

УДК 811.111

***МЕТАФОРА И ЕЕ РЕАЛИЗАЦИЯ В АНГЛИЙСКОМ СПОРТИВНОМ
МЕДИАДИСКУРСЕ***

Шепелева Т. А.

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,
Саранск, Россия*

Аннотация: статья посвящена изучению специфики текстовой реализации метафор спортивной тематики в современном англоязычном медиадискурсе. Автор рассматривает наиболее существенные лексико-грамматические особенности и функциональный спектр метафор, наиболее часто используемых авторами спортивных публицистических материалов.

Ключевые слова: публицистический стиль, медиадискурс, метафоризация, образность, языковые средства, спортивная метафора.

***METAPHOR AND ITS IMPLEMENTATION IN THE ENGLISH SPORTS
MEDIA DISCOURSE***

Shepeleva T.A.

*Ogarev Mordovia State University,
Saransk, Russia*

Annotation: The article is devoted to the study of the specifics of the textual implementation of sports metaphors in the modern English-language media discourse. The author considers the most significant lexical and grammatical features and the functional range of metaphors most often used by the authors of sports journalistic materials.

Keywords: journalistic style, media discourse, metaphORIZATION, imagery, language tools, sports metaphor.

Выявление сфер функционирования современного английского языка во всем многообразии и взаимодействии их форм представляется важной научной задачей, актуальность которой возрастает в связи с набирающими силу процессами глобализации.

Необходимо отметить, что в последние десятилетия наблюдается возрастание интереса к спорту, как неотъемлемой части жизни каждого человека с учетом его важной роли в политической, социальной и культурной жизни общества. Спорт становится феноменом, способствующим формированию социокультурных представлений различных групп населения; постепенно происходит его трансформация в медийный продукт. Этот факт обуславливает частотность использования спортивных метафор в медийном пространстве. Спортивный дискурс репрезентируется не только в сфере профессионального спорта, но прежде всего в политике, экономике и культуре.

Исследователи уделяют особо пристальное внимание изучению метафоры по многим теоретическим направлениям уже на протяжении нескольких десятилетий, в первую очередь, в связи с общим интересом к анализу текстов, относящихся к различным функциональным стилистическим разновидностям литературного языка, в том числе публицистическому стилю, а также стремлением дать лингвистическое обоснование различным стилистическим приемам, способствующим созданию экспрессивности текста. Метафора в текстах средств массовой информации служит для более оперативного и гибкого отражения процессов, происходящих в обществе.

Широкое метафорическое использование спортивной лексики можно определить как характерную особенность языка современных СМИ, при этом существует тенденция к активизации многих специальных терминов в разговорном и художественном стилях. Это позволяет журналистам подавать информационный материал на спортивную и другую тематику живым и образным языком, вследствие чего он приобретает яркую окраску.

Необходимо иметь в виду, что спортивная метафора рассматривается как основной прием, с помощью которого мы имеем возможность воссоздать политическую картину мира, представляя ее более образно. Специфика публикаций и сообщений, связанных со спортивной тематикой состоит в том, что они оказывают воздействие на читателей, оставляя различные впечатления, достигаемые за счет эмоциональности, экспрессивности, использования различных средств образной выразительности, включая метафору. В связи с этим основной целью нашей статьи является рассмотрение особенностей функционирования спортивных метафор и анализ случаев их употребления в англоязычных электронных СМИ.

В начале нашего исследования необходимо указать на значение термина «массмедийный дискурс» (медиадискурс) (mass media discourse), введенный в российскую науку Т. Г. Добросклонской, которая понимает под ним «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [10, с. 181]

Обращаясь к особенностям медиадискурса, отметим, что в самом масштабном его понимании он существует в среде, именуемой медиапространством. В соответствии с используемыми информационными каналами и реализацией с помощью различных языковых средств выделяют разновидности медиадискурса: политический, экономический, культурный, спортивный и др. При этом необходимо отметить, что вышеуказанные типы медиадискурса связаны с функциональными особенностями медиапространства.

По мысли Е.А. Кожемякина следует отметить два подхода к определению медиадискурса. При первом подходе он понимается как «специфичный тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа» [14, с. 16], что позволяет сделать вывод, что все виды дискурсов (политический, рекламный, юридический и др.) самостоятельны и рассматриваются отдельно друг от друга. При втором

подходе к медиадискурсу можно отнести любой из типов дискурса (спортивный, медицинский, военный, педагогический и др.), находящий отражение в масс-медийном пространстве. Если учитывать, что в рамках этого подхода информационный тип перекликается со спортивным, можно заключить, что пространство СМИ является основным средством передачи спортивного дискурса.

Единое информационное пространство, в котором английский язык выступает в качестве главного языка-посредника, в наши дни сформировано за счет массового использования Интернета, в связи с чем электронные материалы являются самым доступным источником информации и любой субъект СМИ использует для процесса коммуникации устойчивые медиа-стилистические и риторические языковые средства.

Несомненно вопрос о том, какой формат средств массовой информации на сегодняшний день является самым популярным остается актуальным. Существует мнение, что развитие информационных технологий побуждает людей получать большую часть информации через новостные сайты Интернета, включая электронные версии газет и журналов. Новые технологии способствуют привлечению более обширной аудитории, что укрепляет их позиции в сфере медиаиндустрии.

Публицистический дискурс, бесспорно, принадлежит к одному из распространенных видов медиадискурса. Он представляет собой процесс речевой коммуникации в средствах массовой информации. На специфику данного дискурса указывает С. В. Бекетова, подчеркивая его массовость, регулярность, способность за короткий срок проникать в отдаленные территории, неограниченность площади распространения, актуальность, информативность и разнообразие тематик [6, с. 100].

Публицистика относится к жанру журналистики, который рассматривает актуальные политические, экономические, правовые, философские проблемы современной жизни с целью влияния на общественное мнение, его укрепления

и изменения в соответствии с социальным идеалом [2, с. 72]. Публицистический стиль реализуется в различных жанрах, среди которых для нашего исследования представляют интерес информационный (интервью, отчет, репортаж) и аналитический (корреспонденция, версия, обозрение). Информационные материалы констатируют факты, а аналитические – осмысливают и обобщают их.

На характеристики публицистического стиля обращал внимание в своих работах Г. Я. Солганик. По мысли ученого, «язык СМИ обладает огромными возможностями и сильнейшим влиянием на другие разновидности литературного языка и на общество в целом» [21]. Маркерами публицистического стиля, на которые указывает исследователь являются эмоциональность, оценочность и сила воздействия.

Публицистический стиль, в том числе и англоязычный, представляет собой систему взаимосвязанных лексических, фразеологических и грамматических средств, которые служат цели информирования и наставления читателя.

Оценочность выражается прежде всего в лексической составляющей публицистических материалов, включающей большую частотность употребления качественно-оценочных существительных и прилагательных, метафоризацию, отбор различных синтаксических и стилистических приемов. Воздействующая функция публицистики находит свое отражение в использовании разнообразных средств, речевой выразительности, среди которых большое распространение получили метафоры, наиболее эффективно и точно выражающие мысль и привлекающие внимание читателей.

В нашей статье мы рассматриваем наиболее быстро развивающийся тип дискурса, существование которого признают многие лингвисты (А. Б. Зильберт [11], В. И. Карасик [12], О. А. Панкратова [18], К. В. Снятков [22] и др.) – спортивный дискурс. Причиной роста его популярности становится общедоступный и массовый характер спорта, что отражается в

соответствующих изменениях в спортивном дискурсе. В связи с этим представляет интерес вопрос о соотношении медиадискурса со спортивным дискурсом. Тесная связь спортивного дискурса с масс-медийным, в первую очередь, проявляется в том, что спортивный дискурс отражает такие характеристики масс-медийного дискурса, как концептуальная тематика («ментальная основа»); неизоллированность в общем дискурсном пространстве; массовость аудитории; отсутствие полноценной обратной связи с адресатом; взаимодействие вербальных и невербальных средств [21, с. 23].

Лингвокультурными основами формирования спортивного дискурса могут служить: история развития национальных видов спорта; связь спорта с другими социальными институтами, отражающаяся в спортивном дискурсе; регулярное освещение спортивных событий посредством СМИ; коммуникативные традиции участников спортивного события с использованием спортивной терминологии; стереотипы, существующие в обществе.

Важной концептуальной доминантой спортивного дискурса, является концепт «спорт», представляющий в современной английской языковой картине мира сложное понятие, которое с точки зрения когнитивной лингвистики и лингвокультурологии характеризуется многоаспектно, в связи с чем его можно отнести к концептосфере, т.е. совокупности концептов, соотнесенных с определенным видом человеческой деятельности.

В данную концептосферу включены концепты различных типов, связанные с наименованием субъектов спортивной деятельности (sportsman – спортсмен; coach – тренер; sports referee – спортивный судья; fan – болельщик; sports commentator – спортивный комментатор и пр.); ее объектов (stadium – стадион; tennis court – теннисный корт; football field – футбольное поле; bike track – велотрек; wrestling ring – борцовский ринг и пр.); ее атрибутов (sports rules – спортивные правила; sports rulemaking – спортивное нормотворчество и пр.); спортивных действий (match – игра; workout – тренировка; competition –

соревнование; refereeing – судейство и пр.); спортивных событий (championship – чемпионат; Olympic Games – Олимпийские игры и пр.).

Размышляя об отличительных чертах спортивного дискурса, необходимо отметить его повышенную экспрессивность и эмоциональность, что достигается благодаря использованию разнообразных средств стилистической образности, наиболее распространенным из которых является метафора,

Вопросы теоретического исследования метафор как средства речевой выразительности, их функциональных особенностей и классификации затронуты в работах таких отечественных и зарубежных лингвистов, как И. В. Арнольд [3], Н. Д. Арутюнова [4], М. Блэк [7], В. Г. Гак [8], И. Р. Гальперин [9], В. Г. Костомаров [15], Д. Лакофф [16], М. В. Никитин [17], Г. Н. Складневская [19], А. П. Чудинов [25] и др.

Метафоризация спортивного массмедийного дискурса, отраженная в поступательном возрастании количества метафор в текстах спортивных репортажей, позволяет отнести данное образное средство к выразительному инструменту спортивной риторики.

В словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой находим определение метафоры, которая представляет собой «...троп, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т.п.» [3, с. 231].

Г. А. Абрамович указывает, что в метафоре одно или несколько свойств переносятся на предмет или явление с другого предмета или явления, но эти последние не выступают в тропе непосредственно, а лишь подразумеваются» [1, с.167].

Говоря об особенностях функционирования метафоры, необходимо подчеркнуть, что они детерминированы определенной сферой деятельности; политическая, научная, поэтическая, спортивная метафора. При этом вышеуказанные термины определяют не какой-то особый вид метафоры, а отражают сферу ее функционирования – тексты определенной тематической

направленности (политическое интервью, научное эссе, художественное произведение, спортивный комментарий). В этой связи важно отметить, что роль метафоры состоит не в сообщении новой информации, а в ассоциативном представлении уже имеющихся в человеческом опыте понятий, предметов или явлений. Метафора широко раскрывает как культурные, так и языковые характеристики страны, поэтому публикации в средствах массовой информации, в том числе и электронных, предназначены для использования при изучении языка и культуры англоговорящих стран.

Поскольку пресса всегда выступала мощным средством воздействия на «общественное мнение» аудитории, можно отметить, что, в отличие от печатных изданий электронные средства массовой информации воздействуют на сознание людей более целенаправленно, отражая наиболее оперативно изменения, происходящие в обществе, а метафора является обязательным компонентом системы речевого воздействия в англоязычных СМИ. Она предназначена для более точной передачи смысла явлений, сохраняя при этом свое основное свойство – принцип языковой экономии, наиболее значимый для языка СМИ.

Несомненно, в качестве главного признака метафорического образа следует выделить его четко выраженную индивидуализацию, субъективность. В медиaprостранстве процесс создания такого образа осуществляется с учетом наличия связи между прошлым, настоящим и будущим. Специфика современного медиадискурса позволяет отнести понятие метафорического художественного образа не только к литературному и рекламному, но также социально-психологическому.

Метафоризация терминов выступает в качестве одной из значимых характеристик современной газетной публицистики, что подтверждает мысль Г. Я. Солганика, который указывает, что «характерной приметой многих современных газетно-публицистических текстов является переносное

употребление в них специальной научной, специальной профессиональной, военной лексики, лексики, относящейся к спорту» [20].

Важным представляется вопрос о цели использования метафор в том или ином функциональном стиле речи. И. М. Кобозева считает, что «в разных типах дискурса метафора выполняет разные функции» [13, с. 134].

А. П. Чудинов выделяет следующие основные функции метафоры: *когнитивная*, заключающаяся в формировании картины мира; *номинативная*, представляющая процесс закрепления знания; *коммуникативная*, выражающаяся в способности метафоры передавать информацию в наиболее краткой и доступной для адресата форме); *прагматическая*, формирующая у читателя эмоциональное состояние и мировосприятие в соответствии с целями адресанта; *изобразительная*, отражающая свойство метафоры превращать любое сообщение в яркое и образное; *инструментальная*, под которой метафора понимается способность метафоры как способ познания окружающего мира; *гипотетическая*, представляющая еще не до конца познанные объекты окружающего мира); *моделирующая*, позволяющая создать модель мира, установить взаимосвязь между его элементами; *популяризаторская*, помогающая наглядно и просто передавать сложную информацию, тем самым облегчая восприятие этих идей [25, 2003].

В. К. Харченко предлагает следующее описание функций метафоры: *номинативная*, отражающая возможность развития в слове переносных значений, а номинативные свойства метафор проявляются не только в пределах конкретного языка, но и на межъязыковом уровне; *информативная*, при этом особенностью информации, передаваемой посредством метафор выступает целостность, панорамность образа; *мнемоническая*, поскольку метафора способствует лучшему запоминанию информации; *текстообразующая* – способность метафоры быть мотивированной, развернутой, т.е. объясненной и продолженной; *жанрообразующая*, которая отражает свойства метафоры, участвующие в создании определенного жанра; *объяснительная*, в связи с тем,

что в научно-популярной метафоры помогают усваивать сложную научную информацию, терминологию; *эмоционально-оценочная*, заключающаяся в том, что метафора вызывает эмоционально-оценочную реакцию адресата речи и в новом контексте слово не только приобретает эмоциональную оценку, но зачастую меняет свою оценку на противоположную [24, с. 45].

. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что метафора представляет собой сложный феномен, возникающий в результате взаимодействия двух смысловых комплексов – оболочки и содержания, являясь одной из основных ментальных операций, способом познания, структурирования и объяснения окружающего мира, формирующим культурный опыт определенной общности. Основу метафоры составляет использование уже ранее существующего в языке слова или словосочетания для обозначения какого-либо понятия с целью наделения его частью смысла.

Поскольку спорт является неотъемлемой частью культурной жизни сегодняшнего общества, можно наблюдать довольно обширное количество сообщений, а также примеров устной коммуникации, в которых спортивная терминология используется метафорично.

Под спортивной метафорой мы понимаем употребление спортивного термина или выражения в переносном значении, основанное на сходстве, сравнении или аналогии. Следует заметить, что спортивные термины несколько отличается от терминов других областей, характеризующихся отсутствием эмоциональности, несущих только конкретную фактическую информацию. Несомненно, спорт сам по себе – эмоциональное явление, и его терминология эмоционально окрашена. Болельщик, зритель постоянно сталкиваются со спортивной терминологией в современных медиатекстах: значительная часть этой лексики стала общеупотребительной, сделав ее более выразительной. Использование спортивных терминов служит для придания тексту метафоричности и эмоциональной окраски.

Говоря о функциональном спектре спортивных метафор, необходимо отметить, что он зависит от многих факторов: 1) вида спорта – единоборств, спортивных игр или ритмических видов спорта; 2) наличия и развития института болельщиков; 3) количества и состав зрительской аудитории; 4) зрелищность показа спортивных событий; 5) популярность спорта; 6) возраст игроков и болельщиков; 7) спортивный комментарий и личностные характеристики рассказчика; 8) гендерные особенности того или иного вида спорта. Необходимо также учитывать, что различные особенности спортивного дискурса, реализующиеся в медиатекстах разного типа в сочетании с спортивным событием характерны для спортсменов, болельщиков, комментаторов, журналистов.

Выбор слова из спортивного словаря в качестве метафоры определяется его популярностью среди широкой аудитории, из чего можно сделать вывод, что развитие спортивной журналистики способствует, популяризации спортивной терминологии и расширению использования спортивных терминов в качестве выразительных средств.

Говоря о классификации спортивных метафор, следует учитывать выполняемые ими в тексте функции: *номинативную*, которая используется для обозначения объекта, еще не имеющего собственного наименования (to kill off – нанести смертельный удар; to be awarded a penalty – забить пенальти; a snarshot – выстрел навскидку; to bank maximum points – положить в копилку максимальное количество очков и т.п.); *декоративную*, служащую средством украшения речи (inch-perfect pass – ювелирный, филигранный пас; the heart of the team – сердце команды; the soul of the team – душа команды и т.п.); *оценочную*, создающую эмоциональнооценочный эффект (a bitter rival – ярый соперник; a trade-mark kick – фирменный удар и т.п.).

По структуре (количеству единиц-носителей метафорического образа) следует различать: *простую метафору*, в которой план выражения представлен одним словом: to bank the points – положить очки в копилку,

занести очки в актив; *the team captain* – капитан команды; *to share the points* – поделить очки и т.п.; *развернутую метафору*, в которой носителем метафорического образа является группа тематически связанных единиц: *to be played behind the closed doors* – играть за закрытыми дверями; *to roam down the left flank* – разгуливать по левому флангу и т.п.

В результате процесса метафоризации, лексика спорта пополняется новыми терминами, экспрессивными наименованиями. К наиболее распространенным примерам спортивных метафор следует отнести следующие: *a poor season* – неурожайный на голы сезон; *player's property* – владения игрока; *a clash of giants* – битва, поединок титанов; *to battle for supremacy* – бороться за лидерство, победу; *to break the resistance* – сломить сопротивление;) *to destroy a record* – побить рекорд;) *set piece* – стандартная предматчевая подготовка; *to dispose of the rival* – избавиться от соперника; *to fight back* – нанести ответный удар; *to misfire* – допустить осечку; *to fire on all cylinders* – нестись на всех парах; *to face each other* – встретиться лицом к лицу; *to road into the attack* – броситься в атаку; *to blind-side smb.* – огородить, нанести неожиданный удар; *below par* – плоховато, неважно, не на высоте; *checkmate* – крах, разгром, поражение.

Примечательно, что спортивные метафоры также являются феноменом в текстах о политике, в которых нередко описываются состязательный характер политических оппонентов, повышенная конкуренция и борьба за власть [25, с. 6]. Помимо политических деятелей, комментирующих происходящее в футболе или баскетболе, спортивная терминология в настоящее время часто используется в средствах массовой информации для описания политики. С одной стороны, использование спортивных метафор можно рассматривать как способ сохранить интерес к политике и облегчить ее понимание для тех, кто не разбирается или вовсе не заинтересован в политике. Избирательные кампании, в частности, подвергаются внушительному набору спортивных метафор для описания того, как два кандидата ведут себя на выборах [21 с. 211-

215].

С помощью спортивных метафор (например, через понятие «marathon», т.е. бег на самую протяженную в спорте дистанцию) может быть описана длительная избирательная компания. Running for president of the United States is a marathon. Выборы президента в Соединенных Штатах – это марафон. В ходе избирательной компании, также как и в спорте, на пути к желаемой цели могут возникнуть препятствия, барьеры («hurdles»). The hurdles that have to be negotiated are formidable, and there is a possibility they won't be cleared, or won't be cleared in time. Трудности, которые нужно обсудить, чрезвычайно сложные, и существует возможность того, что они будут прояснены или же не прояснены вовремя.

Достаточно распространенными являются метафорические словообразования, касающиеся спортивных игр, в которых нет конкретизации того, о какой командной спортивной игре идет речь, но, тем не менее, связанные с такими играми. Наибольшая частотность употребления характерна для метафоры «team» – команда, применяемая для обозначения группы политиков, близких по взглядам, ближайшее окружение президента. I know that he [Bush] and his team are extraordinarily focused, disciplined and tight-lipped. Я знаю, что он (Буш) и его команда чрезвычайно собранны, дисциплинированы и сдержаны в разговорах.

Нередко в массмедийных текстах можно встретить такие сочетания со словом «team» («team discipline», «team player»). The secretary of State is looking pretty grim these days like a man going through the motions. Friends say: «No, he is a team player. Государственный секретарь сейчас довольно мрачен, как человек, принуждающий себя выполнять обязательную работу. Друзья сказали: «Нет, он – командный игрок». Team discipline inside the Bush administration is about to be fractured. Командная дисциплина внутри администрации Буша может быть подорвана. В данном примере члены администрации президента США

уподобляются игрокам спортивных команд, которым предписано соблюдение строгого распорядка дня и режима тренировок.

Для переосмысления политических событий может использоваться термин из области баскетбола «slam-dunk», означающий бросок мяча в корзину в прыжке из положения, когда рука находится на уровне кольца, что с помощью метафоризации выражает неожиданно большой успех партии или политика, достигнутый за короткое время. Republicans appeared to have a slam-dunk shot at strengthening their tenuous 51-seat hold on the Senate Республиканцы точным ударом уступили свой незначительный перевес (51 место) в Сенате.

Обозначение прямого удара по корпусу в боксе «jab» может соотноситься с предвыборные дебатами кандидатов в президенты. He [Bush] ended his press conference with none too subtle jab at John Kerry. Он (Буш) закончил свою пресс-конференцию не слишком искусной нападкой на Джона Керри. Для метафорической характеристики противоборства политиков применяется термин из области бокса «sparring» (тренировочный бой). The sparring of candidates signaled that the contest had entered a new and more competitive stage. Перепалка кандидатов показала, что состязание вступило в новую, более напряженную стадию. Как правило, поединок заканчивается поражением одного из соперников. В боксе положение, когда сбитый ударом соперник по истечению 10 секунд не может подняться, и считается побежденным, обозначается термином «knockout» («нокаут»). Если соотнести данный спортивный термин с политическим дискурсом, то речь может идти о поражении политического соперника (кандидата на выборах или целой партии), который уподобляется противнику в боксе. We tried for a quick knockout and it didn't work. So now we've just got a long drawn-out process. Мы стремились к быстрому нокауту, но этого не получилось. Так что теперь мы имеем дело с затянувшимся процессом.

Обратим внимание на метафору из области бокса «to be out for the count», («потерпеть поражение, погибнуть»). В следующем примере следует отметить

присутствие еще одной спортивной метафоры «on the ropes» («в слабой позиции»). Using an analogy from boxing, Mr. Wilson said the Poll Tax is already on the ropes and, if people stand firm, it is only a matter of time before it is out for the count. Сравнивая с боксом, Мистер Уилсон сказал, что Пол Такс уже на грани и, если люди будут стоять на своём, то потребуется время, чтобы оно совсем перестало существовать.

Общеизвестным является выделение в боксе типов спортсменов в зависимости от веса, в связи с чем термины, обозначающие спортсменов разных весовых категорий, употребляются для метафорического представления политических деятелей, степени их влияния в стране. Так, политик, обладающий поддержкой большого числа граждан, имеющие влияние в своем штате, называют «heavyweight» («тяжеловес»). Charlie Gerow, a party activist and one of the few political heavyweight in the state who backs. Чарли Героу, партийный активист и один из политических тяжеловесов штата, поддерживающий Мистера Патрика Дж. Туми. В противоположность этому политический деятель с низким влиянием уподобляется боксеру – легковесу («lightweight»). Candidate`s detractors make a costly mistake by dismissing him as a lightweight. Очернители кандидата, сбрасывая его со счетов как легковеса, совершают ошибку, которая им дорого обойдется.

В отличие от перечисленных выше активных видов спорта шахматы – игра, требующая концентрации, ассоциирующаяся с сосредоточенным мышлением, в связи с чем метафоры данной категории характеризуют политическую деятельность как спокойствие. Например, слово «gambit» («уловка»), приобретает метафорическое значение «уступка с целью выгоды в дальнейшем». Howard Dean calls the Republicans' Southern Strategy as a racist gambit that has hoodwinked a generation of white stars-and-bars waving Southerners. Ховард Дин назвал Южную стратегию республиканцев тем, чем она на самом деле является, а является она расисткой уловкой, одурачившей поколение белых южан, машущих американским флагом.

В американских текстах обычным является метафорическое переосмысление национальной игры этой страны – бейсбола. Наиболее распространенным в американском политическом дискурсе является словоупотребление «hardball», имеющее значение «грубые методы политиков», поскольку данная метафора служит хорошим средством характеристики методов борьбы американских политических деятелей «to play political hardball with the Naber's campaign (применять грубые политические методы по отношению к кампании Нейбера).

Таким образом, в ходе анализа метафорических словообразований в англоязычных текстах на спортивную тематику было выявлено отсутствие у некоторых спортивных метафор ярко выраженной отрицательной эмоциональной окраски. К примеру, метафорическое употребление слова «team» наполнено скорее позитивным смыслом, подразумевая, что политические деятели представляют целостный коллектив. С другой стороны, метафоры могут выражать как положительную, так и отрицательную оценку. Спортивные термины, описывающие итог соревнований, переносятся в сферу политики для отображения результатов политической деятельности, которая может быть и успешной, или неудачной.

Изученные материалы могут свидетельствовать о высокой продуктивности спортивной метафоры в современной английской прессе в статьях, посвященных освещению политических реалий. Политическая деятельность постоянно сравнивается со спортивным состязанием, характерными признаками которого выступают строгие правила честного соперничества, предсказуемость успеха, победа сильнейших, в силу чего в большинстве метафорических образов наиболее яркими являются концептуальные смыслы «соревнование», «соперничество», «борьба».

Наибольшим количеством спортивных метафор, как показал анализ отличается информационный материал, посвященный политике или выборам,

что, несомненно, может быть полезным с точки зрения ее роли в увеличении экспрессивности изложения.

Библиографический список

1. Абрамович Г. А. Введение в литературоведение / Г. А. Абрамович. – М.: Просвещение, 2010. – 295 с.
2. Аникст А. А. Краткая литературная энциклопедия / А. А. Аникст, ФЭБ словари. – М., 1971 г. [Электронный ресурс].
URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/156095/Аникст> (дата обращения 15.06. 2021)
3. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык / И. В. Арнольд. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 384 с.
4. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1991. – 121 с.
5. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: КомКнига, 2007. – 576 с.
6. Бекетова С. В. Специфика газетного дискурса / С. В. Бекетова // Университетские чтения. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 97- 100.
7. Блэк М. Метафора / М. Блэк // Теория метафоры: пер. с англ. М. А. Дмитриевской. – М.: Прогресс, 1990. – С. 153-172.
8. Гак В. Г. Метафора в языке и тексте / В. Г. Гак, В. Н. Телия, Е. М. Вольф и др.; отв. ред. В. Н. Телия. – М.: Наука, 1988. – 174 с.
9. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М.: Изд-во лит. на иностр. яз., 1958. – 459 с.
10. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 264 с.
11. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) / А. Б. Зильберт // Язык, сознание,

коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 19. – С. 103-113.

12. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М: Гнозис, 2004. – 390 с.

13.. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры / И. М. Кобозева // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 2001. – № 6. – С. 132 -149.

14. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки, 2010. – №12, вып.6. – С. 13-21.

15. Костомаров В. Г. Язык текущего момента: понятие нормы / В. Г. Костомаров // Мир русского слова. 2012. №4. – С.13-19.

16. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон: пер. с англ. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

17. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики / М. В. Никитин. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – 819 с.

18. Панкратова О. А. Лингвосемиотические характеристики спортивного дискурса: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Панкратова Ольга Александровна. – Волгоград, 2005. – 22 с

19. Складеревская Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Складеревская. – СПб: Наука, 1993. – 150 с.

20. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик [Электронный ресурс] // Публицистика и информация в современном обществе. URL: http://www.gramota.ru/mag_arch.html?id=6. (дата обращения 15.06.2021).

21. Солганик, Г. Я. Язык современной публицистики / Г. Я. Солганик. – М. : ФЛИНТА, 2017. – 232 с.

22. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: специальность 10.02.01 «Русский язык»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Снятков Константин Владимирович. – Вологда, 2008. – 19 с.

23. Удальцова Н. М. Спортивная концептуальная метафора в англоязычных медиа дискурсе / Н. М. Удальцова // Политическая лингвистика. 2015. - № 3 (53)

24. Харченко В. К. Функции метафоры / В. К. Харченко. – Воронеж, 1992. – 86 с.

25. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.

26. Vieth D. The Impact of Sports Metaphors on the Media and Public Sphere / D. Vieth. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper> (дата обращения 15.06.2021)

Оригинальность 81%