



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МОАЯ

Образ Европы в метафорическом зеркале
(на материале публицистических текстов)

Выпускная квалификационная работа
по направлению_44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Немецкий язык»

Проверка на объем заимствований

94,13 % авторского текста

Работа рекомендована защите
рекомендована/не рекомендована

«18.» июня 2018 г.

зав. кафедрой английского языка
и МОАЯ


Кунина Наталья Ефимовна

Выполнил (а):

Студентка группы ОФ-503/088-5-3

Стембурис Илона Михайловна

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент

Новикова Вера Павловна

Челябинск

2018 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА В МЕДИАДИСКУРСЕ.....	8
1.1 Сущность медиадискурса.....	8
1.2 Понятие образа в художественной литературе и медиадискурсе.....	15
1.3 Средства создания образа в медиадискурсе.....	23
Выводы по первой главе.....	29
ГЛАВА 2. РОЛЬ МЕТАФОР В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ЕВРОПЫ.....	32
2.1 Роль метафоры в создании образа Европы.....	34
2.1.1 Сфера-источник «Абстрактное понятие» - Сфера-мишень «Европа».....	34
2.1.2 Сфера-источник «Человек» - Сфера-мишень «Европа».....	37
2.1.3 Сфера-источник «Артефакт» - Сфера-мишень «Европа».....	47
2.1.4 Сфера-источник «Общество» - Сфера-мишень «Европа».....	49
2.2 Методический аспект исследования.....	51
Выводы по второй главе.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	64
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	70

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня можно с уверенностью утверждать о том, что влияние СМИ на мировоззрение людей колоссально. Не обращать внимания на информационные сообщения порой становится задачей не из лёгких: телевидение транслирует бурные обсуждения злободневных для общества проблем, новостные ленты в социальных сетях обновляются в режиме нон-стоп, печатная пресса пестрит кричащими заголовками. Человек невольно становится узником СМИ.

На сегодняшний день, интернет-издания занимают лидирующие позиции среди прочих средств массовой информации. Благодаря тому, что Интернет позволяет мгновенно получить доступ к необходимым данным, количество времени, затрачиваемое на пребывание в сети Интернет, каждый год только увеличивается. Интернет открывает каждому пользователю необъятный информационный мир, транслируемый посредством различного рода медиатекстов, которые, в свою очередь, часто становятся для индивидуума первичными источниками формирования мнений, представлений, оценок и картины мира, в целом.

Для того чтобы предоставить читателю или слушателю информацию в максимально доступной форме, а также пробудить в нём те или иные мысли и чувства, журналисты прибегают к использованию различных языковых средств, в результате чего язык СМИ становится объектом повышенного интереса со стороны учёных-лингвистов. Среди различных языковых средств, участвующих в создании образов в публицистических текстах, особенно важно отметить роль метафоры. Уникальность данного языкового средства заключается в том, что она позволяет точно, ёмко и в то же время деликатно отразить процессы, происходящие в обществе. Помимо этого, метафора придаёт экспрессивность публицистическим текстам, что является важным условием существования языка СМИ. Эти факторы и обуславливают популярность использования метафор при создании образов.

Актуальность данной работы определяется растущей ролью медиадискурса в формировании картины мира читателей. Особо важным представляется исследование метафор в области конструирования образа в медиадискурсе.

Объектом настоящего исследования является образ Европы, формируемый современной британской прессой (2017 – 2018 гг.)

Предметом исследования являются метафоры, участвующие в создании образа Европы в медиадискурсе.

Материалом для исследования послужили статьи англоязычных интернет-изданий (the BBC, the Guardian, the Independent, the Economist), посвященные характеристике общественно-политических, экономических и культурных событий в Европе.

Целью данной работы является определение роли метафор в формировании образа Европы в медиадискурсе.

Для достижения указанной цели необходимо решить **следующие задачи:**

- описать сущность медиадискурса;
- рассмотреть понятие образа в художественных текстах, а также в текстах СМИ;
- рассмотреть, какие средства участвуют в создании образа в медиадискурсе;
- выявить и проанализировать метафоры, участвующие в исследовании;
- определить концептуальные сферы, являющиеся ведущими источниками метафорических образов;
- определить, за счёт каких лексических единиц осуществляется метафорический перенос;

– выявить оценочную характеристику образа Европы в публицистических текстах СМИ на основе анализа метафор.

Гипотеза работы состоит в предположении о том, что метафоры, широко используемые в медиадискурсе, участвуют в формировании различных образов.

Научная новизна работы заключается в анализе метафор, которые участвуют в формировании образа Европы.

При анализе текстов интернет-источников в данной работе были использованы следующие **методы исследования**:

- метод сплошной выборки;
- статистический анализ;
- лингвостилистический анализ;
- метод когнитивного моделирования;
- контекстуально-интерпретационный анализ.

Теоретической базой исследования послужили работы следующих авторов:

Добросклонская Т.Г., Красных В.В. Т. Ван Дейк, Карасик В.И., Кубрякова Е.С., Чудинов А.П., Богдан Е.Н., Анисимова Е.Е., Арнольд, И.В., Гальперин И.Р., Желтухина М.Р., Чернявская В.Е., Кожемякин Е.А., Чернова С.В. и другие.

Практическая значимость работы заключается в создании и использовании лексическо-грамматических упражнений на уроках английского языка, а также упражнений, направленных на развитие критического мышления учащихся.

Положения, выносимые на защиту:

1) Метафоры играют важную роль в создании образа Европы в медиадискурсе;

2) Наиболее распространёнными концептуальными сферами, служащими источником метафорических образов, являются такие, как «Человек», «Абстрактное понятие», «Общество», «Артефакт»;

3) Посредством метафор журналисты создают различные образы Европы для того, чтобы воздействовать на мнение аудитории, а также подтвердить или опровергнуть сложившиеся стереотипы.

Структура и объем квалификационной работы. Работа объемом в 74 страниц включает в себя введение, 2 главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

Во **введении** определяется тема исследования, обосновывается ее актуальность, теоретическая и практическая значимость исследования, формулируются основная цель и задачи, указываются методы исследования, теоретическая база, структура работы.

В **первой главе**, посвященной теоретическому исследованию вопроса, собран и структурирован материал по теме исследования, а именно, были рассмотрены такие важные для данного исследования понятия как текст, дискурс, медиатекст, медиадискурс, образ, художественный образ, медиаобраз, метафора; описаны методы, применяемые для анализа медиатекстов, изобразительные средства, участвующие в создании художественного образа и медиаобраза, особенности медиаобраза; рассмотрена роль стереотипов и манипулятивных технологий в создании образа; выделены вербальные и невербальные средства, участвующие в формировании образа, функции метафоры; рассмотрена полярная аксиологическая шкала.

Во **второй главе** проводится анализ собранного материала: структурированы по понятийным полям метафоры, характеризующие Европу; определены средства метафорического переноса; установлена оценочная характеристика образа Европы в публицистических текстах СМИ на основе

анализа метафор; определены лексические единицы, за счёт которых осуществляется метафорический перенос.

В **заключении** подводятся основные итоги исследования и делаются выводы.

В **библиографическом** списке приводятся наименования работ отечественных и зарубежных лингвистов, а также ссылки на электронные ресурсы.

В **приложении** представлена выборка метафор, которые не фигурируют в основной практической части лингвостилистического анализа второй главы, но которые задействованы в итоговых анализах, изложенных в графиках.

Представленная выпускная квалификационная работа прошла апробацию в виде доклада на межвузовской студенческой научно-практической конференции «Студенческая наука XXI века», проходившей 12 апреля 2017 г. в Южно-Уральском государственном университете (НИУ). Доклад был отмечен победой в номинации «Вклад в науку» в секции "Дискурс-анализ как метод исследования коммуникации".

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА В МЕДИАДИСКУРСЕ

1.1 Сущность медиадискурса

Современные реалии таковы, что для общества за последние десятилетия самыми мощными источниками знаний о мире стали средства массовой информации. Влияние СМИ на то, как человек воспринимает окружающий мир, который направляет на него колоссальный поток информации, достигается посредством языка СМИ. На сегодняшний день существует достаточное количество работ, рассматривающие исследование данного явления, что иллюстрирует растущий интерес учёных к языку масс медиа.

В XX веке начали рассматривать вопросы, касающиеся языка СМИ, в рамках такой науки как медиалингвистика.

Понятия медиадискурс и медиатекст, выступающие основными формами, в которых существует язык СМИ, представляются основополагающими в исследовании медиалингвистики, целью которой является изучение того, каким образом функционирует язык в сфере массовой коммуникации [Добросклонская, 2008: 34].

На данный момент единогласного определения учёными понятия «дискурс», которое бы охватывало все отличительные черты и сферы его использования, не существует. Объясняется это тем, что различные научные области по-разному интерпретируют данное понятие. Изучением дискурса занимаются многие гуманитарные науки, а именно лингвистика, философия, психология, теория коммуникации, имиджелогия и другие. Именно поэтому данное понятие считается междисциплинарной проблемой [Данилова, 2015: 345].

К трактовке термина «дискурс» учёные подходили по-разному. Основоположником в этом направлении считается Ю. Хабермас. В середине двадцатого века он определяет дискурс следующим образом: «вид речевой коммуникации, предполагающий рациональное критическое рассмотрение

ценностей, норм, правил социальной жизни» [Красных, 2003: 111]. В это же время французский лингвист Эмиль Бенвенист объясняет это понятие как «речь, присваиваемая говорящим» [Белова, 2008: 63].

К рассмотрению идеи дискурса и дискурс-анализа нидерландский лингвист Т. ван Дейк подходил, изучая не только грамматические стороны текста и отношения между знаковыми системами и их пользователями, но и придавая большое значение внелингвистическим факторам, к которым относятся, например, обстоятельства, в которых воспроизводится текст [Т. ван Дейк, 1989: 8 – 11]. Стоит отметить, что благодаря теоретическим исследованиям ван Дейка исследователи пришли к мнению о том, что для понимания основной идеи высказывания необходим не только его буквальный смысл, но и понимание цели отправителя сообщения, то есть исследование коммуникативной направленности предложения.

В отечественной лингвистике научный интерес термин дискурс привлёк к себе лишь в 80-е годы прошлого столетия. Стоит отметить, что и здесь исследователи не пришли к выделению чёткого определения.

С точки зрения Н.Д. Арутюновой, дискурс – это «речь, погружённая в жизнь в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [Ярцева, 1990: 136–137]. По мнению Т.Г. Добросклонской, дискурс представляет собой сообщение, включая такие составляющие коммуникации, как отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения или контекст [Добросклонская, 2006: 22]. Согласно А.П. Чудинову, выбор именно такого подхода объясняется тем, что дискурс выходит за рамки текста, так как охватывает различные контексты коммуникации и берёт во внимание экстралингвистические факторы [Чудинов, 2001, с. 196].

Определение дискурса, разработанное в исследованиях В.В. Красных, кажется нам наиболее удачным [Красных, 2003: 113]. Исследователь рассматривает дискурс не только как речевое произведение, но и как деятельность, подразумевающая совокупность процесса и результата, что

порождает речемыслительный продукт. Таким образом, дискурс – это вербализованная речемыслительная деятельность, включающая как лингвистические, так и экстралингвистические факторы, и выраженная в форме текстов (устных и письменных).

Таким образом, дискурс может быть как устным, так и письменным, что зависит от канала информации. Стоит отметить, что первый является базовой формой существования языка, в то время как второй образованный от него. [Уварова, 2015: 50].

В виду того, что коммуникация осуществляется в различных сферах деятельности человека, Е.И. Шейгал выделяет разные типы дискурса: политический, экономический, научный, массмедийный, религиозный и др. [Там же: 50]. Таким образом, можно говорить о том, что медиадискурс является производной дискурса.

Сегодня исследователи выделяют два базисных подхода к трактовке медиадискурса. Согласно первому, медиадискурс свойственен лишь информационному полю масс-медиа, и таким образом, важно понять, что медиадискурс и политический/религиозный/научный дискурс – понятия разные. Несмотря на то, что сообщения этих дискурсов могут затрагивать общую тему, разница состоит в том, что при этом используются различные языковые практики, а также отличаются и коммуникативные ситуации. Второй подход подразумевает следующее: медиадискурс следует понимать, как любой вид дискурса, осуществляемый в массмедийном пространстве. То есть, когда политический, религиозный, педагогический или какой-либо другой медиадискурс становится источником, передатчиком и интерпретатором массовой информации [Кожемякин, 2010: 16].

Разделяя идею второго подхода, Е.А. Кожемякин полагает, что медиадискурс – деятельность речемыслительного характера, производимая в пространстве массмедиа, обусловленная социокультурными факторами и направленная на обсуждение определённой темы [Кожемякин, 2010: 16].

Согласно Т.Г. Добросклонской, медиадискурс – это процессы и продукты речевой деятельности, производимые в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия [Добросклонская, 2008: 153]. Это ещё раз подтверждает идею о том, что дискурс представляет собой процесс внереализованной речемыслительной деятельности и результат, представленный в виде совокупности порождённых текстов.

Таким образом, взяв за основу определение М.Р. Желтухиной [Желтухина, 2004: 132], мы определили медиадискурс следующим образом: вербальный или невербальный, устный или письменный текст СМИ, обусловленный прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами и созданный с целью участия в социокультурном взаимодействии коммуникантов.

Текст – единица дискурса. От единиц иного рода, в дискурсе текст отличают следующие признаки, выделенные В.В. Красных:

- 1) тематическое единство, что подразумевает концепт текста, смысловое и логическое строение;
- 2) коммуникативное единство, включающее коммуникативное и эстетическое воздействие;
- 3) структурное единство, где рассматриваются синтаксические, лексические и фонологические категории [Красных, 2003: 127].

Таким образом, согласно традиционной лингвистике, текст – последовательность знаковых единиц, в основе которой лежит единый смысл, связность и целостность [Добросклонская, 2014: 182].

Добросклонская Т. Г. также предлагает разграничивать понятия «текст» и «дискурс», так как дискурс имеет отношение, прежде всего, к устной речи, в то время как текст – к письменной [Добросклонская, 2008: 153].

В силу того, что дискурс стал широко исследоваться в лингвистической науке, текст начал рассматриваться как составная часть дискурса, а если более точно, то результатом дискурса, так как дискурс представляет собой когнитивный процесс, направленный на создание речевого произведения, где

текст – это уже лишь оформленная в письменной форме речемыслительная деятельность [Кубрякова, 1997: 19 – 20].

Исследуя понятие «текст» в сфере масс медиа, можно уверенно говорить о том, что в данном случае его границы значительно расширены, так как здесь медиатекст рассматривается не только на вербальном уровне, но и на языковом, графическом, звуковом и визуальном, что зависит от того, посредством какого канала массовой информации передаётся сообщение. Таким образом, медиатекст – это текст массовой коммуникации, представленный различными каналами сообщения, который включает единицы, как вербального уровня, так и невербального (графическое изображение, видеоряд, аудио – видеоматериал и т.д.), с целью повлиять на формирование картины мира человека [Уварова, 2015: 51].

Медиатекст, как явление, имеющее различные уровни, обладает системой параметров, позволяющих рассматривать медиатекст, принимая во внимание особенности его создания, в какой языковой форме он представлен, а также источник распространения [Добросклонская, 2014: 183]. Таким образом, можно выделить следующие важные параметры:

- способ производства текста (авторский – коллегиальный);
- форма создания (устная – письменная);
- форма воспроизведения (устная – письменная);
- канал распространения (радио, телевидение, печать, Интернет);
- функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, реклама, публицистика);
- тематическая доминанта или принадлежность к определенной медиатеме.

Н.А. Кузьмина, разделяя мнение по вышеизложенным критериям, предлагает также различать медиатексты по их фактуре [Кузьмина, 2011: 18]:

- вербальные (статьи),
- невербальные (фотографии),

– креолизованные (рекламы, комиксы).

Основываясь на «универсальном варианте» коммуникационной модели Шэннона и Вивера, где 1 – отправитель сообщения; 2 – его получатель; 4 – канал; 5 – обратная связь; 3 – само сообщение; 6, 7 – процессы его кодирования и декодирования; 8 – ситуация общения или контекст (Рисунок 1), Добросклонская Т. Г. делает вывод о том, что текст – это сообщение, медиатекст – сообщение плюс канал, медиадискурс – сообщение со всеми прочими компонентами коммуникации [Добросклонская, 2015: 182].

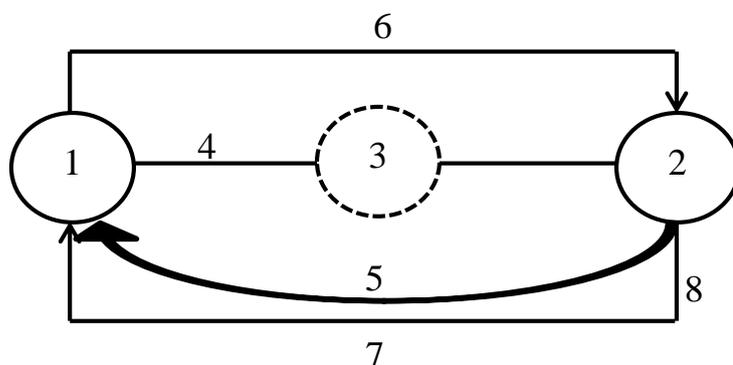


Рисунок 1 – Коммуникационная модель Шэннона и Вивера

Для полноценного анализа медиатекстов исследователями применяется интегрированный подход, что предполагает использование совокупность методов различных дисциплин.

Метод дискурсивного анализа является основополагающим для изучения медиадискурса. К дискурс-анализу прибегают с целью раскрыть массовой аудитории связи между языком, властью и идеологией. В отличие от остальных данный метод предполагает более глубокое исследование, так как его внимание нацелено не только на внешних признаках текста, но и на экстралингвистических компонентах. Подтверждение тому можно найти в работах различных исследователей [Т. Ван Дейк, Т. Г. Добросклонская, В.В. Красных и др.].

Таким образом, помимо дискурс-метода, позволяющего понять, как связаны между собой языковая и экстралингвистическая сторона текста, специалисты выделяют ряд основных методов: лингвистический, контент-

анализ, метод критической лингвистики, метод когнитивного анализа, лингвокультурологический, концептуальный, медиалингвистический [Добросклонская, 2014; Карасик, 2002; Кубрякова, 2004].

Рассмотрим вышеперечисленные методы подробнее.

Метод лингвокультурологического анализа даёт представление о культурологическом характере медиатекста, определить национальные и культурные особенности, посредством анализа культурозначимой информации, к которой имеют отношение языковые реалии (Кремль, Белый Дом, Биг Бен, Би-Би-Си), культуроспецифическая и безэквивалентная лексика (дача, гласность, челноки), заимствования (*tête-à-tête*, *promenad*) [Добросклонская, 2014: 186].

Метод контент-анализа, или анализа содержания, целью которого является статистический подсчёт специально отобранных текстовых единиц [Там же: 183].

Метод критической лингвистики позволяет определить, имеется ли неявно выраженный политико-идеологический подтекст в медиатексте, и выявить оценочные, отражающие определённые идеологические взгляды и установки компоненты [Там же: 183].

Лингвистический анализ помогает исследовать основные свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом (сочетаемость), стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приёмов), социалингвистическом [Там же: 183].

Метод когнитивного анализа направлен на изучение концептуальных сторон медиатекстов. С его помощью проводится сопоставление разнообразных вариантов интерпретации каких-либо событий в СМИ и выявление того, как соотносится реальная действительность с тем, как её представляют в медиатекстах [Там же: 184].

Медиалингвистический метод предполагает анализ текста, исходя из того, какие способы использованы при его создании и воспроизведении, каков

канал распространения, функционально-жанровый тип, тематическая доминанта и так далее [Там же: 184].

В основе концептуального анализа лежит метод объяснения концептов. Концепты – это существующие в языке номинации, отражающие культурно-национальное представление человека о мире [Карасик, 2002]. Концепт представляет собой целостное, наиболее полное и общее знание об определенном объекте или явлении действительности и изучается в рамках когнитивной лингвистики. Методика концептуального анализа зависит от понимания и возможности структурирования концепта. Согласно Е.С. Кубряковой, концепт – это «некий отдельный смысл, некая идея, имеющаяся у нас в сознании» [Кубрякова, 2004: 316]. Концепт, в отличие от понятия, которое подразумевает совокупность характеристик объекта, являет собой особое восприятие определённого явления.

Таким образом, медиалингвистика занимается вопросами, касающимися языка СМИ. В свою очередь, медиалингвистика изучается внутри таких понятий как медиадискурс и медиатекст. Различные учёные по-разному подходят к определению дискурса, элементарной единицей которого является текст. При анализе медиатекстов исследователи прибегают к использованию интегрированного подхода, таким образом, сочетаются методы, среди которых основными являются метод дискурсивного анализа, лингвистический, контент-анализ, метод критической лингвистики, метод когнитивного анализа, лингвокультурологический, концептуальный, и медиалингвистический.

1.2 Понятие образа в художественной литературе и медиадискурсе

Тексты СМИ не только отражают реальность, но и создают её. Роль массмедиа состоит в том, чтобы отображать реальность, облачая её в художественно-образную форму. СМИ позволяют человеку познавать окружающий мир как образ сквозь богатую призму настроений и

переживаний. Таким образом, целью СМИ является произвести на читателя, либо слушателя определённое впечатление, вызывая в нём конкретную эмоциональную реакцию, в чём активно используются различные языковые средства.

Первичную интерпретацию событий, которые каждую секунду происходят в мире, мы получаем из уст СМИ. СМИ выражают собственное видение действительности посредством создания образов. Образы, конструируемые СМИ, как правило, вносят весомый вклад в формирование взглядов общества.

В научной литературе подходы к определению «образа» весьма сложны и неоднозначны, что подтверждает отсутствие словарной статьи данного понятия в некоторых энциклопедиях¹ и словарях².

Однако, в словаре русского языка С. И. Ожегова предлагаются различные толкования понятия «образа»:

- 1) вид, облик;
- 2) живое, наглядное представление о ком-либо или о чем-либо;
- 3) в литературе и искусстве: обобщенное художественное отражение действительности, облеченное в форму конкретного индивидуального явления;
- 4) в художественном произведении: тип, характер;
- 5) порядок, направление чего-либо, способ. Когда мы сталкиваемся с этим словом, то оно у нас, прежде всего, ассоциируется с «обликом», «внешним видом человека» [Ожегов, 1992: 611].

Образ как семиотический концепт, характеризуется несформированностью его значения. В обыденной речи, в качестве самостоятельной лексической единицы слово «образ» употребляется не часто, поскольку его сложно использовать для названия образа как чего-то целостного [Чернова, 2014: 110].

¹ Новая философская энциклопедия: в 4 т. М., 2010. – 2816 с.

² Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М., 1990. – 688 с.

Данное понятие изучается в различных научных областях, таких как языкознание, эстетика, философия, культурология, литературоведение и т.д., каждая из которых даёт своё собственное объяснение понятию, характеризующееся терминологией, обозначающей его науки.

Так, например, культурологический словарь, давая определение образу: образ – это «возникающее как результат запечатления одного объекта в другом, выступающем в качестве воспринимающей формации – духовной или физической». В процессе запечатления первичный образ претерпевает трансформацию, так как проходит через чувства и опыт воспринимающего его объекта, а значит, теряет часть характеристик и свойств, присущих ему изначально [Большой толковый словарь по культурологии: Электронный ресурс].

Философский энциклопедический словарь трактует «образ» как форму рассматриваемого объекта, отражённую в человеческом сознании. Познание «образа» подразделяется здесь на две ступени: чувственную, куда входят ощущения, восприятия и представления; и мыслительную, к которой относятся понятия, суждения, концепты, теории. Первично образ представлен без каких-либо предубеждений, и существует он без каких-либо искажающих его факторов. Знаковые модели, действия, язык являются формой воссоздания образа. Художественный образ представляет собой специфическую форму образа [Философский энциклопедический словарь, 1982: 446].

Литературный энциклопедический словарь относит термин «образ» к категории эстетики и трактует его, как способ преобразования реальности, характерный только искусству [Литературный энциклопедический словарь, 1987: 252].

Таким образом, образ – это сложившиеся представления об объекте, обусловленные чувствами, знаниями, опытом воспринимаемого объекта.

Разработки, относящиеся к научной литературе, говорят о том, что наиболее конкретно разработано понятие «художественный образ».

В своей статье С.В. Чернова подробно рассматривает понятия «художественный образ» как объект лингвистической характеристики и «образ» как таковой, без уточняющего его характер определения, объясняя разницу тем, что в лингвистике художественный образ предполагает творческое преобразование реальности [Чернова, 2014: 114]. Здесь образ – это результат деятельности творческого характера в области словесного искусства, где с объективно существующими отражаются предполагаемые и возможные явления.

Художественный образ включает в себя характерные свойства как различных стилевых видов литературной формы языка, так и его нелитературных форм, опираясь на изобразительно-выразительные средства, а именно:

- тропы – лексические изобразительно-выразительные средства, в которых слово или словосочетание употребляется в преобразованном значении [Арнольд, 2002: электронный ресурс];

- перифраз – синтактико-семантическая фигура, состоящая в замене однословного наименования предмета или действия описательным многословным выражением [ФЭБ: Литературная энциклопедия: Электронный ресурс];

- ирония - притворное изображение отрицательного явления в положительном виде, с целью осмеять, обратить внимание на тот его недостаток, который в ироническом изображении заменяется соответствующим достоинством [ФЭБ: Литературная энциклопедия: Электронный ресурс];

- аллегория – условная передача отвлеченных понятий посредством конкретного образа [ФЭБ: Литературная энциклопедия: Электронный ресурс];

- сарказм - суждение, содержащее едкую, язвительную насмешку над изображаемым, высшая степень иронии [Кожевников, 1987: 369];

- гротеск - тип художественной образности (образ, стиль, жанр), основой для которого служит фантастика, юмор, гипербола, контраст фантастического

и реального, прекрасного и безобразного, трагического и комического, правдоподобия и карикатуры [Чернова, 2014: 114];

– стилистические фигуры - обороты речи, используемые с целью увеличения выразительности или колоритности высказывания (например, анафора, эпифора, эллипс, амплификация, антитеза, оксиморон, параллелизм, инверсия, бессоюзие, многосоюзие и др.) [Словари и энциклопедии на Академикe: Электронный ресурс];

– языковая игра - определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на идее сознательного нарушения системных отношений языка, т.е. на разрушении речевой нормы с целью создания новых языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект [Кожина, 2016: 657].

Также, важно отметить, что в данном случае отображаются особенности на всех уровнях языка (фонетический, лексический, морфологический, синтаксический, семантический) [Чернова, 2014: 114].

Это ещё не полный список языковых средств. Цель вышеперечисленных стилистических приёмов и особенностей в том, чтобы украсить речь, придать ей эстетичности, выразительности, эмоциональности и других качеств, способствующих усилению речевоздействующей функции образа.

Автор создаёт в своём сознании образ, воспринимая действительность комплексно, то есть для полноценного восприятия он задействует все органы чувств, интеллектуальные способности, в первую очередь память и, конечно же, воображение, так как человек устроен таким образом, что всегда стремится дополнить существующий образ собственной фантазией. Позже образ получает отражение в языковых формах.

Художественный образ создаётся исходя из ассоциаций, которые вызывает человек, художественный персонаж или реалии окружающего мира, и включает в себя субъективное видение реальности, зависящее от личности автора в целом. Их специфичность также состоит в том, что при их создании

большую роль играет воображение. Художественные образы не просто иллюстрируют факты, но и отражают важные для автора стороны жизни, идеи, которым он в образах даёт оценку [Чернец, 1999: Электронный ресурс].

Исследуя в своей работе понятие «художественный образ», Борисова Е.В. отмечает, что, прежде всего, образ, как способ преобразования действительности, относящийся к категории эстетики, присущ только искусству. Образ отображает конкретную картину мира, «картину человеческой жизни», созданную благодаря различным вербальным средствам и художественным приёмам [Борисова, 2010: 10].

Художественный образ представляет собой способ познания мира. Изучаемое явление находит отражение в образе в виде мысли, облечённой в форму. Таким образом, создаётся диалог между автором и явлением, который впоследствии интерпретируется читателем, зрителем, слушателем.

Понятие образа в медиадискурсе рассматривается в рамках термина «медиаобраз». Исследования медиаобраза на данный момент только развиваются, так как работы по данной теме немногочисленны.

Медиаобраз чаще всего определяется либо как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак, 2012: 95], либо как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [Богдан, 2007: 124].

Чтобы дать более полное определение данному понятию, необходимо изучить, как его представляют в узком и широком значении. Т.Н. Галинская, рассматривая понятие «медиаобраз» в узком значении, определяет его как эпизоды реального мира, отражённые в профессиональных журналистских текстах, включающих в себя миропонимание, ценности, психологические качества и политические взгляды автора текста; в широком значении как образ действительности, создаваемый во всех текстах медиапространства, которые могут принадлежать как профессиональным журналистам и блоггерам, так и обычным интернет пользователям [Галинская, 2013: Электронный ресурс].

В приведённой ниже таблице 1 рассматривается разница между понятиями «художественный образ» и «образ в медиадискурсе» на основе определения художественного образа, представленного Е.Б. Борисовой [Борисова, 2009: 25].

Таблица 1 – Различие между художественным образом и образом медиадискурсе

ОБРАЗ	АВТОР	ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗА
ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ	художник слова	Конкретная, и в то же время обобщенная картина бытия, созданная автором при помощи вербальных средств и художественно-композиционных приемов, и имеющая эстетическое значение.
ОБРАЗ В МЕДИАДИСКУРСЕ	журналист	Конкретная, и в то же время обобщенная картина бытия, созданная автором при помощи вербальных средств и художественно-композиционных приемов, и играющая важную роль в интерпретационной функции, которую осуществляют СМИ.

Медиаобраз формируется за счёт того, что средства массовой информации, анализируя те или иные события, конструируют действительность социального мира иной раз исходя из своих взглядов. Часто СМИ дают оценку тем или иным событиям посредством метафорических интерпретаций.

Понятие «медиаобраз» представляет собой совокупность представлений о субъекте, которые создают средства массовой информации, и которые раскрываются в фактах, описаниях тех или иных характеристик, отображающихся затем в журналистских материалах. Это один из этапов, направленных на конструирование целостного образа сознания аудитории. Согласно идее Богдан Е. Н., медиаобраз представляет собой часть такого целостного образа, которая существует документировано, в виде текстов СМИ [Богдан, 2007: 13].

Для медиаобраза как единицы СМИ характерны следующие особенности: ориентация на воспроизводимость, массовость, (стерео)типизирование, линейность, заданность [Балалуева, 2014: электронный ресурс].

Оценочным компонентом, как позитивным, так и негативным, могут обладать в особенности устойчивые образы, например: жестокие террористы, страдающие беженцы, коррумпированные политики [Добросклонская, 2015: 10]. Это может быть обусловлено социальным или политическим заказом на то, какой имидж необходимо создать на данной территории языка [Глушкова, 2017: Электронный ресурс].

Устоявшиеся образы становятся стереотипами, то есть представлениями о предмете или явлении действительности, которые стали устойчивыми и приобрели упрощённый характер. Стереотипные образы отличаются эмоционально-оценочной окраской, что обусловлено социокультурными факторами [Павловская, 1998: 6–7]. К компонентам медиаобраза следует отнести как представления, формируемые СМИ, так и уже существующие в сознании носителей языка [Глушкова, 2017: Электронный ресурс].

Роль стереотипов в СМИ колоссально. Средства массовой информации сами занимаются распространением стереотипных представлений, с целью повлиять на восприятие окружающей действительности. В зависимости от цели и сложившейся ситуации стереотипное представление либо активно тиражируют их и подтверждают, чтобы удовлетворить ожидания своей аудитории, либо пытаются всячески опровергнуть [Добросклонская, 2015: 11].

Таким образом, чтобы вызвать у аудитории интерес, СМИ активно апеллируют к чувствам читателя или слушателя, создавая при этом образы действительности. Образ, как определение, в научной литературе не однозначно. Различные научные области по-разному трактуют данное понятие. Особой формой образа выступает художественный образ. Художественный образ создаётся посредством различных языковых средств. Понятие образа в медиадискурсе рассматривается в рамках термина «медиаобраз».

1.3 Средства создания образа в медиадискурсе

Одной из основных функций СМИ является воздействие на общественное мнение. Столкнувшись с любой новостью или событием, у человека создаётся социально-психологическая установка, в результате которой формируется внутренняя готовность к каким-либо действиям. Подобное манипулирование человеческим сознанием достигается благодаря искусному использованию массмедиа средствами языкового воздействия.

Так материалы современные тексты СМИ изобилуют разнообразными примерами манипулирования общественным мнением.

В своей статье Малюкова Д. С. приводит основные манипулятивные технологии, к которым прибегают средства массовой информации, объясняя свой выбор непосредственной связью нижеперечисленных приёмов и использованию языковых средств в их составе [Малюкова, 2010: 149 – 150]:

1) *Упрощение, стереотипизация*, необходимость которых объясняется тем, что СМИ ориентировано на широкую аудиторию, поэтому сложность сообщений жёстко ограничивается. Процесс восприятия представляет собой подстраивание неизвестного явления под общую формулу, которая выступает в качестве стереотипа. Стереотипы позволяют добиться мгновенного восприятия информации.

2) *Метафоры*, особенность которых заключается в их эстетической привлекательности, являются, как правило, готовыми штампами мышления. Особенно экономят интеллектуальные усилия стереотипные метафоры.

3) *Наклеивание ярлыков* – это целенаправленное употребление стереотипных предрассудков и предубеждений аудитории в отношении объекта воздействия. Ярлык определяет его как что-то, к чему аудитория относится с недоверием, подозрением и даже отвращением, что часто находит отражение в прозвищах.

4) *Перенос положительного образа*, когда проектируются положительные качества человека, его авторитет, престиж на другого человека или группу.

5) *Создание негативных ассоциаций*, целью которых является перенос какого-либо отрицательного образа, хранящегося в памяти человека, на образ конкретного политика, что в последствии вызывает страх у аудитории, а значит, она становится легче управляемой. Или наоборот, создаются *ассоциации положительные*.

б) *Использование юмора* направлено на создание благоприятной обстановки, результатом чего является возникновение положительных эмоций. Юмористический эффект помогают создать метафоры, игры слов, ироничные высказывания.

Образ, который формируется в сознании адресата, носит стереотипный характер и тесно связан с тем, какие эмоции переживает воспринимающий по отношению к описываемому объекту. Характеристика образа могут включать как позитивные, так и негативные моменты. Так, например, в политике положительный образ обязательно отмечает лидерские качества политика и создаётся с целью пропаганды в политической рекламе; негативный образ, как правило, связан с таким явлением как политическая борьба.

В создании образа используются как вербальные, так и невербальные средства, последние из которых предстают в виде креолизованных текстов.

Лингвистические исследования ориентированы на изучение вербальных компонентов медиасообщения, однако, если говорить о комплексном изучении медиадискурса, возникает необходимость рассматривать медиатекст во взаимодействии всех его семиотических уровней, так как в нынешних реалиях интерес учёных направлен на соотнесение языковой и визуальной знаковых систем [Ворошилова, 2013: 11].

Креолизованный текст представляет собой не только естественный язык, но также включает в себя части других знаковых систем [Сорокин, Тарасов, 1990: 180-181]. Визуально представленная информация универсальна в восприятии, так как при её восприятии предварительное знание языка не обязательно.

Также важно отметить, что информация, представленная в виде креолизованного текста, подразумевает метафорический смысл, и таким образом, визуальные метафоры соответствуют тем, что выражены вербально.

Частичная креолизация характерна большинству современных медиатекстов: доминирование текстовой части над изобразительной, которая является вспомогательной при восприятии медиасообщения [Анисимова, 2003]. Тем не менее, существуют тексты, для которых вербальная и визуальная часть неразделимы, то есть тексты с полной креолизацией. Ярким этому примером, как правило, выступает карикатура. Здесь преобладают знаки невербального характера.

Отдельную роль в представлении образа играет фотография. Фотография даёт возможность предвосхитить посыл медиатекста и именно фотография позволяет адекватно понять медиасообщение. Слабым местом карикатуры является тот факт, что возможна не всегда однозначная интерпретация сообщения. Карикатурное изображение может быть многозначным, что характерно для любого комического текста. Верное толкование текста карикатуры осуществимо, в том случае, если сюжет изображения ясно отображает события национальной политической жизни, и человек, который воспринимает информацию, знаком с реалиями страны [Артемова, 2002: 150-154].

К смысловой структуре медиатекста как печатного, так и электронного вида относятся только вербальные знаки, как например, заголовки, но и знаки невербального характера: фотографии, карикатуры, плакаты.

Кроме этого, вербальную составляющую дополняет семантика графики, которая выражается в цветовом и шрифтовом исполнении, иллюстрациях, выборе фона, тем самым акцентируя внимание читателя на тех моментах медиасообщения, которые несут важную смысловую нагрузку. Прорабатывая все эти детали, адресант ставит определённые задачи, а именно привлечь внимание, выделить основную идею, побудить к каким-либо эмоциям, дать

оценку, охарактеризовать, обозначить символ, высмеять/обличить, придать эстетики [Анисимова, 2003: 61 – 64].

Что касается вербальных средств, здесь стоит обратить внимание, на тот факт, что высокий интерес обращён к исследованию метафорики. Метафоры, будучи мощным языковым средством создания образности, активно используются при формировании образа политика.

Использование автором образного переноса при оценочной номинации, которая, в большинстве случаев, является оригинальной и нестандартной, даёт автору преимущество, которое заключается в том, что такая номинация привлекает внимание аудитории, что способствует мгновенному выделению адресатом главной мысли из всего потока информации и, что закономерно, облегчает понимание основной идеи медиасообщения.

С точки зрения Т. Г. Добросклонской, метафора, как стилистический приём, употребляемый в косвенном значении, предоставляет возможность углубить содержание медийных текстов путём вовлечения запоминающихся оценочных, часто особых для культуры образов [Добросклонская, 2010: 138].

Арнольд И. В. определяет метафору как скрытое сравнение, которое осуществляется применением одного предмета к другому, благодаря чему выявляется примечательная черта второго [Арнольд, 2002: электронный ресурс].

Рассматривая функции метафоры в медиадискурсе, учёные предлагают различные варианты. Согласно И. М. Кобозевой [Кобозева, 2001: 134], эвристическая и аргументативная функции являются основными. А. В. Степаненко [Степаненко, 2002: 24], акцентирует внимание на важности таких функций, как прагматической, когнитивной, эмоциональной, репрезентативной функций, а также на функциях хранения и передачи национального самосознания, традиций культуры и истории народа. Рассмотрим подробнее функции метафоры, выделенные Чудиновым А. Н., к основным из которых, он отнёс когнитивную, коммуникативную, прагматическую и эстетическую [Чудинов, 2003: 59 – 66].

1) *Когнитивная*. Метафора является способом мышления, оценки действительности. Это схемы, по которым человек думает и действует. Метафора позволяет создать названия как для новых реалий, так и взамен уже существующих.

2) *Коммуникативная*. Метафоры дают возможность передавать информацию в более экономичной форме, а также, если нет возможности обозначить прямо, в завуалированной форме. Также она способна донести до адресата сложную идею в более доступной форме.

3) *Прагматическая*. Метафора преображает картину мира в сознании адресата, что подталкивает его к определённым действиям и вызывает у него то эмоциональное состояние, на которое рассчитывает адресант.

4) *Эстетическая*. Эстетическая сторона метафоры характерна, в первую очередь, для художественного дискурса, однако доказывает свою эффективность и в политической сфере, так как привлекает адресата своей яркостью и смысловой точностью.

Существует большое разнообразие теорий метафоры. В нашем исследовании за основу взята когнитивно-дискурсивная теория концептуальной метафоры, излучающаяся в рамках когнитивной лингвистики. Когнитивный подход позволяет изучать метафоры, выходя за пределы языкового значения, где большую роль играет контекст, в котором реализуется метафора.

Согласно основоположникам теории концептуальной метафоры Дж. Лакоффу и М. Джонсону, концептуальная метафора раскрывает понимание одних явлений в терминах других [Лакофф, Джонсон, 2004: 27]. А. В. Прохоров в своей статье, посвящённой изучению спортивной метафоры, приходит к следующему рассмотрению концептуальной метафоры: «устойчивые соответствия между исходной понятийной областью и новой понятийной областью, которые находят отражение в культурной и языковой традиции общества» [Прохоров, 2013: Электронный ресурс].

Когнитивная лингвистика понимает метафору как способ определения скрытых смыслов и помимо метафоры обращает внимание на другие методы косвенной номинации, к которым относятся сравнение, олицетворение, символ и др. Все они обеспечивают метафоризацию, таким образом относятся к общему понятию метафоры [Чудинов, 2001: 42].

В основе классификации метафор Чудинова А. Н. лежит антропоморфизм, то есть человек познаёт мир, придавая ему человеческие характеристики. Таким образом, исследователь предлагает изучать метафору по сфере-источнику [Чудинов, 2001: 53]:

- антропоморфная метафора («человек как центр мироздания»);
- метафора природы («человек и природа»);
- социальная метафора («человек и общество»);
- артефактная метафора («человек и результаты его труда»).

В создании образа большой вклад вносят эпитеты. Согласно Гальперину П. Я., эпитет – это средство выражения, созданное на основе выявления признака, качества определённого явления, существующее в форме атрибутивных слов или словосочетаний, описывающих данное явление с позиции субъективного понимания [Гальперин, 1958: 138].

Эпитет помогает создать уже оценочный образ, то есть выразить авторское отношение, даёт возможность придать художественное выражение и, таким образом, усилить влияние сообщения на адресата.

При оценке медиатекста используется полярная аксиологическая шкала. Её двунаправленность состоит в том, что языковое средство оценивается как со стороны положительного, так и отрицательного полюса. К тому же, между ними существует зона, относящаяся к нейтральной оценке. Таким образом, используется широкий спектр оценок: от самой высокой до самой низкой.

Изучая оценочность, В. П. Новиков выделяет эвалюативы (эксплицитно-оценочные лексемы) и оценочные имплицитивы (оценочные смыслы репрезентируются в определенных контекстах) [Новиков, 1992: 114]. Такие термины как «ингерентный» (значение слова как оценка) и «адгерентный»

(оценочность воспроизводится в контексте) чаще встречаются в исследованиях. Смысл имплицитной оценки в том, чтобы скрыть авторскую точку зрения и внушить читателю, что представленная адгерентным способом оценка принадлежит именно ему.

Из всего вышеизложенного можно сделать следующий вывод. Для создания образа в медиадискурсе, журналисты прибегают к различным манипулятивным технологиям. Невербальные средства являются визуальным дополнением к вербальным средствам, однако могут выступать самостоятельным средством. Помимо эпитетов, в создание образа огромный вклад вносят метафоры, благодаря которым информация преподносится завуалированно, что позволяет автору сообщения представить аудитории свою идею в ненавязчивой форме, порой смягчая таким образом острые углы.

Выводы по первой главе

Исходя из вышеизложенного теоретического материала, мы рассмотрели следующие вопросы: что представляет собой медиадискурс, его сущность, понятие образа в целом и что представляет собой художественный образ, с помощью каких средств конструируется образ в современном медиадискурсе.

Проанализировав теоретический материал, мы определили основные понятия и пришли к следующим выводам:

1. Понятия медиадискурс и медиатекст, выступающие основными формами, в которых существует язык СМИ, являются основополагающими в исследовании медиалингвистики, целью которой является изучение того, каким образом функционирует язык в сфере массовой коммуникации

2. Медиадискурс – вербальный или невербальный, устный или письменный текст СМИ, обусловленный прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами и созданный с целью участия в социокультурном взаимодействии коммуникантов.

3. Дискурс – это вербализованная речемыслительная деятельность, включающая как лингвистические, так и экстралингвистические факторы, и выраженная в форме текстов (устных и письменных).

4. Текст – единица дискурса. Дискурс имеет отношение, прежде всего, к устной речи, в то время как текст – к письменной.

5. Медiateкст изучается на двух уровнях: вербальном (знаки языковой системы), и невербальном (знаки графической, визуальной, звуковой семиотических систем).

6. Текст – это сообщение, медiateкст – сообщение плюс канал, а медиадискурс – сообщение, к которому относятся все элементы коммуникации.

7. При анализе медiateкстов используются различные методы, среди которых основными являются метод дискурсивного анализа, лингвистический, контент-анализ, метод критической лингвистики, метод когнитивного анализа, лингвокультурологический, концептуальный, и медиалингвистический.

8. Образ – это сложившиеся представления об объекте, обусловленные чувствами, знаниями, опытом воспринимаемого объекта.

9. Для создания образа используются различные изобразительные стилистические средства.

10. Образом в медиадискурсе называют «медиаобраз». Понятие «медиаобраз» представляет собой образ действительности, отображённый в текстах массмедийного пространства.

11. Устоявшиеся образы становятся стереотипами, то есть представлениями о предмете или явлении действительности, которые стали устойчивыми и приобрели упрощённый характер.

12. Существуют различные манипулятивные технологии, к которым прибегают средства массовой информации: упрощение, стереотипизация; метафоры; наклеивание ярлыков; перенос положительного образа; создание негативных ассоциаций; использование юмора.

13. Для того чтобы создать образ, используются как вербальные, так и невербальные средства, последние из которых предстают в виде креолизованных текстов.

14. Наиболее часто встречающимися лексическими средствами, благодаря которым создаётся образ в медиадискурсе, являются метафоры и эпитеты.

15. Метафоры вносят особый вклад в создание образности. В когнитивной лингвистике метафора представляет собой ментальную операцию, которая позволяет познать, концептуализировать, категоризировать, оценить и объяснить мироустройство. К метафорическому образу относят не только саму метафору, но такие средства как сравнение, олицетворение, символ и др.

16. Выделяют основные функции метафоры: когнитивная, коммуникативная, прагматическая, эстетическая.

17. Концептуальная метафора раскрывает понимание одних явлений в терминах других.

18. Эпитет – это средство выражения, позволяющее описать явление посредством атрибутивных слов или словосочетаний с позиции субъективного понимания. Эпитет создан на основе выявления признака, качества определённого явления.

19. В силу своих убеждений, автор статьи создаёт тот или иной медиаобраз и посредством метафорических образов выражает свою оценку.

ГЛАВА 2. РОЛЬ МЕТАФОР В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ЕВРОПЫ

Метафоры помогают выстроить образ на уровне ассоциаций. Они позволяют раскрыть имплицитные смыслы, сделать сообщение более ярким, внося языковую экспрессию в тексты информационно-аналитического характера. Метафоры дают возможность авторам текстов выразить своё отношение к описываемому явлению.

В рамках проводимого исследования были использованы следующие методы анализа:

Прежде всего, на этапе отбора информации был использован **метод сплошной выборки**. Основываясь на гипотезе данной работы, был определён материал исследования: тексты статей из известных британских интернет-изданий (The BBC, The Economist, The Guardian, The Independent). Более того, выборка метафор производилась на основе такого отличительного признака, как упоминание Европейского Союза. Таким образом, отбирались изобразительные средства, в которых заключалась та или иная характеристика ЕС.

Для того чтобы определить частотность употребления языковых средств, на этапе обработки имеющихся данных был использован **метод статистического анализа**.

С целью учёта как индивидуальных признаков исследуемого объекта, так и признаков контекста, к которому относится метафора, был применён **метод контекстуально-интерпретационного анализа**.

Для более подробного анализа роли и функции изобразительных средств, выражающих идею автора текста, был использован **метод лингвостилистического анализа**.

В основе всего анализа лежит **метод когнитивного моделирования**, предложенный Чудиновым А. П. Данный метод позволяет раскрыть образ Европы, создаваемый в публицистических текстах, проанализировав ряд

метафорических моделей, которые формируют данный образ. Для того чтобы описать метафорические модели, приводится характеристика следующих компонентов модели:

1. Исходная концептуальная сфера (ментальная сфера-источник);
2. Новая концептуальная сфера (ментальная сфера-мишень);
3. Типовые для данной модели сценарии, которые отражают наиболее характерные для исходной понятийной сферы последовательности ситуаций;
4. Относящиеся к данной модели фреймы – это фреймы, понимаемые как фрагмент наивной языковой картины мира, которые структурируют соответствующую понятийную область;
5. Составляющие каждый фрейм типовые слоты – элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации;
6. Компонент, связывающий первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью единиц [Чудинов, 2001: 45].

В данном исследовании были проанализированы два первых признака: исходная понятийная область и новая понятийная область, то есть по источнику метафоры, где, в данном исследовании, целью является «Европа».

Анализируя метафоры публицистических текстов, мы старались выделить основные ведущие модели смыслообразования, которые не только иллюстрируют то, как видят журналисты и политические деятели данный феномен в контексте последних событий, но и то, посредством каких метафорических образов формируется картина мира читателей. Изучая метафорические высказывания, касающиеся Европейского союза, мы определили наиболее продуктивные исходные понятийные области, которые служат источником для многочисленных метафор, раскрывающих и характеризующих Евросоюз как сложнейший геополитический институт современности.

В ходе исследования было проанализировано 105 статей, отобранных из таких известных британских интернет-ресурсов, как The BBC [51], The

Economist [52], The Guardian [53], The Independent [54]. В качестве материала использованы англоязычные публицистические материалы, опубликованные за 2017 – 2018.

2.1 Роль метафоры в создании образа Европы

В данной работе актуальным для исследования тропом является метафора. Определение роли стилистических средств, в том числе и метафоры, в формировании образа в медиадискурсе российских и зарубежных СМИ представляет особый интерес для многих исследователей. Что касается данной работы, то здесь мы рассмотрим роль метафоры в создании образа Европы.

Для лингвостилистического анализа из 108 были отобраны 57 примеров с наиболее яркими метафорами.

2.1.1 Сфера-источник «Абстрактное понятие» - Сфера-мишень «Европа»

Несмотря на внутренние границы, Европейский союз направлен на обеспечение территориальной сплочённости, солидарности между государствами-членами, а также стремится обеспечить защиту и развитие общеевропейского культурного достояния. Чтобы указать на тот факт, что ЕС справляется со своими обязательствами, журналист сравнивает Евросоюз с «гарантом» (*guarantee*):

*It is hard for dreamers to swallow, but the existence of the EU has become **the best guarantee** of its members' territorial integrity. [52]*

Для усиления этого значения, автор использует прилагательное в превосходной степени «наилучший» (*the best*). В связке с существительным используется настоящее совершённое время, что указывает на результат.

ЕС сравнивают с всесторонним процессом (*an inclusive process*), консолидирующим людей и обеспечивающим сохранность общих ценностей, что подразумевает умение решать широкий круг вопросов:

*"Mrs von der Leyen has emphasized that the EU is **an inclusive process**, which is about securing and consolidating the common values of the EU and dealing with all positions."* [54]

Идею об инклюзивном процессе подтверждают формы герундия (*securing, consolidating, dealing*) акциональных глаголов *to secure, to consolidate, to deal*, реализующие такие концептуальные характеристики как активность, длительность, многократность.

ЕС – это также не всегда про выгоду. В данном примере мы можем видеть метафору «препятствие» (*hurdle*), значение которой усиливается за счёт прилагательного в превосходной степени *biggest*.

*He [Alexander Dobrindt] knew that his **biggest hurdle** would be the EU, which forbids discriminating against the citizens of other member states.* [52]

В следующем примере Европа выступает в качестве таких абстрактных понятий, как культура и ценности, то есть то, что может быть «распространенно». Характеристики абстрактного понятия Европе придаёт существительное *spread* и словосочетание «Европа ценностей» *the Europe of values*.

The spread of Europe is not always smooth. [52]

In the very countries where, three decades ago, the causes of freedom and Europe advanced so magnificently arm in arm, these causes are now being prised apart by skilful, anti-liberal populists exploiting a longstanding disconnect between the Europe of values and the Europe of money. [53]

Выход Британии из Евросоюза наносит большой удар по экономике обеих сторон. Шаткое положение Европы в связи с происходящим иллюстрирует следующая метафора, где Европа - это среда (*environment*), которая стала чрезвычайно нестабильной *terribly unstable*, и выход из этой среды даже кризисной Греции не самым лучшим образом отразится на

Евросоюзе. Метафорическое значение усиливается наречием *terribly*, указывающее на осложнённое положение в Европе.

Whether we like it or not, the European Union is our environment – and it has become a terribly unstable environment, which will disintegrate even if a small, depressed country like Greece leaves, let alone a major economy like Britain. Should the Greeks or the Brits care about the disintegration of an infuriating EU? [53]

Эту же идею подтверждает следующий пример, где говорится о том, что «ошибочно считать, что ЕС является чем-то постоянным». Неопределённость ситуации среды, в которой живут Европейцы, в данном случае иллюстрируется неопределённым местоимением *something*, характеризующее прилагательное *constant*, и наречием с предлогом “*out there*”.

It is a major error to assume, whether you are a remain or a leave supporter, that the EU is something constant “out there” that you may or may not want to be part of. [53]

Европа рассматривается как «направление», в сторону которой стоит следовать, что отображено в метафоре «*orbit*».

Leo Varadkar however said Ireland would like Britain to stay even closer in the EU’s orbit than non-member state Norway under such a deal. [54]

Метафорический образ в сфере-источнике «Абстрактное понятие» раскрывается за счёт номинаций. В вышеперечисленных примерах выделены следующие номинации: «гарант» (*a guarantee*), «процесс» (*a process*), «свобода/тюрьма» (*freedom/cage*), «препятствие» (*a hurdle*), «ценности» (*values*), «мир и процветание» (*peace and prosperity*), «направление» (*the EU’s orbit*). Сопровождаются номинации, как правило, прилагательными (*inclusive*). Часто встречаются прилагательные в превосходной степени (*his biggest, the best*), позволяющие определить оценочное отношение автора к описываемому явлению. Источником метафорического образа выступает существительное *environment*, дополненное оценочным определением *unstable* и усилительным наречием *terribly*. Также характер неопределённости Европейского положения отражён в неопределённом местоимении *something*. Интересным является

пример, где Евросоюзу придают характеристику «вещества», посредством отглагольного существительного *the spread*.

2.1.2 Сфера-источник «Человек» - Сфера-мишень «Европа»

Сегодня в Европе складывается непростая ситуация с мигрантами. Их поток только увеличивается. Евросоюз вынужден возложить на себя тяжёлый груз социальной ответственности, пытаясь её посылно распределить между всеми странами ЕС, взывая к солидарности. Для того чтобы отразить непростые экономические, социальные и политические условия в Евросоюзе, автор прибегает к использованию такого понятия как «бремя», что, в свою очередь, тесно связано с военной темой. Таким образом, Евросоюз наделяет антропоморфными характеристиками, так как только человек способен помочь разделить ношу (*share the burden*) и проявить солидарность (*to show "solidarity"*) [Новикова, 2016: 689]:

Many migrants want to get asylum in Germany or Sweden, but those countries want their EU partners to show "solidarity" and share the burden. [51]

В непростое для Каталонии время, лидеры независимого движения питали надежды *have clung to the belief* о том, что Европейский союз поддержит их политику, а именно сделают шаг навстречу, что передаёт глагол *to step in*, предприняв они ещё больше усилий. Однако лидеры Европейского союза посчитали, что с этим непростым вопросом должна разбираться сама Испания. Модальный глагол *would* указывает на нереальность данного действия, что говорит о том, что ЕС был не в силах помочь в этой ситуации.

The leaders of the independence drive have clung to the belief that if they create enough disruption, "Europe" would step in to support them. [52]

Несмотря на то, что согласно мнениям некоторых политиков, существует огромный риск в том, чтобы позволить ЕС решать некоторые вопросы за Британию, последняя сама ждёт от Евросоюза поддержки. Метафора «Помощи» используется, чтобы показать, что от Евросоюза ждут решения

«расставить все точки над i» (*to fill in the dots*), так как, в данном случае, сама Британия боится делать серьёзные шаги. Здесь метафорический образ раскрывается исходя непрямо, действие направлено на объект (ЕС). Для этого используется инфинитивный оборот с предлогом *for* (*the For-to-Infinitive Construction*).

The British were waiting “for the for the EU to fill in the dots ... and that is a high-risk strategy”. [53]

Следующий пример также иллюстрирует действие, направленное на объект, что выражено конструкцией *to be supposed to*. Данный оборот означает, что некое действие, по идее, должно произойти, что уже включает в себя часть метафорического смысла. Ждать чего-либо можно лишь от человека. От Евросоюза ожидают, что он прекратит деятельность национализма. Глагол *to dissolve* придаёт выражению антропоморфный характер, так как подразумевает действия человека.

For some of its more starry-eyed advocates, the European Union was supposed to dissolve atavistic nationalisms. [52]

Европа изображается защитницей, что иллюстрирует глагол *to protect*. Также она выступает в роли лекаря, который, упорно стремится (что выражает глагол *to seek*) изъять (*to draw*) опасное вещество, в данном случае жало (*the sting*), принадлежащее евроскептикам, которые не поддерживают идею интеграции национальных государств в рамках Евросоюза:

Put all this under the rubric “a Europe that protects”, a phrase that, with MrMacron’s approval, looks set to serve as a mantra in the years ahead as the EU seeks to draw the sting further from Eurosceptic parties. [52]

Интернет-издание *The Guardian* сравнивает ЕС с крупнейшим донором (*the largest donor*), оказывающим помощь в целях развития других стран. Чтобы подчеркнуть масштабы «донорства», автор использует вместе с существительным прилагательное в превосходной степени *the largest*, высоко оценивая таким образом деятельность ЕС.

The EU is also the largest donor in development aid. [53]

Европейский союз - это объединение демократических европейских стран. Одной из основных целей европейского союза является содействие утверждению мира, общих ценностей и благосостояния народов. В подтверждение идеи «миротворца», стремящегося к миру, выступает следующий пример, иллюстрирующий антропоморфную метафору *to grow out of a desire for peace*, где глагол стоит в прошедшем времени (*grew*), что указывает на факт. Описание континента, как *war-torn and divided*, только усиливает метафорическое значение необходимости миссии Евросоюза. Посредством глагола *to grow*, ЕС сравнивают с живым организмом. Так, автор хочет подчеркнуть идею о том, что ЕС – это развивающееся объединение, а желание (*a desire*) ЕС творить добро свойственно лишь человеку, что и доказывает антропоморфность данной метафоры:

The European Union grew out of a desire for peace in a war-torn and divided continent. [51]

Критики обрушились с упрёками в адрес Терезы Мэй, заявившей о том, что следует думать не столько о европейских стандартах, сколько о международных. Согласно их мнениям, ЕС является одним из главных факелоносцев мировых стандартов (*the major torchbearer for global standards*). Метафора «факелоносец» несёт в себе следующий смысл: Евросоюз – это тот, кто бежит впереди и обеспечивает бегущих за ним светом знания, истины и вдохновения.

*The Brexiters will be heartened by hearing May argue about global standards, a position that is also held by key figures in her Brexit negotiating team. However, critics have said the EU is one of **the major torchbearers for global standards**.* [53]

Журналисты The Independent прибегают к использованию традиционных метафор, то есть тех, что отображаются в словарях, чтобы указать на лидирующее положение ЕС.

Тем не менее, несмотря на различные проблемы, Евросоюз остаётся лидером, о чём свидетельствует такая традиционная метафора, как *to remain in the driving seat*, где ЕС держит руль, а значит, маршрут зависит от него. Глагол-

связка *to remain* указывает на то, что несмотря на существующие проблемы власть принадлежит Евросоюзу и он продолжает контролировать ситуацию.

True, the EU would need to recalibrate its policies and budget a little to cover countries such as The Netherlands which would be disproportionately affected by a no-deal scenario, but in reality the EU remains firmly in the driving seat. [54]

Традиционная метафора *to hold all the cards* также указывает на успех и победу ЕС.

As Barnier said: “This is not a negotiation; it is a process.” The last few months proved the first part of his statement to be correct. The EU holds all the cards. [54]

The Guardian считает, что сейчас роль Европы как никогда важна и призывает ЕС взять на себя роль мирового скульптора, чья задача сформировать в мире глобальные изменения, что отображено в метафоре *a role to play in shaping global developments*, где это возможно, а не просто затаиться и безропотно принимать все происходящие перемены.

The EU has a role to play in shaping global developments where it can – not just hunkering down and enduring them. [53]

ЕС сравнивает себя с «семьей» (*a family*), членами которой являются различные демократические европейские государства *as a family of democratic European countries*, что опять же подразумевает поддержку и защиту тех, кто принадлежит кругу данной «семьи».

The European Union, or EU, describes itself as a family of democratic European countries, committed to working together for peace and prosperity. [51]

Беспорядок и недопонимания во внутренней политической жизни Европы иллюстрирует следующий пример, где ЕС предстаёт в виде хозяйки, которая, не уделила достаточное внимание уборке внутреннему двору (*inner courtyard*), который выглядит заброшенным (*disheveled*). Модальный глагол (*should*) в некоторой степени передаёт иронично-насмешливое настроение автора выражения. В то же время отрицательная коннотация глагола указывает на критику и порицание, словно автор делает выговор неумелой хозяйке за её неспособность справляться с домашним хозяйством, обозначая на

необходимость принять какие-либо меры, иначе, вероятно, двор заполнится сорняками, что только усугубит ситуацию (*if only because of the risks inaction poses*):

But the EU should not give up on its disheveled inner courtyard, if only because of the risks inaction poses. [52]

Следующий пример иллюстрирует ЕС, как сюзерена, крупного земельного собственника-феодала, в подчинении которого будет находиться Британия *a “vassal state” of the EU*, что также наделяет Евросоюз антропоморфными характеристиками.

Jacob Rees-Mogg, who has become the public face of eurosceptic discontent with the direction of Theresa May’s Brexit, has repeatedly claimed that he thinks Britain will become a “vassal state” of the EU for its duration, branding Brexit Secretary David Davis “weak” for accepting it. [54]

The Guardian обращается к древнеримским мифам и сравнивает ЕС с двуликим богом Янусом, чья натура, как известно, непредсказуема: он может улыбаться, хмуриться, праздновать успех и терпеть поражения. В мифологии Янус является воплощением начала и конца, а также хранителем порядка и мира.

*It is tempting to think of the European Union as being like **the Roman god Janus** – a two-faced creature who either smiles or frowns, succeeds or fails. [53]*

Тем не менее, Евросоюз не всегда предпочитает действовать решительно и в некоторых ситуациях предпочитает проявить осторожность, что передаётся отрицательным местоимением *no one [in Europe]*. Таким образом, никто в Евросоюзе не хочет совершать действий, которые способны повлечь за собой необратимые последствия, цена которых будет слишком велика, что передаёт идиома *to open a Pandora’s box*.

*Supporters of Catalan independence may well argue this needs to be fixed, but **no one in the EU wants to open a Pandora’s box**. [53]*

В следующих примерах ЕС выступает «крайним», вынужденным отвечать за принятые решения и терпеть нападки со стороны политиков. Как

Guardian, так и Economist сравнивают ЕС с подвесной грушей *an easy punchbag*. Данная метафора является традиционной, значение которой можно отыскать в словаре. Существительное *punchbag* идёт вместе с прилагательным *easy*, акцентируя внимание на том факте, что ЕС является легкодоступным средством для выражения агрессии. Таким образом, автор хотел показать, что для политиков легче обвинить Брюссель в собственных неудачах. Они избегают брать на себя ответственность за решения, которые сами же и одобрили.

*The EU can be **an easy punchbag**. Politicians often blame Brussels for their own failures, shunning responsibility for decisions they had themselves endorsed behind closed doors. [53]*

Несмотря на то, что Евросоюз - это «подвесная груша», которую все рады использовать для того, чтобы выплеснуть свою агрессию, the Economist всё же подчёркивает, что никто не хочет в этом переусердствовать, так как все понимают, что рано или поздно она может лопнуть. ЕС – это ресурс, к которому так или иначе придётся обращаться за помощью.

*All have been happy to use the EU as **a punchbag** when expedient. None wants to blow it up. [52]*

Зависимость ЕС от других стран иллюстрируют глагол *to stitch*. Он указывает на то, что в определённых вопросах Евросоюз занимает зависимое положение в мире.

*David Davis is also expected to make plain the UK wants to remain within existing agreements that the EU **has stitched together** with other countries too. [51]*

Стоит отметить, последние новости говорят о том, что Европа уже зависит от российского газа на 37 %, и этот показатель будет только расти. Метафора *Europe's addiction* в следующем примере лишь подтверждает это:

*American politicians (and the ex-communist countries of Eastern Europe) detect a Kremlin plot **to deepen Europe's addiction** to cheap Russian gas. They decry German spinelessness. [52]*

ЕС наделяют антропоморфными характеристиками физиологического характера: Евросоюз сравнивают с человеком, у которого есть «головная боль» (*the headache*), являющаяся следствием различных проблем. В данном случае источник «головной боли» - поиск новых партнёров, которые будут делать денежные взносы вместо Британии. Тем самым, автор хочет показать, что ЕС не всемогущ и порой «недуги» дают о себе знать.

This is seen as one way of sweetening the Brexit divorce bill as the UK could present it as the price of single-market access, while the EU could avoid the headache of finding new money to replace the British contribution. [53]

Если в предыдущем примере было акцентировано внимание на физических недугах ЕС, то следующий пример указывает на немощь психологического характера, который передаёт такой фразеологический оборот, как *to be ill at ease* в значении «неловкий, смущённый, как не в своей тарелке», что подразумевает неуверенность ЕС в том, как справиться с существующей проблемой. Однако глагол *to be* в перфектной форме указывает на то, что ЕС всё же разобрался в вопросе сепаратизма, что преследовала ЕС долгое время *has long been*:

The EU has long been ill at ease with separatist issues within its member states. It has no mechanism to sort out a dispute of this kind. [53]

Непростую ситуацию в Европе иллюстрирует такая метафора, как *to stare into the abyss*. Столкнувшись с серьёзным экономическим и политическим кризисом, когда Британия решила выйти из ЕС, Европейский союз оказался в ситуации, когда остаётся лишь смотреть в бездну неизвестности.

Battered by economic and political crises, the European Union was staring into the abyss. [52]

Некоторые специалисты считают Евросоюз капиталистом (*imperialist*) только лишь в стремлениях, на деле – он не способен быть таковым (*impotent in practice*). Таким образом, автор указывает на бессилие Евросоюза, используя прилагательное *impotent*. Тот факт, что ЕС лишь кажется

империалистом, подтверждает глагол *to come across*, который переводится как «казаться, производить впечатление».

The danger, as Jan-Werner Müller, a professor at Princeton, has written, is that “the EU comes across as imperialist in aspiration and impotent in practice.”

[52]

Нижеприведённые примеры дают понять, что Европейский союз воспринимают как источник, из которого при необходимости можно почерпнуть необходимое количество ресурсов, и которого можно склонить к необходимому с заинтересованной стороны действиям. Но так ли это просто получить что-либо от ЕС, как кажется, и все ли проблемы он способен решить?

К примеру, президент Франции Эммануэль Макрон, призывающий Евросоюз придерживаться собственных интересов, осуждает действия британского правительства, которое, по его мнению, «блефует» *to bluff*, в стремлении склонить ЕС к смягчению своей позиции *softening its negotiating stance* в отношении каких-либо сделок, результаты которых могут плачевно сказаться на экономическом состоянии Великобритании. Здесь метафоричность значения передаётся путём направления действия на объект.

Emmanuel Macron has accused Brexiters of seeking to “bluff” the EU into softening its negotiating stance by championing a no-deal scenario. [53]

Чтобы заслужить симпатию Евросоюза, выступающие за независимость каталонцы предприняли все возможные усилия *have struggled*. Однако завоевать поддержку со стороны ЕС *to win European sympathy*, не всегда возможно. Проблема заключается, в том, что по условиям договора в полномочия ЕС не входит разрешать данный вопрос. Здесь он, по большей части, бессилен. Существительное *sympathy* иллюстрирует тот факт, что ЕС способен проявить симпатию, что как известно характерно лишь для человека. Таким образом, *European sympathy* – антропоморфная метафора.

That is why pro-independence Catalans have struggled to win European sympathy. [52]

В следующем примере мы видим, что ЕС закрывает глаза на то, что не соответствует его идеям. Выражению этому мы находим в традиционной метафоре *to turn a blind eye to*. Евросоюз игнорировал эксцессы венгерского президента Виктора Орбана, вопреки тому, что его политические взгляды далеко не соответствуют тем идеям, за которые ратует подавляющее большинство европейских лидеров:

For too long, the EU has turned a blind eye to Mr Orbán's excesses. [52]

Следующая понятийная область, служащая источником для метафорического переосмысления происходящего – это концептуальное поле «Жёсткий, решительный человек», который непреклонен в своих действиях и действует безжалостно.

Именно этот смысл несёт в себе традиционная метафора *to pull the rug from under their feet*. Данная идиома подразумевает неожиданно отменить поддержку или помощь, внезапно оставить кого-то в проблемной или трудной ситуации:

By depriving the nationalists of the last, and thereby threatening the second [the instrumental battle], the EU pulls the rug from under their feet. [52]

Подобную коннотацию несёт в себе следующий пример, где жесткость политики отражает метафорическое значение устойчивого словосочетания *to deal a major blow*, где прилагательное *major* лишь усиливает значение непреклонной политики ЕС.

The EU dealt a major blow to the UK in November after it agreed to move the European Banking Authority to Paris, after a dozen EU member states lobbied to host the regulator. [54]

Глагол *to sever* также указывает на непреклонность и неумолимость политики ЕС.

On October 16th the European Union severed ties with the army and barred senior officers from travelling to Europe. [52]

ЕС остаётся верным своим интересам и поэтому занимает жёсткую позицию в отношении некоторых вопросов, о чём свидетельствует традиционная метафора *to take a tough line*.

The EU is taking a tough line: if Britain leaves the single market and customs union and wants regulatory divergence, it can only have a deal that is mainly restricted to trade in goods. [52]

ЕС рассматривается не только как союзник и помощник. С точки зрения некоторых политиков, ЕС - это враг/недруг/противник (*the enemy*).

The Labour leader, while scornful of recent comments by Philip Hammond in which the chancellor described the EU as “the enemy”, offered a surprisingly even-handed analysis of the impasse in the Brexit talks. [53]

Порой ЕС не может заставить своего оппонента играть по его правилам, поэтому единственный выход, который остаётся - это запугать своего противника, что и иллюстрирует глагол *to cow*, который представлен в пассивной форме, чтобы выделить как саму «жертву», так и «обидчика».

“For too long our negotiators seemed to have been cowed by the EU». [Jacob Rees-Mogg] [53]

Метафоричность несёт в себе глагол *to dash*, также указывающий на агрессивные действия Евросоюза.

The British government’s hopes of opening discussions on a future trade relationship this autumn will definitely be dashed by the European Union due to the slow progress of Brexit negotiations, one of 27 prime ministers who will make the decision has said. [53]

Следующий пример также указывает на жёсткие действия ЕС. Глагол *to strip* несёт в себе оттенок агрессии и переводится как «отбирать, отнимать», что иллюстрирует политику ЕС как достаточно жесткую.

There is talk in the European Parliament of stripping Hungary of its voting rights in ministerial discussions. [52]

Порой Евросоюз сам страдает от предпринятых в прошлом решений, которые позже повлекли за собой определённые ограничения в принятии

каких-либо решений. Это иллюстрирует такая традиционная метафора, как *to tie one's hands*: действия ЕС таковы, что он сам себе связывает руки, что, в свою очередь, не позволяет ему действовать сегодня так, как он хотел бы:

The EU has tied its own hands. It cannot intervene in Catalonia. [53]

В сфере-источнике «Человек» метафорический образ раскрывается в большей степени благодаря глаголам действия (*to show, to step, to draw, to hold, to shape, to seek, to give*), указывая на активную деятельность Европы. Также в создании антропоморфного образа активную роль играют глаголы состояния, таким образом, одушевляя Европу (*to support, to protect, to want, to cow, to severe, to bully*); используются номинации, характеризующие человека, его характер, деятельность (*a donor, a torchbearer, an enemy, a punchbag, solidarity, sympathy*); отображаются физические и психологические особенности (*Europe's addiction, a headache, a blind eye, hands, to be giddy*); большой вклад вносят определения оценочного характера (*the largest, generous and open, patient but prepared, paranoid*). Последние отражают авторскую позицию. Все эти лексические средства наделяют Европу антропоморфными признаками, сравнивая её с человеком, который может быть как лидером, защитником, миротворцем, помощником, так и врагом, жёстким, агрессивным, немощным, зависимым человеком.

2.1.3 Сфера-источник «Артефакт» - Сфера-мишень «Европа»

ЕС – это свобода не для всех. Для тех, кто считали, что, став членом ЕС, получит больше прав и защиту, позже осознавали, что наоборот попали в западню, которая стала в итоге их «клеткой», что передаёт существительное *cage*. ЕС сравнивается с клеткой, а перфектная форма глагола говорит о существующем результате. Также, здесь проиллюстрировано противопоставление таких понятий, как *freedom* и *cage*:

For separatists, the EU once looked like the net that would guarantee their safety as they leapt into freedom. Instead, it has become their cage. [52]

Тот факт, что ЕС не всегда разумен в своих действиях, подтверждает и метафора *to puncture one's own tyres*. Данная контекстуальная метафора не зафиксирована в словарях и создана автором высказывания. Однако, смысл её понятен: иной раз ЕС сам создаёт себе проблемы, при этом сравнивая Евросоюз с транспортным средством, шины которого сам же и прокалывает, причём делает это каждый раз по-новому (*will always find new ways*):

Mr Dobrindt retorted: "I have little sympathy for this toll-whingeing, especially when it comes from Austria." It seems that the EU will always find new ways to puncture its own tyres. [52]

Глагол *to gear*, принадлежащий к сфере «механизмов, устройства», также наделяет Евросоюз характеристиками технического средства.

The EU is gearing up for its first major budget battle of the post-Brexit period. [51]

Глагол *to reboot*, связанный с компьютерной лексикой, наделяет ЕС характеристиками технологического устройства, который может быстро перезагрузить систему, а в данном случае «сообщение, посыл», когда что-то идёт не так, и ситуация срочно требует предпринять необходимые меры. Это характеризует ЕС как быстро реагирующее устройство, которое способное мгновенно отреагировать на неполадки в системе и произвести перезагрузку, если возникли накладки.

At a time when the EU wants to reboot its democratic message and convince citizens it can address their grievances, surely this would be a good moment to demonstrate sympathy towards crowds targeted by security forces for wanting to express a political belief at the ballot box. [53]

В сфере-источнике «Артефакт» метафорический образ воспроизводят глаголы *to gear*, *to reboot*, первый из которых относится к области транспортных средств, в то время как второй – к области компьютерных технологий. Образ Европы раскрывает существительное *cage*. «Тюрьма» является делом рук Евросоюза. Также существительное *tyres* (шины) в метафоре *to puncture one's own tyres* подразумевает образ транспортного

средства. Такой образ Евросоюза говорит о том, что ЕС работает как механизм, который иногда может как давать сбои и перезагружать систему, так и действовать отлаженно.

2.1.4 Сфера-источник «Общество» - Сфера-мишень «Европа»

ЕС стремится сохранить свою целостность, поэтому намерен предпринять решительные действия против стран, которые своей политикой ставят эту целостность (что подтверждает метафора *the European club's integrity*) под угрозу *at stake*.

The European club's integrity was at stake. [53]

Различные издания называют ЕС клубом *a club*, а также объединением *a block*, что также говорит о том, что ЕС – это команда, которая совместно решает поставленные задачи.

But for all the fuzzy aspirations of its founders, the EU remains firmly a club of its member states. Spain is one; Catalonia is not. [52]

Today, it can be argued, it is Europe that has become a more mature and slower growing bloc, and the populous Commonwealth countries of Africa and Asia that are the new dynamic engines of global growth. [54]

The EU's critics do raise valid points. If the bloc's founding principles are all about values, how can it stay aloof from this crisis? [53]

Сплочённость Евросоюза иллюстрирует такая метафора как *EU's cohesion*:

“No one would risk the EU's cohesion by questioning Spain's right to handle this situation,” says one foreign minister. [52]

Для некоторых Европейский союз – это неволя, «неолиберальный заговор», где человек рассматривается лишь как участник рынка, который должен постоянно следить за своей нынешней и будущей стоимостью. Данная мысль находит подтверждение в такой метафоре как *a neoliberal plot*:

*The independence movement is a coalition that includes radicals who think **the EU is a neoliberal plot** from which they seek liberation. [52]*

Economist цитирует французского президента Макрона, который полагает, что некоторые страны относятся к ЕС потребительски, как «поход в супермаркет». Сравнение Евросоюз с «супермаркетом» (*EU like a “supermarket”*) ещё раз иллюстрирует восприятие ЕС, как ресурсный источник.

*Mr Macron’s recent charge that some countries treat the EU **like a “supermarket”** so unnerved the Visegrad four (the Czech Republic, Hungary, Poland and Slovakia) that they hastily created working groups with France to plead their cases. [52]*

Как отмечает The Economist, ЕС – это ресторан, который готов предоставить широкий выбор своим партнёрам: от Норвегии до Турции. Метафора *to offer many menus* подтверждает идею инклюзивности Евросоюза, который старается оказать посильную помощь всем странам, входящих в ЕС.

The EU offers many menus, from Norwegian to Turkish. But Britain cannot expect to choose à la carte. [52]

Те, кто поддерживают идею Великобритании выйти из ЕС, называют Евросоюз «гигантской бюрократией» *a giant bureaucracy*, где в приоритет ставится не развитие, а поддержание старого порядка. Данная метафора несёт в себе негативную коннотацию, так как бюрократия всегда ассоциируется с чем-то лишним, ненужным, с тем, что отнимает время, и что уже давно должно быть в прошлом.

The EU is a giant bureaucracy that is more interested in regulating yesterday’s industries than inventing the future, they argue. [52]

В сфере-источнике «Общество» метафорическими источниками образности являются номинации, характеризующие сферу экономики: «рынок» (*a neoliberal plot*), «супермаркет» (*supermarket*), «бюрократия» (*bureaucracy*), «ресторан», последняя из которых выражена имплицитна. Метафорический образ «ресторана» раскрывается в контексте словосочетания

to offer many menus: только в хорошем ресторане гостям могут предложить разнообразное меню. Данное словосочетание несёт в себе положительную коннотацию. В дополнении к существительным относятся определения, которые придают тот или иной оттенок определяемому понятию, расширяют его значение, таким образом, они выступают оценочными прилагательными (a *giant bureaucracy, a neoliberal plot*). Для европейского общества Европейский союз – это объединение европейских государств, целью деятельности которых является создание благоприятных условий для жизни каждой страны, входящей в состав «клуба». Понятие «союз» раскрывает себя в таких номинациях «клуб» (*a club*), «объединение» (*a block*). Данные номинации подчёркивают идею сплочённости и совместной деятельности самого понятия. Интернет-издание *The Independent* утверждает, что сегодня Европа развивается уже не так динамично, скорее, она стала более осознанным объединением: *a more mature and slower growing bloc*. Оценочное определение *mature* даёт понять, что автор поддерживает позицию ЕС, подчёркивая идею о том, что ЕС тщательно взвешивает все «за» и «против», прежде чем принять решение. В то же время, посредством оценочного определения *slower growing [block]*, предполагающего негативную коннотацию, автор подчёркивает мысль о том, что на сегодняшний день ЕС не относится к лидерам глобальных изменений. Новыми лидерами являются страны Африки и Азии.

2.2 Методический аспект исследования

Изменение общественно-политической ситуации, развитие международных контактов во всех сферах, вовлеченность в это контакты все большего числа россиян, международная интеграция привели к росту роли и значения умений и навыков устного и письменного общения [Вербицкая, Махмурян, 2016: 4].

Целью занятий по иностранному языку является формирование у обучающихся коммуникативной компетенции, включающей в свою очередь

речевую, лингвистическую, социокультурную, компенсаторную и учебно-познавательную компетенции. В ходе написания ВКР нами была разработана система упражнений, направленная не только на формирование коммуникативной компетенции, но и на развитие навыков критического мышления. Тематически все упражнения связаны с теорией образности и медиадискурсом.

1. Упражнение, направленное на отработку правильного употребления предлогов в устойчивых выражениях и во фразовых глаголах, участвующих в образовании метафор:

Choose the correct preposition from a, b or c to fill in each gap.

1. The writer had to hit ____ at critics of his new novel.
 - a) on
 - b) back
 - c) ahead
2. This company is stripping him ____ his rights.
 - a) of
 - b) with
 - c) out
3. They geared themselves ____ for the performance.
 - a) with
 - b) down
 - c) up
4. These people are giddy ____ optimism.
 - a) for
 - b) with
 - c) on
5. The state should step ____ to change the situation.
 - a) on

b) out

c) in

6. He was forced to pull _____ of the championship because of an injury.

a) out

b) in

c) up

2. Упражнение, направленное на отработку правильного порядка слов в предложении.

Put the words in the right order.

1. daily / a / EU / people / Will / than / coffee / cost / the / more ?

2. has / The / peace / for / EU / brought / decades / prosperity / and .

3. one / the / open / a / No / open / in / EU / box / wants / Pandora's / to .

4. should / on / inner / disheveled / give / its / not / courtyard / The / up / EU.

5. is / torchbearers / the / standards/ of / major / The / global / for / EU / one .

3. Упражнение, на закрепление знаний устойчивых выражений, которые входят в состав метафор:

Match the idioms in the left column with their meanings in the right column.

<ol style="list-style-type: none"> 1. to hold the cards 2. to be in the driving seat 3. to turn a blind eye to 4. to pull the rug from under one's feet 5. to deal a major blow 6. to tie one's hands 7. to be ill at ease 	<ol style="list-style-type: none"> A. to prevent someone from doing something B. to harm, upset, or shock someone or something C. to be in a position of power or control over someone or something else D. to be nervous or anxious E. to suddenly remove all support and assistance from F. to ignore something that you know is wrong or illegal G. to be in charge or in control of a situation
---	--

4. Упражнение на выбор соответствующего слова.

Fill in the gaps in the text. Use the words from the box.

from being between chance considerable interested giant turn

The EU is (1) _____ bureaucracy that is more (2) _____ in regulating yesterday's industries than inventing the future, they argue. Britain's best (3) _____ of flourishing is to (4) _____ itself into a European Singapore and attract mobile industries.

An inspiring vision, perhaps, but it suffers (5) _____ several problems. The first is that the EU is unlikely to allow a Singapore to form on its borders. Britain will face a choice (6) _____ playing by European rules and getting access to

European markets, or creating its own rules and (7) _____ denied access to those markets. The second is that the cost of disruption could be very (8) _____ indeed.

5. Упражнения, направленные на развитие критического мышления учеников:

There are seven statements. What image of the European Union can you see in each of them? Find the appropriate image in the box for each statement. Write down the answer.

prison a weak person family price difficulty restaurant helper

1. The EU is the largest donor in development aid. _____
2. The EU is the biggest hurdle. _____
3. They want to deepen Europe's addiction. _____
4. The EU offers many menus _____
5. The EU is a group of nations, working together for the best interests of all those nations. _____
6. Will the EU cost people more than a daily coffee? _____
7. The EU has become their cage. _____

Данное упражнение также можно использовать для определения коннотации. Однако при этом стоит сформулировать задание иным образом:

There are seven statements about the EU. Write down whether you see a negative (N) or a positive (P) image of the European Union.

1. The EU is the largest donor in development aid. _____
2. The EU is the biggest hurdle. _____

3. They want to deepen Europe's addiction. _____
4. The EU offers many menus _____
5. The EU is a group of nations, working together
for the best interests of all those nations. _____
6. Will the EU cost people more than a daily
coffee? _____
7. The EU has become their cage. _____

Выводы по второй главе

Таким образом, в ходе исследования было проанализировано 105 статей таких британских интернет-изданий, как the BBC, the Guardian, the Independent, the Economist. В результате этого, мы отобрали 108 метафорических высказываний, характеризующих Европейский Союз.

Проанализировав все найденные метафоры, мы определили, какое количество метафор относится к той или иной модели. Так, к модели

– сфера-источник «Человек» - сфера-мишень «Европа» относится 74 метафоры;

– сфера-источник «Общество» - сфера-мишень «Европа» относится 16 метафор;

– сфера-источник «Абстрактное понятие» - сфера-мишень «Европа» относится 14 метафор;

– сфера-источник «Артефакт» - сфера-мишень «Европа» относится 4 метафоры.

Данные данного анализа можно наглядно представить в виде диаграммы (Рисунок 2).



Рисунок 2 - Сфера-источник

Анализ типов метафорических сфер-источников позволил установить, что наибольшей продуктивностью при формировании образа Европы отличаются метафоры антропоморфного и социоморфного ряда.

Тот факт, что Европу представляют в образе человека, имеет своё объяснение. Читателю легче воспринимать Европу, как человека, так как в основе человеческого сознания лежит теория антропоморфизма, когда человек постигает мир посредством переноса человеческого облика, его характеристик на материальные объекты и абстрактные понятия, что значительно упрощает познание окружающей действительности.

Далее мы провели анализ того, за счёт каких лексических единиц осуществляется метафорический перенос. Таким образом, мы получили следующие результаты: 50 номинаций, 33 акциональных глагола, 13 глаголов состояния, 12 оценочных прилагательных.

Данные исследования наглядно представлены в виде диаграммы (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Основа для метафорического переноса

Данное исследование подтверждает преобладание антропоморфных признаков в метафорических образах. По количеству единиц лидируют номинации, 19 из которых иллюстрируют физические, психологические и личностные характеристики, присущие человеку (*EU's greatest strengths, European sympathy, Europe's addiction, solidarity, to be giddy with optimism*) и 3 содержат упоминание частей тела (*a blind eye, to tie one's own hands, the heart of Europe*). Также в поддержку антропоморфной метафоры выступают акциональные глаголы (*to pull, to take, to avoid, to handle, to turn, to show, to hit, to reclaim*). Глаголы действия – яркий пример того, что Европу характеризуют как человека, который принимает решения, меняет планы, проявляет солидарность, действует решительно, порицает, одобряет и т.д.

Более того, мы можем проследить соотношение метафор по оценочному признаку. Из всех 110 метафорических выражений: 42 обладают нейтральной оценочностью, 36 имеют отрицательное значение, 30 – положительное.

Данные исследования наглядно представлены в виде диаграммы (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Оценочный смысл метафорических высказываний

Так, например, к метафорам с нейтральной коннотацией можно отнести следующие примеры: *the EU's orbit, the Europe of money, "multipolar" Europe, the EU has handled, the EU has shown no interest in*; с отрицательной коннотацией: *the EU is a neoliberal plot, Europe's addiction, the EU pulls the rug from under their feet, its disheveled inner courtyard, an easy punchbag*; с положительной коннотацией: *the best guarantee, an inclusive process, holds all the cards, the largest donor, the EU represents freedom*.

Из этого исследования следует вывод о том, что в данной выборке преобладают метафоры, обладающие нейтральной коннотацией. Это говорит о стремлении СМИ предоставить объективное мнение в отношении описываемого явления. Однако, всё чаще Европу характеризуют как достаточно агрессивную в своих действиях, что передаётся в таких глаголах как *to cow, to hit back, to strip, to bully, to dash*. Если рассматривать положительные мнения о Европе, то здесь её характеризуют как лидера, миротворца, защитницу и помощницу: *a torchbearer for global standards, the EU grew out of a desire for peace, a Europe that protects, the largest donor in development aid*.

Исходя из результата анализа данных, мы можем сделать вывод о том, что британские СМИ представляют Европу, прибегая к использованию абстрактных понятий («гарант», «свобода/тюрьма», «препятствие», «ценности»), рассматривают её как «Общество», включающее в себя такие понятия, как «экономика» и «объединение», также определяют, как «Артефакт», куда относится всё то, что создано человеческим трудом (транспортные средства, компьютеры). Однако, в подавляющем большинстве Европу предпочитают изображать в образе человека. Выбор антропоморфных метафор объясняется следующим образом: так как главная задача автора текста – донести идею до аудитории, то созданные образы должны быть доступны для понимания широких слоёв населения. В данном случае именно антропоморфная метафора справляется с передачей смысла наилучшим образом.

Графики, представленные выше, иллюстрируют тот факт, что основой для метафорического переноса служат акциональные глаголы, номинации, глаголы состояния, оценочные прилагательные. Стоит отметить, что подавляющее большинство средств создания образности направлены на формирование образа Европы, именно как человека.

Благодаря перечисленным средствам создаётся как положительный, так и отрицательный образ Европы, где в нашем случае наблюдается преобладание метафорических образов с отрицательной оценкой. Таким образом, на сегодняшний день аудитории представляют нейтральный образ Европейского союза, представляя факты и раскрывая основные детали того или иного явления. Хотя стоит отметить, что в сравнении с метафорами с положительной оценкой количество метафор с негативной оценкой превалирует, что объясняется непростым политическим положением Европы как внутри Евросоюза, так и, в целом, на мировой политической арене.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день актуальной проблемой для современной лингвистики является исследование того, с помощью каких способов и методов создаётся образ в медиадискурсе, роль которого в формировании картины мира индивидуума переоценить сегодня трудно. Метафоры, используемые в текстах СМИ для конструирования образа, сегодня представляют собой новый научный интерес, так как исследования в данной области только появляются.

Целью данной работы мы определили роль метафор в формировании образа Европы в медиадискурсе. Для достижения поставленной цели был проработан теоретический материал, были рассмотрены основные понятия, определены сферы-источники метафорических образов Европейского Союза, выявлены способы метафорического переноса, а также исследована оценочная характеристика образа Европы, созданного на основе метафор, представленных в текстах современных британских СМИ.

На основе полученных результатов были сделаны следующие выводы:

1) В создании образов особенно мощным средством является метафора. В текстах СМИ журналисты используют как традиционные метафоры, чтобы избежать перегруженности текста и лишней раз не создавать сложности для читателя, воспринимающего сообщения, так и изобретают новые авторские, чтобы акцентировать внимание аудитории на определённой идее. Метафора также является экономичным средством создания образности, так как она позволяет ёмко представить ту или иную идею.

2) Художественный образ отличается от образа, созданного СМИ тем, что в первом случае образ носит эстетический характер, и автором выступает художник слова, во втором же образ берёт на себя интерпретационную функцию, и автором является журналист. При этом в обоих случаях образ создаётся благодаря различным лингвостилистическим средствам и отражает мировосприятие автора текста.

3) В основе метафор, которые анализировались в исследовании, лежат следующие характеристики: номинации, акциональные глаголы, глаголы состояния, оценочные прилагательные. Перечисленные средства представляют основу для метафорического переноса в данном исследовании.

4) В ходе анализа метафор, участвующих в формировании образа Европы, нами были определены следующие сферы-источники метафорической экспансии, а именно сфера-источник «Артефакт», сфера-источник «Человек», сфера-источник «Общество», сфера-источник «Абстрактное понятие», единой сферой-мишенью для которых является «Европа».

5) Наиболее продуктивной моделью оказалась сфера-источник «Человек» - сфера-мишень «Европа», что объясняется антропоцентризмом человеческого сознания.

6) Исходя из представленного процентного соотношения оценочных смыслов метафор, мы пришли к выводу о том, что статьи британских СМИ за последний год отмечены тем, что в них раскрывается нейтральный образ Евросоюза, однако, в сравнении с положительными характеристиками количество негативных характеристик превалирует. Стоит отметить, что примеры с положительной коннотацией в особенности встречаются среди номинаций.

7) На основе проанализированных метафорических моделей, мы можем сказать о том, что метафоры не только отражают мировоззрение журналистов, которые наделяют Европу различными характеристиками, относящимся к таким сферам как: человек, общество, абстрактное понятие, артефакт, в зависимости от цели сообщения, но также оказывают воздействие на читателей в рамках оценочности, которые они создают на основе созданных образов.

8) Таким образом, исходя из полученных результатов, можно утверждать о том, что цель работы достигнута. Для создания образа в медиадискурсе используются различные выразительные средства, из которых особенно стоит отметить роль метафор. Что касается образа Европы, то метафоры,

участвующие в формировании данного образа, помогают проиллюстрировать различные роли ЕС. Для одних Европа является гарантом свободы и прав, защитницей и оплотом, для других – это жёсткий, нерушимый союз. Не стоит забывать о том, что хотя политика ЕС направлена на создание порядка и увеличение благосостояния мира, Евросоюз всегда помнит о собственных интересах, что подробно раскрыто в проанализированных сферах-источниках.

9) Практическая значимость работы заключается в том, что отобранные метафоры могут быть задействованы как в лексико-грамматических упражнениях на уроках английского языка, так и использованы в упражнениях, направленных на развитие критического мышления учеников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов [Текст] / Е.Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
2. Артемова Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Е.А. Артемова. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2002. – 175 с.
3. Белова Ю.А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов: дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Ю.А. Белова. – Уфа, 2008. – 203 с.
4. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно- ... функциональные характеристики: дис. ... канд. фил. наук [Текст] / Е.Н. Богдан. – М., 2007. – С. 68.
5. Борисова Е.Б. О содержании понятий "художественный образ" и "образность" в литературоведении и лингвистике [Текст] / Е.Б. Борисова // Вестник Челябинского государственного университета. - Вып. 37. - Филология. Искусствоведение. - 2009. № 35 (173). – С. 20-26.
6. Борисова Е.Б. Художественный образ в английской литературе XX века: типология – лингвопоэтика – перевод: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Текст]: 10.02.19/ Е. Б. Борисова. – Самара, 2010. – 42 с.
7. Вербицкая М.В., Махмурян К.С. Английский язык. Учебно-методические материалы для председателей и членов региональных предметных комиссий по проверке выполнения заданий с развернутым ответом экзаменационных работ ЕГЭ 2016 года [Текст] / М. В. Вербицкая, К. С. Махмурян. – М.: ФИПИ, 2016. — 98 с.
8. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: монография [Текст] / М.Б. Ворошилова. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2013. – 194 с.

9. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
10. Данилова С.А. Типология дискурса [Текст] / С.А. Данилова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. Вып. 1. – 2015. – С. 345–349.
11. Дейк Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. ван Дейк. — М.: Прогресс, 1989.—312 с.
12. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: КРАСАНД, 2010. – 288 с.
13. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания [Текст]/ Т.Г. Добросклонская // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184). – с. 181-187.
14. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. – 2006. № 2. Серия 10: Журналистика. – С. 20-33.
15. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие [Текст] / Т. Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.
16. Добросклонская Т. Г. Моделирование информационных процессов в современном медиaprостранстве [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. – 2015. № 4. Серия 10: Журналистика. — С. 3-15.
17. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ [Текст]: дис. ... докт. филол. наук [Текст] / М.Р. Желтухина. – М., 2004. – 691 с.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография [Текст] / В.И. Карасик. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.

19. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры [Текст] / И.М. Кобозева // Вестник МГУ. Серия. 9. Филология. – № 6. – М.: Изд-во Московского университета, 2001. – С. 132-149.
20. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. № 2 (83). – С. 13-21.
21. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка [Текст] / М.Н. Кожина. — М. : ФЛИНТА, 2016 .— 696 с.
22. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? [Текст] / В.В. Красных – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
23. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира [Текст] / Е.С. Кубрякова. - Рос. академия наук. Ин-т языкознания. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 560 с.
24. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учеб. пособие [Текст] / Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – С. 414.
25. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Лакофф Дж., Джонсон М. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – С. 256.
26. Малюкова Д.С. Метафора в системе языковых средств конструирования образа политика в современном дискурсе [Текст] / Д.С. Малюкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – № 1 (5). Ч. I. – Тамбов: Грамота, 2010. – С. 175-178.
27. Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиaprостранстве [Текст] / А.В. Марущак // Журналистский ежегодник. – 2012. №1.– С. 93-96.
28. Новиков В.П. Оценочная лексика в языке английской газеты: дис. ... канд. филол. наук [Текст] /В.П. Новиков. – М., 1992. – 146 с.

29. Новикова, В.П. Миграция: метафора «стихии» и «войны» или библейская история? [Текст] / В.П. Новикова // Когнитивные исследования языка – Тюмень: Из-во РАЛК, 2016. – №3. – С. 687–691.
30. Павловская А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур: Россия глазами американцев, 1850-1880-е годы [Текст] / А.В. Павловская – М.: Изд-во Московского университета, 1998. – С. 304
31. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст] / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180-186.
32. Степаненко А.В. Лингвокогнитивные особенности функционирования метафоры в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / А.В. Степаненко. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2002. – 22 с.
33. Уварова Е.А. Медиатекст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий [Текст] / Е.А. Уварова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2015. № 5. – С. 47-54.
34. Чернова С.В. Художественный образ: к определению понятия [Текст] / С.В. Чернова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. Научный журнал. – 2014. №. 6. – С. 109-116.
35. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. – С. 248-252.
36. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000) [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2001. – 238 с.

Словари и энциклопедии

37. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. Редкол.: Л. Г. Андреев, Н. И. Балашов, А. Г. Бочаров и др.—М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 752 с.

38. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Текст]: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов ; Рос. АН. Ин-т рус. яз. ; Рос. фонд культуры. - Москва : Азъ, 1992. – 955 с.

39. Философский энциклопедический словарь [Текст]. – М. Советская энциклопедия, 1982. – 815 с.

40. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 688 с.

Электронные ресурсы

41. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов [Электронный ресурс] / И. В. Арнольд, П. Е. Бухаркин. – М. : Флинта, 2002. – С. 384. – Режим доступа: <http://bugabooks.com/book/256-stilistika-sovremennuy-anglijskij-yazyk/68--6-razgovornyj-stil.html>, 2002, свободный

42. Балалуева И. А. Медиаобраз женщины и развитие гендерного дискурса в современных российских федеральных газетах [Электронный ресурс] / И. А. Балалуева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobraz-zhenschiny-i-razvitie-gendernogo-diskursa-v-sovremennyh-rossiyskih-federalnyh-gazetah>, 2014, свободный

43. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике [Электронный ресурс] / Т.Н. Галинская. – Режим доступа: http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf, 2013, свободный

44. Глушкова Т.С., Зайцева О. А., Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект [Электронный ресурс] / Т.С. Глушкова, О. А. Зайцева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobraz-kak-instrument-sozdaniya-territorialnogo-imidzha-kognitivnyy-aspekt>, 2017, свободный

45. Ирония / ФЭБ: Литературная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le4/le4-5711.htm?cmd=p&istext=1>, 2018, свободный
46. Образ / Большой толковый словарь по культурологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary/culturology-dictionary/fc/slovar-206-1.htm#zag-864>, 2018, свободный
47. Перифраз / ФЭБ: Литературная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le8/le8-5432.htm?cmd=p&istext=1>, 2018, свободный
48. Прохоров А. В. Современная метафора в представлении характеристик товара / А.В. Прохоров. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sportivnaya-metafora-v-predstavlenii-harakteristik-tovara>, 2013, свободный
49. Стилистические фигуры // Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/45462>, 2018, свободный
50. Чернец Л. В. Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные понятия и термины [Электронный ресурс] / Л. В. Чернец и др. – М.: Наука, 1999. – 556 с. – Режим доступа: http://taviak.ru/distance/wp-content/uploads/2014/obshcheobrazovatelnye_distsipliny/Literatura/Chernec.pdf, 2018, свободный
51. BBC.com [Электронный ресурс] / BBC.com. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/>, 2018, свободный
52. The Economist [Электронный ресурс] / The Economist. – Режим доступа: <http://www.economist.com/>, 2018, свободный
53. The Guardian [Электронный ресурс] / The Guardian. – Режим доступа: https://www.theguardian.com/uk?INTCMP=CE_UK, 2018, свободный
54. The Independent [Электронный ресурс] / The Independent. – Режим доступа: www.independent.co.uk, 2018, свободный

Сфера-источник «Абстрактное понятие» - Сфера-мишень «Европа»

The EU's core values are under attack as never before. [53]

*When a country like Ireland has a spat with the EU about tax, for example, it does annoy Irish politicians, but most mainstream leaders in the Europe have grown up with the idea that the EU **has brought peace and prosperity for decades.** – [51]*

*The memory of Soviet tanks on Hungarian streets still lingers; for many in Hungary, Europe **represents freedom.** The EU should not let them, or itself, down. [52]*

*The journalists to whom the document was leaked have omitted any details of what Germany is planning to do about the **EU's possible collapse and fragmentation.** [53]*

*The 120-page-long paper, entitled *Strategic Perspective 2040*, is a federal government policy document – and the scenarios it imagines are grimly realistic: an east-west conflict in which some EU states join the Russian side or a **“multipolar” Europe**, where some states adopt the Russian economic and political model in defiance of the Lisbon treaty. [53]*

*British voters have decided **to pull out of the European Union** - but what is the unloved acronym that they will leave behind? [53]*

*The EU is **tricky** for both sides in the Catalan debate. [52]*

Сфера-источник «Человек» - Сфера-мишень «Европа»

*Much of corporate Europe is **giddy with optimism.** Some of it is warranted. [52]*

*The Department for Exiting the European Union (DExEU) could make **“flexible and imaginative”** its official motto. Fittingly, it has been copied from the EU and was used several times by Davis this week. [53]*

*As academic papers began to appear on the “French renaissance”, analysing how a once-mighty nation could fall and rise again, Europe **reaped another benefit.*** [52]

*“Not only does the EU **make independence possible,**” argues the Flemish manifesto, “it also **stimulates it.**” [52]*

*One of the **EU’s greatest strengths** has been its encouragement of processes of engagement and dialogue. The organisation is committed to a rules-based order, rejecting the Trump administration’s simplistic and dangerous rhetoric of a global “arena” of no-holds-barred competition among states and corporations. [53]*

*Here is a fundamental challenge to anyone who thinks the EU **should stand for values of liberal democracy, pluralism, the rule of law and free speech.** If it doesn’t defend these values at home, it cannot be credible advocating them abroad. [53]*

*To be relaunched, the EU must truly **reclaim a mission of social justice.** [53]*

*The EU is **tricky** for both sides in the Catalan debate. [52]*

*Indeed the success of the EU may actually **have stoked rather than quelled the flames of secession,** by potentially reducing its costs. [52]*

*Europe **wants to save the planet.** [52]*

*“It has happened, it’s a shame, let’s get on with it,” largely sums up the mood. This is how the EU **has handled Brexit.** [53]*

*The EU has declared itself “**patient but prepared**” in its dealings with Donald Trump, as it moves to avert a trade war before a US-imposed deadline expires. [54]*

*The internal row is viewed by EU officials as a precursor to a more divisive debate within the 27 over what to offer London on financial services, with senior officials warning that, as it stands, the EU will “**not go very far**”. [53]*

*Europe **writ small.** [52]*

*Theresa May won the effusive praise of even her most pro-Brexit ministers, but the EU was **more circumspect.** [53]*

*It’s been fascinating to look at some of the reactions, in Europe and beyond, after the EU last week **took the unprecedented step of triggering a mechanism***

against Poland, for the first time potentially threatening to strip a member state of its voting rights in the club. [53]

The UK and the EU face a "furious race against time" to finalise Brexit talks before March 2019, the head of the European Council says. [51]

The EU is also heading for a clash between countries prepared to increase their budget contributions - notably France and Germany - and those who don't want to, among them Finland and the Netherlands. [51]

Nevertheless, unless May now abandons those two earlier agreements and unless the EU takes a much gentler line than it has done, there are only two realistic outcomes for Britain to choose from while avoiding the return of a hard border in Ireland. [53]

*This must be why they continue to hope and insist that in order to avoid this proliferation of new barriers to trade, the EU will **relent and allow Britain to have its cake and eat it** – to forget about the obligations of EU membership while continuing to enjoy its many advantages. [53]*

The European Parliament's Brexit chief Guy Verhofstadt has said the EU should be "generous and open" to British citizens who to want to retain the legal protections of EU citizenship and their identity as Europeans. [54]

*The fence we built on the southern border is defending Europe's Schengen area, reducing illegal entries along that border to practically zero. Europe **should be thankful**. [52]*

*Tory Brexiteers want an "emergency brake" allowing the UK to block any rules not in its interests, but the EU is **unlikely to give way**. [54]*

*It is also true that the UK side still talks about technological max-fac solutions that the EU **dismisses as fantasy**. [53]*

*Because the EU **has shown no interest in**, and is under little internal pressure to explore, either of the alternative options being debated by British ministers, and the arithmetic in parliament is tending that way too. [53]*

Nationalism will lead Europe into the abyss. [54]

*If Poland follows the Hungarian path, much of east-central Europe **will have succumbed to creeping authoritarianism** – and all of this will have happened inside the European Union. [53]*

*But before Eurosceptics start using Catalonia as another opportunity to lash out at the EU for its **passivity and cynicism**, a few reminders may be useful. [53]*

*Theresa May has been hit with a double Brexit blow as the EU **toughened up its terms** for a transition period and Norway privately warned Brussels that giving in to the UK's demands for a “special” trade deal could force it to rip up its own agreements with the bloc. [53]*

*The EU's **tough stance**, largely led by France and Germany, will cause dismay among UK ministers. [53]*

*The European Union, worried by a spate of Chinese acquisitions, is **drafting stricter rules on foreign investment**. And, all the while, China's strategy for modernizing its economy is adding further strain. [52]*

*The EU has **pledged to hit back** at a series of US goods if tariffs are imposed on it. [54]*

*In Brexit Britain, Leave.eu on Twitter urged Theresa May to block the “**EU bullying of Poland**”, “tell the EU get stuffed” and “honour the alliance forged by the heroic sacrifice of Polish airmen in the defence of our country” – with hashtags “WWII” and “battle of Britain”. [53]*

*The EU is **anxious to ensure** that the UK doesn't try to undercut the EU in any way by having looser regulations in certain key areas, and, if it does, then there will be consequences. [51]*

*In Brexit Britain, Leave.eu on Twitter urged Theresa May to block the “EU bullying of Poland”, “**tell the EU get stuffed**” and “honour the alliance forged by the heroic sacrifice of Polish airmen in the defence of our country” – with hashtags “WWII” and “battle of Britain”. [53]*

*The best option, one would think, would be for the EU to step in. But calls for it to mediate between Madrid and Barcelona have been left unanswered. Not only that, the EU **stands accused of complacency** in the face of what some Catalan*

activists describe as state “repression” that carries echoes of the Franco era. Is any of this fair? [53]

*During a visit to Berlin last week, the chancellor, Philip Hammond, beseeched leaders to signal “a willingness to work together” and described the EU as “**paranoid**” about the consequences of giving the UK a special deal over the weekend. [53]*

*Listening to Donald Trump’s speech in Warsaw (not just “**the geographic heart of Europe**”, Mr Trump noted, but a place where one can see “**the soul of Europe**”) before last week’s G20 meeting, Mr Putin must have felt a frisson of recognition. [52]*

Сфера-источник «Общество» - Сфера-мишень «Европа»

The EU is a group of nations, working together for the best interests of all those nations. [54]

*The EU started life as **an economic community**. [53]*

*Brexit had to happen because the EU was **plainly unreformable**. [54]*

*The EU started life as **an economic community**. [53]*

*Will the EU **cost people more than a daily coffee**? [51]*

*The EU is **about simplification, no barriers, uniform product regulation**. [54]*

*In the very countries where, three decades ago, the causes of freedom and Europe advanced so magnificently arm in arm, these causes are now being prised apart by skilful, anti-liberal populists exploiting a longstanding disconnect between the Europe of values and **the Europe of money**. [53]*