исследовав психологическую сущность метафоры, А.А. Потебня выделил опосредующее звено между двумя предметами и назвал его средством апперцепции. Лингвисты, занимаясь данным вопросом, установили, что метафорический перенос осуществляется на основе общего семантического компонента, релевантного в равной степени для обоих элементов метафоры и объединяющего их в общее семантическое поле. «При создании слова, а равно и в процессе речи и понимания, происходящем по одним законам с созданием, полученное уже впечатление подвергается новым изменениям, как бы вторично воспринимается, то есть, одним словом, апперципируется» (Потебня, 1999: 99). Выделенное А.А. Потебней средство присутствует всегда, когда восприятие дополняется и объясняется известными нам фактами. Существует и другая точка зрения, которую разделяет Д.Н. Шмелев. Согласно этому подходу, основой метафорического переноса является устойчивая ассоциация, коннотативный признак, который часто вообще не является элементом структуры слова (Шмелев, 1973). В.Н. Телия также утверждает, что «социально или литературно закрепленные ассоциации (в том числе – связанные с фольклором)», лежащие в основе семантической преемственности, не находят «отражения в “собственном” лексическом значении переосмысляемого слова» (Телия, 1977: 151). В этом вопросе мы разделяем мнение Д.Н. Шмелева и В.Н. Телии: анализ

музыкальных метафор показал, что при переносе значения в масс-медийном дискурсе во многих случаях актуализируется сема, которая отсутствует в семантике рассматриваемого слова и наведена контекстом.

Для языковой метафоры характерно отсутствие общего с исходным значением семантического компонента. В настоящее время такой компонент называют символом метафоры, под которым Г.Н. Складаревская понимает «элемент семантики, состоящий либо из одной семы, либо из совокупности сем, который в исходном номинативном значении относится к сфере коннотации, а в метафорическом значении входит в денотативное содержание в качестве ядерных (дифференциальных) сем и служит основанием смысловых преобразований в процессе метафоризации» (Складаревская, 1993: 47).

Говоря о свойствах метафоры, следует упомянуть признак отвлеченности. Изучая процесс метафоризации, лингвисты заметили сдвиги в семантике слов и обратили внимание на следующую закономерность: «значение слова становится более обобщенным и тем самым менее определенным. Чтобы подчеркнуть качественное преобразование основного значения, в словарное толкование его переносного значения нередко вводятся местоимения “какой-либо”, “что-либо” и т.д., подчеркивающие отвлеченность этого значения» (Бессарабова, 1985: 46). Лингвисты также отмечают, что в формировании метафоры участвует не весь смысловой объем основного значения: часто материальная, предметная сторона остается за пределами переносного смысла. Лексико-семантическая сочетаемость слов подтверждает процесс преобразования в метафоре от конкретного к абстрактному. Лингвисты утверждают, что если слово в буквальном значении сочетается с вещественными существительными, то в переносном оно сочетается с отвлеченными существительными (Там же).

Некоторые авторы вводят признак экспрессивности в определение метафоры, указывая на ее очевидные оценочные качества. Метафора является великолепным средством воздействия на адресата речи. Образ в

тексте вызывает эмоционально-оценочную реакцию сам по себе. Эстетически оформленная информация обладает потенциалом внушаемости, так как апеллирует к эмоциям человека и воздействует на его поведение. Таким образом, выразительность – один из основных показателей метафоры. В распоряжение политиков, журналистов дается мощное средство. Поместив метафору в нужный контекст, можно заставить ее выразительные качества работать на материал. Т. Белт предположил: «Когда метафора используется с целью некоторым образом очертить рамки политической проблемы или события, то она, вероятно, привлечет внимание к тем аспектам темы, которые могут благоприятно сказаться на той или иной группе. Вследствие этого выбор метафор, используемых для передачи политической информации, может иметь мощный воздействующий эффект на новостную аудиторию» (Белт, 2007: 10).

Существует также мнение, что метафора является превосходным средством самовнушения и самовоздействия. Описанная функция называется ауто-суггестивной. Такого рода метафоры можно обнаружить во внутренней речи человека и дневниках, в письмах и молитвах. Так, яркие образы используются в медицине для формирования у пациентов настроения здоровья, силы, неутомимости и красоты. Считается, что для превращения метафор во внутренние стимулы необходимо выполнить три требования: они должны быть регулярно обновляемыми, потаенными и позитивными (Харченко, 1991).

В отличие от слов в буквальном значении, информация, передаваемая посредством метафор, всегда характеризуется целостностью образа. Панорамность изображения дает возможность апеллировать к различным свойствам предмета. Более того, результатом получения информации, выраженной с помощью метафор, является подключение огромной массы неосознаваемого к психическому отражению. Этот факт представляется важным, потому что человек способен осознать лишь небольшую часть информации, заключенной в образе. Благодаря скрытому, бессознательному

возможно опережающее отражение и антиципация, ведущая к полноценному пониманию. В этом заключается информативная функция метафоры.

Журналисты и репортеры нередко используют метафоры с целью упростить сложные для массового адресата явления в медиа-текстах. Это возможно благодаря тому, что данный троп объединяет разнообразный жизненный опыт людей с общеизвестными истинами. Однако следует принимать во внимание, что метафоры не всегда используются для того, чтобы непонятное стало понятным. Иногда они являются способом разрядки текста, наполненного терминами, путем сделать суховатое изложение более красочным и восприятие текста многоканальным.

С объяснительной функцией метафоры связана мнемоническая. Т. Белт выдвинул следующую теорию и подтвердил ее на основе эксперимента. По его мнению, метафоры способствуют лучшему усвоению фактической информации, то есть люди, которые получают информацию, содержащую метафоры, будут способны вспомнить больше о теме, чем люди, которые получают ту же самую информацию без метафор. В связи с эмоционально-оценочной природой образа представляется справедливым высказывание о том, что метафора обеспечивает лучшее запоминание (Белт, 2007).

Мотивированность, развернутость, способность метафоры быть продолженной обеспечиваются ее текстообразующими свойствами. С особой наглядностью данная функция проявляется в текстах афористической миниатюры. Данное свойство метафоры можно понимать буквально и иносказательно: как порождение текста и как порождение подтекстового слоя соответственно.

Метафоры, использующиеся для засекречивания смысла, выполняют конспирирующую функцию. Загадки являются примером применения метафорического шифра. Истоки связанной с ним кодирующей функции можно найти в древности. «Обладая высокой компрессией смысла, метафора может играть роль кода при обозначении военных операций, учений, программ действий различных инстанций и служб» (Харченко, 1991: 64). В

эвфемизмах также можно наблюдать процессы кодирования смысла. Особенно ярко данная функция метафор представлена в названии произведений.

Когда метафора используется в поздравлениях, приветствиях, тостах, при выражении сочувствия и соболезнования, она выполняет ритуальную функцию. Развитие такой функции зависит от национальных традиций.

Метафора может использоваться как форма языковой игры, как средство комического. Зарождение этого процесса можно наблюдать в детской речи. Изучение игровой функции метафор производится путем анализа поговорок (а не пословиц, выполняющих, в основном, этическую функцию). Проблема «язык и этика», почти не изучена, но нельзя отрицать, что образ, психическое отражение играет роль в воспитании. Лингвисты сходятся во мнении, что человек, усваивая язык, приобретает этические оценки и нормы. Этическая функция метафоры связана с ее эмоциональной природой. Образная речь воздействует на адресата, формируя его поведение и систему оценок. Опосредованное отражение метафоры характеризуется большим воспитательным эффектом, нежели прямое отражение. Этическую функцию можно наблюдать в поучениях и проповедях.

Лингвисты утверждают, что язык научной сферы деятельности характеризуется метафоричностью. Описываемый стиль включает образные элементы, и часто поиск гипотезы начинается с художественного сравнения. Ученые указывают на то, что нельзя постоянно опираться на опыт, а чувство прекрасного может помочь в нахождении слабых мест теории. Рождение терминов также начинается с метафоры. Данный феномен может служить «методологической опорой, позволяющей ориентироваться в диалектике известного – неизвестного» (Харченко, 1991: 31). Таким образом, в научных текстах раскрывается эвристическая (или поисковая) функция метафоры.

Изучение признаков метафоры показывает, что основное и переносное значение проявляются в идентичных синтаксических условиях, хотя метафоризация возможна и в контекстах разных не только по смыслу, но и

синтаксически. Типы языковой метафоры характеризуются разным соотношением функций. Функцию наименования чаще всего выполняют существительные. Данный процесс характеризуется утратой образного компонента и переходом метафоры в разряд номинативной лексики. Глаголы, прилагательные и наречия выполняют функцию предикации, при этом отмечено наличие образного компонента и преобладает характеризующая функция. Существует мнение, что метафора преимущественно занимает позицию, осуществляющую идентификацию предмета речи. Однако Н.Д. Арутюнова указывает на ошибочность данного мнения: «метафора связана достаточно прочными узами с позицией предиката» (Арутюнова, 1978: 253). Тем не менее, это не означает, что любое сказуемое, выраженное в фигуральном смысле, является метафорой. Морфологические и лексико-семантические факторы диктуют определенные ограничения данной закономерности.

Подводя итог, следует отметить, что представленная классификация функций метафоры во многом условна, поскольку они тесно связаны между собой. Тем не менее, о какой бы функции не шла речь, ее можно легко проиллюстрировать с помощью цитаты из художественного текста, научной работы, газетной статьи или фольклора. Метафоры необходимы в языке. Они присутствуют в пословицах, поговорках, ритуальных формулах приветствия и поздравления, формируя поведения и выстраивая систему оценок. Мысль, сформулированная посредством рассматриваемого явления, обобщается и становится типичным эквивалентом, применимым к практически бесконечному числу ситуаций. Существование метафор не только отражает способность человека находить сходства между предметами и снимает условности наименования, а также дает готовую модель для создания новых образов и, следовательно, дальнейшего развития языка.

2.5. Метафора и смежные языковые явления

Лингвисты обращают внимание на необходимость отграничения метафоры от близких языковых явлений. Важно отметить, что отобранные в процессе исследования факты должны быть представлены значениями метафорического типа и следует исключать примеры смежных изобразительных средств. Так, сравнение связано с метафорой общими ассоциациями по сходству. Метонимия, подобно рассматриваемому нами явлению, характеризуется семантической двуплановостью. Среди общих черт метафоры и фразеологических словосочетаний можно отметить повторяемость и заданность синтаксической модели.

Метафора и сравнение

Считается, что метафора и сравнение находятся в отношениях производности. Еще Цицерон указал на то, что «метафора есть сравнение, сокращенное до одного слова» (Цит. по: Москвин, 2006: 51). По своей номинативной технике метафоры имплицитно выражают сравнения. Однако «метафора и сравнение различаются глубинными структурами» (Вежбицкая, 1990: 143).

В настоящее время лингвисты различают логическое и образное сравнение. Логический вид выражает качество, присущее в равной степени его субъекту и объекту:

*LVMH is the holding group that finances fashion follies such as Dior's customary **drum-like venue** in the gardens of the Musée Rodin* (The Independent. 1.02.2015) / *LVMH – это холдинговая группа, которая финансирует модные причуды, такие, как традиционное барабанообразное место проведения показа Dior в садах Музея Родена.*

Данный пример демонстрирует логическое сравнение с компонентом *drum*. Автор указывает на сходство формы музыкального инструмента и места проведения показа мод. В статье речь идет о традиционном круглом павильоне, в котором проходят презентации моделей модного дома *Dior*.

Перенос значения мотивирован семей «круглая форма» и осуществляется по модели «предмет → предмет».

Известно, что залогом успешной работы свистка является чистота. Данное качество, вероятно, послужило основой для образования сравнения *clean as a whistle*:

*Sweep over the lids to remove stubborn mascara and long wear shadows and massage the rest into the face to leave skin **clean as a whistle** and deeply hydrated* (The Independent. 20.02.2015) / *Взмахни над веками, чтобы удалить упрямую тушь и стойкие тени, и нанеси средство на остальную часть лица, чтобы кожа была **чистая как стеклышко** (досл. **чистая, как свисток**) и глубоко увлажненная.*

В приведенном выше текстовом фрагменте также содержится логическое сравнение. В рекламе косметического средства автор проводит параллель между кожей и свистком и с помощью фразы *skin clean as a whistle* указывает на чистоту обоих. Метафорический перенос осуществляется по модели «предмет → человек».

Образное сравнение является нереальным и характеризуется логически несоотносимыми понятиями. Оно выражается при помощи союзов *as if, as though, like*. Семы «громкость», «торжественность» легли в основу сравнения *like a trumpet*:

*Al Murray on the campaign trail: “I heard destiny’s call **like a trumpet** in the far distance and it sounded like Thanet”* (The Independent. 4.02.2015) / *Аль Мюррей в ходе избирательной кампании: «Я слышал зов судьбы, **как труба** прозвучавший на дальнем расстоянии, и он звучал как Танет».*

В данном примере свойства музыкального инструмента переносятся на абстрактное понятие (*destiny*). Метафорический перенос осуществляется по модели «предмет → психический мир».

Примечателен тот факт, что «принципиальной разницы в форме между сравнением явлений реальной действительности и образным сравнением нет, есть лишь различия в семантике» (Буглак, 2011: 91). Логический вид

отражает ситуацию в повседневном мире и является базой для образного сравнения, которое устанавливает связь между слабо соотносимыми явлениями на основе ассоциативного сходства, установленного говорящим.

Существует мнение, что метафора основывается на образном виде сравнения. Однако некоторые лингвисты считают, что данное утверждение ошибочно, поскольку некоторые виды метафоры, например, прономинация, основаны как раз на логическом сравнении (Кудрявцева, 2013; Москвин, 2006). Тем не менее, наиболее распространено мнение, что «чем образнее высказывание, тем более вероятно, что оно будет алогично» (Садовников, 2013: 78).

Исследования показывают, что по содержанию метафоры богаче соответствующих сравнений. Кроме этого, рассматриваемые изобразительные средства отличаются по основополагающим смысловым процедурам. Метафора предполагает условное отождествление двух объектов, в то время как сравнение характеризуется их уподоблением.

В структурном плане данные явления сближаются, поскольку сравнение может выражаться без привлечения компаративной лексики. Несмотря на этот факт, «теорию эллиптического сравнения следует понимать лишь как объяснение деривационных отношений метафоры и сравнения, а не в общепринятом семантически отождествляющем смысле» (Москвин, 2006: 53).

Примечательно, что сравнения основаны на прилагательных и других словах, выражающих качество (например, *fit as a fiddle* / в полном здравии; *clear as a bell* / ясный, понятный), тогда как метафоры обычно представлены существительными и глаголами.

Еще одно различие метафоры и сравнения заключается в их интерпретируемости. Ассоциации, передаваемые метафорой, нередко сложны и требуют усилий и времени для расшифровки, поэтому некоторые авторы рекомендуют придерживаться меры и не загружать ими текст. Тем не менее, метафора полностью исключает возможность указать свойство,

которое стало поводом для уподобления. Подобный метод категорически не допускается. При этом метафора также занимает то синтаксическое место, которое предназначено для экспликации основания сравнения, а именно позицию предиката.

В отличие от сравнения, метафорическое высказывание не может включать обстоятельств времени и места: «если сравнение указывает на подобие одного объекта другому, независимо от того, является оно постоянным или преходящим, действительным или кажущимся, ограниченным одним аспектом или глобальным, то метафора выражает устойчивое подобие, раскрывающее сущность предмета, и в конечном счете его постоянный признак» (Арутюнова, 1990: 27).

Сходство метафоры и сравнения можно отметить в функциональном плане: обе фигуры выполняют пояснительную функцию. Более того, авторы используют и сравнение, и метафору в эвристической функции. С помощью рассматриваемых изобразительных средств они отражают и познают свойства и отношения действительности. Согласно нашим наблюдениям, сравнение часто употребляется в медиатекстах для интенсификации, в то время как метафора дает возможность создавать скрытые образы.

Метафора и метонимия

Согласно словарю лингвистических терминов Т.В. Матвеевой, метонимия – это «троп, состоящий в переносном употреблении слова на основе смежности сопоставляемых явлений» (Матвеева, 2010: 209). В классической риторике синекдоха (явления, когда часть замещает целое) рассматривается как особый случай метонимии. Поскольку механизм функционирования как метафоры, так и метонимии заключается в использовании слова в фигуральном значении, необходимо обратить внимание на отличительные черты изучаемых явлений, релевантные для адекватной интерпретации нашего материала.

Метонимический перенос названия может происходить:

- 1) с вместилища на содержимое;

- 2) с материала на изделия из него;
- 3) с места, населенного пункта на совокупность его жителей или связанное с ним событие;
- 4) с действия на его результат, место или вовлеченный в действие предмет;
- 5) с формы выражения содержания или его материального воплощения на само содержание;
- 6) с отрасли знания, науки на предмет науки и наоборот;
- 7) с социального события, мероприятия на его участников;
- 8) с социальной организации, учреждения на совокупность его сотрудников и помещение;
- 9) с целого на часть и наоборот;
- 10) с эмоционального состояния на его причину;
- 11) имя автора может использоваться для обозначения его произведений или созданной им модели, стиля (Арутюнова, 1998: 300).

Приведем несколько примеров метонимических переносов в рамках семантической сферы «музыка»:

The brass were imposing and the cor anglais beautiful (The Independent. 18.07.2011) / Поражала внушительность **медных инструментов** и красота **рожка**.

В данном случае метонимический перенос осуществляется с материала (*brass* – желтая медь) на изделия из него (*the brass* – медные духовые инструменты).

Will Mozart make my child smarter? (The Guardian. 12.01.2014) / Сделает ли **Моцарт** моего ребенка умнее?

Рассматриваемый текстовой фрагмент содержит случай метонимии, когда имя автора (Моцарт, композитор) используется для обозначения его произведений (музыки).

Метафора и метонимия различаются характером основы, на которой функционируют метафорические и метонимические когнитивные модели. С

помощью метонимии отражаются «физические объекты и понятия реального мира» (Санжарова, 2015: 65). Докажем справедливость данного утверждения на примере:

*The Shapes are no mere **hired hands*** (The Guardian. 2.08.2015) / *Группа The Shapes не просто **наемные работники***.

Метонимический перенос происходит с целого на часть: музыкантов рассматривают просто как пару свободных рук. Примечательно, что такого рода метонимии считаются оскорбительными: «людей буквально сводят к изображению их рук, голов, ног, что по определению слишком упрощенно и негуманно» (Littlemore, 2015: 24). В рассматриваемом примере метонимия отражает объекты и понятия реального мира: музыкантов и их части тела.

Метонимический перенос на базе слова служит образованию новых лексических значений. Целью метонимии на базе словосочетания является «экономное выражение объективного смысла» (Матвеева, 2010: 210). Результатом такого переноса становится нейтральная или разговорная единица, не имеющая отношения к образности. Возникновение речевой метонимии – процесс не намеренный, а естественный, мотивированный ситуацией и закономерностями устного диалога.

Функции, которые данные явления выполняют в предложении, позволяют отметить, что метонимия тяготеет к позиции субъекта, она не может быть употреблена в предикате, в то время как метафора, напротив, в своей первичной функции прочно связана с позицией предиката. Подобное распределение синтаксических функций связано с природой рассматриваемых терминов. Так, «метонимия обращает внимание на индивидуализирующую черту, позволяя адресату речи идентифицировать объект, выделить его из области наблюдаемого, отличить от других сопричастующих с ним предметов, метафора же дает сущностную характеристику объекта» (Арутюнова, 1990: 28). Чтобы доказать справедливость этого утверждения, рассмотрим отрывок медиа-текста:

*Five leading **tenors** nominate their favourite living artist in their field* (The Guardian. 7.09.2011) / *Пять ведущих **теноров** выдвинул своего любимого живого исполнителя в своей области.*

В данной статье с помощью метонимии автор выделяет группу людей, указывая на общее для них качество. Голос тенора является той индивидуализированной чертой, которая позволяет читателю отличить объект описания от других. Выделенная метонимия занимает позицию субъекта.

Авторы указывают на исключительную широту понятия «метафора»: «она занимает гораздо большую территорию, чем они [метонимия, синекдоха], поскольку не только существительные и имена, но также прилагательные, причастия, глаголы и практически все виды слов относятся к области ее влияния» (Ricoeur, 2004: 65). В книге *Routledge Dictionary of Language and Linguistics* также подчеркивается данная идея: «Семантическая связь имеет причинную, пространственную или временную природу, и, следовательно, метонимия – это понятие шире, чем синекдоха, но уже, чем метафора» (Bussman, 2006: 746).

Основной функцией метафоры представляется обеспечение понимания: одна вещь постигается в терминах другой сферы. Метонимия – это совершенно иной вид процессов. Ей характерна референциальная функция: одна сущность замещает другую. Важно отметить, что отличием метафоры от метонимии являются закономерности семантической сочетаемости. Известно, что метонимия выполняет идентифицирующую функцию, иными словами, характеризует целое по специфичной для него части. В свете данного утверждения представляется логичным, что она получает определения, относящиеся к этой детали, а не к целому. Положение метафоры в языке – противоположно. Метафоры стремятся к семантическому развертыванию, именно это их свойство объясняет образность текстов, наполненных данным изобразительным средством (Арутюнова, 1990). Метонимия, в отличие от номинативной метафоры, редко

принимает определения, относящиеся к ее денотату. Грамматические и семантические согласования, напротив, не изменяются при метонимизации имени.

Метафоры эксплуатируются в квалификативно-оценочной деятельности сознания. Они основаны на подобии, вследствие чего выявление смысла метафор приобретает субъективный характер. Для установления свойств описываемого объекта в таком случае необходим гипотетический домысел. Сотворение метафоры – процесс интеллектуальный, характеризующийся «скачкообразностью» развития. При этом следует заметить, что метонимии присущ «плавный» переход, поскольку, благодаря смежности понятий речь идет о том, что имеет место. Тем не менее, вслед за В.Н. Телией мы считаем, что «между метафорой и метонимией нет непроходимой границы; они не контрадикторны» (Телия, 1977: 210).

Учитывая сходство рассматриваемых понятий, Р. Гиббс предлагает тест для определения того, имеем ли мы дело с метафорическим или метонимическим выражением (цит. по: Kövecses, 2010). В данное предложение добавляется фраза *is like* (похоже). Метафора основана на сходстве и потому легко трансформируется в сравнение, в то время как для метонимии это неприемлемо.

Таким образом, основными отличительными признаками между метафорой и метонимией можно считать следующие:

- 1) метафора основана на сходстве, а метонимия – на смежности описываемых предметов и явлений;
- 2) метафора включает две области (обычно конкретную и абстрактную), а метонимия – одну;
- 3) метафора выполняет характеризующую функцию, а метонимия – индикативную;
- 4) метафора часто занимает позицию предиката, в то время как метонимия употребляется в качестве подлежащего.

Тем не менее, следует учитывать также и общие черты рассматриваемых явлений. Не вызывает сомнения тот факт, что метафора и метонимия – распространенные феномены: многие исследования доказали, что они широко используются в речи. Еще одно сходство заключается в значительной роли, которую метафора и метонимия выполняют, а именно в развитии языка путем расширения смысла слов. Кроме этого, важно учитывать, что оба тропа характеризуются фигуральным значением.

Метафора и идиомы

Анализируя идиомы, лингвисты сходятся во мнении, что данный класс языковых выражений имеет сложную структуру и включает в себя множество других явлений: метафору, метонимию, фразовые глаголы, сравнение, поговорки и так далее. К классу фразеологизмов можно отнести все сочетания слов с характерными для них основными параметрами: принадлежность к номинативному инвентарю языка, признак полной или частичной идиоматичности, а также свойство устойчивости, проявляющееся в абсолютной или относительной воспроизводимости сочетаний слов в готовом виде (Телия, 1996).

Например, в медиатекстах различной тематики используется идиома *play second fiddle* (играть вторую скрипку), которая имеет прозрачную структуру: переосмысление ее компонентов частично отсутствует, что позволяет видеть семантические связи в составе идиомы. Известно, что в оркестре вторая скрипка не может занимать главное положение. Идиома содержит намек на идею подчинения, неравенства. Аллюзия, входящая в состав рассматриваемого выражения, помогает понять его смысл даже при отсутствии контекста. В данном случае перенос значения осуществляется по схеме «предмет → человек»

Понять смысл идиом *blow the whistle* (настучать, донести) и *whistle Dixie* (терять время, предаваясь фантазиям, насвистывать песенки) вне конкретного контекста практически невозможно, их структуры непрозрачны и, следовательно, значения не являются мотивированными. Если обратиться к

этимологии идиом, можно восстановить ситуации, которые послужили своего рода «прецедентом» для образования рассматриваемых выражений.

Традиционный подход к исследованию идиом предполагает, что идиомы состоят из двух и более слов, и общее значение этих слов не может быть выведено из значения составляющих выражение элементов (Kövecses, 2010). Таким образом, идиомы семантически ограничены. С точки зрения синтаксиса, слова в рассматриваемых выражениях не могут быть изменены: «слова часто не допускают вариативность, которую они демонстрируют в других контекстах» (Crystal, 2008: 236). К примеру, значение идиоматического выражения *bells and whistles* (колокольчики и свистки) невозможно определить переводом компонентов, входящих в него. Данное выражение передает следующий смысл: «привлекательные дополнительные возможности или отделка» (URL: <http://www.oxforddictionaries.com>). Идиому нельзя перевести дословно без потери смысла. Рассматриваемый фразеологизм указывает на украшения, декоративные элементы, причудливые, модные приспособления, однако в отличие от свободных словосочетаний придает тексту яркую эмоциональную окраску. Кроме этого, недопустима перестановка элементов идиомы (*whistles and bells*).

Истории, которые стоят за фразеологическими единицами, довольно выразительны. С их помощью можно почерпнуть множество интересных фактов об истории народа и культуры. Так, идиома *bell the cat* (подставлять себя под удар) была образована на основе басни, в которой мыши предлагали повесить на кота колокольчик, чтобы его звон предупреждал их об его приближении, и, следовательно, об опасности.

Однако, согласно когнитивной теории, значение идиом мотивировано такими механизмами, как метафора, метонимия и традиционное знание. Количество примеров идиом, основанных на когнитивных метафорах, довольно значительно. Проведенные психолингвистические эксперименты доказывают справедливость данного утверждения. Когда идиома мотивирована метафорой, ее значение основывается на сфере цели,

применимой к рассматриваемой идиоме. «Точные аспекты значения идиомы базируются на когнитивном отображении, релевантном идиоме» (Kövecses, 2010: 211).

Многие идиоматические выражения в сфере музыки основаны на концептуальных метафорах. Так, например, осмысление музыки как какой-либо новости повлекло за собой создание таких идиом, как *face the music* / *отвечать за свои действия*, *music to one's ears* / *бальзам на душу*, *sing a different tune* / *занять другую песню*, *call the tune* / *задавать тон*, *распоряжаться*.

Man who ran World Bank calls for bankers to face the music (The Independent. 13.09.2014) // *Человек, который управлял всемирным банком, призывает банкиров **ответить за свои действия** (досл. **столкнуться с музыкой**).*

Идиома *face the music* в примере, приведенном выше, может быть употреблена в ситуации, когда человеку приходится храбро встречать неприятности. Точное происхождение данного выражения неизвестно, однако существует теория, что оно было образовано в сфере военной службы, когда офицеров, совершивших должностное нарушение или достойный порицания поступок, с позором увольняли под бой барабанов. Данная идиома содержит информацию о наступлении сложного времени. Автор, употребляя ее, подчеркивает, что банкирам придется столкнуться со сложностями и держать ответ за свои поступки. Метафорой, мотивирующей образование данного идиоматического выражения, является «музыка – плохая новость».

Идиома представляет собой фразеологическую единицу, которая обладает «ярко выраженными стилистическими особенностями, благодаря которым ее употребление вносит в речь элемент игры, шутки, нарочитости» (Ахманова, 2004: 165). Таким образом, можно утверждать, что данное явление выполняет игровую и стилеобразующую функции. В отношении значения фразеологизмов, следует отметить, что они не столько называют

обозначаемое, сколько характеризуют его. Подобно метафорам, идиомы дополняют и обогащают номинативный инвентарь языка недостающими в нем оценочно-экспрессивными средствами, а кроме этого – еще и средствами, способными описать такие «подробности» обозначаемого, которые «не укладываются» в рамки лексической номинации. Фразеологизмы – более мощное средство выражения эмотивности, чем слова, поскольку фразеологизмы, отражая образ-ситуацию, выступают как микротекст в тексте (Телия, 1996).

Подчеркнем, что главное различие между идиомой и метафорой заключается в том, что семантически опорный элемент фразеологической единицы не является в других контекстах носителем признака, выраженного сочетанием в целом. Расширенные метафоры, напротив, могут использоваться в разных текстах, независимо от окружающих слов.

Таким образом, идиомы отличаются спаянностью и минимальной вариативностью, в то время как метафоры лимитируются только ассоциациями, существующими в сознании автора. Фразеологические единицы, как и метафоры, выполняют определенную функцию в системе номинации, однако, в отличие от буквальных выражений, они являются более экспрессивными средствами языка.

Выводы к главе 2

1. В соответствии с целями нашего исследования были проанализированы различные дефиниции понятия «метафора». В рамках данной работы метафора трактуется как когнитивный механизм, заключающийся в описании одного класса объектов или явлений с помощью концептов другой области знаний, на основании сходства сопоставляемых понятий.

2. Было установлено, что положение теории метафоры кардинально менялось на протяжении веков в зависимости от культурных, религиозных и

исторических взглядов в тот или иной период. Проанализированный материал позволяет сделать следующие выводы:

А. В эпоху Античности философы стремились познать сущность бытия, поэтому различные метафоры использовались для обозначения начала и конца вселенной (например, метафоры воды, воздуха).

Б. В Средневековье религия играла главенствующую роль, во всех вещах писатели того времени видели отражение божественного порядка. С помощью метафор церкви, здания, тела и других авторы стремились стабилизировать и упорядочить отношения в мире.

В. Эпоха Нового времени характеризуется отрицательным отношением к метафоре. Считалось, что рассматриваемое явление вводит в заблуждение, приводит к разногласиям и абсолютно недопустимо в текстах, цель которых установить истину или просвещать.

Г. В XX веке ученые приходят к мнению, что метафора представляет собой неотъемлемую единицу языка, и отмечают ее функциональность и универсальность.

3. Проведенный анализ теорий метафоры позволил выявить общие черты традиционных подходов. Установлено, что метафора считается исключительно лингвистическим явлением, которое основано на сходстве между описываемыми объектами и используется с эстетическими целями. В данной работе мы придерживаемся когнитивного подхода, согласно которому, в процессе метафоризации знания человека, существующие в форме фреймов и сценариев, используются с целью структурировать менее изученную область цели по образцу источника. Метафора является свойством концептов, и ее существование в языке возможно только потому, что метафоры присутствуют в концептуальной системе каждого человека.

4. Было отмечено, что основными параметрами для классификации метафор являются:

а) особенности плана содержания (тематическая принадлежность вспомогательного субъекта, способ осуществления метафорической номинации, формулы переноса);

б) особенности плана выражения (уровневая принадлежность единицы, контекстуальные разновидности и количество единиц-носителей метафорического образа);

в) цель использования метафор в речи.

5. В ходе предпринятого в рамках данного подраздела исследования было выяснено, что наиболее существенным признаком метафор является семантическая двуплановость. Отвлеченность и экспрессивность также считаются основными свойствами данного феномена. Были рассмотрены различные функции метафор, среди которых наиболее характерными для масс-медийного дискурса являются суггестивная, информативная, объяснительная, контролирующая и эмотивная.

6. Были выделены общие и различные черты метафор и смежных тропов. Так, понятие сходства связывает метафору со сравнением, но авторы указывают на то, что рассматриваемый нами феномен по содержанию гораздо богаче соответствующего сравнения. Метонимия и метафора характеризуются семантической двуплановостью, однако они выполняют разные функции в предложении и различаются закономерностями семантического сочетания. Среди общих черт метафоры и фразеологической единицы можно отметить повторяемость и заданность синтаксической модели. Тем не менее, необходимо помнить, что семантически опорный элемент идиомы не является в других контекстах носителем признака, выраженного сочетанием в целом.

Глава 3. Музыкальная метафора в масс-медийном дискурсе: когнитивно-прагматический аспект

Справедливым представляется утверждение о том, что масс-медийный дискурс является уникальным видом коммуникации, поскольку он объединяет людей разных профессий, знания, предпочтения которых часто несовместимы и взаимодействие которых вне медийного пространства было бы затруднено. С помощью массовой коммуникации люди могут расширять кругозор, разделять жизненные ориентиры и ценности. Перед коммуникатором ставится задача сформулировать медиа-сообщение таким образом, чтобы его смысл был доступен людям разных социальных кругов и культурного уровня. Освещение того или иного события должно быть понятным массовой аудитории, не требуя дополнительных комментариев. Кроме этого, ввиду конкуренции в сфере СМИ медиа-сообщения следует делать интересными, привлекающими внимание и запоминающимися. В свете данного утверждения вполне закономерной представляется тенденция, в рамках которой авторы газетных статей и репортеры все чаще используют тропы, формирующие емкие образы и вызывающие яркие ассоциации, в частности метафору.

Данное явление позволяет воздействовать на мышление и управлять процессами восприятия информации. Масс-медийному дискурсу присущ широкий тематический диапазон, внимание уделяется различным аспектам жизнедеятельности общества. Авторы используют метафоры при формировании медиа-сообщений, объясняя происходящие события в известных людям категориях.

3.1. Сфера-источник «музыка»

Изучение языкового пространства, обширного по своей природе, нередко осуществляется путем его расчленения на составные части, каждая из которых включает множество взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом элементов. Такие составные части называют семантическими сферами или семантическими полями.

Под семантическим полем О.С. Ахманова понимает 1) «частичку действительности, выделенную в человеческом опыте и теоретически имеющую в данном языке соответствие в виде более или менее автономной лексической микросистемы»; 2) «совокупность слов и выражений, составляющих тематический ряд, слова и выражения языка, в своей совокупности покрывающие определенную область знаний» (Ахманова, 2004: 334).

Данный термин был впервые введен в 1931 году Йостом Триром (*Jost Trier*), немецким филологом, который предположил, что слова приобретают свои значения в процессе взаимодействия друг с другом в рамках той или иной сферы. По его мнению, единицы словесных полей полностью покрывают соответствующие понятийные поля, создавая своеобразную мозаику (цит. по: Bussmann, 2006: 674).

Будучи средством формирования и репрезентации языковой картины мира, музыка является неотъемлемой частью жизни общества. Данная сфера, наряду со сферами искусства, экономики и многими другими, аккумулирует культуру того или иного социума. Вместе с тем, антропоцентрический подход подсказывает, что восприятие музыки каждым отдельным человеком уникально. Оценки разных людей в совокупности формируют неиссякаемое богатство языка музыки.

Рассматриваемая область имеет долгую историю развития, в процессе которой сложилось довольно разветвленное объединение лексики. Данный факт позволяет выделить семантическую сферу «музыка». Музыкальная терминология – это «живая, упорядоченная, структурированная (по классификационным группам) сложная система, в которой специфика музыкального термина соотносится с его принадлежностью к определенной тематической группе» (Хохонин, 2014: 28).

По сфере функционирования музыкальной лексики и степени профессиональной подготовки коммуникантов О.В. Чурсин выделяет в рассматриваемом семантическом поле два различных по объему и по

содержанию пласта: общеупотребительная музыкальная лексика (ОМЛ) и терминологическая музыкальная лексика (ТМЛ) (Чурсин, 2009: 4).

ОМЛ – это «лексика музыкальной сферы, понятная и используемая всеми людьми, независимо от их принадлежности к миру музыки – обывателями (*music lovers*)» (Там же: 9). Так, например, «в языковом сознании усредненной личности достаточно четко представлены различные направления и жанры музыки» (Черняк, 2013: 111). Рассматриваемый пласт знаний является значимой составляющей лексикона каждого человека. Носители языка ассоциируют музыку с тем, что обогащает их внутренний мир. Согласно результатам исследований, доминантами ассоциирования выступают группы музыкальных инструментов, музыкальные термины и ассоциации, связанные с «технической» стороной восприятия музыки (Там же: 111).

ТМЛ – это «лексика языка музыки, характеризующаяся моносемантичностью и принадлежностью к сфере профессионального общения музыкантов и музыковедов (*musicians*)» (Чурсин, 2009: 9). В работе О.С. Петровской дано следующее определение понятия «музыкальный термин»: «фиксируемое профессиональное понятие в словесной и графической форме, представляющее собой семантически целостный, функционально значимый элемент лексической системы языка в рамках терминологической сферы» (Петровская, 2009: 7). Примечательно, что музыкальным терминам присущи как традиционные свойства терминов (краткость, однозначность, нейтральность), так и специфические, среди которых наличие составных форм, терминов-глаголов, неоднозначность, экспрессивность, наличие коннотации (Там же).

Н.Г. Ткаченко, занимаясь вопросами систематизации музыкальных терминов, придерживалась комплексного подхода и учитывала «смысловое значение слова, его место в общей лексической системе, происхождение, употребление, сферы применения и экспрессивно-стилистическую

характеристику» (Ткаченко, 1998: 69). Она предложила следующую тематическую классификацию:

1. Музыкальные инструменты и их составные части.
2. Певческие голоса и их регистры.
3. Музыкальные коллективы.
4. Профессии, специальности, амплуа.
5. Действия, процессы труда.
6. Жанры, виды, области музыки.
7. Отдельные музыкальные произведения и их части.
8. Музыкальные формы и их элементы (Ткаченко, 1998: 70).

О.Н. Надольская также провела классификацию музыкальной лексики, и в результате исследования ею были выделены следующие группы:

1. Названия музыкальных инструментов и их частей.
2. Названия певческих голос и их регистров.
3. Слова, обозначающие динамику, темп и характер исполнения.
4. Названия жанров, видов, областей музыки.
5. Названия отдельных музыкальных произведений и их частей.
6. Названия музыкальных коллективов и групп.
7. Названия лиц, чья деятельность связана с музыкой, с музыкальным театром (Надольская, 2006: 17).

По мнению О.В. Чурсина, в структуре лексико-семантического поля музыкальной лексики находят реализацию такие семантико-тематические группы, как:

- 1) формы музыкальных произведений;
- 2) музыкальные инструменты;
- 3) технические средства создания, исполнения и хранения музыкальных произведений на носителях;
- 4) люди, создающие музыкальные произведения;
- 5) люди, для которых создаются музыкальные произведения (слушатели / фанаты);

6) характеристика исполнения музыкального произведения / указания музыканту;

7) характеристика восприятия музыкального произведения слушателем;

8) музыкальная бизнес-индустрия (Чурсин, 2009:15).

Среди лексем, входящих в семантическую сферу «музыка», мы выделяем следующие лексические группы, единицы которых подвержены процессу метафоризации и представлены в нашей картотеке:

- наименования музыкальных инструментов;
- наименования музыкальных произведений;
- наименования музыкальных жанров;
- наименования музыкальных ладов;
- наименования приемов игры на музыкальных инструментах и музыкальных штрихов;
- наименования музыкальных темпов и динамических оттенков.

Кроме перечисленных групп, мы рассматриваем группу «прецедентные феномены из сферы музыки», поскольку их использование в масс-медийном дискурсе широко распространено и демонстрирует принципы функционирования в данном виде дискурса лексики, выполняющей экспрессивную функцию.

3.2. Метафоризация общеупотребительной музыкальной лексики

3.2.1. Метафорическое использование наименований музыкальных инструментов

В СМИ широко распространено метафорическое использование наименований музыкальных инструментов, в частности таких, как *trumpet* (труба), *drum* (барабан), *fiddle* и *violin* (скрипка), *bassoon* (фагот), *flute* (флейта), *whistle* (свисток), *clarinet* (кларнет). Применение данных лексических единиц в переносных значениях объясняется тем, что каждый человек хорошо знаком с музыкальными инструментами, и авторам

медиа-текстов легко с их помощью актуализировать те или иные образы при описании сложных ситуаций. Обратимся к примерам (общее количество – 57).

Trumpet

Труба – это «медный духовой музыкальный инструмент. Звук трубы яркого блестящего тембра» (Юцевич, 1988: 191).

Рассмотрим, как и с какими целями происходит процесс метафорического переосмысления лексемы *trumpet* в масс-медийном дискурсе.

And so it was that this new book was born, a publication trumpeted as a memoir but written by an amanuensis, the actor and biographer Ian Kelly (The Independent. 9.10.2014) / Так случилось, что эта новая книга родилась, публикация протрубила как мемуар, но написанный личным секретарем, актером и биографом Яном Келли.

Можно предположить, что книга, о которой идет речь в рассматриваемом текстовом фрагменте, изображается исключительной, запоминающейся и приятно выделяется на общем фоне. Основанием для метафорического переноса значения является сема «сольный инструмент». Метафорическая модель: «предмет → предмет».

Следует отметить, что метафоризация лексемы *trumpet* не является чем-то исключительным, а встречается в различных типах дискурса. Рассматриваемая метафора несомненно является стертой, поскольку ее значение зафиксировано в словарях. Тем не менее, она нередко используется в статьях СМИ для описания реалий из различных сфер-целей:

1) «экономика» (*to trumpet the deal's potential benefits, to trumpet the very wealthy among clients, to trumpet tax cuts, to trumpet the falling price of fuel*);

2) «политика» (*to win back supporters who may vote for Ukip by trumpeting a hard line on immigration, to trumpet one's absence on Twitter...showing pictures of missing candidates in their empty seats, much-trumpeted anti-corruption and efficiency drive, to trumpet ...candidacy*);

3) «искусство и развлечения» (*trumpeted Magna Carta, much-trumpeted «Orfeo»*);

4) «технологии» (*to trumpet the technology's use in the workplace*);

5) «образование» (*to trumpet higher grades*).

Сема «привлечение внимания» легла в основу метафоры в следующем примере:

*The retailer, tech giant, delivery drone developer and candidate to replace Spectre in the next Bond movie, wants to **trumpet** the thousands of new jobs it created last year (The Independent. 14.01.2015) / Дистрибьютор, технологический гигант, разработчик беспилотной доставки и претендент на роль глобальной организации под кодовым названием Спектр в следующем фильме про Джеймса Бонда стремится **раструбить** о тысячах рабочих мест, которые были созданы этой компанией в прошлом году.*

В данной статье речь идет о том, что в рамках реформы международных принципов налогообложения чиновники стали расследовать транснациональные корпорации на рынках ЕС. Автор описывает действия американской компании Амазон (*Amazon.com*) в связи с проводимой проверкой. Одним из главных аспектов прагматического значения выделенной в текстовом фрагменте метафоры является информативный. Читатели получают сведения о том, что компания в стремлении защитить существующие налоговые схемы решила отвлечь людей от реформ, обратив их внимание на количество рабочих мест, которые были созданы Амазоном. Для верной трактовки лексемы *trumpet* в рассматриваемом контексте необходим когнитивный процесс, который сопрягает два сценария: играть на трубе и выпускать пресс релиз. Оба действия совершаются с целью привлечения внимания. Метафорический перенос значения осуществляется по модели «предмет → действие».

Было проанализировано 30 метафор с компонентом *trumpet*, что составляет примерно 52% от общего числа анализируемых примеров лексической группы «наименования музыкальных инструментов».

Метафорический перенос значения мотивирован следующими семами: «громкость», «торжественность», «привлечение внимания», «сольный инструмент». Обнаружено, что лексема *trumpet* чаще всего используется в сфере «политика» для метафорического описания действий человека.

Drum

Барабан – это «ударный музыкальный инструмент с неопределенной высотой звука. Имеет вид цилиндра, с обеих сторон обтянутого кожей» (Юцевич, 1988: 17). Применение рассматриваемому музыкальному инструменту нашли еще первобытные люди. Он использовался для передачи важных сведений и предупреждения об опасности. Барабан связан с движением, ритмичность звука передает идею марша, танца, обряда. Неудивительно, что метафорическое использование слова *drum* широко распространено.

Громкость, будучи одной из основных характеристик барабана, может стать основой для процесса метафоризации. Рассмотрим следующий пример, иллюстрирующий данное положение:

*FIFA has allowed a public vote to judge the Puskas Award winner, and Roche has been **banging the drum** for her strike* (The Independent. 11.01.2015) / ФИФА позволила общественности решать, кто из номинантов получит награду Пушкаша, и Роше **бьет в барабан**, надеясь на победу.

Метафора *bang the drum* в приведенном выше текстовом фрагменте может быть переведена на русский язык с помощью выражения *поднять шумиху*. Опираясь на ассоциации, возникающие при использовании слова *drum*, автор статьи подчеркивает, что выступление ирландской футболистки Стефани Роше по поводу присуждения премии ФИФА было сенсационным. В данном примере метафора иллюстрирует торжественный, серьезный настрой спортсменки, непоколебимость принятого решения, стремление продолжать выбранный курс. Метафорический перенос значения в рассматриваемом текстовом фрагменте мотивирован семами «громкость»,

«ритмичность», «передача информации» и осуществляется по модели «предмет → действие».

Ритмичность звука барабана также стала основной для метафоры в следующем примере:

*He added that while the business world craves certainty”, Labour offers a “steady **drum-beat of anti-business policies**” including tax rises and lacks a “credible plan” to tackle the deficit (The Independent. 3.02.2015) / Он добавил, что в то время как деловой мир жаждет «определенности», лейбористы предлагают «стабильный **ритм барабана в поддержку политики анти-бизнеса**», включая повышение налогов, и не имеют «убедительного плана» для борьбы с дефицитом.*

В данной текстовом фрагменте речь идет о действиях лейбористской партии. Можно утверждать, что выбранный политический курс представляется коммуникатору устойчивым и надежным. Автор статьи посредством употребления метафоры *drum-beat of anti-business policies* оказывает влияние на мнение читателей. Таким образом, в рассматриваемом примере можно выделить контролирующий аспект прагматического значения метафоры. Сфера-цель «политика» структурируется по образцу сферы-источника «музыка» по модели «предмет → психический мир».

«Круглая форма» барабана стала мотивирующей семой для метафорического переноса значения в следующем примере:

*Life in the giant **drum** was a microcosm of how China’s hinterlands have been battling a national property downturn (The Telegraph. 26.04.2015) / Жизнь в гигантском **барабане** как микрокосм того, как внутренние районы Китая борются с проблемами на рынке недвижимости.*

При использовании метафоры *drum* происходит соединение двух фреймов: музыкальный инструмент и здание. Автор проводит параллель между формой барабана и формой домов, призванных решить жилищный вопрос в Китае, таким образом, метафора выполняет объяснительную

функцию. Перенос значения в данном примере осуществляется по модели «предмет → предмет».

Метафора *drum up* этимологически связана с процессом вербовки военных. Обычай включал торжественный марш солдат, их вхождение в город под бой барабанов и привлечение добровольцев. Результатом этого повторяющегося сценария опыта стало образование в сознании языкового коллектива ассоциативных связей между боем барабана и агитацией к совершению добровольного дела. Такие качества, как «масштабность», «громкость», «торжественность», присущие набору рекрутов, способствовали формированию метафорического выражения *drum up*, которое часто используется в текстах масс-медийного дискурса для обозначения метода убеждения, средства привлечения внимания:

*Mr. Johnson's decision to pay comes shortly before a visit to Boston, New York and Washington next month to **drum up investment** for London (The Independent. 22.01.2015) / Решение мистера Джонсона заплатить было принято незадолго до визита в Бостон, Нью-Йорк и Вашингтон в следующем месяце, запланированном для **привлечения инвестиций** в Лондон.*

В примере, приведенном выше, речь идет о политическом конфликте, возникшем из-за отказа мэра Лондона Бориса Джонсона (*Boris Johnson*) заплатить американский налог. Будучи гражданином США, политик был обязан это сделать по закону, но, считая назначенную сумму возмутительной (*outrageous*), отказался: *Boris Johnson has reportedly paid the overdue taxes to the United States government he previously described as "outrageous" and said he didn't intend to pay / Борис Джонсон, как сообщается, заплатил просроченные налоги правительству Соединенных Штатов, которые он ранее описал как «возмутительные» и сказал, что он не намерен платить.* Указано, что мистер Джонсон изменил свое решение. Причиной стала запланированная поездка в США с целью привлечения инвестиций в Лондон. Использованная в данном примере метафора фокусирует внимание читателей

на способ, при помощи которого политик добивается цели. С ее помощью автор статьи подчеркивает масштабность усилий Бориса Джонсона. Метафорический перенос значения осуществляется по модели «предмет → действие».

Метафора *drum out* берет свои корни в сфере военной службы. В прошлом увольнение солдат, совершивших недостойный поступок, происходило под бой барабанов. Постепенно данный звук в сознании людей стал ассоциироваться с порицанием. Поэтому неудивительно, что образное выражение, обозначающее позорное изгнание кого-либо или чего-либо, содержит компонент *drum*. Рассмотрим, какие цели преследуют авторы статей, используя данную метафору в текстах масс-медийного дискурса:

*Drastic changes like those affected by Nigeria are now rare but fellow World Cup finalists Cameroon are being run by a 'normalisation committee' after their old executive was **drummed out** of office and their federation president jailed on fraud charges (The Independent. 6.07.2014) / Кардинальные изменения, как те, что были вызваны ситуацией в Нигерии, в настоящее время встречаются редко, но финалисты Кубка мира команда Камеруна сейчас находятся в ведении «комитета по нормализации», после того, как их предыдущий руководитель был **изгнан с должности** и их президент федерации заключен в тюрьму по обвинению в мошенничестве.*

В данном текстовом фрагменте описывается изменение ситуации после смены руководителя Камерунской федерации футбола. Сообщается, что предыдущий начальник был изгнан с занимаемого поста. Метафора *drum out* задает негативно-оценочный вектор интерпретации действий этого человека. С ее помощью автор статьи подчеркивает неодобрение стратегии уволенного руководителя и создает в сознании читателей образ начальника, недостойного занимать важный пост. Метафорическая модель: «предмет → действие».

*But by the 1990s there was a **drumming-out of non-academic subjects** in the national curriculum, and it was only in 2008 under the Labour government that*

cooking lessons were introduced into primary schools (The Independent. 14.12.2014) / Но к 1990-м годам была принята политика **исключения** неакадемических дисциплин из национальной учебной программы, и только в 2008 году при правительстве лейбористов уроки кулинарии были введены в начальных школах.

В вышеприведенном примере значение метафоры *drumming-out* содержит элемент дерогативной оценки. Речь идет об исключении неакадемических дисциплин из учебных планов образовательных учреждений в 1990-х годах. Использование метафоры дает автору статьи возможность показать, что в описываемый период такие учебные предметы, как кулинария, считались не заслуживающими внимания. Кроме этого, негативная оценка оказывает воздействие на адресата, вызывая у последнего отрицательную эмоциональную реакцию. Метафорическая модель: «предмет → психический мир».

В следующем примере метафора с компонентом *drum* выполняет объяснительную функцию:

*And my mum – who was a spy during the Second World War – used to say, “My boy Ronnie **dances to a different drum**”* (The Independent. 3.01.2015) / А моя мама – которая была шпионом во время Второй мировой войны – часто говорила: «Мой мальчик Ронни **танцует под ритм другого барабана**».

В данном текстовом фрагменте метафора *dance to a different drum* употребляется для описания человека, который не слушает указания и поступает по-своему. Автор рассказывает о мужчине, попавшем в Книгу рекордов Гиннеса за наибольшее число ролей во «взрослых» фильмах. Известно, что игра на барабанах характеризуется ритмичностью. Данное свойство предполагает возможность предугадать следующую ноту ударного инструмента, следовательно, речь идет о предопределенности в звучании барабана. Исходя из этого, можно утверждать, что рассматриваемая идиома основана на сравнении игры на музыкальном инструменте и поступков человека. Компонент *different* (другой) подчеркивает, что люди, которых

охарактеризовали с помощью данных выражений, отличаются отсутствием традиционности, нешаблонностью. Перенос значения осуществляется по модели «предмет → человек».

Таким образом, лексема *drum* широко используется в масс-медийном дискурсе в фигуральном смысле. Было установлено, что метафоры с компонентом *drum* составляют примерно 24% (14 примеров) от общего числа анализируемых примеров лексической группы «наименования музыкальных инструментов». Семантиками, мотивирующими метафорический перенос значения, являются «громкость», «ритмичность», «передача информации», «масштабность», «торжественность», «нестандартность», «круглая форма», «позорное исключение». В ходе исследования выделена доминантная для рассмотренной лексической единицы метафорическая модель переноса значения: «предмет → действия человека». Кроме этого, отмечено, что метафоры с компонентом *drum* чаще всего используются с целью структурирования таких сфер-целей, как «политика» и «спорт».

Fiddle и violin

Скрипка – это струнный смычковый музыкальный инструмент. «Благодаря его особым выразительным возможностям и качествам звука, он стал ведущим инструментом в Европе, вызвав к жизни новые инструментальные жанры (сольную сонату и концерт)» (Юцевич, 1988: 169). Обращает на себя внимание тот факт, что в английском языке существуют две лексемы для обозначения скрипки. Так, слова *fiddle* и *violin* совпадают в своем денотативном значении (скрипка), однако их коннотации существенно отличаются. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus дает следующее определение понятия *violin*: «a wooden musical instrument with four strings that is held against the neck and played by moving a bow across the strings» (URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/violin>) (деревянный музыкальный инструмент с четырьмя струнами, который держат, прижимая к шее, и на котором играют ведением смычка по струнам). Слово *fiddle* является синонимом, характерным для неформального общения.

Следует упомянуть, что «*violin* – это обычный термин, нейтральный; *fiddle* – используется с юмором или чтобы выразить привязанность или отсутствие уважения» (Kreidler, 2002: 45). Таким образом, если к *violin* обычно испытывают почтение как к изящному музыкальному инструменту, игра на котором требует мастерства, то *fiddle* имеет скорее пренебрежительный, даже криминальный оттенок.

Рассмотрим справедливость данного утверждения на примерах:

Could it all be a fiddle? Folk stars tell the BBC to reveal who judges awards (The Independent. 4.02.2012) / *Может быть это обман? Народные звезды рассказали BBC, кто присуждает награды.*

Можно предположить, что в рассматриваемом текстовом фрагменте автор, описывая устройство музыкального конкурса, стремится подчеркнуть, что выбор победителей ведется нечестным образом. Выделенная метафора, помимо очевидных оценочных характеристик, выполняет суггестивную функцию, влияя на мнение получателей данной информации. Коммуникатор не только предоставляет читателям сведения о проведенном мероприятии, но и выражает свое отношение к фактам и с помощью образного выражения стремится убедить адресатов коммуникации в правильности своей точки зрения. Метафорический перенос происходит по модели «предмет → психический мир».

Глагол *fiddle* в значении «мошенничать» используется с XVII века. Этимологически данное слово содержит аллюзию на скрипача, который может заставить каждого «плясать под свою дудку». В настоящее время значение применимо к различным сферам жизни и особенно часто употребляется в статьях на экономические темы (*fiddle the markets* / совершать махинации на рынке, *fiddle the expenses* / скрывать расходы, *fiddle the Libor rate* (London interbank offered rate) / мошенничать при назначении ставок по кредитам).

В следующем примере речь идет о мошенничестве в сфере спорта. Использование слов *violinist* и *fiddle* в заголовке привлекает внимание и создает комический эффект:

Vanessa-Mae: How the violinist fiddled her way into skiing at the 2014 Winter Olympics. The virtuoso violinist has been banned by the International Ski Federation for race-rigging (The Independent. 11.11.2014) / Ванесса Мэй: Как скрипачка своей нечестной игрой проложила (досл. играла на скрипке) себе путь на лыжные состязания зимней Олимпиады 2014 года. Скрипачка-виртуоз была исключена Международной федерацией лыжных соревнований за фальсификацию результатов гонки.

Как было указано выше, слова *fiddle* и *violin* содержат разные коннотации: первое передает пренебрежительный оттенок, в то время как последнее вызывает уважение. Употребление их в одном предложении позволяет подчеркнуть неординарность ситуации. В статье речь идет о том, что человек такой благородной профессии, как скрипач, опустился до мошенничества. Использованные лексические единицы позволяют автору придать ситуации большую выразительность и создать эффект, сходный с тем, что достигается при употреблении оксюморона. Семой, мотивирующей перенос значения, является «обман». Метафорическая модель: «предмет → действие».

В следующем примере используется метафора *not get the violins out*:

Banyan Tree is big on 'community outreach', and the man overseeing that particular aspect of its operations is David Champion, a marine biologist who has spent the past decade working in Thailand and the Maldives. "Not many people get the violins out when I mention my job," he says (The Independent. 11.05.2013) / В отеле Banyan Tree распространена «работа с населением», и человеком, контролирующим этот конкретный аспект деятельности заведения, является Дэвид Кэмптон, морской биолог, который провел последнее десятилетие, работая в Таиланде и на Мальдивах. «Не многие люди

замирают от восторга (досл. достают скрипки), когда я упоминаю свою работу», – говорит он.

В рассматриваемой статье речь идет о том, что люди не демонстрируют уважения к профессии героя истории. Опираясь на образ скрипки, существующий в сознании носителей языка, автор указывает, что описываемому занятию не высказывается должного почтения (дословно «люди не достают скрипки при его упоминании»). Семой, мотивирующей метафорический перенос значения по модели «предмет → абстракция», является «почтение».

Таким образом, было установлено, что метафоры с компонентами *fiddle* и *violin* составляют примерно 9% и 2% соответственно от общего числа анализируемых примеров лексической группы «наименования музыкальных инструментов». Метафорический перенос значения мотивирован семами «обман» и «почтение». Выделенные образные значения используются в таких семантических группах, как «экономика», «путешествия», «спорт», «культура и развлечения».

Bassoon

Фагот – это «духовой деревянный музыкальный инструмент с коническим каналом и двойной тростью. Звук фюгота сильный, несколько гнусавого тембра» (Юцевич, 1988: 13).

Данный инструмент довольно громоздкий и обладает низким регистром. Поэтому мы можем предположить, что человек-фагот – это человек опытный и основательный:

Victory in London on Sunday went some way to resurrecting a season during which Chris Froome, despite his own troubles, has once again played first violin to Wiggins' rusty bassoon (The Independent. 14.09.2014) / *Победа в Лондоне в воскресенье помогла в некоторой степени воскресить сезон, в течение которого Крис Фрум, несмотря на свои собственные неприятности, еще раз сыграл первую скрипку ржавому фюготу Уиггинса.*

В данном примере автор использует метафору для характеристики успешного велогонщика Брэдли Уиггинса (*Bradley Wiggins*), завоевавшего много титулов. Образ натренированного спортсмена создается с опорой на концептуальный потенциал метафоры «старый музыкальный инструмент». Следует отметить, что вне контекста лексема *rusty* (покрытый ржавчиной) является словом отрицательной оценки, иными словами, в языковом сознании носителей языка данной лексической единице присуща дерогативная коннотация. Однако в рассматриваемом текстовом фрагменте автор сообщает о победе спортсмена и подчеркивает, что последний выиграл благодаря навыкам, полученным ранее в соревнованиях. Читая статью, адресат представляет обветшавший фагот, но поржавевший не от старости, а от многолетнего и многократного использования. Сема «опытность» отсутствует в семантике слова *bassoon*, она наведена контекстом. Коммуникатор описывает велогонщика как специалиста своего дела, посвятившего много времени развитию мастерства. Метафорический перенос значения осуществляется по модели: «предмет → человек».

Bassoon, flute и clarinet

Перенос значения в сферу-цель «человек» также осуществляется в следующем примере:

*If Brown was a **bassoon** and Cameron a **flute** Clegg was a **clarinet*** (The Telegraph. 20.04.2010) / *Если бы Браун был **фаготом**, а Кэмерон – **флейтой**, КлеGG был бы **кларнетом**.*

В данном текстовом фрагменте речь идет о радиопередаче, на которой выступали известные британские политики. Автор характеризует Гордона Брауна (*Gordon Brown*) как человека опытного с помощью метафоры *bassoon*.

Премьер-министр Соединенного Королевства Дэвид Кэмерон (*David Cameron*) представлен гибким специалистом. Считается, что музыкальный инструмент *flute* (флейта) обладает широким диапазоном. «Тембр значительно варьируется на разных уровнях.... Флейта чрезвычайно подвижна» (ApeI, 1969: 320). Таким образом, семой, мотивирующей

метафорический перенос значения в данном случае, является «широта диапазона». Используя лексему *flute* для описания человека, автор статьи показывает, что Дэвид Кэмерон способен подстраиваться под разные обстоятельства и находить выход из сложных ситуаций.

Кроме этого, выступление Ника Клегга (*Nick Clegg*) представлено с помощью метафоры *clarinet* (кларнет). Известно, что «регистры кларнета отличаются по характеру звучания, что объясняется особенностями акустики инструмента» (Юцевич, 1988: 80). Эта свойство кларнета актуализируется в рассматриваемом примере. Автор обращает внимание читателей на то, что политик «звучал» не очень хорошо, вследствие условий его выступления. На радио «акустика» такова, что сильные стороны Ника Клегга не играют значения (*a fresh face, a yellow tie and an easy relationship with the camera count for nought*). Метафорический перенос значения основан на семе «особенности исполнения».

В следующем текстовом фрагменте яркий образ создается за счет когнитивного процесса сопряжения двух фреймов: музыкального инструмента и человека:

*My wife, she is too sleem. I say to 'er: "you don't respect the contract. When I married you, you were a geetar, and now you are ...". He waves his arms and then he starts giggling. "Now she is a **flute!**"* (The Telegraph. 27.06.2011) / *Моя жена, она слишком худая. Я говорю ей: «Ты не чтиншь брачный договор. Когда я на тебе женился, ты имела фигуру «гитара», а теперь ты...». Он взмахивает руками и начинает хихикать. «Теперь она «стручок»» (досл. флейта)!*».

Данная статья содержит перенос значения по модели: «предмет → человек». В основе метафоры лежит идея уподобления женской фигуры форме музыкального инструмента, а именно флейты. Денотативные компоненты «длинный», «тонкий», входящие в значение лексемы *flute*, обусловили ее метафорическое использование для описания человека. В рассматриваемом примере женщина представлена высокой и худой.

Примечательно, что в русском языке лексема «флейта» не используется в подобных контекстах.

Итак, были проанализированы примеры метафорического использования лексем *bassoon*, *flute*, *clarinet*, которые составляют примерно 3%, 3% и 2% соответственно от общего числа анализируемых примеров лексической группы «наименования музыкальных инструментов». Основанием для метафорического переноса значения являются семы «опытность», «широта диапазона», «особенности исполнения», «форма инструмента». Во всех рассмотренных примерах присутствует метафорическая модель: предмет → человек. Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексем *bassoon*, *flute*, *clarinet* используется для структурирования таких сфер-целей, как «политика», «спорт» и «стиль жизни».

Whistle

В статьях английских газет и журналов слово *whistle* (свисток) часто используется как компонент метафор, идиом, сравнений и эпитетов, таким образом, можно говорить о фигуральном значении, присущем данной лексеме. Свисток является музыкальным инструментом, основная функция которого предупреждение, подача сигнала. Кроме этого, он используется в современной и народной музыке.

Метафорическое выражение *whistle for* часто употребляется иронически, с целью высмеивания оппонента. Оно может быть определено, как «понапрасну ждать или желать чего-либо» (URL: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/whistle?q=whistle+for&searchDictCode=all#whistle__20). Развитие у лексемы *whistle* переносного значения можно объяснить повторяющимся в сфере судоходства сценарием. В прошлом среди моряков существовал ритуал свистеть во время штиля, чтобы вызвать ветер. Неудивительно, что такое действие не оказывало эффекта на погодные условия (URL: http://www.grammar-monster.com/sayings_proverbs/whistle_for_it.htm). На основании

экстралингвистических данных можно понять смысл метафоры *whistle for*. Следует отметить, что данная лексема утратила связь с исходной ситуацией и в настоящее время неосознанно используется носителями языка в различных сферах жизни. Так, в нижеприведенном примере, автор указывает на тщетность действий политика. Метафора *whistle for* подчеркивает, что политическая стратегия не будет иметь ожидаемого результата:

*If Mr. Carswell's defection was intended to push Mr. Cameron towards a more aggressive stance in his so-called renegotiation of British terms of membership of the EU, in the hope that this would push us towards the exit, he can **whistle for** it* (The Independent. 28.08.2014) / *Если отступничество мистера Карсуэлла было совершено с целью подтолкнуть мистера Кэмерона к более агрессивной позиции в его так называемом пересмотре британских условий членства в ЕС, в надежде, что это подтолкнет нас к выходу, он может **не надеяться** (досл. свистеть в ожидании этого).*

В данном примере сема «тщетность» является мотивирующей для переноса значения по модели «предмет → психический мир». Политический ход осмысливается автором статьи как бесполезное действие. Метафора используется для манифестации пейоративной оценки поступка Дугласа Карсуэлла. По мнению коммуникатора, какие бы цели ни преследовал политик, его попытки несомненно будут бесплодные.

Аналогичный оценочный вектор метафора с компонентом *whistle* задает следующему текстовому фрагменту:

*So while public sector workers get 1 per cent pay "rises", MPs can **whistle for** their 11 per cent* (The Independent. 10.12.2013) / *Итак, пока работники государственного сектора довольствуются увеличением зарплаты всего на 1%, члены парламента могут и **не надеяться** (досл. свистеть в ожидании этого) на одиннадцатипроцентную прибавку.*

Автор статьи подчеркивает свое отрицательное отношение к инициативе значительно повысить зарплату членам парламента. Метафора создает яркий

образ, способствующий полноценному пониманию адресатом коммуникации того, что коммуникатор думает по поводу поднятой в тексте проблемы.

Таким образом, было установлено, что метафоры с компонентом *whistle* составляют примерно 3% от общего числа анализируемых примеров лексической группы «наименования музыкальных инструментов». Метафорический перенос значения мотивирован семой «тщетность». Следует отметить, что данный компонент отсутствует в семантика слова *whistle* в системе языка, иными словами, он наведен контекстом. В примерах метафора основана на экстралингвистическом аспекте значения. Авторы употребляют ее для описания мира психический явлений.

Итак, анализ пятидесяти семи случаев употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «музыкальные инструменты», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №1). Метафоры этой группы составляют примерно 19,5% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *громкость, масштабность, нестандартность, обман, опытность, особенности исполнения, передача информации, позорное исключение, почтение, привлечение внимания, ритмичность, сольный инструмент, торжественность, тщетность, форма инструмента, широта диапазона*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

- предмет → действие
- предмет → психический мир
- предмет → человек
- предмет → предмет
- предмет → абстракция

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований музыкальных инструментов с

целью сообщить и интерпретировать действие человека. Благодаря дидактическому и суггестивному потенциалу метафоры существует возможность не только информировать читателей о каком-либо поступке политика, предпринимателя или другого известного лица, но и с помощью ярких образов сформировать определенное отношение к произошедшему.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: политика, экономика, культура и развлечения, спорт, стиль жизни, технологии, недвижимость, образование, путешествия. Примечательно, что наименования музыкальных инструментов метафоризируется, как правило, структурирования сфер политики и экономики. Общеизвестные музыкальные термины помогают авторам доступно объяснить специфику того, что происходит в рассматриваемых областях деятельности.

Таблица №1

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>trumpet</i>	30	0,526
<i>drum</i>	14	0,245
<i>fiddle</i>	5	0,087
<i>bassoon</i>	2	0,035
<i>flute</i>	2	0,035
<i>whistle</i>	2	0,035
<i>clarinet</i>	1	0,017
<i>violin</i>	1	0,017
Всего:	57	

3.2.2. Метафорическое использование наименований музыкальных произведений

В широком смысле музыкальное произведение понимают как «всякую музыкальную пьесу, в том числе народную песню или инструментальную импровизацию». В узком смысле данный термин используется для указания на «категорию музыкальной эстетики, обозначающую ограниченный

историческими и культурными рамками результат композиторской деятельности. Музыкальным произведениям свойственны внутренняя завершенность и мотивированность целого, индивидуализированность содержания и формы, за которыми стоит неповторимая личность автора, детальная фиксация в нотной записи, предполагающая искусство исполнительской интерпретации» (Музыкальный энциклопедический словарь, 1990: 441). В рассматриваемую лексическую группу входят следующие музыкальные термины из нашей картотеки: *prelude* (прелюдия), *symphony* (симфония), *dirge* (плач, погребальная песнь), *serenade* (серенада), *overture* (увертюра), *requiem* (реквием), *fugue* (фуга).

Рассмотрим примеры метафоризации этой группы наименований в порядке убывания количества употреблений в масс-медийном дискурсе (общее количество – 85 примеров).

Prelude

Прелюдией называют «вступительную часть музыкального произведения» (Ожегов, Шведова, 2006: 583). Данный термин используется с 1560-х гг. и первоначально обозначал ноты, которые проигрывались для тестирования голоса или инструмента перед началом выступления.

Широко распространена метафоризация этой лексемы в масс-медийном дискурсе:

*Auckland and Sydney will in their summer primes. Bali, Borneo and Vietnam provide a **prelude** to Indian Ocean islands including Singapore, Sri Lanka, the Seychelles and Mauritius* (The Independent. 29.01.2015) / *Лучшее летнее время для Окленда и Сиднея. Бали, Борнео и Вьетнам служат прелюдией к островам Индийского океана, включая Сингапур, Шри-Ланку, Сейшельские острова и Маврикий.*

Данный текстовый фрагмент является частью рекламного медиа-сообщения в сфере туризма. Автор проводит параллель между прелюдией к музыкальному произведению и открытием курортов Бали, Борнео и Вьетнама. Указанные места изображаются своего рода «разогревом» перед

основным отдыхом. Сообщение сформулировано таким образом, что, подобно публике, слушающей прелюдию и предвкушающей музыкальный шедевр, целевая аудитория статьи видит отпуск на островах Индийского океана безукоризненным, образцовым. Метафора *prelude* несет с себе положительную оценку. Перенос значения осуществляется на основе мотивирующих его сем «предвкушение», «предвестие» по схеме «физический мир → предмет».

Примечательно, что установленное выше значение музыкального термина *prelude* широко используется в статьях различной тематики:

*Podemos is keen to show the five seats won during the European elections last May were not simply protest votes but instead a **prelude** to a Syriza-style win in Spain's general elections* (The Guardian. 20.03.2015) / *Подемос стремится показать, что пять мест, завоеванные во время европейских выборов в мае прошлого года, были не просто голосами в знак протеста, а **прелюдией** к победе в стиле Сиризы в общих выборах в Испании.*

Данный текстовый фрагмент посвящен политическому вопросу. Речь идет о действиях испанской партии «Подемос», члены которой уверены, что они, как и греческая партия «Сириза», смогут победить на выборах в парламент. Результаты предыдущих голосований рассматриваются как предвестие будущего успеха. Метафора *prelude* позволяет заложить в медиа-сообщение мысль – победа Подемоса неизбежна. Вслед за автором, читатели неосознанно воспринимают заданную идею как верную. Метафорический перенос значения осуществляется по модели «физический мир → психический мир».

*If, like me, you're feeling a bit done in by too much food and fun over the holidays, the last thing you need is for winter proper to set in (the weeks before Christmas are just the **prelude**)* (The Guardian. 5.01.2015) / *Если, подобно мне, вы чувствуете себя немного усталыми из-за слишком большого количества пищи и веселья на праздниках, последнее, что вам нужно, это установление*

холодной снежной зимы (несколько недель до Рождества были только прелюдией).

Данная статья включает в себя рецепты зимних блюд. Известно, что многие газеты содержат рубрику «кулинария». Чтобы привлечь внимание читателей именно к своей работе, автор уже во вступлении упоминает о том, что холода до Рождества были только предвестием неизбежного снега и низких температур, и советует скрасить уныние зимы приготовлением вкусных блюд. Проявления погоды в данном текстовом фрагменте описываются с помощью метафоры *prelude*. Яркий образ делает статью запоминающейся и способствует реализации интенции коммуникатора – установить контакт с аудиторией и удержать его. Перенос значения осуществляется по модели «физический мир → физический мир».

В представленных выше примерах лексема «прелюдия» используется в значении «предвестие». Можно утверждать, что данное значение представляет собой языковую метафору, поскольку оно закреплено в словарях:

Предвестие, преддверие, введение во что-н. (URL: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/16/us374018.htm?cmd=0>).

An action or event serving as an introduction to something more important (URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/prelude>) (действие или событие, служащее вступлением к чему-либо более важному).

Обращает на себя внимание тот факт, что авторы медиатекстов используют метафоризацию лексемы *prelude* для структурирования различных сфер-целей:

1) «экономика» (*prelude to consumption, prelude to one of the worst bear markets*);

2) «политика» (*prelude to more fighting, prelude to war, prelude to extortion, prelude to purge*);

3) «спорт» (*prelude to the games, prelude to Stuart Broad's spell of 9.3 overs*);

4) «наука и технологии» (*testing therapies as a prelude to human trials, prelude to a flight to Mars, prelude to Passbook and the next iPhone*);

5) «стиль жизни» (*prelude to violence, prelude to some form of conversational douche-baggery*).

В ходе работы проанализировано 24 примера метафорического использования лексемы *prelude*. Метафорический перенос значения мотивирован семой «предвестие, предвкушение». Были выделены доминантные метафорические модели: физический мир → действие, физический мир → психический мир.

Symphony

Симфония – это «большое музыкальное произведение для оркестра» (Ожегов, Шведова, 2006: 717). Работа над ним предполагает скрупулезность, тщательное продумывание формы и деталей.

Рассмотрим, как действуют механизмы метафоризации лексемы *symphony* в масс-медийном дискурсе:

*I have also seen an example of the brilliant ability of these creatures in making nests. Created entirely of chewed cellulose – paper, wood, cardboard – they out-perform anything made by bees or birds – a **symphony** of elegant little overlapping arches* (The Independent. 12.12.2014) / Я также видел пример блестящей способности этих существ в строении гнезд. Созданные полностью из целлюлозы – бумаги, дерева, картона – они превосходят все, когда-либо сделанное пчелами и птицами – **симфония** элегантных маленьких перекрывающихся сводов.

Данная статья посвящена теме «окружающая среда». Автор, наблюдая за осами, обращает внимание на их гнезда. Уподобляя жилища этих насекомых симфонии, он подчеркивает сложность их строения, согласованность всех деталей. Известно, что каждая нота в музыкальном произведении играет определенную роль, и вместе они формируют гармоничное звучание. С помощью метафоры *symphony of elegant little overlapping arches* автор переносит это свойство на материальный объект, а именно гнезда.

Метафорическая модель: «физический мир → животное». Мотивирующей перенос значения собой является «созвучие, гармония».

Следующий пример взят из рубрики «путешествия»:

*Amid the inky blackness of an African night, the chorus of hippos rises and falls – a **symphony** of burps, croaks, and concerto-worthy chuckles* (The Independent. 22.10.2011) / Среди чернильной черноты африканской ночи, хор бегемотов становится громче и затихает – **симфония** отрыжек, хрипов и достойного оркестра хрюканья.

В данном текстовом фрагменте перенос значения осуществляется в денотативную сферу «животное». Автор повествует о своих впечатлениях от путешествия по Африке. Рев бегемотов сравнивается здесь с оркестром. Метафора *symphony* подчеркивает гармоничность их звучания. Автор также использует соответствующие лексические единицы: *the chorus of hippos, concerto-worthy chuckles*. Метафорическая модель: «физический мир → животное».

*Why settle for a flute when you can savour the whole **symphony**?* (The Telegraph. 21.10.2014) / Зачем довольствоваться фужером, когда можно насладиться целой **симфонией**?

Метафоры с компонентом *symphony* нередко употребляются в медиатекстах, посвященных теме «гастрономия». В приведенном выше примере автор говорит о том, что, каким бы странным это ни казалось, шампанское гораздо вкуснее, если его пить не из традиционных фужеров, а из винных бокалов. Перед коммуникатором ставится задача убедить читателей в правильности выдвинутой им идеи, поэтому можно утверждать, что использование средств метафоризации в данной статье является интенционально обусловленным. Задумка состоит в том, чтобы объединить на ассоциативном уровне два вида удовольствий: музыку и гастрономию. Гармоничность, присущая симфонии, приписывается вкусу шампанского. Метафора воздействует на адресата и заставляет его изменить привычный

взгляд на поднятый в статье вопрос. Перенос значения осуществляется по модели «физический мир → предмет».

Метафорой *symphony* не ограничиваются музыкальные ассоциации в рассматриваемой статье. В попытке убедить читателей отказаться от фужеров, автор приводит следующие доводы:

It's the olfactory equivalent of listening to the Royal Philharmonic play Beethoven's Fifth through the built-in laptop speakers, rather than in a concert hall / Это обонятельный эквивалент прослушивания пятой симфонии Бетховена в исполнении Королевский Филармонии через встроенные динамики портативного компьютера, а не в концертном зале.

По мнению коммуникатора, не следует пить шампанское из фужеров, поскольку они слишком узкие и не позволяют насладиться запахом напитка. На языковом уровне эта идея выражена через метафору. Шампанское в фужерах осмысливается автором как прослушивание симфонии Бетховена через динамики. В медиа-сообщении заложена мысль: если использовать фужеры, вкус будет недостаточно хорош. Широкие бокалы для шампанского также признаны непригодными:

They are so wide that the smell is diffuse: a lone violinist fiddling at the other side of a very large field / Они так широки, что запах рассеивается: одинокий скрипач, играющий на противоположной от вас стороне очень широкого поля.

В приведенных примерах наблюдается перенос значения лексемы из одной семантической области в другие. Термин музыки используется для обозначения реалий из денотативных сфер животного мира, архитектуры, гастрономии, что позволяет создавать яркое образное впечатление.

Примечательно, что иногда использование музыкальной метафоры порождает иронический подтекст:

Bangalore wants to keep me prisoner. This is the only conclusion I can come to as my taxi sits there, fused to its spot in the road. Ahead, a cranky carnival of auto-rickshaws, buses, and cars waits similarly idle – horns playing in unison, the

most discordant symphony you will ever hear (The Independent. 24.11.2014) / Бангалор хочет оставить меня в плену. Это единственное заключение, к которому я могу прийти, в то время как мое такси стоит там, припаркованное к месту на дороге. Впереди капризный карнавал авто-рики, автобусов и автомобилей также лениво простаивает – сирены играют в унисон, наиболее нестройная **симфония** из всех, что вы когда-либо слышали.

Предполагается, что такое музыкальное произведение, как симфония должно доставлять удовольствие слушателям. Тем не менее, в данном примере автор обращает внимание на неблагозвучность описываемой ситуации. Речь идет об автомобильной пробке, в которую попал рассказчик в Индии. В статье проводится параллель между прослушиванием музыкального произведения и звуками, которые можно услышать на дороге. Известно, что нахождение в автомобильной пробке не относится к занятиям, приносящим удовольствие. С помощью соответствующей лексики автор описывает обстановку: *cranky carnival of auto-rickshaws, buses, and cars, horns playing in unison*. Метафора *symphony* применительно к рассматриваемой ситуации создает эффект иронии. Очевидно, что человек, попавший в данное положение, не получает удовольствия. Употребляя метафору, автор подчеркивает, что все звуки на дороге, хоть и производили негативное впечатление (*discordant*), были гармоничными. Метафорический перенос значения осуществляется по модели «физический мир → физический мир».

В ходе работы проанализировано 19 примеров метафорического использования лексемы *symphony*. Метафорический перенос значения мотивирован семами «гармония, созвучие», «тщательно разработанный». Были выделены следующие метафорические модели:

физический мир → предмет

физический мир → физический мир

физический мир → действие

физический мир → животное

Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексемы *symphony* используется для структурирования таких сфер-целей, как «спорт», «путешествия», «культура и развлечения», «окружающая среда» и др.

Dirge

Лексема *dirge* не имеет точного аналога в русском языке. Согласно англоязычным словарным статьям, данный термин используется для обозначения «вокальной или инструментальной композиции, предназначенной для исполнения на похоронах или во время мемориальных обрядов» (ApeI, 1969: 235)

Ниже представлены наиболее показательные примеры метафоризации лексемы *dirge* в масс-медийном дискурсе:

*For almost three years, news about the state of the economy has been like listening to a particularly dreary **dirge** (The Independent. 19.08.2013) / В течение почти трех лет новости о состоянии экономики звучали как особенно тоскливая **панихида**.*

В данном текстовом фрагменте состояние экономики уподобляется траурной панихиде. Музыкальные произведения, исполняющиеся на похоронах, характеризуются медленным темпом. Кроме этого, слушатели панихид пребывают в состоянии грусти. Отрицательная оценка реализуется с использованием метафоры *dirge* для обозначения экономического положения. Автор статьи подчеркивает отсутствие хороших новостей в этой сфере. Сема «уныние» мотивирует перенос значения по модели «физический мир → психический мир».

*After this life-sapping **dirge**, my spirits needed lifting (The Mirror. 8.03.2014) / После этой удручающей **панихиды**, мне пришлось срочно поднимать себе настроение.*

Данный пример представлен отрывком из рецензии на телевизионную передачу. Автор уподобляет просмотр программы прослушиванию панихиды. Грустная атмосфера, свойственная последнему занятию, не является результатом, на который рассчитывают создатели развлекательного

шоу. Метафора *dirge* нацелена на привнесение оценочного эффекта в медиатекст. С ее помощью автор подчеркивает «несостоятельность» рассматриваемой передачи. Мотивирующими перенос значения семами в данном текстовом фрагменте являются «уныние», «скука». Метафорическая модель: «физический мир → физический мир».

В ходе работы было проанализировано 15 примеров метафорического использования лексемы *dirge*. Метафорический перенос значения мотивирован семами «уныние», «скука». Были выделены следующие метафорические модели:

физический мир → предмет

физический мир → психический мир

физический мир → физический мир

Установлено, что метафорическое значение лексемы *dirge* в большинстве случаев используется при структурировании сферы-цели «культура и развлечения» для выражения отрицательной оценки.

Serenade

В настоящее время существует несколько значений термина «серенада»:

1. Приветственная песня под аккомпанемент лютни, мандолины или гитары, преимущественно в честь возлюбленной.

2. Род лирического музыкального произведения (Ожегов, Шведова, 2006: 713).

Рассмотрим, какую роль играет метафора с компонентом *serenade* в масс-медийном дискурсе:

Nightingales serenaded us from the scrub as we puffed our way up the steep access track, the air thickly scented with cistus and pine (The Independent. 1.03.2014) / Соловьи **подбадривали нас (досл. пели нам серенады)** с кустарников, когда мы, тяжело дыша, поднимались по крутой дорожке, вдыхая воздух, наполненный ароматами ладанника и сосны.

В анализируемом текстовом фрагменте, посвященном теме туризма, метафорой является первое значение термина «серенада». Соловьи, поющие

для путников, уподобляются музыканту, исполняющему данное музыкальное произведение для возлюбленной. Несомненно, что человек, играющий серенаду, считает ее адресата достойным восхищения. В данном примере с помощью метафоры туристы показаны заслуживающими уважения. Перенос значения осуществляется по модели «физический мир → животное». Сема «почитание» мотивирует использование метафоры *serenade* в данном контексте.

Dylan was not offering a serenade to Cuban socialism: he was satirising the paranoia that infected right-wing US opinion about Castro (The Independent. 17.12.2014) / *Дилан не пел серенаду кубинскому социализму: он лишь высмеивал паранойю, которой было заражено правое крыло правительства США из-за Кастро.*

В данном текстовом отрывке мы можем увидеть способность музыкальной метафоры уподобить чрезвычайно далекие семантические области. Автор структурирует сферу-цель «политика» в терминах сферы-источника «музыка». Подобный прием создает в статье элемент неожиданности, придавая всему высказыванию иллюкативную силу. Статья повествует об отношении Боба Дилана к событиям на Кубе. Традиционно, серенада исполняется в честь возлюбленной. Следует обратить внимание на то, что рассматриваемая метафора стоит в отрицательной форме. Иными словами, автор подчеркивает, что Боб Дилан не призывал присоединиться к социалистам. Сема «почитание» мотивирует перенос значения по схеме «физический мир → действие».

Было отмечено, что лексема *serenade* часто используется в текстах рекламного характера:

The Ouanga Bay hotel served sublime fresh lobster and rum punch as we were serenaded by the sound of waves lapping at the shore (The Independent. 27.02.2015) / *В отеле “Ouanga Bay” подавали превосходного свежего омара и ромовый пунш, а волны, набегающие на берег, пели нам серенады.*

В данной статье можно увидеть примеры метафоры и олицетворения. С целью сделать рекламный текст красочным и привлекательным, автор уподобляет волны музыкантам. Не вызывает сомнений тот факт, что каждому приятно слышать песню, исполненную в свою честь. В данном примере роль прекрасных дам, которым посвящена серенада, исполняют туристы. Текст, наполненный такими яркими образами, заставляет читателей хотеть оказаться на месте счастливых героев статьи и, следовательно, приобрести те услуги, которые автор статьи рекламирует. Метафорическая модель: «физический мир → предмет».

Было отмечено, что в некоторых случаях метафоризация музыкального понятия *serenade* выступает в качестве способа разрядки текста, наполненного терминами. Особенно это характерно для статей масс-медийного дискурса, посвященных теме «наука и технологии». Ориентируясь на широкий круг читателей, авторы стремятся сделать суховатое изложение научного вопроса красочным и используют метафоры для достижения этой цели (*male cod fish serenade females to attract them during mating season; squeaky serenade: male mice woo females with song*)

В ходе работы проанализировано 8 примеров метафорического использования лексемы *serenade*. Метафорический перенос значения мотивирован семами «в честь», «почитание», «приветственный». Были выделены следующие метафорические модели:

физический мир → животное

физический мир → действие

физический мир → предмет

Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексемы *serenade* используется для структурирования таких сфер-целей, как «путешествия», «наука и технологии», «политика» и др.

Overture

Под увертюрой понимают:

1. Оркестровое вступление к опере, балету, драматическому спектаклю, фильму.

2. Одночастное музыкальное произведение (обычно относящееся к программной музыке (Ожегов, Шведова, 2006: 822).

Ее цель – «подготовить слушателей к основному действию» (Baker, 1907: 142).

Рассмотрим примеры метафоризации данной лексемы:

*Glass jars of homemade granola and muesli, a huge dollop of creamy Greek yoghurt, and tangy fruit compotes are an **overture** to the main act: courgette pancakes with poached eggs and roasted tomatoes, which we had ordered the evening before (The Independent. 25.11.2014) / Стекланные банки домашней гранолы и мюсли, огромная порция сливочного греческого йогурта и пикантные фрукты являются **увертюрой** к основному акту: кабачковым оладьям с вареными яйцами и жареными помидорами, которые мы заказали накануне.*

Известно, что увертюра «разогревает» аудиторию перед основным действием. В данном текстовом отрывке роль музыкального произведения выполняется описываемыми блюдами. С помощью метафоры автор статьи изображает их как «закуску» перед главным кулинарным шедевром. Метафорический перенос значения осуществляется по модели «физический мир → предмет».

*The **tax overture** – already dubbed the “Robin Hood” plan – would seem to dismantle some of the economic principles modern Republicans hold most dear (The Guardian. 20.01.2015) / **Новая налоговая инициатива** (досл. **налоговая увертюра**) – которую уже окрестили как «план Робина Гуда» – может разрушить некоторые экономические принципы, которыми современные республиканцы очень дорожат.*

В данной статье предложенный план по изменению налогового законодательства в пользу среднего класса уподобляется увертюре. Автор изображает описываемую стратегию предвестием последующих перемен.

Метафора *tax overture* мотивирована семей «вступление». Модель переноса значения: «физический мир → психический мир».

Следует отметить, что данная метафора является лексикализованной, ее значение зафиксировано в словарях: увертюра – вступление к чему-то более важному (URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/overture>).

В ходе работы проанализировано 8 примеров метафорического использования лексемы *overture*. Метафорический перенос значения мотивирован семей «вступление». Установлено, что метафоры данного вида в масс-медийном дискурсе чаще всего описывают предметы окружающего мира и действия человека. Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексемы *overture* используется для структурирования таких сфер-целей, как «политика», «окружающая среда», «путешествия», «культура и развлечения», «экономика».

Requiem

Реквием определяется как:

1. У католиков: богослужение по умершему.
2. Траурное вокальное или вокально-инструментальное музыкальное произведение (Ожегов, Шведова, 2006: 675).

Рассмотрим примеры метафоризации данной лексемы:

*The house, in fact, is stonking. ... It turns out it is a **requiem** not only to Julie but to FAT, as the practice decided to disband last year, in part due to the difficulty of pursuing a career if you want to make buildings like this* (The Guardian. 10.05.2015) / *На самом деле, дом впечатляет. ... Оказывается, это **реквием**, посвященный не только Джули, но и FAT, поскольку компанию решили распустить в прошлом году, в частности, из-за сложности построения профессиональной карьеры, если вы хотите делать здания, как это.* Примечание. FAT (Fashion Architecture Taste) – компания с мировой репутацией, реализующая грандиозные архитектурные проекты с различными целями (URL: <http://www.fashionarchitecturetaste.com/>).

В представленном текстовом фрагменте речь идет о сооружении, возведенном в честь персонажа книги. Автор проводит параллель между проведением церковной мессы по умершему и строительством дома, о котором идет речь в статье. Оба действия совершаются как дань уважения. Мотивирующей метафорический перенос значения семой является сема «уважение». Метафорическая модель: «физический мир → предмет».

Any requiem for Chelsea's season will have to wait (The Mirror. 17.04.2013)
/ В этом сезоне придется подождать с **реквиемом** по команде Челси.

Известно, что атмосфера при исполнении реквиема является грустной и траурной, поскольку данное музыкальное произведение представляет собой прощание с умершим. В метафорическом значении лексема *requiem* используется для обозначения ситуации прощания с чем-либо. В рассматриваемой статье речь идет о проигрышах футбольной команды и об отношении общественности к последним. Зрители были разочарованы игрой Челси и придерживались мнения, что улучшения ожидать не следует. Идею о том, что карьера футбольной команды завершена, и сожаление фанатов по этому поводу передает выделенная метафора. Семами, мотивирующими перенос значения, являются «завершение», «траур». Метафорическая модель: «физический мир → физический мир».

В ходе работы проанализировано 7 примеров метафорического использования лексемы *requiem*. Метафорический перенос значения мотивирован семами «траур», «завершение», «уважение». Было установлено, что в большинстве случаев лексема *requiem* используется для характеристики абстрактных понятий в таких сферах, как «спорт», «стиль жизни» и др.

Fugue

Фуга – это «музыкальное произведение, основанное на последовательном повторении одной музыкальной темы несколькими голосами» (Ожегов, Шведова, 2006: 858), которое характеризуется ритмичностью. Этимологи придерживаются мнения, что данный музыкальный термин происходит от итальянского слова *fuga*, буквально

означающего «побег» и от латинского *fuga* – мимолетное исчезновение (URL: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=fugue&searchmode=none).

Образы, возникающие у носителя языка при прослушивании этого музыкального произведения, вероятно, послужили основой для образования термина психиатрии. В медицине под диссоциативной фугой понимают «состояние, когда человек забывает всю информацию о своей личности, часто сопровождающееся побегом из привычного окружения и ассоциирующееся с определенными формами истерии и эпилепсии» (URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/fugue?searchDictCode=all>).

Рассмотрим примеры употребления данной лексики в масс-медийном дискурсе, где метафора реализует функцию оценочности:

*I've spent my life going into Starbucks and ordering a hot milk with vanilla syrup or a soy decaf latte – an existential void of a drink, as one friend called it – because anything stronger would bring me out in a cold sweat. I'd vibrate around the place, get all sicky-feeling and anxious, then **lapse into an exhausted fugue** (The Independent. 13.10.2013) / Я провела свою жизнь, заказывая в Starbucks только горячее молоко с ванильным сиропом или соевый латте без кофеина – напиток, не имеющий смысла, как назвал его один мой друг – потому что все, что крепче, обязательно заставит меня обливаться холодным потом от страха. Я не смогу усидеть на месте, меня будет тошнить, я буду беспокоиться, а затем из-за истощения **впаду в бессознательное состояние (досл. впаду в состояние истощенной фуги)**.*

В статье обыгрывается двойной смысл слова *fugue*: музыкальное произведение и психическое расстройство. Кроме этого, в английском языке присутствует третья ассоциация с бегством (слово *fugitive* (беглый) имеет тот же корень). Автор рассказывает о реакции своего организма на кофе. Благодаря последовательному перечислению ее симптомов, текст приобретает особый ритм, а состояние автора представляется своего рода мелодией. Таким образом, метафорический перенос значения осуществляется

по схеме «физический мир → человек». Семой, мотивирующей данный перенос, является «бегство». Рассматриваемая метафора зафиксирована в словарях, что позволяет относить ее к классу стертых.

В следующем примере пение птиц осмысливается в терминах музыки:

*The dawn chorus was deafening and it sounded as if all of Suriname's 600 species of birds were in the front garden creating an interweaving **fugue** of sound* (The Telegraph. 23.01.2015) / *Хор на рассвете был оглушительным, и казалось, что все 600 видов птиц Суринама находились в палисаднике, создавая множество (досл. фугу) переплетающихся звуков.*

Метафора *fugue* в данном текстовом фрагменте помогает автору воссоздать атмосферу, которая царит в южноамериканской стране Суринам. Статья повествует о его путешествии в неизвестный многим читателям мир. Принимая во внимание тот факт, что адресат коммуникации, по всей вероятности, не имеет точных сведений о теме сообщения, неудивительно, что автор медиа-текста использует метафоры для создания точных и красочных образов. Так, с помощью переносного значения лексемы *fugue* лаконично передается информация о животном мире в описываемой стране. В основе метафоры лежит идея уподобления фуги и пения птиц. Перенос значения в данном случае мотивируется семой «несколько голосов» и осуществляется по модели «физический мир → животное».

Рассмотрим пример метафоры *fugue*, выражающей прежде всего отрицательную оценку:

*It's more like a music video than an attention-holding feature film: a lurid **fugue** of alarming images – sexual depravity, burning buildings, skin flaying – that leave a bad taste in the mouth without making any real cinematic inquiry* (The Economist. 9.04.2015) / *Это скорее музыкальное видео, чем достойный внимания художественный фильм: кричащий набор (досл. фуга) тревожных образов – сексуальной развращенности, горящих зданий, сдирания кожи – который оставляет неприятное впечатление, не делая реальных попыток совершить прорыв в области кинематографа.*

В данной рецензии на фильм автор выносит суровый вердикт – «недостойный просмотра». Негативные коннотации задаются лексемой *fugue*. В медиа-сообщении проводится параллель между фильмом и фугой, музыкальным произведением, в котором одна тема повторяется несколькими голосами. Метафорический перенос значения основан на семе «последовательность» и происходит по модели «физический мир → предмет». Оценка задается на языковом уровне: с помощью метафоры автор подчеркивает, что содержание рассматриваемого фильма оставляет желать лучшего.

Было проанализировано 4 примера метафорического использования лексемы *fugue* в масс-медийном дискурсе. Установлено, что перенос значения мотивирован такими семами, как «последовательность», «бегство», «несколько голосов», «повторение». С помощью метафоры *fugue* авторы дают оценку людям и их действиям, животным и предметам в сферах «стиль жизни», «окружающая среда», «культура и развлечения».

Итак, анализ восьмидесяти пяти случаев употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «музыкальные произведения», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №2). Метафоры этой группы составляют примерно 29% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *бегство, в честь возлюбленной, вступление, гармония, завершение, несколько голосов, повторение, последовательность, почитание, предвестие, предвкушение, приветственный, скука, созвучие, тщательно разработанный, уважение, траур, уныние*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

физический мир → действие

физический мир → предмет

физический мир → физический мир

физический мир → психический мир

физический мир → животное

физический мир → абстракция

физический мир → человек

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований музыкальных произведений с целью сообщить и интерпретировать действия человека и дать характеристику предметам и явлениям физического мира.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: политика, культура и развлечения, спорт, стиль жизни, путешествия, экономика, наука и технологии, окружающая среда, бизнес и финансы, гастрономия, реклама.

Таблица №2

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>prelude</i>	24	0,282
<i>symphony</i>	19	0,223
<i>dirge</i>	15	0,176
<i>serenade</i>	8	0,094
<i>overture</i>	8	0,094
<i>requiem</i>	7	0,082
<i>fugue</i>	4	0,047
Всего:	85	

3.2.3 Метафорическое использование наименований музыкальных жанров

Жанр – это «вид художественных произведений, характеризующийся теми или иными сюжетными или стилистическими признаками» (Ожегов, Шведова, 2006: 190). Все виды искусства по-разному трактуют данное понятие. Так, музыкальный жанр считается одним из важнейших средств художественного обобщения в музыке. Данная категория «отражает

основную проблему музыковедения и музыкальной эстетики: взаимосвязь между немusical факторами музыкального творчества (жизненное предназначение музыки, ее связь со словом, танцем, другими видами искусства) и его внутримusical характеристиками (тип музыкальной формы и композиторского письма), в конечном счете, зависящими от немusical» (Музыкальный энциклопедический словарь, 1990: 192).

В нашем материале процессу метафоризации подвергаются наименования форм жанра танцевальной музыки. Лексемы, входящие в эту группу, занимают особое место в классификации жанров, поскольку «музыка в данном случае служит организатором движения, на первое место выходят такие средства выразительности, как темп и ритм» (Хохонин, 2014: 58). Самыми распространенными музыкальными формами жанра популярной музыки являются *can-can* (канкан), *jazz* (джаз), *minuet* (менуэт), *rock'n'roll* (рок-н-ролл) и *waltz* (вальс), которые и представлены в нашей картотеке. Рассмотрим примеры метафоризации этой группы наименований в порядке убывания количества употреблений в масс-медийном дискурсе (общее количество – 58 примеров).

Waltz

Вальсом называют «плавный парный бальный танец, а также музыку в ритме этого танца» (Ожегов, Шведова, 2006: 68). Темп данного произведения может меняться «от медленного до сравнительно быстрого» (Baker, 1907: 224).

В следующем примере музыка реализована в метафоре движения:

The umpires and players at the French Open are locked in a weird waltz – slow-slow, quick-quick slow – over the exasperating issue of time violations for tardy serving (The Guardian. 28.05.2015) / Судьи и игроки на Открытом чемпионате Франции не могут вырваться из странного вальса – медленно-медленно, быстро-быстро медленно – пытаюсь решить надоевший всем вопрос о нарушениях сроков подачи.

Известно, что вальс отличается особым ритмом, данному жанру характерны поступательные движения и повторяющиеся фигуры. В рассматриваемой статье автор уподобляет участников матча партнерам в вальсе. Метафора позволяет передать атмосферу непрерывности и монотонности старомодного танца. Сфера-цель «спорт» структурируется в терминах музыки. Автор использует лексему *waltz* как метафору, актуализируя сему «повторяемость». Модель переноса значения: «физический мир → физический мир».

Нередко метафора *waltz* выступает в масс-медийном дискурсе в качестве средства репрезентации человека, его поведения и действий:

*Energy fatcats have been **waltzing** off with huge profits while cutting customer bills by a measly 5% and delaying the change until the end of this month* (The Mirror. 13.02.2015) / *Энергетические магнаты легко получают огромные доходы (досл. вальсируют с огромными доходами), сокращая счета покупателей на жалкие 5% и откладывая сдачу на конец месяца.*

В данном примере поведение состоятельных людей уподобляется кружению, характерному для вальса. Автор обращает внимание на легкость, с которой энергетические магнаты получают доходы. В статье реализуется оппозиция «свой – чужой»: читателю сложно вообразить себя на месте олигархов, поскольку большинству приходится трудиться, чтобы заработать, а вот ассоциировать себя с обманутыми покупателями не вызывает трудности. Метафора *waltz* задает негативно-оценочный вектор восприятия людей, о которых идет речь в статье. Мотивирующая сема: «кружение». Метафорическая модель: «физический мир → человек».

*A little further is Tianfu Square, Chengdu's main plaza, with its huge statue of Chairman Mao backed by floodlit fountains that **waltz** to music* (The Independent. 7.09.2013) / *Чуть дальше находится площадь Tianfu, главная площадь Chengdu, с ее огромной статуей председателя Мао, обрамляемой фонтанами, вальсирующими под музыку.*

Рассматриваемая статья повествует о путешествии в Китай. Автор употребляет метафору *fountains that waltz to music*, актуализируя семы «плавность», «текучесть». Плавные движения танцоров вальса переносятся на движение воды в фонтанах. Метафора украшает контекст, делая его красочным и привлекательным для читателя, что немаловажно, поскольку статья носит информационно-рекламный характер. Представить описываемое путешествие увлекательным и убедить адресата совершить его соотносится с целью коммуникации. Метафорическая модель: «физический мир → предмет».

В ходе работы проанализирован 21 пример метафорического использования лексемы *waltz*. Перенос значения мотивирован семами «плавность», «повторяемость», «кружение», «парный». Установлено, что метафора *waltz* широко употребляется в масс-медийном дискурсе для описания и характеристики человека, его действий, а также животных, предметов и явлений физического и психического мира. Как свидетельствует анализ, перенос значения осуществляется в большинстве случаев для структурирования сфер-целей «спорт» и «бизнес и финансы».

Jazz

Джаз – музыкальный жанр преимущественно танцевального характера. Его отличает «импровизационность, повышенная эмоциональность исполнения, утонченная ритмичность, специфический состав исполнителей и инструментов, использование разнообразных тембровых красок и звукоподражательных элементов» (Юцевич, 1988: 50).

Рассмотрим несколько примеров и установим, с какими целями осуществляется метафоризации данной лексемы в масс-медийном дискурсе:

Eurocrats have tried to jazz up the contest by agreeing that the biggest party bloc in the Parliament will get to appoint the next president of the Commission (The Economist. 21.05.2014) / *Еврократы пытались оживить конкурс, согласившись предоставить самому большому партийному блоку право назначить следующего президента комиссии.*

В статье речь идет о выборах в Евросоюзе. По предварительным опросам, многие избиратели были разочарованы строгими посткризисными программами и не собирались идти на выборы. Еврократы придумали стратегию по повышению числа голосов. Автор статьи использует метафору *jazz up*, чтобы охарактеризовать данный политический ход. Известно, что джаз, как форма музыкального искусства, отличается изоощренным ритмом, импровизацией, мелодическими акцентами. Следовательно, употребление метафоры *jazz up the contest* демонстрирует желание чиновников «взбодрить» общественность, отвлечь их от проблем и привлечь на свою сторону. Кроме этого, исполнители джаза в силу его импровизационности должны полагаться «на свои умения, интуицию и опыт» (ApeI, 1969: 441). Учитывая экстралингвистические данные, можно утверждать, что в статье описываемый политический ход характеризуется автором как энергичный и выразительный, а Еврократы – как грамотные политики. Семой, мотивирующей метафорический перенос значения в данном текстовом фрагменте, является «ритмичность». Модель переноса: «физический мир → психический мир».

В следующем примере можно выделить модель положительного эмоционально-оценочного спектра с метафорой *jazz*:

You can jazz up your book collection with these (The Independent. 26.06.2012) / *Этим вы можете разнообразить* свою книжную коллекцию.

Данный фрагмент взят из статьи рекламного характера, представляющей различные держатели для книг. Автор говорит о том, что рассматриваемый товар оживит и украсит любую полку. Держатели уподобляются музыкальному жанру с помощью выделенной метафоры. Как известно, джаз отличает использование разнообразных тембровых красок и звукоподражательных элементов. Данное свойство переносится на рекламируемый товар. Автор подчеркивает, что каждый найдет держатель книг, подходящий по вкусу и к интерьеру. Перенос значения осуществляется

по модели «физический мир → предмет». Мотивирующая сема – «разнообразие».

Обращает на себя внимание тот факт, что метафора *jazz* в статьях масс-медийного дискурса имеет положительную коннотацию и используется преимущественно для выражения одобрения в различных сферах:

1) «гастрономия» (*jazz up vanilla ice cream; jazz up a bland vegetable soup; jazz up packet sage and onion stuffing; jazz up meals*);

2) «реклама» (*jazz up your wardrobe; keep up with the trends and jazz up any ensemble; jazz up any outfit*);

3) «стиль жизни» (*jazz up your bathroom; jazz up your little black dress; jazz up your bedroom; jazz up a dull coat*);

4) «спорт» (*jazz up heavyweight division*);

5) «политика» (*jazz up transparency in corporate governance and the property market*);

6) «культура и развлечения» (*jazz up India's cinemas*).

В ходе работы проанализировано 19 примеров метафорического использования лексемы *jazz*. Метафорический перенос значения мотивирован семой «разнообразие». Была выделена доминирующая модель: «физический мир → предмет».

Rock'n'roll

Рок-н-ролл – это «импровизационный парный танец, исполняемый в быстром эксцентричном темпе» (Ожегов, Шведова, 2006: 683). Среди его отличительных черт выделяют четкий ритм и раскованность исполнения.

Рассмотрим примеры использования данной лексемы в масс-медийном дискурсе, чтобы установить цели метафоризации:

A recent fashion ad features a skeletal model lying on the floor. It's rock'n'roll, but not in a good way (The Guardian. 14.06.2015) / Последнее объявлении из сферы моды демонстрирует тощую модель, лежащую на полу. Это современно (досл. в стиле рок-н-ролла), но не хорошо.

В данном случае речь идет о современных тенденциях моды. Указанная метафора имеет пейоративный вектор и позволяет автору подчеркнуть чрезмерную, по его мнению, раскрепощенность стандартов красоты. Мотивирующей семой является «раскованность». Перенос значения осуществляется в рамках сферы «физический мир».

What's the most rock'n'roll way to recover from a severed arm or a broken leg? (The Guardian. 19.06.2015) / *Какой самый быстрый способ (досл. достойный звезды рок-н-ролла) вылечить ушибленную руку или сломанную ногу.*

Рассматриваемый текстовый фрагмент посвящен поиску самого быстрого способа выздороветь после травмы. Речь идет о том, что иногда музыкантам приходится выступать, невзирая на болезни. Особенно это касается звезд рок-н-ролла, отличающегося быстрым темпом. Термин музыки в данном случае используется для описания способа прийти в себя и продолжать играть. Перенос значения осуществляется по модели «физический мир → физический мир». Мотивирующая сема: «динамичность».

В следующем примере метафора *rock'n'roll* задает положительную оценку:

No stone unturned: Joanna Berryman has injected a rock'n'roll vibe into her Cotswolds cottage (The Independent. 1.09.2013) / *Все в ход: Джоанна Бериман придала своему Котсволдскому коттеджу атмосферу рок-н-ролла.*

Описывая интерьер дома с помощью лексемы *rock'n'roll*, автор подчеркивает неординарность и творческий подход дизайнера. Мотивирующая сема: «эксцентричность». Модель переноса значения: «физический мир → предмет».

В ходе работы проанализировано 8 примеров метафорического использования лексемы *rock'n'roll*. Метафорический перенос значения мотивирован семами «раскованность», «динамичность», «эксцентричность», «популярность». Были выделены следующие метафорические модели:

физический мир → физический мир

физический мир → предмет

физический мир → абстракция

Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексемы *rock'n'roll* используется для структурирования таких сфер-целей, как «стиль жизни», «бизнес и финансы», «гастрономия», «путешествия» и т.д.

Minuet

Менуэт является одним из самых известных старинных французских танцев, широко распространенных и в России XVII века. Его танцевали на ассамблеях Петра I (Юцевич, 1988: 106). Ранние менуэты исполнялись в «плавном темпе», и основными условиями были «достоинство и грациозность». Позже менуэт стали играть быстрее, и характер исполнения стал «менее чопорным, более эксцентричным» (ApeI, 1969: 532).

В масс-медийном дискурсе целью употребления метафоры *minuet* является экспликация эмотивного отношения автора к людям и животным. Чтобы доказать справедливость данного утверждения, рассмотрим следующие примеры:

*It is not that I wouldn't like a chef, bartender and lots of waistcoat-wearing staff doing a **minuet** with the martinis; quite the opposite* (The Independent. 12.12.2013) / *Не то, чтобы я возражал против шеф-повара, бармена и большого количества рабочих в жилетках, исполняющих **менуэты** со стаканами мартини в руках; как раз наоборот.*

Анализируемая статья содержит рецензию на компанию, занимающуюся организацией банкетов. Автор описывает работу официанта в терминах танца. Современные менуэты отличаются быстрым темпом, и, как и в любом танце, требуется ловкость, чтоб исполнить его красиво. Метафора в данном примере актуализирует такое качество официантов, как «ловкость». Положительная оценка, заданная в статье имплицитно, воспринимается читателем на суггестивном уровне, иначе говоря, адресат коммуникации

убежден, что самостоятельно сделал данный оценочный вывод. Метафорическая модель: «физический мир → человек».

Мелиоративная коннотация также свойственна метафоре *minuet* в следующем тестовом фрагменте:

Churchill enjoyed watching the swans and said that the swans “sang to each other” and “danced minuets with their necks” (The Telegraph. 27.01.2015) / Черчилль наслаждался наблюдением за лебедями и сказал, что лебеди «пели друг другу» и «изгибали шеи с грациозностью танцоров (досл. исполняли менуэты шеями)».

Будучи исполненным профессионалом, менуэт отличается грациозностью. В данном примере автор уподобляет лебедей танцорам. Сема «грациозность» мотивирует перенос значения по модели «физический мир → животное».

В ходе работы проанализировано 6 примеров метафорического использования лексемы *minuet*. Как было установлено, метафорический перенос значения мотивирован семами «грациозность», «ловкость», «плавный темп» и осуществляется в масс-медийном дискурсе для выражения положительной оценки человека и животных в таких сферах-целях, как «наука и технологии», «политика», «путешествия» и др.

Can-can

Канкан – французский танец, характеризующийся «высоким подниманием ноги», «энергичным, подвижным темпом» (Юцевич, 1988: 72). Считается «вульгарным и похотливым» (Ape1, 1969: 124).

Известно, что в английском языке распространены зооморфные метафоры, цель которых – приписать человеку некоторые признаки того или иного животного. Однако существует и обратный процесс: иногда качества и характеристики людей переносятся в сферу «животный мир». Так, метафоризация лексемы *can-can* в приведенном ниже примере осуществляется для описания медуз:

*These barrel jellyfish have bodies like large dustbin-lids and stout tentacles of a frilliness to outdo the most extravagant **can-can dancer*** (The Telegraph. 16.07.2014) / *Тела этих медуз напоминают огромные крышки мусорных ведер, а их щупальца как будто отделаны оборками, которые могут превзойти наряд самой экстравагантной **танцовщицы канкана**.*

Данный тестовый фрагмент повествует о природном мире. Автор уподобляет внешний вид животных танцовщицам канкана. Традиционно этот танец исполняется в цветистых пышных юбках. В рассматриваемой статье проводится параллель между щупальцами медуз и костюмами танцовщиц. Таким образом, метафора используется как средство создания образа животного. Перенос значения осуществляется по модели «физический мир → животное». Мотивирующие семы: «многоцветность», «вычурность».

В следующем примере метафоризация лексемы *can-can* осуществляется для описания вкуса напитка:

*It won't **dance a can-can on your tongue**, by any means, but there is a reason it is a stalwart of Jim Murray's whisky bible and won gold at the San Francisco World Spirit competition* (The Independent. 22.01.2015) / *Он совершенно точно не **будет танцевать канкан на вашем языке**, но есть причина, почему этот виски считается одним из лучших, по мнению Джима Мюррея, и выиграл золото на международном конкурсе World Spirit в Сан-Франциско.*

В данном случае в условиях рекламного контекста сематический сдвиг является интенционально обусловленным. Перед авторами стоит задача убедить потенциального потребителя, что товар (виски) обладает качествами, которые он ценит. Необходимая рекламному тексту положительная оценочность создается использованием метафоры с компонентом *can-can*. Вкус напитка осмысливается в статье как подвижный танец. Перенос значения основан на семе «подвижный» и осуществляется по модели «физический мир → предмет».

В ходе работы проанализировано 4 примера метафорического использования лексемы *can-can*. Установлено, что перенос значения

мотивирован семами «многоцветность», «вычурность», «подвижный», «подъем ноги». Выделены следующие метафорические модели:

физический мир → животное

физический мир → предмет

физический мир → человек

Как свидетельствует анализ, метафорическое значение лексемы *cap-cap* используется для структурирования таких сфер, как «окружающая среда», «гастрономия», «политика».

Итак, анализ пятидесяти восьми случаев употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «музыкальные жанры», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №3). Метафоры этой группы составляют примерно 20% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *вычурность, грациозность, динамичность, кружение, ловкость, многоцветность, парный, плавность, плавный темп, повторяемость, подвижный, подъем ноги, популярность, разнообразие, раскованность, эксцентричность*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

физический мир → предмет

физический мир → действие

физический мир → физический мир

физический мир → животное

физический мир → человек

физический мир → психический мир

физический мир → абстракция

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований музыкальных жанров для того,

чтобы ярко и кратко охарактеризовать качества того или иного предмета, тем самым осуществляя эмоциональный нажим на адресата.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: стиль жизни, спорт, гастрономия, окружающая среда, политика, бизнес и финансы, культура и развлечения, путешествия, реклама, экономика, наука и технологии, недвижимость.

Таблица №3

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>waltz</i>	21	0,362
<i>jazz</i>	19	0,328
<i>rock'n'roll</i>	8	0,138
<i>minuet</i>	6	0,103
<i>can-can</i>	4	0,069
Всего:	58	

Итак, в ходе работы было проанализировано 200 случаев метафоризации общеупотребительной музыкальной лексики, что составляет 68,5% от общего числа рассматриваемых примеров. Фреймовая структура концепта «музыка» в случае рассмотрения единиц, использование которых не ограничено ни сферой деятельности, ни территорией распространения, включает такие подфреймы, как «музыкальные инструменты» (28,5%), «музыкальные произведения» (42,5%), «музыкальные жанры» (29%). Данные тематические группы составляют основу любого языка и доступны каждому его носителю, поэтому метафоризация рассматриваемых лексических единиц в текстах СМИ не представляется удивительной. Анализ конкретных случаев переноса значения из сферы-источника «музыка» в масс-медийном дискурсе позволил прийти к определенным выводам. Было установлено, что метафоризация общеупотребительной музыкальной лексики чаще всего происходит с целью структурирования таких сфер, как «политика» (44) – 22%, «стиль жизни» (29) – 14,5%, «спорт» (25) – 12,5%, «культура и развлечения» (22) – 11%,

«экономика» (21) – 10,5% (в скобках указано количество проанализированных примеров – В.Ю.). Влияя на способ познания действительности, рассматриваемые метафоры создают общественно-политический ландшафт, с применением определенных коннотаций, соответствующих взглядам автора. Медiateкст, наполненный музыкальными метафорами, обладает особой иллюкативной силой и формирует в сознании читателей образ мира таким, которым его хочет видеть коммуникатор.

3.3. Участие терминологической музыкальной лексики в процессах метафоризации

Терминологическая лексика – это слова, которые употребляются преимущественно представителями определенной сферы деятельности, профессии. Нельзя забывать об особенностях ее функционирования в масс-медийном дискурсе, обусловленных «спецификой публицистического строя речи, ее обращенностью к широкой аудитории, жанровыми разновидностями, тематикой, содержательной стороной сообщения» (Синельников, 2009: 99). Успешность коммуникации в сфере СМИ при условии содержания в речи коммуникатора большого количества специальной лексики зависит от того, к какой области знаний эта лексика относится, в какой форме вводится и как толкуется автором.

Следует отметить, что в масс-медийном дискурсе активно протекают процессы семантических изменений. Специфика СМИ предполагает необходимость стремительного реагирования на изменения в экономике, политике и других сферах жизни, и поэтому терминосистема медиадискурса постоянно пополняется новыми словами. Термин, использованный в фигуральном значении, сохраняет ассоциативную связь с первоначальным значением, но при этом приобретает новые экспрессивные оттенки, которые в дискурсе СМИ получают оценочный характер.

Метафоризация терминологической музыкальной лексики придает красочность и выразительность медиатекстам и способствует реализации

воздействующей функции. Самими распространенными терминами, употребленными в переносном значении, являются слова, входящие в подфреймы «музыкальные лады», «приемы игры на музыкальных инструментах и музыкальные штрихи» и «музыкальные темпы и динамические оттенки». Рассмотрим примеры метафоризации лексических единиц данных групп.

Музыкальный лад

В широком смысле лад понимается как «согласие, мир, порядок» (Ожегов, Шведова, 2006: 317). В сфере музыки данное понятие используется для обозначения «приятной для слуха согласованности звуков по высоте» (Музыкальный энциклопедический словарь, 1990: 291). В данную лексическую группу входят такие термины, как *minor key* (*минор*) и *major key* (*мажор*).

Major key

Под мажором понимают:

1. Музыкальный лад светлой, радостной окраски, аккорд которого строится на большой терции.
2. Бодрое веселое настроение (Ожегов, Шведова, 2006: 338).

Minor key

Минор трактуется как:

1. Музыкальный лад грустной, скорбной окраски, аккорд которого строится на малой терции.
2. Грустное, подавленное настроение (Ожегов, Шведова, 2006: 357).

Рассмотрим примеры метафоризации наименований данной группы в масс-медийном дискурсе и выделим аспекты прагматического значения метафор:

How true that the moments in the major key are sadder than the minor (The Independent. 8.01.2015) / *Как верно то, что большие события (досл. моменты в мажоре) грустнее, чем маленькие (досл. моменты в миноре).*

Метафорический перенос в данном примере основан на разновидности музыкального интервала. Анализ дефиниций позволяет утверждать, что мажор строится на большой терции, а минор – на малой. Таким образом, в данном примере под фразой *moments in the major key* (моменты в мажоре) автор понимает большие, значимые события, мечты о чем-то великом, а выражение *moments in minor key* (моменты в миноре) означает маленькие, незначительные события, повседневные дела. Метафора реализует воздействующую функцию: коммуникатор посредством музыкальных ассоциаций убеждает читателя в правильности своей оценки. Перенос значения осуществляется по модели «психический мир → абстракция». Семами, мотивирующими этот перенос, являются соответственно семы «большой, значимый» и «маленький, неважный».

В следующем примере метафоризация музыкальных терминов *major key* и *minor key* осуществляется с целью передать настроение и эмоциональное состояние:

Reading each problem with its “solution” is like going from a minor to major key (The Telegraph. 16.04.2016) / *Когда читаешь о «решении» проблемы, чувствуешь, как оптимизм сменяет печаль (досл. переход от минора к мажору).*

В статье автор повествует о своем опыте работы редактором колонки советов. Использование стертых метафор, традиционно сопоставляющих уныние и хандру с минором, а веселость и жизнерадостность с мажором, позволяет лаконично описать чувства психолога и советника по личным вопросам. В рассматриваемом текстовом фрагменте реализуется информативный аспект прагматического значения метафоры. Модель переноса: «психический мир → психический мир».

Следующий пример демонстрирует то, как оценка, заложенная в медиа-сообщение, с помощью музыкальной метафоры незаметно внушается адресату коммуникации:

Love lessons in a strictly minor key (The Independent. 18.07.2013) / *Уроки любви в миноре.*

Под данным заголовком представлена рецензия на фильм *Breathe in* (Полной грудью). Автор говорит о том, что рассматриваемое произведение пронизано атмосферой меланхолии. Сюжет разворачивается медленно. На суд зрителей представлена трагическая история любви. Известно, что минорный ряд звуков может создать грустное настроение у слушателя музыкального произведения. Сема «грустное звучание» актуализируется автором в данной статье. Метафорический перенос осуществляется по модели «психический мир → психический мир».

Итак, анализ семнадцати случаев употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «музыкальные лады», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №4). Метафоры этой группы составляют примерно 6% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *большой, грустный, маленький, радостный*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

психический мир → абстракция

психический мир → психический мир

психический мир → предмет

психический мир → действия человека

психический мир → животное

психический мир → физический мир

психический мир → человек

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований музыкальных ладов с целью описать и охарактеризовать абстрактные понятия и выразить категорию оценки.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: культура и развлечения, спорт, стиль жизни, окружающая среда, политика.

Таблица №4

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>minor key</i>	11	0,647
<i>major key</i>	6	0,353
Всего:	17	

Приемы игры на музыкальных инструментах и музыкальные штрихи

Далее рассмотрим примеры метафорического использования наименований приемов игры на музыкальных инструментах и музыкальных штрихов. В области музыки штрихом называют «способ звукоизвлечения на струнных инструментах, основанный на характере движения смычка» (Юцевич, 1988: 217). Следует отметить, что данный термин также используется для обозначения приемов игры на других музыкальных инструментах и применим к пению. Такие параметры, как стилистические особенности, образный характер и исполнительская редакция, влияют на выбор штриха.

К данной семантической группе мы относим следующие лексемы: *staccato* (*стаккато*), *legato* (*легато*), *arpeggio* (*арпеджио*), *pizzicato* (*пиццикато*).

Staccato

Термин «стаккато» используется для «указания об отрывистом, коротком исполнении звуков мелодии» (Юцевич, 1988: 177). Рассмотрим пример, где метафора *staccato* является способом интенсификации отрицательной оценки предметов в масс-медийном дискурсе:

But the game isn't fully committed to telling that story in the way many players will want. Instead it does so in a staccato, Uzi-like fashion (The

Independent. 15.09.2014) / *Нельзя сказать, что игра развивается так, как хотелось бы игрокам. Наоборот сюжет разворачивается **неравномерно (досл. в стиле стаккато)** и напоминает пулеметную очередь.*

Данный текстовый фрагмент представляет собой отрывок рецензии на компьютерную игру. Автор указывает на недостатки сюжета с помощью выделенной метафоры. В сфере музыки термин *staccato* подчеркивает отрывистость исполнения. В статье явно указывается на то, что части игры не связаны друг с другом, а существуют изолированно. Метафора в данном примере основана на семе «отрывистость». Перенос значения осуществляется по модели «психический мир → предмет».

Метафора *staccato* также может использоваться для характеристики человека. В приведенном ниже примере она имеет отрицательные коннотации:

*Ellroy's customary command of language is overwhelming, but his recent **staccato style** is hiked up to cosmic levels* (The Independent. 11.09.2014) / *Обычно стиль Элроя потрясает, но его **склонность к стаккато** возросла до космического уровня.*

В рассматриваемой статье речь идет о книге Джеймса Элроя, американского писателя, автора детективов. Внимание читателей обращается на запутанность данного произведения, многочисленные перекрестные ссылки, сложные обороты, соседствующие с простыми предложениями, и вытекающую из всего этого проблему понимания главной идеи. Стиль стаккато предполагает изолированность одной ноты от другой. В фигуральном значении данная лексема используется для обозначения отрывистого стиля автора. Метафорический перенос в рассматриваемом примере осуществляется по модели «психический мир → человек».

Следует упомянуть, что лексема *staccato* часто употребляется для структурирования сферы-цели «спорт» в масс-медийном дискурсе, когда автор характеризует особенности речи спортивных комментаторов.

Legato

Прием звукоизвлечения легато противоположен стаккато. Под термином «легато» понимают «связное исполнение звуков, когда один звук как бы переходит в другой без перерыва между ними» (Юцевич, 1988: 94). Примечательно, что графически данное явление обозначается дугообразной чертой, которая соединяет соответствующие ноты, не прерываясь.

Pizzicato

Термин «пиццикато» обозначает такой прием игры, когда «звук извлекается не смычком, а щипком струны пальцем правой руки» (Юцевич, 1988: 140).

В следующем примере использованы две лексемы из сферы музыки:

Pizzicato precision in a citric, sea-breezy tuna tartare, balanced with a legato cauliflower cream (The Independent. 7.09.2013) / *Мясо свежего морского тунца с цитрусовой ноткой (досл. с точностью пиццикато) уравнивается плавленной начинкой из цветной капусты (досл. кремом в стиле легато).*

В данном текстовом фрагменте характеристики музыкального произведения переносятся в сферу кулинарии. Автор использует штрихи и приемы игры при описании особенностей блюда. Так, указание на точность, с которой следует отмерять количество лимонного сока при приготовлении, обозначается с помощью метафоры *pizzicato precision* (точность пиццикато). Пиццикато как прием исполняется щипком струны, поэтому в фигуральном смысле данная лексема имеет значение «небольшое количество, щепотка».

Исполнение в стиле «легато» предполагает связь между нотами, плавный переход от одного звука к другому. В рассматриваемом примере автор использует данный термин при описании текстуры крема. С помощью метафоры вкус последнего представляется гармоничным. Семей, мотивирующей перенос значения в данном случае, является «плавность». В приведенных примерах перенос осуществляется по модели «психический мир → предмет».

Arpeggio

Такой прием игры, при котором «исполнение звуков аккорда происходит поочередно в восходящем или (очень редко) нисходящем порядке» называют арпеджио (Юцевич, 1988: 12). Волнообразная линия используется для обозначения данного явления. Поскольку при арпеджио смена нот происходит быстро, можно предположить, что в фигуральном значении данный термин используется для описания чего-либо быстро меняющегося. Проверим справедливость этого утверждения на примерах:

More dramatic twitchers point to a United Kingdom in which the ecstasies and arpeggios of birdsong are heard rarely, to be recorded and replayed for the most part by dedicated ornithologists (The Independent. 18.12.2013) / Более пессимистично настроенные наблюдатели птиц указывают на Соединенное Королевство, где звуки и разнообразие птичьих песен (досл. арпеджио песен) редко слышны и могут быть записаны и прослушаны в основном только преданными орнитологами.

Данная статья посвящена состоянию экологии. Автор говорит о том, что количество птиц в определенных районах сократилось на 50% с 1970 года, и некоторые виды – на грани вымирания. Известно, что термин «арпеджио» используется для обозначения последовательного исполнения звуков. В рассматриваемом примере птицы уподобляются аккордам песни. Эти животные сравниваются с быстро сменяющимися звуками музыкального произведения, тем самым подчеркивается многообразие их видов. Семей, мотивирующей метафорический перенос значения по модели «психический мир → животное», является «быстро меняющийся».

Итак, анализ тридцати одного случая употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «приемы игры на музыкальных инструментах и музыкальные штрихи», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №5). Метафоры этой группы составляют примерно 10,5% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-

медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *быстро меняющийся, многообразие, небольшое количество, отрывистость, плавность, связный, щипок*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

- психический мир → человек
- психический мир → предмет
- психический мир → психический мир
- психический мир → физический мир
- психический мир → действие
- психический мир → животное

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований приемов игры на музыкальных инструментах и музыкальных штрихов для того, чтобы в оценочном ключе описать человека, его поведение и действия.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: спорт, стиль жизни, политика, культура и развлечения, путешествия, наука и технологии, бизнес и финансы, гастрономия, окружающая среда.

Таблица №5

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>staccato</i>	22	0,709
<i>legato</i>	4	0,129
<i>arpeggio</i>	3	0,097
<i>pizzicato</i>	2	0,065
Всего:	31	

Музыкальные темпы и динамические оттенки

Наименования музыкальных темпов и динамических оттенков также подвержены процессу метафоризации. Темп и динамика считаются одними

из самых важных характеристик музыкального произведения. Под темпом понимают «скорость развертывания музыкальной ткани произведения в процессе исполнения или представления, определяемая числом проходящих в единицу времени метрических долей» (Юцевич, 1988: 184). В данной работе мы рассмотрим такие темпы, как *accelerando* (аччелерандо), *adagio* (адажио) и *allegro* (аллегро) с его разновидностью *allegro vivace* (аллегро виваче).

Динамика – это «сила (громкость) музыкального звучания» (Юцевич, 1988: 53). Известно, что рассматриваемая характеристика влияет на восприятие музыки, вызывает разнообразные ассоциации и поэтому считается важным выразительным средством. В ходе нашего исследования будет проанализировано использование следующих динамических оттенков: *pianissimo* (пианиссимо), *fortissimo* (фортиссимо), *crescendo* (крещендо), *diminuendo* (диминуэндо).

Рассмотрим примеры метафоризации лексем данной семантической группы.

Accelerando

Данный термин произошел от итальянского слова *accelerating*, буквально означающего «ускоряя» (URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/accelerando>). Его использование в масс-медийном дискурсе позволяет придать тексту возвышенный стиль. Поскольку лексема «аччелерандо» относится к терминологической музыкальной лексике, справедливым представляется утверждение о том, что авторы статей с помощью данного термина обращаются к высокому культурному уровню адресата, практикуя принципы глорификации.

Crime fiction can take its own sweet time teasing the reader with a series of withheld revelations – and even sometimes get away with a positively glacial tempo – but you'll find none of that with any of the books below. The tempo? Accelerando (The Independent. 14.08.2014) / Авторы детективов могут не спешить, дразня читателя чередой скрываемых фактов – им даже иногда

удается практически заморозить развитие сюжета – но в данном списке книг вы такого не найдете. В каком темпе тогда? *Аччелерандо!*

В рассматриваемом текстовом фрагменте речь идет о книгах Ли Чайлда. Автор статьи говорит о том, что триллеры этого британского писателя отличаются быстротой разворачивания сюжета. Поклонники данного жанра, как правило, не хотят медленно разгадывать загадки, наоборот, им необходимо волнение и энергичность. В анализируемом примере книги уподобляются музыкальному произведению. С помощью выделенной метафоры автор подчеркивает, что чтение триллера Ли Чайлда вызывает волнение с первых минут и с каждой строкой все больше захватывает. Метафорический перенос значения основан на семе «ускоряя» и осуществляется по модели «психический мир → предмет».

В следующем примере можно наблюдать процесс метафоризации нескольких музыкальных понятий, а именно *pianissimo*, *fortissimo*, *adagio* и *allegro*:

It almost looks like you could play the book shelves as some kind of musical composition – pianissimo for the small ones, fortissimo for the massive monographs, adagio when they lean to the right, allegro when they lean to the left etc. (The Independent. 25.09.2014) / Казалось, что можно играть на книжных полках, как на музыкальном инструменте – пианиссимо для маленьких, фортиссимо для массивных монографий, адажио, если придерживаешься левых полок, аллегро, если склоняешься к правым и т.д.

Pianissimo и fortissimo

Известно, что «пианиссимо» и «фортиссимо» – это динамические оттенки, обозначающие различные силы звучания: очень тихо (Юцевич, 1988: 254) и очень громко (Юцевич, 1988: 203) соответственно. В данном примере автор проводит параллель между громкостью музыкальных произведений и значительностью книг. Так, маленькие книги уподобляются *pianissimo*, то есть, очень тихой музыке. К произведению такого динамического оттенка необходимо прислушиваться, таким образом, с

помощью метафоры автор говорит о том, что на маленькие книги следует обратить внимание. Семой, мотивирующей перенос значения, является «ТИХО».

Монографии уподобляются *fortissimo*, произведению высшей степени громкости. Автор указывает на то, что в них содержится значительная информация и отдает дань существующим знаниям. Сема «громко» является основанием для метафоризации термина «фортиссимо».

Adagio и allegro

Лексемы *adagio* и *allegro* используются в фигуральном значении для указания на определенный вид книги. Адажио – это «медленный темп» (Юцевич, 1988: 5), произведения такого рода носят характер глубокого раздумья. Аллегро, наоборот, обозначает «быстрый, оживленный темп» (Юцевич, 1988: 8).

В рассматриваемом примере автор использует метафору *adagio* для описания книг на полках слева. Можно предположить, что данные литературные произведения содержат плавный переход от действия к действию. Адажио позволяет дать место вариациям мелодии, таким образом, в рассматриваемых книгах присутствует возможность увидеть различные варианты развития событий и составить собственное мнение. Перенос значения мотивирован семой «медленно».

Книги справа охарактеризованы метафорой *allegro*, что говорит о стремительности развертывания сюжета в них, об остроте эмоциональных переживаний. Перенос значения основан на семе «быстро».

Включение музыкальной терминологии в медиатекст позволяет мобилизовать внимание читателя, что является одной из основных интенций субъекта коммуникации в дискурсе СМИ. В рассматриваемом примере метафорической моделью является модель «психический мир → предмет».

Следующая статья представляет собой рецензию:

This is a game designed to be played molto allegro; Run isn't a toggle on the keyboard – it's the default pace (The Guardian. 18.05.2016) / *Дизайн игры*

предполагает стремительность (досл. темп аллегро); Бег – не просто опция, это скорость действия по умолчанию.

Метафора *allegro* используется как средство описания действия компьютерной игры. С помощью музыкальных ассоциаций автор объясняет читателю, что для победы в ней требуется быстрота реакции и стремительность. Метафора реализует информативный аспект прагматического значения: адресат коммуникации получает целостный образ рассматриваемого предмета. Семой, мотивирующей перенос значения, является «быстро». Метафорическая модель: «психический мир → предмет».

Vivace

Под «виваче» понимают «живой и веселый» (*quick and lively*) темп музыкального произведения (ApeI, 1969: 917). В масс-медийном дискурсе метафоризация данного термина осуществляется преимущественно для выражения отношения автора к поступкам известных людей. Рассмотрим коннотации метафоры *vivace* в следующем примере:

The final product lacked the molto vivace of his finest party conference performances – 2005, 2007 – but there was plenty of excitement (The Independent. 1.03.2010) / Конечному продукту не доставало живости (досл. виваче), присущей его лучшим выступлениям на конференциях в 2005, 2007 годах, но все же было довольно волнительно.

В статье автор выражает свое мнение о Дэвиде Кэмероне и его способности выступать публично. Метафора *vivace* употреблена в медиатексте в качестве мелиоратива: речь политика осмысливается как музыкальное произведение быстрого и веселого темпа. На эмоциональном уровне читателям внушается мысль: выступление Дэвида Кэмерона – живое и выразительное, этого человека стоит выслушать. Посредством переноса значения положительное отношение к политику передается адресату коммуникации. Метафора *vivace* актуализирует семы «быстро», «весело». Метафорическая модель: «психический мир → психический мир».

Crescendo и diminuendo

Крецендо – это «знак, обозначающий постепенное увеличение силы звука» (Юцевич, 1988: 89). Диминуэндо – это «знак, указывающий на постепенное уменьшение силы звука» (Юцевич, 1988: 52). Примечательно, что данные музыкальные термины сохраняют антонимические отношения в образном употреблении. Обратимся к примерам.

*So how does the Deputy Prime Minister ensure conference season **ends with a crescendo not a diminuendo** by the Clyde?* (The Independent. 5.10.2014) / *Как вице-премьер-министру удалось обеспечить **триумфальное окончание конференции** (досл. окончание с крещендо), а не тихий, непримечательный финал (досл. с диминуэндо)?*

В рассматриваемой статье речь идет о политической конференции, состоявшейся в Глазго. Автор обращает внимание читателей на то, что среди участников данного мероприятия не было единства, каждый стремился высказать свое мнение, вследствие чего было проблематично услышать оппонента и убедить его в правильности своей точки зрения. Выделенные метафоры подчеркивают успех при завершении конференции. Семы «нарастая», «в бурном темпе» актуализируются с помощью метафорического использования термина *crescendo*. Автор говорит о том, что финал мероприятия был удачным для его организаторов. Метафора *not a diminuendo* также использована для демонстрации триумфа вице-премьер-министра. В статье упомянуто, что финал конференции был примечательным. Данная метафора мотивирована семой «постепенно ослабевая». Перенос значения в рассматриваемом текстовом фрагменте осуществляется по модели «психический мир → физический мир».

В следующем примере посредством музыкальных ассоциаций структурируется сфера-цель «гастрономия»:

*There's a **diminuendo** towards the end of the meal; just a relatively simple apple and caramel dessert which carries a whiff of the fairground toffee apple about it, then a few crisp bites of well-tempered cardamom chocolate* (The

Independent. 22.11.2014) / Прием пищи заканчивается *просто* (досл. *диминуэндо*); обычный карамельно-яблочный десерт, напоминающий вкус глазированных яблок на ярмарках, а затем пару хрустящих кусочков шоколада с щепоткой кардамона.

Десерт метафорически уподобляется динамическому оттенку *diminuendo*. С помощью данного семантического сдвига автор указывает на то, что по сравнению с основным блюдом сладкое не является чем-то выдающимся. Поскольку рассматриваемая статья представляет собой рецензию на ресторан, можно утверждать, что в примере реализуется контролирующий аспект прагматического значения метафоры: присутствующая в медиатексте оценка влияет на мнение адресата. Перенос значения осуществляется по модели «психический мир → предмет».

Итак, анализ сорока четырех случаев употребления метафорических музыкальных лексем, принадлежащих подфрейму «музыкальные темпы и динамические оттенки», позволил прийти к определенным выводам (См. таблицу №6). Метафоры этой группы составляют примерно 15% от общего числа проанализированных музыкальных терминов, подвергающихся процессам метафоризации в масс-медийном дискурсе. Установлено, что метафорический перенос осуществляется на основе следующих мотивирующих сем: *быстро, в бурном темпе, громко, медленно, нарастая, постепенно ослабевая, тихо, ускоряя*. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

психический мир → предмет

психический мир → психический мир

психический мир → физический мир

психический мир → человек

психический мир → действие

психический мир → животное

Установлено, что в большинстве случаев авторы медиатекстов прибегают к метафоризации наименований музыкальных темпов и

динамических оттенков с целью создать полноценный образ предметов действительности, усилить экспрессивность высказывания и дать читателям почувствовать авторское отношение к описываемым вещам.

Как показало исследование, музыкальные метафоры данного типа используются в следующих сферах: политика, культура и развлечения, спорт, экономика, гастрономия, стиль жизни, окружающая среда, путешествия, наука и технологии.

Таблица №6

Лексема, подверженная процессу метафоризации	Абсолютная частота	Относительная частота
<i>crescendo</i>	15	0,341
<i>pianissimo</i>	7	0,159
<i>fortissimo</i>	5	0,114
<i>diminuendo</i>	5	0,114
<i>accelerando</i>	4	0,091
<i>vivace</i>	4	0,091
<i>allegro</i>	3	0,068
<i>adagio</i>	1	0,022
Всего:	44	

Таким образом, в ходе работы было проанализировано 92 случая метафоризации терминологической музыкальной лексики, что составляет 31,5% от общего числа рассматриваемых примеров. Фреймовая структура концепта «музыка» в случае рассмотрения единиц, которые употребляются преимущественно в профессиональной сфере музыкантов и музыковедов, включает такие подфреймы, как «музыкальные темпы и динамические оттенки» (48%), «приемы игры на музыкальных инструментах и музыкальные штрихи» (34%), «музыкальные лады» (18%). Участие терминологической лексики в процессах метафоризации в масс-медийном дискурсе позволяет говорить о тенденции распространения терминов за пределами научных произведений. Происходит деспециализация профессиональных слов, которые расширяют сферу своего применения и

интеллектуализируют тексты СМИ. При метафоризации термин приобретает новое значение, создает дополнительные образы описываемого явления в непривычном регистре, что позволяет ярко и эмоционально описать события, происходящие в мире.

Было установлено, что метафоризация терминологической музыкальной лексики чаще всего происходит с целью структурирования таких сфер, как «культура и развлечения» (22) – 24%, «спорт» (21) – 23%, «политика» (19) – 20% (в скобках указано количество проанализированных примеров – В.Ю.).

3.4. «Музыка» как сфера-источник прецедентности. Особенности функционирования музыкальных прецедентных феноменов в масс-медийном дискурсе

Одним из зарекомендовавших себя способов репрезентации действительности является прецедентный феномен. Данная языковая единица связана с понятием интертекстуальности и широко применяется в масс-медийном дискурсе. Следует отметить значимость прецедентных феноменов в познавательной деятельности: они способствуют правильному осмыслению событий, которым посвящены газетные статьи. Примечательно, что, как и в случае с метафорой, при использовании в тексте прецедентного феномена реализуется концептуальная операция над двумя фреймами и происходит проекция знаний из одной семантической сферы в другую (Боярских, 2008; Илюшкина, 2008; Нахимова, 2007).

Музыкальные прецедентные тексты, включенные в медиа-сообщения, по своим функциям обнаруживают значительную близость к музыкальным метафорам. Значительным прагматическим потенциалом обладают тексты песен, которые часто используются в масс-медийном дискурсе. Частота обращения к ним «объясняется их стихотворной формой. Поэтический текст обладает ритмическим рисунком и эмоциональностью. Этот эффект усиливается музыкой, поэтому текст легко запоминается и свободно

воспроизводится в речи» (Шабалина, 2008: 114). Рассмотрим следующие примеры прецедентных текстов:

*They're good camera fodder, but retailers will be salivating over the ritzy, tambourine-taut little dresses. It's like Frankie said on the soundtrack: **Relax? Don't do it*** (The Independent. 26.09.2013) / *Они хорошо смотрятся на камере, но продавцам больше по душе шикарные обтягивающие маленькие платья. Как призывает текст песни группы "Frankie": **Расслабьтесь? Не делайте этого!***

В представленном отрывке описываются определенные веяния моды. Автор призывает не следовать всему, что демонстрируется на показах. Использование цитаты из песни *Relax*, исполненной группой *Frankie Goes To Hollywood*, не случайно. Данный хит широко известен, он вызвал оживленную полемику, так как описывал нетрадиционные сексуальные отношения. С помощью цитаты *Don't do it* (Не делайте этого) автор стремится убедить читателей не применять все существующие в моде тенденции в своей жизни. В данном примере сфера-источник «музыка» используется для описания реалий сферы-цели «мода».

Поскольку музыка является «естественным фоном жизни современного человека», адресат легко выделяет цитаты в тексте статьи и включается в «игру» – «насколько содержание материала соответствует смыслу, заложенному в цитируемом тексте» (Шабалина, 2008: 114). При таком подходе происходит лучшее восприятие и усвоение материала.

*The Beatles: Time to let it be? **Imagine there's no Beatles. It's easy if you try*** (The Independent. 19.08.2012) / *Битлз: **Время оставить все, как есть? Представьте, что нет никаких Битлз. Попробуйте, это легко.***

В данной статье речь идет о том, стоит ли отмечать 50-летие группы *The Beatles* или же лучше забыть о ней и двигаться дальше. Как известно, в песне *Imagine* излагаются взгляды певца на то, каким должен быть мир, а песня *Let it be* призывает оставить все, как есть. Автор задает читателям вопрос о том, какой бы был мир, если бы группы *The Beatles* не существовало. Дословное

воспроизведение слов песен используется как средство экспрессии: журналист говорит о том, что рассматриваемая группа является частью нашего культурного наследия, и вообразить мир без нее невозможно. Сфера-цель «развлечения» структурирует по образцу сферы-источника «музыка».

В следующем отрывке прецедентный текст представлен одной из самых известных рождественских песен:

Let it snow: Skiers left snowless by California drought (The Telegraph. 29.11.2014) / *Пусть идет снег: Лыжники остались без снега во время засухи в Калифорнии.*

Автор статьи говорит о том, что вследствие засухи в Калифорнии лыжники не могут расслабиться и насладиться отдыхом. Примечателен тот факт, что песня *Let it snow* была написана в знойный летний день. Певец настойчиво просит силы природы «Пусть пойдет снег!». С помощью данного прецедентного текста автор привлекает внимание читателей, создает некий образ, вызывающий эмоциональный отклик аудитории и побуждающий продолжать чтение статьи. Семантическая сфера «погода» описывается в терминах сферы «музыка».

Музыканты, получившие мировое признание, воплощают собой знаковые понятия эпохи: престиж, определенный стиль жизни, имидж. В текстах современных газет и журналов нередко используются их имена с целью рассказать читателям о том или ином факте действительности в знакомых им категориях и вызвать у них эмоциональный отклик. При употреблении прецедентного имени в речи происходит перенос признака с одного человека на другого. Обратимся к примерам:

Pete Wells, the restaurant critic at the New York Times, tweeted: "So disillusioning. This is like seeing Jascha Heifetz play Tchaikovsky's violin concerto on his armpits" (The Independent. 21.11.2013) / *Пит Уэллс, ресторанный критик Нью-Йорк Таймс, написал: «Такое разочарование. Это все равно, что видеть Яшу Хейфеца, играющим скрипичный концерт Чайковского с помощью подмышек».*

В данном примере показана реакция критиков на фотографию кулинарного шедевра, размещенную в Интернете Мартой Стюарт, телеведущей, получившей известность благодаря советам по домоводству. Автор статьи описывает ее действия с отрицательной коннотацией. С целью создать отталкивающий образ Марты Стюарт в сознании читателей в отрывке используются прецедентные имена *Jascha Heifetz* и *Tchaikovsky*. Согласно энциклопедии *Britannica*, имя «Яша Хейфец» ассоциируется носителями языка с музыкальным совершенством, безупречностью (*music perfection*), добросовестностью (*conscientious*) и мастерством техники (*technical proficiency*)

(URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/259577/Jascha-Heifetz>).

Образ П.И. Чайковского также вызывает уважение людей и связан с гармонией (*impressive harmonies*), искренними мелодиями (*open-hearted melodies*) и глубоким эмоциональным откликом (*profound emotional response*)

(URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/585008/Pyotr-Ilyich-Tchaikovsky>).

Автор рассматриваемой статьи лишает Марту Стюарт всех вышеперечисленных качеств, сравнивая ее действия с Яшей Хейфецом, играющим концерт для скрипки Чайковского с помощью своих подмышек (*like seeing Jascha Heifetz play Tchaikovsky's violin concerto on his armpits*).

Данному примеру свойственно своеобразное «интеллектуальное ерничество»: автор, опираясь на авторитет известных музыкантов, высмеивает поступки Марты Стюарт и лаконично показывает читателям, каких качеств, по его мнению, она лишена. Понятия сферы-источника «музыка» используются для описания сферы-цели «кулинария».

В следующем примере представлен отрывок из статьи, посвященной спорту:

Naturally, Tiger Woods is at the epicentre of the hype... "How can you be the greatest player in the world for 12 years and then have lessons how to swing again?" he said. "I just don't understand. It's like Pavarotti deciding he is going to sing baritone. It is bloody ridiculous" (The Independent. 5.04.2012) /

Естественно Тайгер Вудс – в эпицентре ажиотажа ... «Как можно быть величайшим игроком в мире в течение 12 лет, а затем брать уроки подачи?» – сказал он. «Я просто не понимаю. Это все равно, что Паваротти, решивший петь баритоном. Это просто смешно».

Рассматриваемая статья повествует о ситуации, произошедшей в области гольфа: Тайгер Вудс, будучи чемпионом 12 лет, неожиданно нанял другого тренера и полностью изменил свою стратегию игры. В данном отрывке используется прецедентное имя *Luciano Pavarotti*. Итальянский тенор является одним из лучших оперных певцов 20-го века, получивших широкую известность (*considered one of the finest bel canto opera singers of the 20th century... gained a wide popular following*) (URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/447272/Luciano-Pavarotti>). Автор статьи приглашает читателей представить следующую гипотетическую ситуацию: Лучано Паваротти, знаменитый тенор, решил стать баритоном. Данная картина видится абсолютно нелогичной, поскольку в сознании носителей языка имя итальянского певца прочно связано с голосом тенора. Таким образом, в примере подчеркивается, что действия Тайгера Вудса непоследовательны, смехотворны. Также автор задействует соответствующую лексику: *I just don't understand* (Я просто не понимаю); *It is bloody ridiculous* (Это просто смешно).

Итак, анализ примеров употребления прецедентных феноменов из сферы музыки в статьях английских газет и журналов, в том числе прецедентных имен (70%), прецедентных текстов (30%), позволил сделать вывод, что прецедентные феномены такого рода используются для структурирования следующих сфер: стиль жизни (50%), спорт (30%), культура и развлечения (20%). Было установлено, что употребление прецедентных имен и прецедентных текстов в масс-медийном дискурсе мотивировано следующими целями: экспрессивно выразить определенное мнение, охарактеризовать действия известных личностей, показать смехотворность ситуации, создать запоминающийся образ, вызвать

эмоциональный отклик, побудить к чтению статьи, убедить в правильности определенной точки зрения.

Выводы к Главе 3

1. Как было установлено в процессе исследования, семантическая сфера «музыка» представляет собой большую совокупность лексики, в основном хорошо известной любому члену общества в силу специфики данной понятийной области. В ходе работы были проанализированы различные классификации музыкальных терминов и выделены следующие лексические группы, единицы которых подвержены процессу метафоризации:

- наименования музыкальных инструментов;
- наименования музыкальных произведений;
- наименования музыкальных жанров;
- наименования музыкальных ладов;
- наименования приемов игры на музыкальных инструментах и музыкальных штрихов;
- наименования музыкальных темпов и динамических оттенков.

2. В ходе исследования были проанализированы 292 музыкальных метафоры. Установлено, что самыми частотными являются метафоры семантической группы «наименования музыкальных произведений», составившие 29% от общего числа рассмотренных примеров. Музыкальные термины группы «наименования музыкальных инструментов» активно подвергаются процессам метафоризации и составляют 19,5% проанализированных примеров. Кроме этого, единицы данной группы наиболее активны в процессе развития фразеологически связанного значения и способны входить в состав идиом.

Метафоры групп «наименования музыкальных жанров» и «наименования музыкальных темпов и динамических оттенков» насчитывают 20% и 15% соответственно. Наименее подвержены

метафоризации термины, принадлежащие группам «наименования музыкальных ладов» (6%) и «наименования приемов игры на музыкальных инструментах и музыкальных штрихов» (10,5%), что, на наш взгляд, может быть объяснено принадлежностью единиц данных групп к сфере профессионального общения музыкантов и музыковедов и, следовательно, редкостью их употребления в обыденной речи. Примеры использования прецедентных феноменов из сферы музыки, которые обладают метафорическим значением, насчитывают 3,5% от общего числа рассмотренных примеров.

3. Выявлены следующие сферы-цели метафоризации: политика (63), спорт (46), культура и развлечения (44), стиль жизни (39), экономика (24), путешествия (16), окружающая среда (15), гастрономия (15), наука и технологии (11), бизнес и финансы (10), реклама (4), недвижимость (3), образование (2), технологии (2) (Схема №2).

4. В результате анализа процессов метафоризации выявлены следующие модели метафорических переносов:

физический мир → предмет (40)

предмет → действие (37)

физический мир → действие (34)

психический мир → предмет (27)

физический мир → физический мир (26)

психический мир → психический мир (19)

психический мир → человек (19)

физический мир → животное (16)

физический мир → психический мир (15)

психический мир → физический мир (15)

предмет → психический мир (9)

физический мир → человек (7)

предмет → человек (6)

физический мир → абстракция (5)

психический мир → абстракция (5)

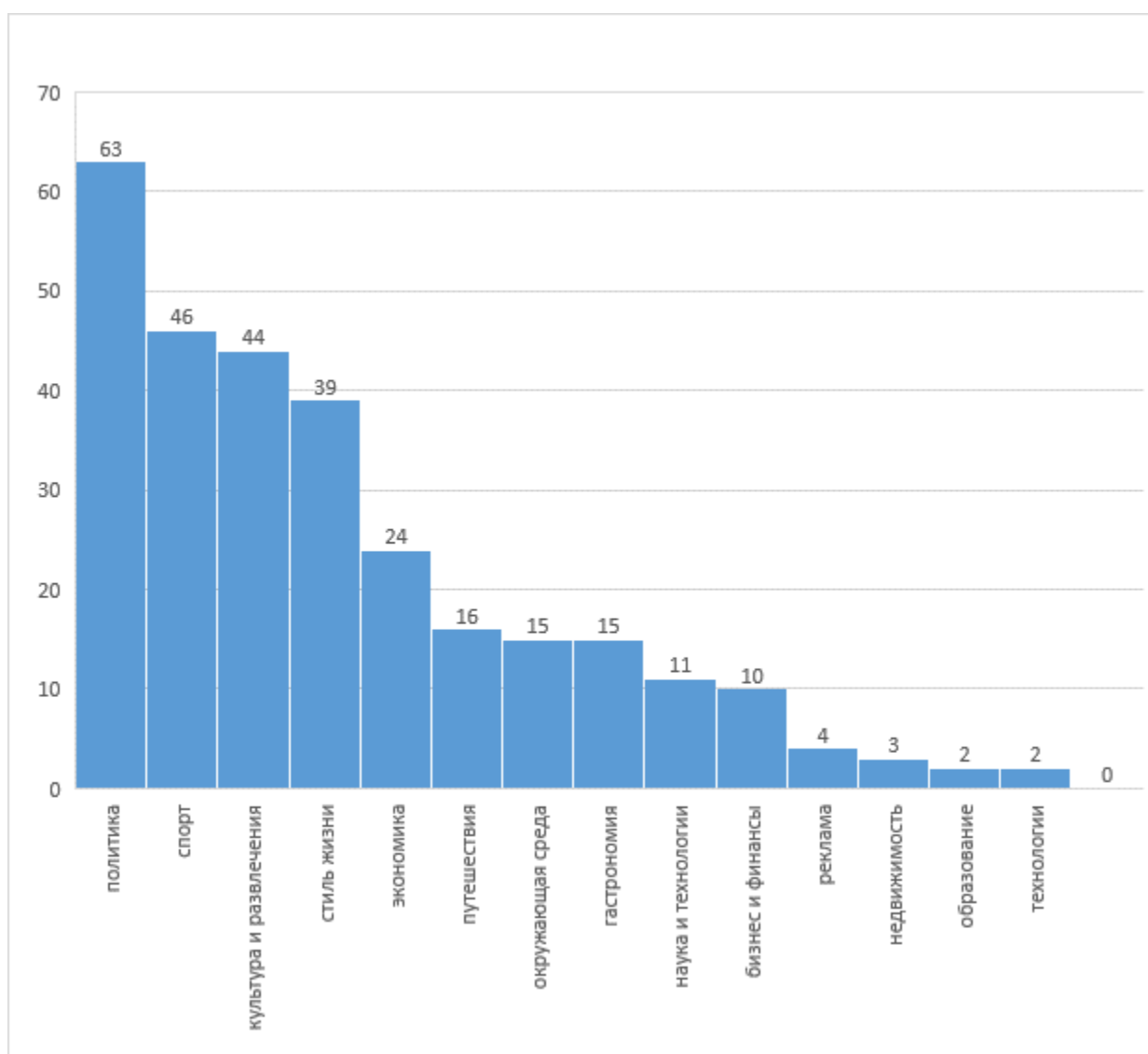
психический мир → действие (4)

предмет → предмет (4)

психический мир → животное (3)

предмет → абстракция (1)

Схема №2 «Сферы-цели метафоризации музыкальной лексики»



Заключение

Метафора, будучи интегрированной в языке, мышлении и культуре, и, следовательно, являясь инструментом познания, несомненно, представляет интерес для лингвистического исследования. Анализ теоретической научной литературы по метафорологии и обобщение опыта отечественных и зарубежных ученых по данному вопросу, проведенные в рамках нашей диссертационной работы, показали, что метафора как явление языка и речи характеризуется рядом особенностей:

1. Культурные и религиозные взгляды, господствовавшие в разные исторические периоды, обусловили кардинальные изменения положения теории метафоры на протяжении веков. Диахронический подход к изучению метафорических моделей дает возможность выявить взаимосвязь между метафорической картиной мира и историко-культурным этапом развития общества.

2. Превалирующий взгляд на метафору в настоящее время заключается в корреляции лингвистического и когнитивного аспектов изучения данного явления, иными словами, имеет место расширение исследовательской парадигмы в метафорологии, которое предполагает переход от слов к концептам. Знания человека метафоричны, таким образом, можно структурировать менее изученную область цели по образцу источника с помощью существующих в сознании фреймов и сценариев.

3. Особенности планов выражения и содержания и цель использования в речи являются основными параметрами для классификации метафор.

4. Среди наиболее существенных признаков метафор следует отметить семантическую двуплановость, отвлеченность и экспрессивность. Функциональная нагрузка рассматриваемого феномена в масс-медийном дискурсе включает информативную, суггестивную, объяснительную, контролирующую и эмотивную составляющие.

5. Метафора и смежные тропы (сравнение, метонимия, идиома) демонстрируют ряд общих черт. В частности, они представляют собой

ментальные механизмы, которые формируются при взаимодействии двух понятийных сфер. Тем не менее, объектом исследования данной диссертационной работы является музыкальная метафора, и поэтому мы исключили примеры смежных изобразительных средств. Таким образом, отобранные в процессе анализа факты о когнитивно-прагматических особенностях функционирования тропов в масс-медийном дискурсе представлены значениями именно метафорического типа.

При решении поставленных в диссертации задач были определены основные параметры масс-медийного дискурса, среди которых выделены агональность, диалогичность, оценочность, театральность, открытость и сфокусированность на социально резонансных фактах. В работе приведено описание и представлена схема коммуникативно-когнитивного процесса смыслопорождения в дискурсе СМИ, основными компонентами которого являются индивидуально-коллективный субъект, массовый адресат и медиатекст. Примечательно, что последний компонент имеет сложную структуру и помимо информации об освещаемом событии содержит интенции адресанта, интерпретации адресата, канал коммуникации и языковые средства, обусловленные им. Таким образом, в результате взаимодействия субъектов в сфере масс-медиа формируется новое знание об окружающей нас действительности.

В ходе исследования была отмечена тенденция к использованию креативных механизмов в масс-медийном дискурсе (например, прецедентный феномен, коллаж, видеома, инфотейнмент). При реализации прецедентного феномена в языке прессы имеет место проекция знаний из одной семантической сферы в другую. Установлено, что данное явление демонстрирует способность к концептуализации и категоризации мира. Кроме этого, проанализированные примеры доказывают, что прецедентные феномены используются в масс-медийном дискурсе в качестве средства, усиливающего прагматическое воздействие на аудиторию. Подобно метафорам, они привлекают внимание читателей к медиатексту, удерживают

его и могут управлять этим вниманием благодаря свойственной им образности и эффекту экспрессивности.

В результате исследования образного использования лексических единиц денотативной сферы «музыка» в масс-медийном дискурсе обнаружено следующее:

– состав лексики семантического поля «музыка», способной развивать метафорическое значение, насчитывает 34 лексемы, что составляет 30% от общего числа исследуемых единиц;

– мотивационные семы, лежащие в основе метафорического переосмысления, отражают такие аспекты, как «качество звука», «форма инструмента», «состояние инструмента», «характеристика звучания», «повторяемость», «привлечение внимания», «торжественность». Выделение мотивирующих признаков представляется неотъемлемым условием процесса исследования метафор, поскольку авторские метафоры неординарны, и для их понимания в дискурсе СМИ необходимо установить основания для переноса значения;

– наиболее сильно выражена метафоризация музыкальных терминов, принадлежащих группам «наименования музыкальных произведений», «наименования музыкальных жанров» и «наименования музыкальных инструментов». Способность рассматриваемых единиц активно создавать ассоциативные связи объясняется их принадлежностью к классу общеупотребительной лексики;

– доминирующими метафорическими моделями английской музыкальной лексики являются «физический мир → предмет», «предмет → действие». Можно заключить, что наиболее активно музыкальные лексические единицы реализуют метафорическую номинацию характеристик объектов окружающего мира и поступков людей;

– наиболее часто музыкальные термины используются в переносном значении для структурирования сферы «политика». Статьи на темы «спорт», «стиль жизни», «культура и развлечения», «экономика» также нередко

содержат музыкальные метафоры. Использование терминов музыки для описания реалий столь далеких семантических сфер доказывает метафоричность мышления человека и подтверждает роль метафоры в постижении действительности.

Завершение данного исследования не закрывает рассматриваемую тему. Представленное последовательное описание метафорических моделей на материале английской лексики денотативной сферы «музыка» является важным этапом в установлении закономерностей образного мышления. Проведенное исследование проложило основу для дальнейшего раскрытия неординарных метафорических переносов в языке масс-медиа. Работа в этом направлении позволит выделить регулярные и продуктивные модели, а также предоставит богатый материал для постижения общих закономерностей метафорического моделирования действительности. В ходе работы наметились новые задачи, которые могут рассматриваться как предмет последующих исследований. В плане развития настоящей работы, на наш взгляд, большой научный интерес представляет изучение моделей музыкальной метафоры, функционирующей в русском масс-медийном дискурсе. Сопоставление специфики использования музыкальных терминов в образном значении в отечественной и зарубежной коммуникации позволит отчетливее разграничить общие и национально специфические черты метафоричности и увидеть различия в картинах мира, существующих в сознании носителей языка в рассматриваемых лингвокультурах. Кроме этого, целесообразным видится дальнейшее изучение прецедентных имен из сферы музыки с учетом сфер-мишеней, формируемых актуальных смыслов и других факторов, определяющих специфику национальной картины мира.

Список использованной литературы

1. Азаренко, Н.А. Роман Ф.М. Достоевского «Бесы» как метафора преисподней [Текст] / Н.А. Азаренко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 6 (36). – С. 16-18.
2. Алексеева, Т.С. PR- и медиатексты в дискурсивной парадигме [Текст] / Т.С. Алексеева // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2013. – №2. – С.104-113.
3. Антонова, Л.Г. Медиатекст: подходы к анализу медиапродуктов [Текст] / Л.Г. Антонова // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сборник статей / под ред. Л.Р. Дускаевой. Отв. ред. Н.С. Цветова. – СПб.: С-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. – С. 148-151.
4. Аракчеева, Э.А., Лучинская, Е.Н. Функциональный аспект музыкальных терминов в художественном тексте [Текст] / Э.А. Аракчеева, Е.Н. Лучинская // Актуальные проблемы современного языкознания и литературоведения. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. – С. 10-14.
5. Арутюнова, Н.Д. Метафора [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. Языкознание / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Научное изд-во «Большая Российская энциклопедия», 1998. – С. 296-297.
6. Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-33.
7. Арутюнова, Н.Д. Метонимия [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. Языкознание / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Научное изд-во «Большая Российская энциклопедия», 1998. – С. 300-301.
8. Арутюнова, Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Известия АН СССР, Сер. лит. и языка. – 1978. – №4. – Том 37. – С. 333-343.

9. Асташина, Е.И. О некоторых особенностях метафоры в прозе Е.И. Замятина 20-х гг. [Текст] / Е.И. Асташина // Самарский научный вестник. – 2015. – № 1 (10). – С. 26-29.
10. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка [Текст] / Ш. Балли. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1955. – 146с.
11. Балли, Ш. Французская стилистика [Текст] / Ш. Балли. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 392с.
12. Баранов, А.Н. О типах сочетаемости метафорических моделей [Текст] / А.Н. Баранов // Вопросы языкознания. – 2003. – № 2. – С. 73-94.
13. Беглова, Е.И. Особенности креолизованного текста как жанра в современной газете [Текст] / Е.И. Беглова // Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа: сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой. Отв. ред. Н.С. Цветова. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. – С. 71-73.
14. Беглова, Е.И., Наумова, Г.Б. Лингвистический анализ жанра видеомы в творчестве В.П. Вишневого [Текст] / Е.И. Беглова, Г.Б. Наумова // Ярославский педагогический вестник. – 2010. – № 4. – Том I (Гуманитарные науки). – С. 188-190.
15. Белт, Т. Газетные метафоры и политическое убеждение: экспериментальное исследование [Текст] / Т. Белт // Политическая лингвистика. – 2007. – Выпуск 3 (23). – С. 10-19.
16. Бессарабова, Н.Д. Изобразительные и выразительные возможности метафор в газетно-публицистической речи [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Бессарабова Нина Дмитриевна. – М.: РГБ, 1985. – 225с.
17. Болотнова, Н.С. Коммуникативная стилистика текста: способы регулятивности в медиадискурсе публичной языковой личности [Текст] / Н.С. Болотнова // Вестник ТГПУ. – 2013. – №3 (131). – С.167-171.
18. Бородина, С.Н. Прагматический механизм реализации слухов в современном английском, французском и русском медиадискурсе [Текст]:

дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Бородина Софья Николаевна. – Волгоград, 2016. – 173с.

19. Бородулина, Н.Ю., Макеева, М.Н. Метафорический взрыв в репрезентации греческого кризиса (по материалам современных публикаций в СМИ) [Текст] / Н.Ю. Бородулина, М.Н. Макеева // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2016. – № 2 (47). – С. 49-56.

20. Бородулина, Н.Ю., Макеева, М.Н. Метафоры в языке экономики [Текст] / Н.Ю. Бородулина, М.Н. Макеева // Вестник Тамбовского государственного технического университета. – 2014. – Т. 20. – № 2. – С. 372-380.

21. Боярских, О.С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004 – 2007 гг.) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Боярских Оксана Сергеевна. – Нижний Тагил, 2008. – 230с.

22. Буглак, С.И. Соотношение сравнения и метафоры в английском языке [Текст] / С.И. Буглак // Вестник Адыгейского государственного ун-та. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2011. – №4. – С.90-94.

23. Будаев, Э.В., Чудинов, А.П. Метафора в политической коммуникации [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, 2008. – 248с.

24. Буряковская, В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Буряковская Валерия Анатольевна. – Волгоград, 2014. – 326с.

25. Вежбицкая, А. Сравнение – градация – метафора [Текст] / А. Вежбицкая // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 133-153.

26. Верзун, А.Б. Гендерная агональность политического дискурса: [Текст] автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Верзун Алексей Борисович. – Волгоград, 2005. – 24с.

27. Виноградов, В.В. Основные типы лексических значений слова [Текст] / В.В. Виноградов // Вопросы языкознания. – 1953. – №5. – С. 3-29.

28. Воробьева, Е.В. Вербальные и визуальные средства реализации эстетического мотива в рекламном тексте [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Воробьева Елена Владимировна. – Майкоп, 2010. – 24с.
29. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения [Текст] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – 2007. – №21. – С.75-80.
30. Гак, В.Г. Опыт применения сопоставительного анализа к изучению структуры значения слова [Текст] / В.Г. Гак // Вопросы языкознания. – 1966. – №2. – С. 97-105.
31. Гоббс, Т. Левиафан [Текст] / Т. Гоббс. – М.: Мысль, 2001. – 478с.
32. Гридина, Т.А., Коновалова, Н.И. «Куда идем? Большой вопрос...»: прагматика креатива в современном медийном дискурсе [Текст] / Т.А. Гридина, Н.И. Коновалова // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2013. – №3 (22). – С.13-20.
33. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации [Текст] / Д.Б. Гудков. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288с.
34. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т.А. ван Дейк. – Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308с.
35. Дешевова, В.В. Агональность в телевизионном дискурсе (на материале современных российских телешоу) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Дешевова Вера Викторовна. – Волгоград, 2010. – 17с.
36. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 263с.
37. Дубских, А.И. Масс-медиаальный дискурс: определение, характеристики, признаки [Текст] / А.И. Дубских // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2014. – №1. – С.131-136.
38. Дускаева, Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров [Текст] / Л.Р. Дускаева. – СПб.: СПбГУ: Филол. факультет, 2012. – 274с.

39. Дэвидсон, Д. Что означают метафоры [Текст] / Д. Дэвидсон // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 173-194.
40. Желтухина, М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация [Текст] / М.Р. Желтухина // Язык, сознание, коммуникация. – 2003. – Вып. 23. – С. 38-51.
41. Желтухина, М.Р. Роль информации в медиадискурсе [Текст] / М.Р. Желтухина // Вестник ЦМО МГУ. – 2010. – №3. – С. 12-18.
42. Желтухина, М.Р., Омельченко, А.В. Функции слухов в современном медиа-дискурсе [Текст] / М.Р. Желтухина, А.В. Омельченко // Обрії сучасної лінгвістики. – 2013. – Вип. 3. – С. 25-30.
43. Жилетежева, М.А. Прецедентные феномены в средствах массовой информации [Текст] / М.А. Жилетежева // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2009. – №4. – С.131-133.
44. Ильинова, Е.Ю. Эколингвистический модус событийности в пространстве массмедийного дискурса [Текст] / Е.Ю. Ильинова // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2010. – №2. – С.168-176.
45. Илюшкина, М.Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Илюшкина Мария Юрьевна. – Екатеринбург, 2008. – 273с.
46. Йоргенсен, М.В., Филлипс, Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод [Текст] / М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. – 352с.
47. Казак, М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии [Текст] / М.Ю. Казак // Медиалингвистика. – Вып. 1. Сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой. Отв. ред. А.А. Горячев. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. – С. 65-74.

48. Камышева, О.С. Метафорическое обозначение музыки и музыкантов в художественной речи [Текст] / О.С. Камышева // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2008. – №16 (116). – С. 78-82.
49. Карасик, В.И. Языковое проявление личности [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2014. – 450с.
50. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477с.
51. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю.Н. Караулов. – М: Изд-во ЛКИ, 2010. – 264с.
52. Кассирер, Э. Сила метафоры [Текст] / Э. Кассирер // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 33-43.
53. Клименова, Ю.И. Интегрированный подход к исследованию метафоры [Текст] / Ю.И. Клименова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2009. – №96. – С. 201-205.
54. Клушина, Н.И. Эмоциогенность как критерий дифференциации современного медийного пространства [Текст] / Н.И. Клушина // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: кол. моногр./ науч. ред. проф. В.И. Шаховский. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ Перемена, 2013. – С. 209-217.
55. Кожемякин, Е.А. Дискурс в современной массовой коммуникации: статус и функции [Текст] / Е.А. Кожемякин // Журналистика и медиаобразование – 2007: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 1 – 3 октября 2007г.): в 2 т. Т. II под ред. проф. М.Ю. Казак. – Белгород: БелГУ, 2007. – С. 44-48.
56. Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №12. – С. 13-21.
57. Корда, О.А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики [Текст]: автореф. дис. ... канд.

филол. наук: 10.01.10 / Корда Ольга Анатольевна. – Екатеринбург, 2013. – 20с.

58. Корнилова, Н.А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Корнилова Наталья Анатольевна. – СПб., 2013. – 28с.

59. Кудрявцева, А.А. Переход имен собственных в отвлеченные нарицательные существительные [Текст] / А.А. Кудрявцева // Известия Южного федерального ун-та. Филологические науки. – 2013. – № 1. – С. 144-150.

60. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256с.

61. Ле Гофф, Ж. Средневековый мир воображаемого: пер. с фр. / общ. ред. С.К. Цатуровой [Текст] / Ж. ле Гофф. – М.: Изд. группа «Прогресс», 2001. – 440с.

62. Ле Гофф, Ж., Трюон, Н. История тела в средние века (пер. Е. Лебедевой) [Текст] / Ж. ле Гофф, Н. Трюон. – М.: Текст, 2008. – 192с.

63. Лихачев, Д.С. Поэтика древнерусской литературы [Текст] / Д.С. Лихачев. – М.: «Наука», 1979. – 352с.

64. Локк, Дж. Опыт о человеческом разумении [Текст] / Дж. Локк. В кн: Локк Дж. Собр. соч. в 3 томах. Т. 1. – М., Мысль, 1985. – 622с.

65. Лучинская, Е.Н., Оломская, Н.Н. Современные направления исследования дискурса PR [Текст] / Е.Н. Лучинская, Н.Н. Оломская // Медийные стратегии современного мира. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2010. – С. 336-339.

66. Лучицкая, С. Метафоры средневекового общества: тело, здание, шахматы [Текст] / С. Лучицкая // «На меже меж Голосом и Эхом». Сб. статей в честь Т.В. Цивьян. – М.: Новое издательство, 2007. – С. 269-275.

67. Магомадова, Т.Д. Военная метафора в современном английском, немецком и русском медиадискурсе [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Магомадова Таисия Дзаиндыевна. – Волгоград, 2015. – 229с.

68. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280с.
69. Малецкая, М.С., Толкачева, Ю.Г. Особенности прецедентных заголовков современных печатных СМИ [Текст] / М.С. Малецкая, Ю.Г. Толкачева // Журналистский ежегодник. – 2013. – №2-2. – С. 59-61.
70. Мельник, Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований [Текст] / Г.С. Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 27-29.
71. Миллер, Дж. Образы и модели, уподобления и метафоры [Текст] / Дж. Миллер // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 236-284.
72. Миронова, Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики [Текст] / Н.Н. Миронова. – М.: НВИ-Тезаурус, 1997. – 158с.
73. Михалёва, О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности [Текст] / О.Л. Михалёва // Построение гражданского общества. Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания: материалы Междунар. гуманит. конгр., 16-19 сент. 2002 г. – Иркутск: Изд-во Ирк.гос.пед.ун-та, 2002. – С. 96-105.
74. Мишенева, В.А. Прагматика прецедентных феноменов в масс-медийной коммуникации [Текст] / В.А. Мишенева // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №16 (307). – С.69-72.
75. Москвин, В.П. Русская метафора: очерк семиотической теории [Текст] / В.П. Москвин. – М.: Ленанд, 2006. – 184с.
76. Нагорная, Е.Н. Зоометафора в системе языка и в дискурсе чеховской прозы [Текст]: дис... канд. филол. наук: 10.02.01 / Нагорная Елена Николаевна. – Таганрог, 2014. – 313с.
77. Надольская, О.Н. Лексикология музыкального исполнительства. Теоретические основания и системный анализ [Текст]: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Надольская Ольга Николаевна. – Саратов, 2006. – 21с.

78. Нахимова, Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации [Текст] / Е.А. Нахимова. – Екатеринбург: УрГПУ, 2007. – 207с.

79. Негрышев, А.А. К вопросу о жанровом статусе новостей [Текст] / А.А. Негрышев // Медиалингвистика. – Вып. 3. Речевые жанры в масс-медиа: сб. статей / под. ред. Л.Р. Дускаевой. – СПб.: СПбГУ, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. – С. 89-92.

80. Негрышев, А.А. Оценочность в текстах новостей: композиционно-логические импликации [Текст] / А.А. Негрышев // Меди@льманах. – 2013. – №3 (56). – С. 49-55.

81. Оломская, Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса [Текст] / Н.Н. Оломская // Научный диалог. – 2013. – №5 (17). – С. 250-259.

82. Оломская, Н.Н. Прагматические и функциональные аспекты формирования дискурса PR (на материале исследований теледискурса, радиодискурса, компьютерного дискурса и рекламного дискурса) [Текст] / Н.Н. Оломская. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. – 329с.

83. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса [Текст] / А.В. Олянич. – Волгоград: Парадигма, 2004. – 507с.

84. Орехова, Е.Н. Прецедентность и приращение смысла в общественно-политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Орехова Екатерина Николаевна. – Майкоп, 2013. – 23с.

85. Орлова, О.В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал [Текст] / О.В. Орлова. – Томск: Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2012. – 354 с.

86. Ортони, Э. Роль сходства в уподоблении и метафоре [Текст] / Э. Ортони // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 219-236.

87. Петровская, О.С. Формирования и развитие музыкальной терминологии исполнительского искусства (на материале русского, итальянского, английского, французского языков) [Текст]: автореф. дис. ...

канд. филол. наук: 10.02.19 / Петровская Ольга Сергеевна. – Майкоп, 2009. – 21с.

88. Петросова, Е.Г. Метафора в художественном тексте как способ познания национального образа [Текст] / Е.Г. Петросова // Теория и практика общественного развития: Издательский дом "ХОРС" (Краснодар). – №3. – 2010. – С. 262-264.

89. Потехня, А.А. Полное собрание трудов: Мысль и язык [Текст] / А.А. Потехня. – М.: «Лабиринт», 1999. – 300с.

90. Пучнина, А.С. Лингво-экспрессивные модификации речевых единиц в текстах рекламы и СМИ [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Пучнина Александра Станиславовна. – Волгоград, 2015. – 232с.

91. Распаев, А.А. Лингвосомиотическая категория театральности в англоязычном политическом нарративе [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Распаев Антон Александрович. – Волгоград, 2007. – 24с.

92. Ричардс, А. Философия риторики [Текст] / А. Ричардс // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44-67.

93. Садовников, С.А. Сравнение и метафора как приемы реализации алогизма (на материале творчества А. Платонова) [Текст] / С.А. Садовников // МИРС. – 2013. – №3. – С.75-78.

94. Санжарова, О.Н. Лингво-когнитивные основания разграничения концептуальных метафоры и метонимии (на материале англоязычной и русскоязычной прессы) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Санжарова Ольга Николаевна. – СПб, 2015. – 171с.

95. Саркисян, О.Н. Некоторые особенности массмедийного дискурса [Текст] / О.Н. Саркисян // Университетские чтения – 2011. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Часть II. – Пятигорск: ПГЛУ, 2011. – С. 118-124.

96. Серебряков, А.А. Англоязычные лексические заимствования в современном медиатексте [Текст] / А.А. Серебряков // Медиа- и

межкультурная коммуникация в европейском контексте. – Изд-во СКФУ, 2014. – С. 251-254.

97. Серебрякова, С.В., Панкова, И.М. Коммуникативно-прагматическая направленность рекламного дискурса [Текст] / С.В. Серебрякова, И.М. Панкова // Актуальные проблемы социогуманитарного знания. – М.: Век книги-3, 2004. – С. 303-305.

98. Серегина, И.А., Чудинов, А.П. Метафорические слоганы в дискурсе референдума о статусе Крыма [Текст] / И.А. Серегина, А.П. Чудинов // Политическая лингвистика. – 2014. – №2. – С.89-94.

99. Серль, Дж. Метафора [Текст] / Дж. Серль // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 307-341.

100. Синельников, Ю.Г. Метафоризация терминологической лексики в языке современных французских письменных СМИ [Текст] / Ю.Г. Синельников // Французский язык и культура Франции в России XXI века: материалы II междунар. науч.-практ. конф., Нижний Новгород, 2-3 нояб. 2009 г. – Нижний Новгород: НГЛУ имени Н.А. Добролюбова, 2009. – С. 99-101.

101. Складаревская, Г.Н. Еще раз о проблемах лексикографической стилистики [Текст] / Г.Н. Складаревская // Вопросы языкознания. – 1988. – №3. – С. 84-99.

102. Складаревская, Г.Н. Метафора в системе языка [Текст] / Г.Н. Складаревская. – СПб: «Наука», 1993. – 152с.

103. Солнцева, Е.С. Журнальный репортаж в современном медиадискурсе (лингвистическое исследование на материале немецкого языка) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Солнцева Елена Сергеевна. – СПб., 2015. – 182с.

104. Соловых, Ю.С. Системное представление метафоры в современной гуманитарной науке [Текст] / Ю.С. Соловых // Вестник ЧелГУ. – 2010. – №13. – С.127-131.

105. Соловьев, Г.М. Закономерности оценочной интерпретации факта в медиатексте [Текст] / Г.М. Соловьев // Медиалингвистика. – Вып. 2. Речевая коммуникация в средствах массовой информации: сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой. Отв. ред. – В.В. Васильева, В.И. Коньков. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2013. – С.183-185.
106. Сомова, Е.Г. Речевой облик масс-медиа в аспекте культурно-исторических изменений [Текст] / Е.Г. Сомова // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук. – Воронеж: ВГУИТ, 2015. – С.130-140.
107. Степанов, В.Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации [Текст] / В.Н. Степанов. – СПб.: Роза мира, 2008. – 268с.
108. Стернин, И.А. Лексическое значение слова в речи [Текст] / И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1985. – 138с.
109. Телия, В.Н. Вторичная номинация и ее виды [Текст] / В.Н. Телия // Языковая номинация. Виды наименований. – М.: «Наука», 1977. – С. 129-221.
110. Телия, В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты [Текст] / В.Н. Телия. – М. «Языки русской культуры», 1996. – 284с.
111. Ткаченко, Н.Г. К истории музыкальной терминологии [Текст] / Н.Г. Ткаченко // Язык, сознание, коммуникация. – 1998. – Вып. 5. – С. 69-80.
112. Тютеебаева, А.М. Моделирование перевода телевизионных информационно-новостных текстов [Текст]: дис. ... д-ра философии: 6D020700 / Тютеебаева Анаргуль Мухамедкалымовна. – Алматы, 2014. – 150с.
113. Факторович, А.Л. Динамика языка масс-медиа и лингвистическая экспертиза спорных текстов [Текст] / А.Л. Факторович // Медиа- и межкультурная коммуникация в европейском контексте. – Изд-во СКФУ, 2014. – С. 256-257.
114. Факторович, А.Л. О концептуализации конкретного медийного дискурса: динамика тождеств-различий [Текст] / А.Л. Факторович // Медийные стратегии современного мира. – Краснодар: КубГАУ, 2012. – С. 265-268.

115. Хайрулина, А.Р. История философской мысли о метафоре [Текст] / А.Р. Хайрулина // Сборник научных трудов SWorld: по мат-ам международной научно-практической конф. «Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2011». – Т. 24. Философия и филология (Одесса, 04 – 15 октября 2011 г.). – Одесса: Черноморье, 2011. – С. 78-80.

116. Харченко, В.К. Функции метафоры [Текст] / В.К. Харченко. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1991. – 88с.

117. Хохонин, Д.Е. Лексика семантической сферы «музыка» в метафорическом использовании [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Хохонин Дмитрий Евгеньевич. – Воронеж, 2015. – 159с.

118. Чащина, С.С. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в рекламе [Текст] / С.С. Чащина // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. Аспирантские тетради. – 2008. – Вып. 27 (61). – С. 292-298.

119. Черноморец, М.В. Коммуникативно-прагматические особенности функционирования концептов прецедентных личностей в масс-медийном дискурсе (на материале современных немецких СМИ) [Текст] / М.В. Черноморец // Известия ВГПУ. – 2008. – №2. – С. 37-41.

120. Черных, А. Мир современных медиа [Текст] / А. Черных. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 312с.

121. Черняк, В.Д. Современная музыка в спектре ассоциаций языковой личности [Текст] / В.Д. Черных // Уральский филологический вестник. Серия: Психолингвистика в образовании. – 2013. – №4. – С.110-115.

122. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивные исследования политической метафоры [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238с.

123. Чурсин, О.В. Функционально-семантическая характеристика современной английской музыкальной лексики: когнитивно-фреймовый подход [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Чурсин Олег Владимирович. – Пятигорск, 2009. – 23с.

124. Шабалина, Н.А. Сфера-источник «Музыка» в гендерно ориентированных журналах [Текст] / Н.А. Шабалина // Русская рок-поэзия: текст и контекст. – 2008. – №10. – С. 114-117.

125. Шейгал, Е.И., Дешевова, В.В. Агональность в коммуникации: структура понятия [Текст] / Е.И. Шейгал, В.В. Дешевова // Вестник Челябинского государственного ун-та. – 2009. – № 34 (172). – Вып. 36. – С. 145-148.

126. Ширяева, О.В. Информационно-аналитический медиадискурс: прагмасемантический, когнитивный и коммуникативный аспекты (на материале российской деловой прессы) [Текст]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Ширяева Оксана Витальевна. – Майкоп, 2015. – 692с.

127. Шмелев, Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики [Текст] / Д.Н. Шмелев. – М.: «Наука», 1973. – 280с.

128. Black, M. Metaphor [Текст] / M. Black // Proceedings of the Aristotelian Society. – Oxford: Oxford University Press, 1955. – PP. 273-294.

129. Faiz, S.A. Mass media discourse: a critical analysis research agenda [Текст] / S.A. Faiz // Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities. – 2014. – Vol. 22. – PP. 1-16.

130. Gibbs, R. Metaphor and thought: the state of the art [Текст] / R. Gibbs // The Cambridge handbook of metaphor and thought. – N.Y.: Cambridge university press, 2008. – PP. 3-17.

131. Kövecses, Z. Metaphor: Practical introduction [Текст] / Z. Kövecses. – N.Y.: Oxford University Press, 2010. – 285p.

132. Kreidler, C. Introducing English semantics [Текст] / C. Kreidler. – N.Y.: Routledge, 2002. – 332p.

133. Lasswell, H.D. The Structure and Function of Communication in Society [Текст] / H.D. Lasswell // The Communication of Ideas / ed. by L. Bryson. – N.Y.: The Institute for Religious and Social Studies, 1948. – PP. 37-51.

134. Littlemore, J. Metonymy: hidden shortcuts in language, thought and communication [Текст] / J. Littlemore. – Cambridge: Cambridge University Press, 2015. – 227p.

135. Prisyazhnyuk, T., Zilova, E. Media discourse in the context of value studies [Текст] / T. Prisyazhnyuk, E. Zilova // CBU International conference on innovation, technology transfer and education. February 3-5, 2014. – Prague: Central Bohemia University, 2014. – PP. 246-250.

136. Punter, D. Metaphor [Текст] / D. Punter. – N.Y.: Routledge, 2007. – 158p.

137. Ricoeur, P. The metaphorical process as cognition, imagination and feeling [Текст] / P. Ricoeur // Critical Inquiry. – 1978. – Vol. 5. – No. 1, Special Issue on Metaphor (Autumn, 1978). – PP. 143-159.

138. Ricoeur, P. The rule of metaphor [Текст] / P. Ricoeur. – N.Y.: Routledge classics, 2004. – 454p.

139. Talbot, M. Media discourse: representation and interaction [Текст] / M. Talbot. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. – 198p.

140. The handbook of discourse analysis [Текст] / ed. by D. Schiffrin, D. Tannen, H. Hamilton. – Oxford: Blackwell Publishing, 2003. – 872p.

141. Tolson, A. Media talk: spoken discourse on TV and radio [Текст] / A. Tolson. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. – 193p.

142. Van Dijk, T.A. Discourse analysis in (mass) communication research [Текст] / T.A. van Dijk // Discourse and Communication. – N.Y.: Walter de Gruyter, 1985. – PP. 69-93.

143. Van Dijk, T.A. The mass media today: discourses of domination or diversity? [Текст] / T.A. van Dijk // Javnost/The Public (Ljubljana). – 1995. – №2(2). – PP. 27-45.

144. Wimmer, R.D., Dominick, J.R. Mass media research: an introduction [Текст] / R.D. Wimmer, J.R. Dominick. – N.Y.: Wadsworth Cengage Learning, 2011. – 480p.

Список использованных лексикографических источников

145. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике [Текст] / под ред. А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского. – М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 2003. – 640с.
146. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / О.С. Ахманова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 576с.
147. Матвеева, Т.В. Полный словарь лингвистических терминов [Текст] / Т.В. Матвеева. – Ростов-на/Д.: Феникс, 2010. – 562с.
148. Музыкальный энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. Г.В. Келдыш. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 672с.
149. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944с.
150. Юцевич, Ю.Е. Словарь музыкальных терминов [Текст] / Ю.Е. Юцевич. – К.: Муз. Україна, 1988. – 263с.
151. Apel, W. Harvard dictionary of music [Текст] / W. Apel. – Cambridge, Massachusetts: The Beiknap Press of Harvard University Press, 1969. – 935p.
152. Baker, Th. A dictionary of musical terms [Текст] / Th. Baker. – N.Y.: G. Schirmer, 1907. – 1304p.
153. Bussman, H. Routledge Dictionary of Language and Linguistics [Текст] / H. Bussman // ed. by G. Trauth and K. Kazzazi. – London: Routledge, 2006. – 560p.
154. Crystal, D. A Dictionary of Linguistics and Phonetics [Текст] / D. Crystal. – Oxford: Blackwell Publishing, 2008. – 560p.
155. Matthews, P.H. The Concise Oxford Dictionary of Linguistics [Текст] / P.H. Matthews. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 443p.

Список электронных источников

156. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания [Электронный ресурс] / под ред. А.А. Стриженко. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/76.htm>

157. Полонский, А.В. Медиа-дискурс-концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс] / А.В. Полонский // Современный дискурс-анализ. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>

158. Прелюдия [Электронный ресурс] // Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор». URL: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/16/us374018.htm?cmd=0>

159. Accelerando [Электронный ресурс] // Merriam-Webster Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/accelerando>

160. Bells and whistles [Электронный ресурс] // Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/bells-and-whistles?q=bells+and+whistles>

161. Fashion Architecture Taste [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fashionarchitecturetaste.com/>

162. Fugue [Электронный ресурс] // Online Etymology Dictionary. URL: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=fugue&searchmode=none

163. Fugue [Электронный ресурс] // Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/fugue?searchDictCode=all>

164. Jascha Heifetz [Электронный ресурс] // Encyclopedia Britannica. URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/259577/Jascha-Heifetz>

165. Luciano Pavarotti [Электронный ресурс] // Encyclopedia Britannica. URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/447272/Luciano-Pavarotti>

166. Overture [Электронный ресурс] // Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/overture>

167. Prelude [Электронный ресурс] // Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/prelude>

168. Pyotr Ilyich Tchaikovsky [Электронный ресурс] // Encyclopedia Britannica. URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/585008/Pyotr-Ilyich-Tchaikovsky>

169. Violin [Электронный ресурс] // Cambridge Advanced Learner's Dictionary and Thesaurus. URL:

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/violin>

170. What Is the Origin of the Saying *To Whistle for It?* [Электронный ресурс]. URL: [http://www.grammar-](http://www.grammar-monster.com/sayings_proverbs/whistle_for_it.htm)

[monster.com/sayings_proverbs/whistle_for_it.htm](http://www.grammar-monster.com/sayings_proverbs/whistle_for_it.htm)

171. Whistle for something [Электронный ресурс] // Oxford Dictionaries. URL:

http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/whistle?q=whistle+for&searchDictCode=all#whistle__20

Список источников практического материала

172. Alien invaders – barrel jellyfish [Электронный источник] // The Telegraph. 16.07.2014. URL:

<http://www.telegraph.co.uk/news/earth/wildlife/10968783/Alien-invaders-barrel-jellyfish.html>

173. Allen, N. Let it snow: Skiers left snowless by California drought [Электронный источник] / N. Allen // The Telegraph. 29.11.2014. URL:

<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/11262679/Let-it-snow-Skiers-left-snowless-by-California-drought.html>

174. Anderson, B. Cameron is at his best when the threat is greatest [Электронный источник] / B. Anderson // The Independent. 1.03.2010. URL:

<http://www.independent.co.uk/voices/commentators/bruce-anderson/bruce-anderson-cameron-is-at-his-best-when-the-threat-is-greatest-1913688.html>

175. Barker, M. The birds and the subsidies: What is the right balance? [Электронный источник] / M. Barker // The Independent. 18.12.2013. URL:

<http://www.independent.co.uk/environment/green-living/the-birds-and-the-subsidies-what-is-the-right-balance-9011453.html>

176. Blazwick, I. Tracey Emin and Damien Hirst share their “shelfies” for London Art Book Fair [Электронный источник] / I. Blazwick // The Independent. 25.09.2014. URL: [197](http://www.independent.co.uk/arts-</p></div><div data-bbox=)

entertainment/books/features/london-art-book-fair-some-of-britains-best-artists-share-their-shelfies-9754099.html

177. Buchanan, R. Boris Johnson reportedly pays “outrageous” capital gains taxes to US authorities [Электронный источник] / R. Buchanan // The Independent. 22.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/boris-johnson-reportedly-pays-outrageous-capital-gains-taxes-to-us-authorities-9994729.html>

178. Buckley, J. 48 Hours In: Chengdu [Электронный источник] / J. Buckley // The Independent. 7.09.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/asia/48-hours-in-chengdu-8801796.html>

179. Calder, S. How to spend your pension on travel [Электронный источник] / S. Calder // The Independent. 29.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/how-to-spend-your-pension-on-travel-10011010.html>

180. Clark, N. Could it all be a fiddle? Folk stars tell the BBC to reveal who judges awards [Электронный источник] / N. Clark // The Independent. 4.02.2012. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/could-it-all-be-a-fiddle-folk-stars-tell-the-bbc-to-reveal-who-judges-awards-6358939.html>

181. Corrigan, J. Alliss saddened as BBC Masters coverage goes down the tube [Электронный источник] / J. Corrigan // The Independent. 5.04.2012. URL: <http://www.independent.co.uk/sport/golf/alliss-saddened-as-bbc-masters-coverage-goes-down-the-tube-7619276.html>

182. Cutler, T. Tour of Britain: Sir Bradley Wiggins’ time-trial victory shows World title can redeem tough year [Электронный источник] / T. Cutler // The Independent. 14.09.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/sport/cycling/tour-of-britain-sir-bradley-wiggins-timetrial-victory-shows-world-title-can-redeem-tough-year-9732424.html>

183. Dean, W., Muston, S. Burns Night 2015: 11 best whiskies [Электронный источник] / W. Dean, S. Muston // The Independent. 22.01.2015.

URL: <http://www.independent.co.uk/extras/indybest/food-drink/best-whiskies-scotch-9995878.html>

184. Dillner, L. Will Mozart make my child smarter? [Электронный источник] / L. Dillner // The Guardian. 12.01.2014. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/jan/12/will-mozart-make-child-smarter-classical-music-iq>

185. Dockter, W. Pigs, poodles, and African lions – meet Churchill the animal-lover [Электронный источник] / W. Dockter // The Telegraph. 27.01.2015. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/winston-churchill/11370727/Pigs-poodles-and-African-lions-meet-Churchill-the-animal-lover.html>

186. Duff, O. Shining the spotlight on charities [Электронный источник] / O. Duff // The Independent. 10.12.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/i-editors-letter-shining-the-spotlight-on-charities-8994164.html>

187. Eden, C. Haiti: Why tourists are returning to this misunderstood country [Электронный источник] / C. Eden // The Independent. 27.02.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/americas/haiti-why-tourists-are-returning-to-this-misunderstood-country-10074626.html>

188. Election “Super Sunday” [Электронный источник] // The Economist. 21.05.2014. URL: <http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2014/05/economist-explains-7>

189. Fiddes, R. 11 best cleansing oils [Электронный источник] / R. Fiddes // The Independent. 20.02.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/extras/indybest/fashion-beauty/best-cleansing-oils-10060226.html>

190. Forshaw, B. Perfidia by James Ellroy, book review: The “Finnegans Wake” of crime novels [Электронный источник] / B. Forshaw // The Independent. 11.09.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/arts->

entertainment/books/reviews/perfidia-by-james-ellroy-book-review-the-finnegans-wake-of-crime-novels-9726442.html

191. Forshaw, B. Thrillers round-up: Child and Ryan are big on tempo, small on Wordsworthian tranquility [Электронный источник] / B. Forshaw // The Independent. 14.08.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/thrillers-roundup-child-and-ryan-are-big-on-tempo-small-on-wordsworthian-tranquillity-9669362.html>

192. Fury, A. As Paris Fashion Week gets into its stride – it's all about the music... [Электронный источник] / A. Fury // The Independent. 26.09.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/as-paris-fashion-week-gets-into-its-stride--itsallabout-the-music-8842447.html>

193. Fury, A. Paris Haute Couture spring/summer shows: Focus is on fantasy for a city on terror alert [Электронный источник] / A. Fury // The Independent. 1.02.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/paris-haute-couture-springsummer-shows-focus-is-on-fantasy-for-a-city-on-terror-alert-10016849.html>

194. Gander, K. Former Marks and Spencer boss Stuart Rose accuses Ed Miliband of returning Labour to the Seventies [Электронный источник] / K. Gander // The Independent. 3.02.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/marks-and-spencer-boss-stuart-rose-accuses-miliband-of-returning-labour-to-the-seventies-10019958.html>

195. Gleeson, M. World Cup 2014: Nigeria face Fifa ban after voting Football Federation executive out of office after World Cup exit [Электронный источник] / M. Gleeson // The Independent. 6.07.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/sport/football/international/world-cup-2014-nigeria-face-fifa-ban-after-voting-football-federation-executive-out-of-office-after-world-cup-exit-9587547.html>

196. Gordon, B. Dr Dukan: The diet deity [Электронный источник] / B. Gordon // The Telegraph. 27.06.2011. URL:

<http://www.telegraph.co.uk/lifestyle/wellbeing/diet/8597152/Dr-Dukan-The-diet-deity.html>

197. Hillier, D. The show must go on: how to recover from an onstage injury [Электронный источник] / D. Hillier // The Guardian. 19.06.2015. URL: <http://www.theguardian.com/music/2015/jun/19/how-to-recover-from-onstage-injury-dave-grohl-foo-fighters-glastonbury>

198. Hiscott, G. British Gas made £1.9bn profit as customers struggle to heat homes [Электронный источник] / G. Hiscott // The Mirror. 13.02.2015. URL: <http://www.mirror.co.uk/money/city-news/british-gas-made-19bn-profit-5160244>

199. Holpuch, A. Meet Michelle Obama's State of the Union guests: who they are and what to look for [Электронный источник] / A. Holpuch // The Guardian. 20.01.2015. URL: <http://www.theguardian.com/us-news/2015/jan/20/obama-state-of-the-union-guests-alan-gross-scott-kelly>

200. Holt, L. Vietnam: Visions of a coast that's changing fast [Электронный источник] / L. Holt // The Independent. 11.05.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/asia/vietnam-visions-of-a-coast-thats-changing-fast-8610866.html>

201. Ironside, V. What I have learnt from 40 years as an agony aunt [Электронный источник] / V. Ironside // The Telegraph. 16.04.2016. URL: <http://www.telegraph.co.uk/wellbeing/mood-and-mind/virginia-ironside-what-i-have-learnt-from-40-years-as-an-agony-a/>

202. Is all lost? [Электронный источник] // The Economist. 9.04.2015. URL: <http://www.economist.com/blogs/prospero/2015/04/ryan-goslings-directorial-debut>

203. Kassam, A. Podemos on the campaign trail: "It's time we gave the system a jolt" [Электронный источник] / A. Kassam // The Guardian. 20.03.2015. URL: <http://www.theguardian.com/world/2015/mar/20/podemos-election-trail-cadiz-andalucia-syriza-teresa-rodriguez>

204. Kinsman, J. Jericho, Somerset: B&B and beyond [Электронный источник] / J. Kinsman // The Independent. 25.11.2014. URL:

<http://www.independent.co.uk/travel/hotels/jericho-somerset-bb-and-beyond-9881732.html>

205. Leadbeater, C. Karnataka, India: The state that's making a name for itself [Электронный источник] / C. Leadbeater // The Independent. 24.11.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/asia/karnataka-india-the-state-thats-making-a-name-for-itself-9879576.html>

206. Letters: Who will grasp the nettle of fairer taxes? [Электронный источник] // The Independent. 12.12.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/letters/letters-who-will-grasp-the-nettle-of-fairer-taxes-9922041.html>

207. Litston, J. Mallorca: Conservation meets tourism [Электронный источник] / J. Litston // The Independent. 1.03.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/europe/mallorca-conservation-meets-tourism-9159639.html>

208. Lynch, R. Scottish independence: The real referendum poser is what to bet? [Электронный источник] / R. Lynch // The Independent. 13.09.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/scottish-independence-the-real-referendum-poser-is-what-to-bet-9730846.html>

209. Macleod, T. Carters of Moseley: Restaurant review [Электронный источник] / T. Macleod // The Independent. 22.11.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/carters-of-moseley-restaurant-review-9868088.html>

210. Macleod, T. Restaurant Review: Upstairs at Baileys, 2 Hungate, Beccles, Suffolk [Электронный источник] / T. Macleod // The Independent. 7.09.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/reviews/restaurant-review-upstairs-at-baileys-2-hungate-beccles-suffolk-8798533.html>

211. McSmith, A. Cuba-US relations: How one Caribbean island stood up to Uncle Sam and became the home of radical chic [Электронный источник] / A. McSmith // The Independent. 17.12.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/cubaus-relations-how-the->

caribbean-island-stood-up-to-uncle-sam-and-became-the-home-of-radical-chic-9931977.html

212. Merrick, J. Lib Dem conference: It is now make-or-break time for Nick Clegg [Электронный источник] / J. Merrick // The Independent. 5.10.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/lib-dem-conference-makeorbreak-time-for-nick-clegg-9774883.html>

213. Merrick, J. Stirring up trouble: The appalling paradox of obesity and hunger [Электронный источник] / J. Merrick // The Independent. 14.12.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/stirring-up-trouble-the-appalling-paradox-of-obesity-and-hunger-9923265.html>

214. Merrick, J., Bignall, P. The Beatles: Time to let it be? [Электронный источник] / J. Merrick, P. Bignall // The Independent. 19.08.2012. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/the-beatles-time-to-let-it-be-8060067.html>

215. Miers, T. The weekend cook: Thomasina Miers' winter soup recipes [Электронный источник] / T. Miers // The Guardian. 5.01.2015. URL: <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/jan/02/parsnip-soup-udon-miso-recipes-thomasina-miers>

216. Mitchell, K. Andy Murray unconcerned despite time violations in French Open win [Электронный источник] / K. Mitchell // The Guardian. 28.05.2015. URL: <http://www.theguardian.com/sport/2015/may/28/andy-murray-time-violations-french-open-win>

217. Moore, J. Sorry Amazon, but job creation doesn't compensate for tax avoidance [Электронный источник] / J. Moore // The Independent. 14.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/business/comment/james-moore-sorry-amazon-but-job-creation-doesn-t-compensate-for-tax-avoidance-9976525.html>

218. Moore, V. Why settle for a flute when you can savour the whole symphony? [Электронный источник] / V. Moore // The Telegraph. 21.10.2014. URL: <http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/wine/11174725/Why-settle-for-a-flute-when-you-can-savour-the-whole-symphony.html>

219. Moore, R. Grayson Perry's A House for Essex: a stonking shrine to a fictional woman [Электронный источник] / R. Moore // The Guardian. 10.05.2015. URL: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2015/may/10/grayson-perry-a-house-for-essex-stonking-shrine>
220. Morrison, R. Schubert's Winter Journey by Ian Bostridge, book review: Kindred spirits on a poetic quest [Электронный источник] / R. Morrison // The Independent. 8.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/reviews/schuberts-winter-journey-by-ian-bostridge-book-review-kindred-spirits-on-a-poetic-quest-9965417.html>
221. Mulheirn, I. The next election's fiscal mood music could be very different [Электронный источник] / I. Mulheirn // The Independent. 19.08.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/news/business/comment/ian-mulheirn-the-next-elections-fiscal-mood-music-could-be-very-different-8773553.html>
222. Muston, S. Gin. Check. Carpaccio. Check. Santa's little helpers. Check [Электронный источник] / S. Muston // The Independent. 12.12.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/samuel-muston-gin-check-carpaccio-check-santas-little-helpers-check-9001427.html>
223. Muston, S. Should I tweet as I eat? Food photography divides opinion among foodies and restaurateurs alike [Электронный источник] / S. Muston // The Independent. 21.11.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/should-i-tweet-as-i-eat-food-photography-divides-opinion-among-foodies-and-restaurateurs-alike-8955281.html>
224. Muston, S. The 10 Best bookends [Электронный источник] / S. Muston // The Independent. 26.06.2012. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/the-10-best-bookends-7881033.html>
225. O'Sullivan, K. Cutting BBC3 is a mercy killing if its moronic salon show Hair is anything to go by [Электронный источник] / K. O'Sullivan // The Mirror. 8.03.2014. URL: <http://www.mirror.co.uk/tv/tv-reviews/sunday-mirror-tv-critic-kevin-3221008>

226. Parkin, S. Doom review – a ludicrous yet compelling return to shooter basics [Электронный источник] / S. Parkin // The Guardian. 18.05.2016. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2016/may/18/doom-review-ludicrous-compelling-shooter-reboot-basics-original>

227. Peck, T. Vanessa-Mae: How the violinist fiddled her way into skiing at the 2014 Winter Olympics [Электронный источник] / T. Peck // The Independent. 11.11.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/sport/olympics/revealed-how-vanessa-mae-fiddled-her-way-into-skiing-at-the-winter-olympics-9854822.html>

228. Quine, O. Ron Jeremy: The world's most prolific porn actor on his friendship with Mo Mowlam, and why he'll always be torn between sex and food [Электронный источник] / O. Quine // The Independent. 3.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/people/profiles/ron-jeremy-the-worlds-most-prolific-porn-actor-on-his-friendship-with-mo-mowlam-and-why-hell-always-be-torn-between-sex-and-food-9952934.html>

229. Quinn, A. Film review: Breathe In [Электронный источник] / A. Quinn // The Independent. 18.07.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/reviews/film-review-breathe-in-15-8717964.html>

230. Reynolds, G. Sorry Nick Clegg, you don't seem so charming on radio, review [Электронный источник] / G. Reynolds // The Telegraph. 20.04.2010. URL: <http://www.telegraph.co.uk/journalists/gillian-reynolds/7608201/Sorry-Nick-Clegg-you-dont-seem-so-charming-on-radio-review.html>

231. Selby, J. Al Murray on the campaign trail: “I heard destiny's call like a trumpet in the far distance and it sounded like Thanet” [Электронный источник] / J. Selby // The Independent. 4.02.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/people/al-murray-hits-the-campaign-trail-i-heard-destinys-call-like-a-trumpet-in-the-far-distance-and-it-sounded-like-thanet-10023281.html>

232. Sengupta, K. Ukraine crisis: EU agrees a crucial Kiev trade delay to aid ceasefire [Электронный источник] / K. Sengupta // The Independent. 14.09.2014.

URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/ukraine-crisis-eu-agrees-a-crucial-kiev-trade-delay-to-aid-ceasefire-9731584.html>

233. Skilbeck, J. Fifa Ballon d'Or: Stephanie Roche denies wonder strike was a fluke [Электронный источник] / J. Skilbeck // The Independent. 11.01.2015. URL: <http://www.independent.co.uk/sport/football/news-and-comment/fifa-ballon-dor-stephanie-roche-denies-wonder-strike-was-a-fluke-9970671.html>

234. Suriname: the mysterious land of seven cultures [Электронный источник] // The Telegraph. 23.01.2015. URL: <http://www.telegraph.co.uk/expat/expatlife/11357602/Suriname-the-mysterious-land-of-seven-cultures.html>

235. Thompson, B. Micachu and the Shapes review – renaissance woman goes back to basics [Электронный источник] / B. Thompson // The Guardian. 2.08.2015. URL: <https://www.theguardian.com/music/2015/aug/02/micachu-shapes-review-renaissance-woman-mica-levi>

236. Tims, A. The artists' artist: tenors [Электронный источник] / A. Tims // The Guardian. 7.09.2011. URL: <https://www.theguardian.com/culture/2011/sep/07/artists-artist-tenors>

237. Ukip's new recruit [Электронный источник] // The Independent. 28.08.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/editorials/ukips-new-recruit-9698132.html>

238. Vallely, P. The Madness of an extraordinary plan [Электронный источник] / P. Vallely // The Independent. 18.07.2011. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/reviews/the-madness-of-an-extraordinary-plan-die-walk252re-manchester-international-festival-bridgewater-2315360.html>

239. Walker, H. I think I'm dying, I tell my mum. "You've had a coffee, haven't you?" [Электронный источник] / H. Walker // The Independent. 13.10.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/commentators/harriet-walker-i-think-im-dying-i-tell-my-mum-youve-had-a-coffee-havent-you-8872275.html>

240. Wallis, M. Destiny review: It's a blast to play, but the story is lacklustre [Электронный источник] / M. Wallis // The Independent. 15.09.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/gaming/destiny-review-its-a-blast-to-play-but-the-story-is-lacklustre-9733252.html>

241. Walters, M. Fulham 0-3 Chelsea: Back-to-front Blues up to third as Luiz and Terry get the goals [Электронный источник] / M. Walters // The Mirror. 17.04.2013. URL: <http://www.mirror.co.uk/sport/football/match-reports/fulham-0-3-chelsea-match-report-1303382>

242. Williams, H. No stone unturned: Joanna Berryman has injected a rock'n'roll vibe into her Cotswolds cottage [Электронный источник] / H. Williams // The Independent. 1.09.2013. URL: <http://www.independent.co.uk/property/interiors/no-stone-unturned-joanna-berryman-has-injected-a-rocknroll-vibe-into-her-cotswolds-cottage-8788675.html>

243. Wilson, A. Vivienne Westwood's autobiography, book review [Электронный источник] / A. Wilson // The Independent. 9.10.2014. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/reviews/vivienne-westwood-by-vivienne-westwood--ian-kelly-picador-25-9779619.html>

244. Wiseman, E. Give me the skinny: how to read a fashion image [Электронный источник] / E. Wiseman // The Guardian. 14.06.2015. URL: <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/jun/14/how-to-read-an-image-eva-wiseman>

245. Woit, L. My DIY African adventure [Электронный источник] / L. Woit // The Independent. 22.10.2011. URL: <http://www.independent.co.uk/travel/africa/my-diy-african-adventure-2374094.html>

246. Yangpeng, Z. Drumming up property sales in Hefei [Электронный источник] / Z. Yangpeng // The Telegraph. 26.04.2015. URL: <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/china-watch/business/11563146/property-sales-hefei.html>