

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская

« ____ » _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ
МЕДИАТЕКСТОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ)**

Выпускник А.О. Артюхова

Научный руководитель канд. филол. наук,
доц. каф. ТГЯиМКК
Ю.И. Детинко

Нормоконтролёр А.А. Струзик

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ОТОБРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМ МЕДИАТЕКСТЕ.....	6
1.1. Обзор основных подходов к определению метафоры и способы её идентификации в тексте	6
1.1.1. Традиционные определения метафоры	6
1.1.2. Метафора в современной когнитивной теории	11
1.1.3. Способы определения метафоры в тексте	14
1.2. Медиатекст как мультимодальная структура	18
1.2.1. Сущность медиатекста	18
1.2.2. Особенности мультимодальных медиатекстов	22
1.3. Социально-экономическая нестабильность: понятие и факторы	25
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	29
ГЛАВА 2. СРЕДСТВА МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ ПАНДЕМИИ COVID-19 В СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ	31
2.1. Метафоры нестабильности в СМИ Великобритании	31
2.1.1. Сферы-источники метафоры социально-экономической нестабильности в британских медиатекстах	31
2.1.2. Антропоморфные метафоры	32
2.1.3. Природоморфные метафоры	36
2.1.4. Социоморфные метафоры	40
2.1.5. Артефактные метафоры	43
2.2. Метафоры нестабильности в СМИ Испании	48
2.2.1. Сферы-источники метафоры социально-экономической нестабильности в испанских медиатекстах	48
2.2.2. Антропоморфные метафоры	49
2.2.3. Природоморфные метафоры	51
2.2.4. Социоморфные метафоры	54
2.2.5. Артефактные метафоры	57
2.3. Общее сравнение метафорических моделей нестабильности в СМИ Великобритании и Испании	62
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	75

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено изучению роли метафоры в представлении процессов, происходящих в экономических и социальных системах Великобритании и Испании под влиянием пандемии COVID-19. Экономика является неотъемлемой частью общественной жизни и объектом внимания средств массовой информации.

Метафора как единица человеческого мышления позволяет осмыслять сложные социально-экономические явления при помощи более простых и запоминающихся образов, тем самым влияя на формирование отношения у массового читателя к описываемым событиям. В настоящее время цифровые издания имеют возможность представлять информацию как через вербальный, так и невербальный модусы, что увеличивает и степень влияния метафоры на мировоззрение человека.

По словам Т.А. Синеевой, рост количества метафор происходит «в периоды социально-экономических и политических кризисов» [Синеева, 2007: 3], в качестве которого в нашем исследовании выступает пандемия коронавируса, охватившая мир в 2020 году. Таким образом, нам представляется особенно **актуальным** изучение метафорического изображения негативных социально-экономических последствий пандемии COVID-19 в мультимодальном аспекте и выявление межкультурных сходств и различий в представлении данных событий британскими и испанскими СМИ.

Объектом данного исследования является метафора как средство отображения социально-экономической нестабильности в СМИ.

В качестве **предмета** исследования рассматриваются вербальные и невербальные средства метафорической репрезентации социально-экономической нестабильности в мультимодальных текстах британской и испанской прессы.

Цель работы состоит в том, чтобы выявить и описать наиболее распространённые метафорические модели, демонстрирующие социально-экономическую нестабильность в медиатекстах Великобритании и Испании.

Поставленная цель исследования определила его основные **задачи**:

- 1) систематизировать различные подходы к пониманию метафоры;
- 2) рассмотреть способы выявления метафоры в тексте;
- 3) дать определение понятию «медиатекст» и описать его функции;
- 4) охарактеризовать особенности мультимодального медиатекста;
- 5) рассмотреть сущность и факторы социально-экономической нестабильности;
- 6) выявить вербальные и невербальные особенности метафорического представления нестабильности в британских и испанских медиатекстах;
- 7) определить и сравнить доминантные метафорические модели в британских и испанских медиатекстах.

Методологическая основа данной работы состоит из метода сплошной выборки, который использовался для отбора материала исследования, а с помощью методов контекстуального и мультимодального анализа были выявлены функциональные особенности метафор и их значений.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования материалов исследования и полученных результатов в курсах лекций по стилистике, анализу и интерпретации текстов на английском языке, общему языкознанию.

В качестве **материала** исследования были отобраны 57 британских и 43 испанских медиатекстов, опубликованных в период с марта 2020 г. по март 2021 г. в медийных источниках социально-экономического характера: *The Guardian, El Mundo*.

Теоретической базой нашего исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов в области изучения метафоры (М. Блэк, Э.В. Будаев, А.Н. Баранов, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Г.Н. Скляревская, А.П. Чудинов и др.), медиатекста (Е.Е. Анисимова, Т.Г. Добросклонская, И.В. Рогозина, I. Alousque Negro, D. Stamenković, M. Tasić), мультимодальности (G. Kress, T. van Leeuwen), изучения социально-экономической нестабильности (С.В. Онучин, И. Пригожин, Т. Antipova, N. Taleb).

Структура данной работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во **Введении** представлена актуальность выбранной проблемы, устанавливаются объект и предмет изучения, ставится цель и задачи исследования, определяются основные методы для его выполнения.

В **Первой главе** рассматриваются основные подходы к понятиям «метафора», «медиатекст» и «нестабильность», описывается метод определения метафор, уточняются особенности мультимодального текста.

Во **Второй главе** определяются доминантные метафорические модели представления социально-экономической нестабильности в медиатекстах Великобритании и Испании, устанавливаются вербальные средства метафорической репрезентации, а также описываются найденные визуальные образы и общие тенденции в передачи нестабильности испанскими и британскими СМИ.

В **Заключении** подводятся итоги проведённого исследования и определяются его результаты.

Результаты исследования были представлены на II Международном «Форуме языков и культур» в рамках секционных заседаний «Филологическая Juvenilia» (Красноярск, 2021).

ГЛАВА 1. МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ОТОБРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМ МЕДИАТЕКСТЕ

1.1. Обзор основных подходов к определению метафоры и способы её идентификации в тексте

1.1.1. Традиционные определения метафоры

Вопросами изучения природы метафоры занимались такие отечественные и зарубежные учёные как Н.Д. Арутюнова [Арутюнова, 1978], А.Н. Баранов [Баранов, 2008; 2014], А. Вежбицкая [Вежбицкая, 1990], В.Г. Гак [Гак, 1998], М. Джонсон и Дж. Лакофф [Лакофф, Джонсон, 2008], И.М. Кобозева [Кобозева, 2010], Е.В. Падучева [Падучева, 2004], В.В. Петров [Петров, 1990], А. Ричардс [Ричардс, 1990], Г.Н. Скляревская [Скляревская, 1993; 2017], Т.Г. Скребцова [Скребцова, 2005], В.Н. Телия [Телия, 1998], А.П. Чудинов [Чудинов, 2001; 2007; 2012] и другие.

Современное понимание метафоры находим в Лингвистическом энциклопедическом словаре: «Метафора (от греч. Μεταφορά – перенос) – троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т. п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении» [ЛЭС, 1990]. В данном определении метафора рассматривается, прежде всего, как средство художественной выразительности, фигура речи.

Изучением природы метафоры учёные из различных областей науки занимались ещё со времён Античности. «Отцом» традиционного подхода к определению метафоры считается древнегреческий философ Аристотель, который в своём трактате «Поэтика» не только предложил сам термин «метафора», но и дал ему определение. Согласно Аристотелю, метафора – перенесение слова с изменением значения из рода в вид, из вида в род, или из

вида в вид, или по аналогии [Мещерякова, 2004]. Сама внутренняя форма слова отражает взгляд Аристотеля на сущность метафоры («греч. *metaphora* - перенесение, *meta*, и *phero* – несу») [Чудинов, 1910], а именно на её способность «проникать в суть вещей» [Лакофф, Джонсон, 2008: 213]. Как указывает в своей работе Г.Н. Складарская, Аристотелево «понимание метафоры как сокращённого сравнения» нашло продолжение в схожих взглядах на суть метафоры и у знаменитых римских ораторов [Складарская, 2017: 10]. Так, Квинтилиан утверждал, что метафора является сокращённым сравнением, подчёркивая при этом тот факт, «что в одном случае с предметом, который мы хотим описать, нечто сравнивается, метафора же заменяет название самого предмета» [Античные теории языка и стиля; цит. по: Складарская, 2017: 9]. Цицерон же в свою очередь ещё более категорично соотносил эти два понятия: «Метафора есть сравнение, сокращенное до одного слова» [Там же].

Тем не менее, стоит отметить, что в рамках разработанной Аристотелем теории, сфокусированной на проблемах поэтики и риторики, он рассуждал о метафоре, как о фигуре речи, обладающей «индивидуальным языковым употреблением» [Складарская, 1993: 5]. В частности, подчёркивается необходимость владения искусством употребления метафор для писателей, которым «особенно важно быть искусным в метафорах, так как только одного этого нельзя позаимствовать у других, и эта способность служит признаком таланта» [Аристотель, цит. по: Складарская, 1993: 5].

Кратко суть рассмотренного выше подхода Дж. Лакофф и М. Джонсон описывают следующим образом: «Для большинства людей метафора является инструментом поэтического воображения и риторических излишеств – частью какого-то особенного, а не повседневного языка» [Лакофф, Джонсон, 2008: 25]. Схожую позицию высказывал и А. Ричардс: «На протяжении истории риторики метафора рассматривалась как нечто вроде удачной уловки, основанной на гибкости слов, как нечто уместное лишь в некоторых случаях и требующее особого искусства и осторожности.

Короче говоря, к метафоре относились как к украшению и безделушке, как к некоторому дополнительному механизму языка, но не как к его основной форме» [Ричардс, 1990: 45].

Таким образом, традиционный подход Аристотеля, рассматривающий метафору исключительно как фигуру речи, которая может быть удачно использована только талантливым оратором или поэтом, пережил испытание временем и оказал сильное влияние на все последующие теории метафоры.

А.П. Чудинов и Э.В. Будаев в своей монографии «Метафора в политической коммуникации» отмечают, что с точки зрения В.В. Петрова разнообразие подходов к изучению метафоры можно свести к двум основным направлениям: семантическому и когнитивному. «При семантическом подходе метафора понимается как языковое явление, как способ оформления и украшения мысли, тогда как в основе когнитивного направления лежит представление о том, что метафора – это явление не языковое, а ментальное, соответственно, метафоричность – это особый способ мышления» [Петров; цит. по: Чудинов, Будаев, 2012: 37].

В нашем исследовании мы опираемся именно на эту классификацию подходов к изучению метафоры, поскольку она чётко и ясно объединяет всё множество точек зрения на данное понятие с позиции различных наук. Таким образом, мы относим традиционные значения термина «метафора», основанные на идее Аристотеля, к семантическому подходу, поскольку все они в том или ином виде рассматривают метафору в первую очередь как языковое явление, как художественное средство выразительности.

Следует ещё раз подчеркнуть, что со времён Аристотеля до начала XX века метафора рассматривалась как фигура художественной речи. Первым, кто выделил метафору как «феномен языка» был Ш. Балли, тем самым отделив художественную метафору от языковой [Скляревская, 1993: 30]. Г.Н. Скляревская отмечает следующие принципиальные различия, существующие между языковой и художественной метафорами:

Таблица 1. Характеристика языковой и художественных метафор

Языковая метафора	Художественная метафора
имеет системный характер; объективна (отражает коллективные предметно-логические связи); выполняет коммуникативную функцию; анонимна; воспроизводима.	внесистемна; субъективна (отражает индивидуальный взгляд на мир); выполняет эстетическую функцию; сохраняет «авторство»; обладает максимальной синтагматической обусловленностью; уникальна; невоспроизводима.

[Скляревская, 1993: 37].

С постепенным ростом интереса к изучению человека как основного субъекта языка и переходом к антропоцентрической парадигме, фокус внимания учёных смещается с рассмотрения метафоры как языковой единицы на метафору как единицу человеческого мышления, что в терминологии В.В. Петрова можно соотнести с когнитивным направлением исследования метафоры.

Как отмечается, предпосылкой к созданию когнитивного подхода послужили исследования американского философа М. Блэка, в которых он непосредственно связал метафору с научным познанием. М. Блэк рассматривает метафору с трёх точек зрения: интеракционистской (*interaction view*), субституциональной (*substitute view*) и сравнительной (*comparison view*). Данные точки зрения Блэк характеризует следующим образом:

– Субституциональная точка зрения включает в себя «любую теорию, согласно которой метафорическое выражение всегда употребляется вместо некоторого эквивалентного ему буквального выражения» [Блэк, 1990: 158].

М. Блэк подчёркивает, что большинство авторов придерживаются именно этого подхода.

– Сравнительная точка зрения утверждает, что «в основе метафоры лежит демонстрация сходства или аналогии» [Там же: 161].

Отмечается, что данный подход является разновидностью субституциональной точки зрения на метафору. Однако, «при сравнительной точке зрения требуется более детальная перефразация» (метафора *Richard is a lion* согласно первому подходу может быть передана как *Richard is brave*, тогда как второй подход акцентирует больше деталей: *Richard is like a lion (in being brave)*) [Там же].

– Интеракционистская точка зрения, по мнению Блэка, «обязательно должна содержать указание на то, что некоторые признаки из “системы общепринятых ассоциаций” сами испытывают метафоризацию при переходе от вспомогательного субъекта к главному» [Там же: 165–166].

В рамках своей теории М. Блэк выводит следующее положение, оказавшее существенное влияние на последующее формирование когнитивного подхода: «метафора <...> устраняет одни детали и подчеркивает другие, организуя таким образом наш взгляд на человека» [Там же: 165]. Позже Дж. Лакофф и М. Джонсон, основываясь на данной идее М. Блэка, выделяют такие особенности механизма метафоры как «высвечивание» и «затемнение». Привлекая наше внимание к одной стороне рассматриваемого понятия, «метафора может препятствовать тому, чтобы мы заметили другие аспекты понятия, несовместимые с нею» [Лакофф, Джонсон, 2008: 31].

Кроме того, терминология М. Блэка послужила основой для создания терминологического аппарата в рамках когнитивной теории метафоры. Так, слово, используемое в выражении в переносном смысле, Блэк называет «фокусом» (*focus*), а слова вокруг него, которые употребляются в прямом смысле – «рама» (*frame*) [Смирнов, 2016: 78].

Из всего вышесказанного можно заключить, что метафора на протяжении долгого времени рассматривалась в рамках традиционного Аристотелева подхода как элемент художественного языка, а разграничение понятий художественной и языковой метафор произошло только в XX веке.

Также стоит отметить роль теории М. Блэка в формировании современного когнитивного подхода к изучению механизма метафоры.

1.1.2. Метафора в современной когнитивной теории

Основоположниками когнитивного подхода к изучению метафоры считаются американские исследователи Джордж Лакофф и Марк Джонсон, опубликовавшие в 1980 г. свой знаменитый труд «Метафоры, которыми мы живём» (*Metaphors We Live By*), в котором они обобщили результаты работы предыдущих исследователей.

Основа когнитивной теории метафоры – утверждение о том, что «метафора – это феномен не лингвистический, а ментальный: языковой уровень лишь отражает мыслительные процессы» [Чудинов, Будаев, 2012: 41]. Согласно концепции Лакоффа и Джонсона, метафора является не только частью языка, но и неотъемлемым элементом наших мыслительных процессов и действий: человек не просто использует метафору для выражения своих идей и мыслей, но буквально мыслит метафорами. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична», – утверждают исследователи [Лакофф, Джонсон, 2008: 25].

Дж. Лакофф и М. Джонсон в своей теории в качестве единицы постижения окружающего нас мира избирают метафору – «понимание и переживание сущности (*thing*) одного вида в терминах сущности другого вида» [Там же: 27]. В рамках нашего исследования данное определение метафоры будет использоваться в качестве основного. А.П. Чудинов и Э.В. Будаев ещё больше расширяют сущность метафоры, относя её к одной из основных ментальных операций: «Метафору в современной когнитивистике принято определять как основную (или одну из основных) ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира» [Чудинов, Будаев, 2007: 54].

В таком случае определение, данное Лакоффом и Джонсоном, соотносится с определением метафоры как ментальной операции благодаря ключевым словам «понимание» и «переживание».

Дж. Лакофф и М. Джонсон обращают внимание на то, что мышление и поведение человека в той или иной степени определяется набором схем, природа которых пока не совсем понятна. Для того чтобы понять механизм функционирования когнитивных и поведенческих схем исследователи предлагают обратиться к данным естественного языка, поскольку «коммуникация основывается на той же концептуальной системе, которая используется и в мышлении, и в деятельности» [Лакофф, Джонсон, 2008: 25]. Таким образом, ещё раз подчёркивается центральная роль метафоры в объяснении глубинных основ нашего мышления и поведения.

Одним из основных положений когнитивной теории метафоры является утверждение о том, что в основе процесса метафоризации лежит взаимодействие «двух структур знаний – когнитивной структуры “источника” (*source domain*) и когнитивной структуры “цели” (*target domain*)» [Баранов, 2008: 9]. При этом исследователи подчёркивают, что при однонаправленной метафорической проекции (*metaphorical mapping*) или когнитивном отображении (*cognitive mapping*) происходит лишь частичное уподобление (или структурирование) области цели по образцу области источника. Это утверждение в свою очередь положило начало созданию гипотезы инвариантности (*Invariance Hypothesis*), в основе которой лежит «предположение о частичном воспроизведении структуры источника в структуре цели» [Там же]. Также важно отметить, что, по мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафоры – неотъемлемая часть сознания человека, поэтому зачастую носители языка даже не осознают их присутствия в тексте или речи.

Когнитивная теория метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона получила широкое распространение среди исследователей, дав начало множеству новых подходов к изучению метафоры путём переосмысления и дополнения

некоторых положений изначальной теории. Так, например, отмечается, что на современном этапе в науке существуют несколько различных подходов, изучающих метафору с разных точек зрения. А.П. Чудинов и Э.В. Будаев выделяют следующие теории, развивающие классическую теорию метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона: теория концептуальной интеграции М. Тернера и Ж. Фоконье, теория первичных метафор Дж. Греди, дескрипторная теория метафоры А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова, теория метафорического моделирования А.П. Чудинова и другие [Будаев, Чудинов, 2013: 8].

Один из самых интересных современных подходов к анализу метафоры развивается в рамках теории концептуальной интеграции или теории блендинга, созданной М. Тернером и Ж. Фоконье. Суть теории можно описать так: процесс метафоризации не является односторонним, а наоборот представляет собой «сложные динамические интеграционные процессы, создающие новые ментальные пространства» [Там же: 10]. Таким образом, основное отличие классической теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона от теории М. Тернера и Ж. Фоконье состоит в том, что исследователи отрицают дихотомию «сфера-источник» и «сфера-цель», предлагая взамен модель метафоры из четырёх доменов. Сфера-источник и сфера-цель в теории М. Тернера и Ж. Фоконье соотносится с двумя исходными пространствами (*input spaces*), но учёные также вводят такие термины как «общее пространство» (*generic space*), включающее в себя «роли, фреймы и схемы» каждого исходного пространства, которые затем «смешиваются» в бленде (*blend*) или смешанном пространстве (*blended space*). В результате метафоризации, по мнению исследователей, создаётся абсолютно новая метафора, «которая больше не зависит от исходных пространств и имеет собственные потенции к развитию» [Там же]. Таким образом, М. Тернер и Ж. Фоконье расширяют модель структуры метафоры, предложенную в классической когнитивной теории метафоры.

Кроме того, как было сказано выше, критике поддаются и отдельные положения когнитивной теории метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона.

Например, Д. Ричи в разработанной им коннективной теории метафорической интерпретации дополняет утверждение Лакоффа и Джонсона о том, что основу для знаний, содержащихся концептуальных доменах, составляет, в первую очередь, физический опыт взаимодействия человека с действительностью. Принимая вышеуказанный тезис об «опосредованности мышления телесным опытом» [Ritchi; цит. по: Будаев, 2007: 27]. Д. Ричи утверждает, что метафору необходимо интерпретировать «в специфичном, уникальном, коммуникативном аспекте», поскольку без знания фонда общих знаний и убеждений (*common ground*) участников коммуникации это сделать невозможно [Там же: 27–28].

Из всего вышесказанного следует, что на современном этапе развития науки когнитивный подход к изучению метафоры, предложенный Дж. Лакоффом и М. Джонсоном, продолжает играть значительную роль в практических исследованиях. Тем не менее, многие положения данного подхода поддаются критике и пересмотру со стороны других учёных, порождая новые теории и тем самым развивая парадигму.

Таким образом, метафора является не только языковой единицей, но и единицей мышления, поскольку в основе коммуникации и мышления лежит одна и та же концептуальная система. Структурно метафору можно рассматривать как двухдоменное целое, состоящее из сферы-источника и сферы-цели, выделенных Дж. Лакоффом и М. Джонсоном, чья когнитивная теория метафоры продолжает развиваться путём создания новых подходов к изучению природы метафоры.

1.1.3. Способы определения метафоры в тексте

Одна из проблем современной когнитивной лингвистики – идентификация метафоры в тексте. В ходе решения данной проблемы были предложены различные методы, отличающиеся как в части теоретических оснований, так и в механизме применения. Поскольку в нашей работе мы

придерживаемся положений когнитивной теории метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, то считаем целесообразным в качестве основного метода определения метафоры в тексте избрать *MIP* (*Metaphor Identification Procedure*) – процедуру идентификации метафоры, разработанную группой учёных Свободного Университета Амстердама *Pragglejaz Group* и основанную на той же теории.

Процедура идентификации метафоры *MIP* состоит из следующих четырёх шагов (здесь и далее перевод наш – А.А.О.):

1) Прочитать весь текст/ознакомиться с дискурсом, чтобы выделить основную мысль.

2) Определить лексические единицы в тексте/дискурсе.

3) Далее следует

а. Установить контекстуальное значение для каждой выделенной лексической единицы. При этом важно принимать во внимание слова, стоящие до и после выделенной лексической единицы.

б. Определить базовое современное значение каждой лексической единицы в других контекстах, отличающихся от исследуемого.

Под базовым значением мы понимаем:

– более конкретное значение, т. е. передающее то, что легче представить, увидеть, услышать, почувствовать, понюхать или попробовать на вкус;

– значение, связанное с физическими действиями;

– более точное значение (в отличие от размытого (*vague*));

– исторически более раннее значение.

Базовое значение не всегда является наиболее частотным значением лексической единицы.

с. В случае если лексическая единица обладает более базовым современным значением в других контекстах, следует выявить различия между её базовым и контекстуальным значениями.

4) Если контекстуальное значение отличается от базового, нужно маркировать лексическую единицу как метафору [Pragglejaz Group, 2007: 3].

Эффективность применения процедуры идентификации метафоры по сравнению с другими методами подтверждают как сами учёные, входящие в *Pragglejaz Group*, возглавляемую Дж. Стейном, так и другие представители научного сообщества. Так, например, указывается, что метод определения метафоры в тексте, предложенный Дж. Барлоу, Г. Файном и Г. Поллио, хотя и является одним из наиболее часто используемых в работах учёных, «но не предоставляет точного критерия для оценки метафоричности или неметафоричности слова или фразы, а лишь предлагает несколько прототипичных примеров категорий, на основе которых исследователь должен вывести свою классификацию» [Там же: 33].

Кроме того, надёжность процедуры *MIP* была доказана и в ходе исследования данного метода на предмет соответствия критериям подлинной научности метода. С.Л. Мишланова и М.В. Суворова в своей работе подвергают процедуру идентификации метафоры *MIP* подробному анализу, основанному на критериях научности, сформулированных И.Н. Кузнецовым и М.Ф. Шкляром и «предъявляемых к подлинно научному методу» [Мишланова, Суворова, 2017: 48]. Согласно полученным данным, процедура *MIP*:

- теоретически обоснована «теорией концептуальной метафоры»,
- задана целеустановкой исследователя, «поскольку направлена на поиск метафоры, понимаемой как когнитивный механизм осмысления абстрактного через конкретное»,
- результативна и надёжна, т.к. «позволяет идентифицировать метафорическое употребление слов любой части речи в любых конструкциях и контекстах»,
- ясно и эффективно распознаётся, т.е. может быть использована «любым исследователем <...> при соответствующей подготовке»,

- воспроизводима, потому что может быть применена «неограниченное количество раз одним или различными исследователями»,
- может быть освоена любым исследователем, т.е. соответствует параметру обучаемости,
- допустима с точки зрения морали и права,
- безопасна для здоровья и жизни людей [Там же: 48–50].

Тем не менее, С.Л. Мишланова и М.В. Суворова также отмечают, что на данный момент процедура идентификации метафор *MIP* «предполагает вычитывание массивов текста самим исследователем». Из этого следует неполное соответствие критерию экономичности и эффективности метода. При этом важно, что *MIP*, несмотря на трудоёмкость применения, всё же позволяет избегать ошибок, допускаемых в методах, основанных на алгоритмах. К тому же, в рамках корпусного исследования метафоры данный метод может быть усовершенствован в плане сокращения «анализируемого материала посредством использования различных способов поиска информации в корпусе» [Там же: 49]. Упомянутый выше модифицированный метод на основе *MIP* был описан А. Стефановичем [Stefanowitsch, 2006] и получил название «анализ метафорических моделей» (*metaphorical pattern analysis/MPA*). Основное изменение, предложенное А. Стефановичем, заключается в том, что «одна или несколько лексем выбираются из исследуемой области цели, а выборка их вхождений извлекается из корпуса» [Rojo Lopez, Orts Llopis, 2010: 3301], что значительно облегчает работу исследователя.

Таким образом, процедура идентификации метафор *MIP* обладает несколькими ключевыми преимуществами с точки зрения её применения в рамках нашего исследования: относительная простота, эффективность и надёжность использования в сочетании с методом сплошной выборки для поиска необходимого материала, а также непосредственная связь с когнитивным подходом к изучению метафоры как единицы мышления.

1.2. Медiateкст как мультимодальная структура

1.2.1. Сущность медiateкста

Согласно Лингвистическому энциклопедическому словарю, текст – «объединённая смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность» [ЛЭС, 1990]. Одним из типов текста является медiateкст, появление которого связано с развитием массовой коммуникации и информационных технологий, которые позволяют мгновенно передавать сообщение посредством различных каналов, тем самым выводя СМИ на качественно новый уровень. Изучением «функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [Добросклонская, 2005: 29] занимается медиалингвистика, выделяющая медiateкст как базовую категорию. Вслед за Г.С. Мельник мы определяем медiateкст как «конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории» [Мельник, 2012: 27]. Исходя из этого, признаками медiateкста можно считать его связь с медiateхнологиями, применяемыми для его создания, и ориентацию на большое количество реципиентов.

При переходе в сферу массовой коммуникации структура текста становится многоуровневой и, как пишет Т.Г. Добросклонская, «концепция медiateкста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия “текст”, которое подразумевает последовательность любых, а не только вербальных знаков» [Добросклонская, 2008: 154]. Следовательно, можно предположить, что главное отличительное свойство медiateкста – сочетание вербальных и невербальных знаков.

Данную точку зрения подтверждают и зарубежные учёные, например А. Белл утверждает следующее: «Определение медiateкста выходит за рамки

традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы» [Bell; цит. по: Добросклонская, 2008: 40]. Как видно, данное определение тоже подчёркивает неоднородную структуру медиатекста, объединяющего в себе знаки разных семиотических систем.

В качестве наиболее структурированной и общей системы характерных особенностей медиатекста в нашей работе мы используем концепцию М.Ю. Казак, выделившей следующие основные признаки медиатекста:

1) Медийность – воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств.

2) Массовость в сфере создания и сфере потребления медиапродуктов.

3) Интегративность или поликодовость текста – объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов.

4) Открытость текста – особое качество определенных типов текстов, содержащих конкретные и явные отсылки к предшествующим текстам [Казак, 2012: 323]. Стоит подчеркнуть, что зарубежные исследователи, занимающиеся изучением медиатекстов, также отмечают неотъемлемость данного признака. Так, в работе Р. Водак и Б. Буш утверждается следующее: «Благодаря интертекстуальности проявляется взаимосвязь медиатекстов с другими жанрами в диахроническом или синхроническом аспекте. Связь медиатекстов с другими текстами осуществляется с помощью цитат или не прямых отсылок, позволяющих добавить определённый смысл к медиатексту, провести деконтекстуализацию и использовать извлечённый смысл в ином контексте (реконтекстуализировать)» [Wodak, Busch, 2004: 106]. Отсюда следует, что существующий в медийном поле текст представляет собой сложную форму представления информации для большой аудитории, которая должна

соотнести данный текст с другими, чтобы корректно интерпретировать заложенный автором смысл.

Существует также подход, развивающийся в русле теории критического дискурс-анализа, согласно которому медиатекст не только репрезентирует «социально-политические структуры и тенденции» [Bell, 1995: 25], характерные для определённой культуры в заданный промежуток времени, но и непосредственно вносит вклад в их устройство. Как отмечает Н. Фэркло: «Как правило в текстах содержатся временные и краткосрочные способы разрешения дилемм, с которыми столкнулось общество вследствие трений и противоречий, изначально поспособствовавших появлению данных текстов» [Fairclough, 1995: 15]. Следовательно, на структуру, свойства и функции медиатекста большое влияние оказывают внешние факторы: социальные, этнокультурные и исторические. Например, И.В. Рогозина предлагает следующую классификацию основных функций медиатекста как средства отображения и формирования реальности:

1) Диагностическая функция играет роль «санитара» общества, выявляя источники проблем в социальном пространстве, призывая социум принять необходимые меры «для поддержания в нём состояния “неустойчивого равновесия”».

2) Моделирующая функция воплощается в полисемиотической форме медиатекста, закрепляющей определённый фрагмент реальности с помощью знаков разных семиотических систем.

3) Информативно-эксplikативная функция медиатекста проявляется в получении читателем информации о каком-либо событии в интерпретации автора медиатекста.

4) Интегрирующая функция обеспечивает взаимодействие индивида с реальностью и внедрение «моделей реальности в мышление индивида», тем самым стабилизируя общество в целом.

5) Суть синергетической функции состоит в формировании новых структур внутри концептуальной системы индивида, который взаимодействует с медиатекстами, репрезентирующими реальность

6) Медиатекст также выполняет опосредующую функцию, фиксируя «самоорганизационный характер природы и общества, где кризис и конфликт представляют собой определяющие этапы развития».

7) Регулятивная функция медиатекста проявляется в непосредственном влиянии медиатекста на мышление и поведение реципиента, так как структура медиатекста зависит от изначальных целей автора [Рогозина, 2010: 124–127].

Рассмотренное нами описание функций, присущих медиатексту, подчёркивает важность принятия во внимание при анализе медиатекста как параметров, задаваемых окружающей действительностью, так и устройство системы мышления автора и реципиента медиатекста. Исходя из этого, Н. Фэркло отмечает, что любой медиатекст всегда репрезентирует мир или определённые события, наделяет участников событий какой-либо ролью и определяет взаимоотношения между автором медиатекста и аудиторией. Для обозначения данных характеристик Фэркло вводит понятия «репрезентация» (*representations*), «идентификация» (*identities*) и «отношения» (*relationships*) [Fairclough, 1995: 5].

Итак, из всего вышесказанного становится ясно, что в качестве медиатекста может выступать любой продукт, созданный с применением различных технических средств, нацеленный на массовую аудиторию, сочетающий в себе вербальный и невербальный компоненты, обладающий интертекстуальностью и оказывающий влияние на мировосприятие индивида. При этом медиатекст всегда обусловлен культурно-историческим контекстом и особенностями развития того или иного общества. В нашей работе медиатекстами являются карикатуры, опубликованные в электронных версиях британских и испанских изданий.

1.2.2. Особенности мультимодальных медиатекстов

Одна из ключевых характеристик медиатекста в массовой коммуникации – сочетание знаков различных семиотических систем. Данное свойство реализуется как в «моделирующей функции» по И.В. Рогозиной, так и в «интегративности» как признаке медиатекста по М.Ю. Казак. В определении мультимодального текста, которое приводится в статье И.Л. Ильичевой и М.Н. Карпиевич, отмечается следующее: мультимодальный текст – текст, сочетающий «в едином смысловом пространстве разнородные компоненты (вербальные, визуальные, аудитивные, аудиовизуальные и др.» [Ильичева, Карпиевич 2019: 21]. Из этого можно заключить, что все медиатексты являются мультимодальными.

В отечественной научной литературе такой тип текстов принято обозначать терминами «креолизованный» (Ю.А. Сорокин, Р.Ф. Тарасов) или «поликодовый текст» (В.Е. Чернявская, А.-М. Ариас, Н.Г. Комиссарова, А.Г. Сонин). Е.Е. Анисимова определяет креолизованные тексты, как тексты, «в структурировании которых наряду с вербальными применяются иконические средства, а также средства других семиотических кодов (цвет, шрифт и др.)» [Анисимова, 2003: 3]. В нашей работе мы придерживаемся понятия «мультимодальный текст», поскольку данное исследование выполняется в рамках теории мультимодальности.

Теория мультимодальности берёт своё начало в социальной семиотике, «основная задача которой – изучение функционирования языкового знака в обществе» [Омельяненко, Ремчукова, 2018: 68]. В основе теории лежат положения, выдвинутые Г. Крессом и Т. ван Ливеном:

1. Мультимодальность допускает, что репрезентация и содержание высказывания всегда основывается на взаимодействии модусов. Это конструируется с помощью анализа и описания полного спектра средств для создания значений, которыми люди пользуются (визуальный, разговорный, жестикulatoryный, письменный, 3D и др.) в различных контекстах.

2. Мультимодальность предполагает, что существуют определенные экстралингвистические, семиотически неоднородные ресурсы для достижения определенной цели.

3. Мультимодальность допускает, что именно нормы и правила, действующие в момент создания значения, являются базисом при отборе и конфигурации модусов для создания этого значения [Kress, van Leeuwen; цит. по: Омеляненко, Ремчукова, 2018: 69].

Таким образом, теория мультимодальности подчёркивает многоаспектность восприятия мира человеком и невозможность передачи значения средствами только одного семиотического модуса, так как вербальную составляющую речи всегда сопровождают определённые невербальные компоненты: темп речи, интонация, громкость голоса или цвет, шрифт и графическое оформление письменного дискурса.

Г. Кресс также отмечает, что значение реализуется только внутри модуса или мультимодального ансамбля (*multimodal ensemble*), то есть автор мультимодального текста выбирает средства того или иного модуса, которые в определённой ситуации наиболее подходят для решения поставленных задач и передачи смысла [Kress, 2009: 66]. Кроме того, «использование сочетаний модусов предоставляет более полный набор средств для передачи смысла, по сравнению с относительно скудными возможностями языковых модусов устной и письменной речи» [Кресс, 2016: 85].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что положения теории мультимодальности соотносятся со следующими функциями медиатекста, представленными в предыдущем параграфе: синергетической, регулятивной, моделирующей и информативно-эпиклативной. Кроме того, общие принципы, заложенные в теории Г. Кресса и Т. ван Ливена, позволяют исследовать «коммуникативный потенциал визуальных средств в СМИ» [Wodak, Busch, 2004: 111].

Поскольку настоящее исследование выполняется на материале карикатур, представляющих собой мультимодальный медиатекст, в котором

невербальный компонент представлен изображением, следует подчеркнуть, что такие тексты принято классифицировать по степени связанности вербальной составляющей с изображением. Е.Е. Анисимова выделяет:

1. Тексты с частичной креолизацией, в которых вербальная часть относительно автономна, независима от изображения, между вербальными и изобразительными компонентами складываются автосемантические отношения.

2. Тексты с полной креолизацией, в которых вербальная часть не может существовать автономно, независимо от изобразительной части – между обоими компонентами устанавливаются синсемантические отношения [Анисимова, 2003: 15].

Если в первом случае изображение не является обязательной составляющей организации текста, а лишь дополняет его, то во втором – значение вербального компонента нельзя понять без изображения. Кроме того, как отмечает Н. Фэркло: «Изображения имеют преимущество перед словами в том смысле, что описываемые события прежде всего воспринимаются визуально» [Fairclough, 1995: 7].

При анализе такого типа мультимодальных текстов как карикатуры, в которых для передачи смысла используется сочетание вербальных и визуальных средств, взаимосвязанных друг с другом и образующих единое целое, следует помнить, что основная цель данного медиатекста – выразить мнение автора на событие, послужившее поводом для создания карикатуры, и убедить общественность в правильности высказанной позиции. Принимая во внимание тот факт, что жанр карикатуры представляет собой сатирическую реакцию на какие-либо события и явления в обществе, Э. Суэйн предлагает выделять следующие «голоса», отражающие авторскую оценку описываемого явления: «голос» наблюдателя (*observer voice*), «голос» шута (*jester voice*) и «голос» обвинителя (*indicter voice*) [Swain, 2012: 83]. Эти характеристики можно обнаружить как в визуальном компоненте медиатекста (способ изображения, преобладающая цветовая гамма,

композиция и т.д.), так и в вербальном, поскольку карикатуры чаще всего содержат в себе небольшие «подписи, ярлыки, знаки, плакаты, облачка с речью или мыслями персонажа» [Swain, 2012: 86].

Таким образом, мультимодальная природа медиатекста позволяет автору задействовать несколько модусов для более полной и объёмной передачи смысла и отношения к описываемому событию, что значительно повышает степень влияния на адресата, поскольку информация передаётся сразу по нескольким каналам. В нашем исследовании в качестве мультимодальных текстов рассматриваются карикатуры, объединяющие в себе визуальные и вербальные компоненты, специально отобранные автором медиатекста для оценочной репрезентации какого-либо социально-политического, экономического, культурного, бытового явления, вызывающего критику со стороны общества. В связи с тем, что структура мультимодального текста тесно связана с экстралингвистическими факторами, при анализе карикатуры и степени связанности между её структурными компонентами необходимо обладать определёнными фоновыми знаниями о представленной ситуации.

1.3. Социально-экономическая нестабильность: понятие и факторы

В марте 2020 Всемирная организация здравоохранения объявила о начале пандемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией SARS-CoV-2, что повлекло за собой целый ряд беспрецедентных действий со стороны властей по всему миру, включая введение всеобщего карантина, ограничений на посещение мест массового скопления, переход на дистанционную форму обучения в школах и университетах и многое другое. В первую очередь, внезапное наступление пандемии COVID-19 резко сказалось на социальной и экономических системах, переводя их в состояние нестабильности, т. е. нарушив их нормальное функционирование.

Большой толковый словарь русского языка под редакцией С.А. Кузнецова приводит следующую дефиницию прилагательного «нестабильный»: «постоянно изменяющийся, неустойчивый» [Кузнецов, 2014]. Несмотря на то, что в данном определении отсутствуют явные отрицательные коннотации, термин «нестабильность», как отмечает И. Пригожин, «используется порой с едва скрываемым негативным оттенком», поскольку явление нестабильности неизбежно приводит к возникновению проблем, «первая из которых – проблема предсказания» [Пригожин, 1991: 46]. Тем не менее, человек всегда окружён неустойчивыми явлениями: атмосферное давление, температура воздуха, климат, экология, поэтому можно сказать, что нестабильность – естественный этап любого развития, возникающий «при переходе системы из одного состояния в другое» [Быковская, 2017: 16]. В нашей работе мы, вслед за Е.Н. Быковской, определяем нестабильность как неустойчивое состояние системы, при котором «будущая конфигурация составляющих её элементов является труднопредсказуемой» [Там же].

Говоря о социально-экономической нестабильности, стоит отметить, что экономика, как и общество в целом, являются открытыми системами, то есть взаимодействуют с окружающей средой, «неизбежно испытывая при этом естественные внешние “шоки”» [Уманец, 2015: 61]. Это ещё раз подтверждает факт обязательного чередования стабильности и нестабильности, которая выражается широким спектром явлений. Общество, существующее в условиях нестабильности, сталкивается со следующими её проявлениями: скачки цен на товары, услуги и сырьё, дефицит, спад производства, безработица, снижение платёжеспособности населения, инфляция, банкротство или закрытие предприятий и организаций, а также повышение уровня преступности, введение чрезвычайного или военного положения.

Традиционно учёными выделяются следующие факторы, провоцирующие переход социально-экономической системы в состояние нестабильности:

- 1) неудовлетворённость граждан государства политической системой;
- 2) экономические кризисы, вызванные падением цен на сырьё (в том числе нефть), обвалом фондовых рынков, изменением процентных ставок;
- 3) проведение финансовой политики государства на основе неверно принятых решений;
- 4) обострение «отношений с другими государствами»;
- 5) участие в международных или гражданских военных конфликтах [Онучин, 2014: 100].

Кроме того, Т. Петтингер также выделяет в отдельную категорию причин социально-экономической нестабильности, так называемые события типа «чёрный лебедь» (*black swan events*) [Pettinger, 2020]. Автором термина является американский экономист и философ ливанского происхождения Нассим Николас Талеб. «Чёрный лебедь» в теории Н. Талеба – случайные малопредсказуемые события, являющиеся частью жизни человека. Ключевыми признаками событий данного типа являются:

- аномальный характер события, наступление которого выходит за рамки привычных ожиданий;
- тяжёлые последствия наступления события;
- вероятность наступления события считается предсказуемой постфактум [Taleb; цит. по: Antipova, 2020: 357].

Существует множество примеров подобных «масштабных потрясений, дестабилизирующих экономическую и политическую деятельность, а также несущих угрозу для национального единства» – распад Советского Союза (1991 г.), эпидемия атипичной пневмонии SARS в Гонконге (2002 – 2004 гг.), мировой экономический кризис (2008 г.), вспышка птичьего гриппа (2008 г.),

референдум в пользу выхода Великобритании из Евросоюза (2016 г.), победа Дональда Трампа на выборах президента США (2016 г.). [Antipova, 2020: 357]. Пандемия коронавируса COVID-19 (2020 – наст. вр.), также относится к данному типу событий ввиду её неожиданного наступления и масштабных негативных последствий для всего мира.

Таким образом, источниками нестабильности выступают различные внешние факторы среды, в которой функционируют общество и экономика. В нашем исследовании в качестве основного фактора социально-экономической нестабильности рассматривается пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, которую мы причисляем к числу событий типа «чёрный лебедь» на основании её глобального характера, непосредственного негативного влияния на экономическую, социальную и политическую сферы жизни общества, принципиальной непредсказуемости наступления данного события и невозможности точно прогнозировать продолжительность и последствия пандемии.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Подводя итог первой главы, следует отметить следующие теоретические положения:

Метафора является единицей мышления человека, а не просто языковым средством художественной выразительности, поскольку человеческая коммуникация и мышление подчиняются одинаковой концептуальной системе.

Человек познаёт мир с помощью метафор, так как в процессе получения физического опыта взаимодействия с действительностью, явления одного вида понимаются человеком с помощью переноса свойств, характерных для явлений другого вида.

Концептуальные домены метафоры обусловлены физическим опытом человека, поэтому при анализе метафорических образов необходимо учитывать социокультурный контекст и пресуппозиции участников коммуникации.

Вслед за Дж. Лакоффом и М. Джонсоном мы понимаем метафору как когнитивную единицу, позволяющую понимать и переживать сущность одного вида «в терминах сущности другого вида».

Поскольку мир осмысливается человеком с помощью метафор, они часто используются в медиатекстах как средство, позволяющее донести информацию о каком-либо сложном и многомерном социально-экономическом явлении более простым способом. В данном исследовании под медиатекстом понимается текст, созданный с применением медиатехнологий, предназначенный для восприятия массовой аудиторией, имеющий неоднородную структуру и формирующий у реципиентов отношение к описанной автором ситуации. Следует также уточнить, что медиатекст рассматривается нами как вид мультимодального текста, в котором, согласно положениями теории мультимодальности, при передаче значения задействовано несколько семиотических модусов, увеличивающих

влияние медиатекста на сознание читателя. В нашей работе источником материала выступает такой вид медиатекстов как карикатуры, которые были опубликованы в СМИ Великобритании и Испании, и сочетают в себе как вербальный, так и невербальный компонент, представленный изображением.

При анализе медиатекста обязательно учитывается ситуация, в которой происходит выбор средств того или иного модуса, так как структура медиатекста обусловлена социокультурными и историческими особенностями развития общества, на выявление проблемных сторон которого направлен медиатекст.

Социально-экономическая нестабильность в нашем исследовании характеризуется переходом общества и экономики в неустойчивое состояние вследствие воздействия на них внешних факторов среды, которые делают невозможным прогнозирование дальнейшего поведения данных систем. К подобным событиям типа «чёрный лебедь» мы относим пандемии COVID-19, которая существенно затронула все сферы жизни общества, потребовав немедленной адаптации к новым, ранее не изученным, условиям. Главным источником нестабильности в нашей работе выступает пандемия коронавирусной инфекции, наступление которой в Великобритании и Испании вызвало значительные сбои в работе институтов общества и экономики.

ГЛАВА 2. СРЕДСТВА МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ ПАНДЕМИИ COVID-19 В СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ

2.1. Метафоры нестабильности в СМИ Великобритании

2.1.1. Сферы-источники метафоры социально-экономической нестабильности в британских медиатекстах

Проанализировав 57 медиатекстов (карикатур), опубликованных на сайте издания *The Guardian*, мы выделили ряд метафорических образов, которые используются для репрезентации социально-экономической нестабильности в СМИ. При выборе основных метафорических образов для нашего исследования мы ориентировались на концепцию А.П. Чудинова и Э.В. Будаева, выделивших в своей монографии четыре метафорических разряда по сфере-источнику [Чудинов, Будаев, 2012: 134–136].

1. Антропоморфная метафора позволяет человеку осознавать реалии социально-экономической сферы как подобные ему самому. Данный разряд метафорических моделей включает в себя все понятийные сферы, связанные с жизнью человека, например «Болезнь», «Смерть», «Анатомия и физиология», «Свадьба».

2. Природоморфная метафора подразумевает использование понятий из таких сфер как «Животные», «Растения», «Природные явления», «Стихийные бедствия» для метафоризации окружающей действительности.

3. Социоморфная метафора связана непосредственно с различными сферами социальной деятельности, к которым относятся понятийные сферы «Игры и спорт», «Театр», «Война», «Зрелищные представления».

4. Артефактная метафора предполагает представление тех или иных социально-экономических реалий в виде предметов, созданных человеком. К данному разряду метафор можно отнести концептуальные сферы

«Механизмы», «Транспорт», «Инструменты», «Постройки», «Одежда», «Предметы быта».

При анализе отобранного материала было установлено (рис. 1), что наибольшее количество метафорических образов относится к антропоморфному разряду метафор (38%), чуть меньше метафор было найдено в категории артефактных метафор (33%). Наименее продуктивными разрядами для метафорического представления нестабильности в СМИ Великобритании оказались социоморфная (15%) и природоморфная метафоры (12%). В нашей работе мы подробно рассмотрим наиболее распространённые модели метафор из каждого разряда, представленного выше.

Распределение метафор нестабильности в СМИ Великобритании

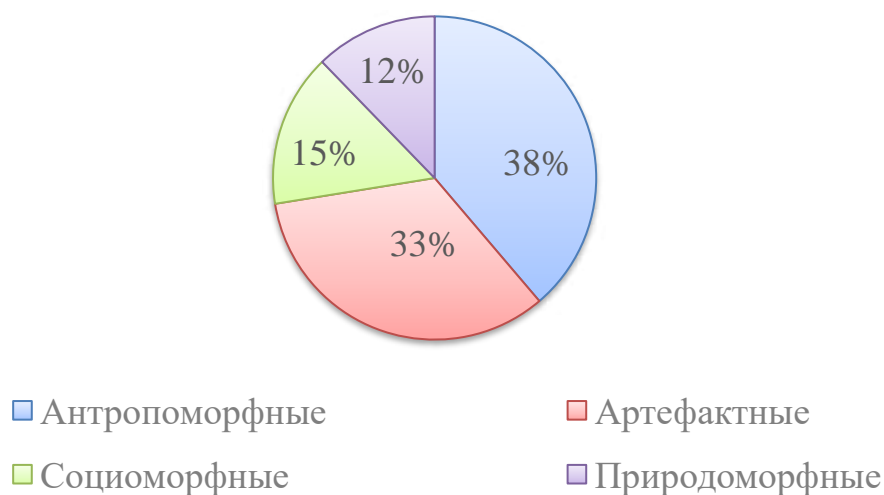


Рисунок 1. Диаграмма распределения метафор нестабильности в СМИ Великобритании

2.1.2. Антропоморфные метафоры

Среди антропоморфных метафор наиболее частотными оказались модели НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СМЕРТЬ и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДЬЕ. На долю метафор со сферой-источником СМЕРТЬ в британских

СМИ приходится 40% всех выделенных образов, тогда как доля метафор со сферой-источником БЕЗЛЮДЬЕ равна 27%.

Стоит отметить, что в моделях типа НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СМЕРТЬ социально-экономическая нестабильность изображается не только в виде традиционного образа смерти как женщины с косой, но и с помощью устоявшихся символов смерти, таких как Харон или чумной доктор, пример с которым мы рассмотрим далее (рис. 2).



Рисунок 2. Карикатура «Thank you for coming out of retirement, doctor»
(The Guardian. 1.03.2020)

На карикатуре Бена Дженнингса, опубликованной 1 марта 2020 года, мы видим больничную палату, в которую входят представитель Национальной службы здравоохранения, благодарящий врача за то, что тот вызвался помочь больнице, не справляющейся с потоком пациентов, заразившихся коронавирусом: *“Thank you for coming out of retirement, doctor. We could do with the extra pair of hands...”* (Спасибо, доктор, что решили нам помочь, несмотря на то, что Вы уже на пенсии. Нам действительно не помешает лишняя пара рук...).

Данная карикатура появилась в ответ на новость о том, что правительство Великобритании готово предпринять чрезвычайные меры и

«призвать» медиков, уже вышедших на пенсию, для борьбы с коронавирусной инфекцией, в случае если она начнёт быстро распространяться. Исходя из того, что врач на изображении одет в костюм чумного доктора – символ приближающейся смерти, мы можем сделать вывод о негативном отношении автора к данному решению, поскольку даже привлечение опытных врачей, оставивших практику, не спасёт систему от коллапса. Это же подтверждают и руководители Национальной службы здравоохранения Великобритании, заявляющие о неготовности системы к вспышке коронавируса, так как в больницах уже на момент публикации карикатуры не хватает коек и специального оборудования. Таким образом, метафорический образ чумного доктора отображает дестабилизацию работы учреждений здравоохранения Великобритании, поскольку в нормально функционирующей системе не должно быть необходимости в привлечении дополнительной помощи извне.

Второй по распространённости моделью среди антропоморфных метафор является модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДЬЕ. В качестве примера рассмотрим другую карикатуру Бена Дженнингса (рис. 3), размещённую на сайте *The Guardian* 15 марта 2020 года.



Рисунок 3. Карикатура «A Sunday Afternoon of Self-Isolation»
(The Guardian. 15.03.2020)

Прежде всего следует отметить, что данная карикатура была вдохновлена картиной французского художника Жоржа Сёра «Воскресный день на острове Гранд-Жатт» (рис. 4), являющуюся в данном случае прецедентным феноменом, знание которого необходимо для корректной интерпретации данного медиатекста. В левом верхнем углу размещена надпись “*A Sunday Afternoon of Self-Isolation...*”, интертекстуально отсылающая читателя к оригинальному произведению, которое на английском называется следующим образом: “*A Sunday Afternoon on the Island of La Grande Jatte*”.



Рисунок 4. Картина «Воскресный день на острове Гранд-Жатт», Жорж Сёра

Данная карикатура появилась в ответ на введение социальных ограничений, в особенности для людей старшего возраста, которым правительство Великобритании рекомендовало свести все социальные контакты к минимуму и самоизолироваться, чтобы избежать заражения коронавирусом. Известно, что Великобритания славится своими многочисленными садами и парками, в которых всегда есть отдыхающие, как

и на картине Жоржа Сёра. Однако, вспышка COVID-19 нарушила социальные связи, заставив людей не выходить из дома без лишней необходимости, к которым относится и прогулка в парке. Следовательно, безлюдный парк на карикатуре Бена Дженнингса чётко и ясно отображает негативное влияние пандемии коронавируса на привычный ход жизни британцев, вынужденных отказаться от любимого времяпрепровождения.

Таким образом, мы провели подробный анализ наиболее частотных моделей антропоморфных метафор со сферами-источниками СМЕРТЬ и БЕЗЛЮДЬЕ. Было установлено, что данные метафоры в простой и сжатой форме сообщают реципиентам медиатекста о нестабильности и ненормальном функционировании различных систем в социально-экономической сфере, а также отображают мнение автора о тех или иных явлениях. При этом основная часть смысла передаётся через визуальный модус, в то время как вербальная составляющая, представленная фразами *“Thank you for coming out of retirement, doctor...”* и *“A Sunday Afternoon of Self-Isolation...”*, используется автором для конкретизации обстоятельств изображённой ситуации и интертекстуальной референции к источнику, послужившему основой для создания карикатуры, т.е. новостному сообщению о привлечении врачей «в отставку» и картине Ж. Сёра.

2.1.3. Природоморфные метафоры

Как показал анализ материала, природоморфные метафоры наименее частотны при репрезентации социально-экономической нестабильности в британских СМИ. При этом большинство из них представлены сферой-источником ЖИВОТНОЕ, на долю которой приходится 43% обнаруженных нами метафорических образов.

В качестве примера рассмотрим карикатуру Стива Белла, размещённую на сайте газеты *The Guardian* 31 марта 2020 года (рис. 5) в разделе *Guardian Opinion cartoon*. На ней изображено стадо из 9 коз, свободно

передвигающихся по улице напротив резиденции британского премьер-министра по адресу Даунинг-стрит, 10, о чём мы можем предположить по номерному знаку с числом 10 на двери. Некоторые особи пытаются всячески атаковать здание, залезают на крыльцо, крышу и даже уличную трибуну для выступлений. Так, трое из девяти коз задаются вопросами: “*Where’s my herd immunity?*”, “*Have you seen my herd immunity?*”, “*Have you eaten my herd immunity?*” («Где мой коллективный иммунитет (дословно – «стадный»)??», «Вы не видели тут коллективный иммунитет?», «Вы съели мой коллективный иммунитет?»). При этом автор дополнительно заостряет внимание читателя на обозначенной проблеме, выделив словосочетание *herd immunity*, само по себе являющееся метафорой, жирным шрифтом. Кроме того, центр карикатуры занимает особь козы с озадаченным лицом человека в очках, отсылая к главе Секретариата Кабинета министров (*the Cabinet Office*) Майклу Гоуву.



Рисунок 5. Карикатура «Where’s My Herd Immunity?»
(The Guardian 31.03.2020)

В первую очередь, появление данной карикатуры связано с новостью о том, что во время карантина улицы городка Лландидно в Уэльсе были

захвачены стадом горных кашмирских коз, спустившихся в город с мыса Великий Орм. Привлечённые отсутствием людей, изолировавшихся дома, животные почувствовали полную свободу и начали забираться на изгороди, а также поедать цветы и кусты, за что журналисты *The Guardian* прозвали их «мародёрами» и «вандалами». Согласно нашим предположениям, нестабильность в данной карикатуре выражается в том, что предпринятые британским правительством меры по предупреждению распространения коронавирусной инфекции в виде всеобщего карантина нарушили процессы жизнедеятельности горожан, предписав им оставаться дома. Это привело к возвращению диких животных в пространство, традиционно принадлежащее людям и населённое ими, что не является нормой в обычных условиях.

С другой стороны, данная карикатура также интересна тем, что в ней ярко проявляется такое свойства мультимодального медиатекста как интертекстуальность. Автор медиатекста сознательно реконтекстуализировал новость о горных козах, гуляющих в валлийском городе Лландидно, и перенёс их в центр Лондона на Даунинг-стрит. Причиной данного решения могли послужить неоднозначные действия правительства, изначально заявлявшего об особом пути Великобритании в борьбе с COVID-19 с помощью коллективного иммунитета. Однако согласно данному плану коронавирусом должны были переболеть более 60% населения, за что он был резко раскритикован научным сообществом, выступавшем за введение более строгих мер. Спустя несколько дней, правительство всё-таки установило на территории страны всеобщий карантин, оставив британцев в замешательстве, устранить которое поручили главе Секретариата Кабинета министров Майклу Гоуву.

Отношение автора к данной ситуации, которое он хочет передать и аудитории, можно проследить, во-первых, в том, что на улице перед домом премьер-министра «пасутся» именно козы, поскольку Оксфордский словарь английского языка среди прочих значений слова *goat* приводит также следующее: “(British, inf.) a stupid person; a fool” [Oxford Dictionary, 2020].

Вероятно, с точки зрения автора «глупыми людьми» и «дураками» в этом случае является правительство Великобритании во главе с Борисом Джонсоном, так как оно не способно вести эффективную борьбу с быстро распространяющейся и заразной инфекцией, что подчёркивается многочисленными вопросами от лица коз о том, где же обещанный коллективный иммунитет.

Во-вторых, следует обратить внимание на то, что зооморфная версия Майкла Гоува изображена в весьма специфической позе, отсылающей нас к картине британского художника Уильяма Ханта «Козёл отпущения» (*The Scapegoat*) (рис. 6).



Рисунок 6. Картина У. Ханта «Козёл отпущения»

С помощью данного прецедентного феномена чётко выражается авторское мнение: всю вину за непоследовательные действия правительства было решено возложить на главу Секретариата Кабинета министров Майкла Гоува, который был вынужден созвать пресс-конференцию, чтобы объяснить суть новых ограничительных мер от лица премьер-министра и Кабинета. М. Гоув выступает здесь в качестве козла отпущения, на которого, согласно

Библии, возлагались все грехи перед тем, как его приносили в жертву, чтобы получить искупление.

Итак, анализ природоморфной метафорической модели НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ЖИВОТНОЕ показал, что данная метафора используется для репрезентации негативных последствий пандемии коронавируса посредством присущих животным характерных черт. Благодаря объёмным образам, закреплённым за данными животными в культуре, становится возможным передать сложные проявления социально-экономической нестабильности на фоне пандемии в сжатой форме, при этом достаточно однозначно выразив своё отношение к описываемой ситуации. Также следует отметить, что в данном метафорическом разряде визуальный компонент медиатекста выполняет основную роль в передаче смысла. Однако, вербальная составляющая в виде двух общих вопросов (“*Have you seen my herd immunity?*”, “*Have you eaten my herd immunity?*”) и одного специального вопроса от лица коз (“*Where’s my herd immunity?*”) содержит в себе метафору *herd immunity*, на которой автор специально акцентирует внимание с помощью выделения жирным шрифтом. Кроме того, эпитафия в каждом вопросе помогает передать волнение общества из-за отсутствия у населения коллективного иммунитета к коронавирусу.

2.1.4. Социоморфные метафоры

В ходе исследования мы установили, что социоморфный разряд метафор встречается в медиатекстах британских СМИ нечасто, но всё же он чуть более широко представлен, чем природоморфные метафоры нестабильности. Так, мы выяснили, что наиболее распространённой сферой-источником для репрезентации социально-экономической нестабильности является сфера-источник СПОРТ, на которую приходится 33% из всех выделенных нами метафорических моделей. Чаще всего метафоризация происходит через различные виды гонок, а также через осмысление

нестабильности общества и экономики во время борьбы с пандемией коронавируса как поединка.

Остановимся подробнее на карикатуре Бена Дженнингса (рис. 7), опубликованной в специальном разделе *Guardian Opinion cartoon* издания *The Guardian* 8 марта 2020 года.

Карикатура представляет собой знаменитый агитационный плакат «*Keep Calm and Carry On*», появившийся в Британии ещё во время Второй мировой войны, на фоне которого идёт ожесточённая гонка троих людей разного пола и возраста за тележку, доверху заполненную пачками туалетной бумаги. Женщина в попытках задержать более молодого соперника, предположительно подростка, хватается за ногу, пытаясь оттянуть от тележки, которая с большой скоростью едет вперёд прямо на пожилого мужчину, плотно схватившегося руками и ногами за несущийся на него объект.



Рисунок 7. Карикатура «KEEP CALM AND CARRY ON»
(The Guardian, 8.03.2020)

Эта карикатура появилась после новости о том, что британские супермаркеты намерены ввести лимит на покупку определённых товаров, включая туалетную бумагу, антибактериальные гели, салфетки, спреи,

консервы, макаронные изделия и детские лекарства, чтобы не допустить дальнейшего образования дефицита. Ещё в начале марта британцы начали массово скупать всё, что необходимо для самоизоляции, переживая из-за набирающей силу эпидемии новой коронавирусной инфекции, случаи заражения которой среди населения Великобритании ежедневно росли. Резкий рост спроса на определённые категории товаров вызвал не только их отсутствие на полках магазинов, но и многократное увеличение розничных цен, так как спрос намного превышал предложение. Всем хотелось приобрести как можно больше товаров первой необходимости на случай введения карантина, что привело к массовой панике среди всех слоёв населения, которая провоцировала людей в буквальном смысле драться за нужную им продукцию.

На наш взгляд в данной карикатуре нарушения в работе продуктовых магазинов и супермаркетов осмысляются через бешеную гонку покупателей за тележкой. Исходя из того, что лозунг «Сохраняйте спокойствие и продолжайте действовать» написан потрёпанными временем буквами на красном фоне, можно сделать следующие выводы. Во-первых, автор иронично сравнивает сложившуюся ситуацию с военным положением, когда было необходимо укрепить моральный дух нации, который был подавлен начавшейся войной. В случае современной Великобритании для вывода народа из состояния стабильности оказалось достаточно новостей об ограничении продажи некоторых товаров. Во-вторых, красный цвет традиционно ассоциируется с кровью и опасностью, что также вносит диссонанс в смысл лозунга и происходящее на карикатуре. Так, автор ещё раз стремится подчеркнуть агрессивность поступков людей в описываемых обстоятельствах, что выходит за рамки представления о нормальном поведении общества, тем самым обращая внимание читателя на возникшую нестабильность.

Результаты проведённого анализа показали, что метафорическая модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ обладает наибольшей

продуктивностью среди остальных моделей, входящих в разряд социоморфных метафор в британских медиатекстах. С помощью данной модели авторы карикатур демонстрируют динамичность процессов, дестабилизирующих общество и экономику. Несмотря на то, что для корректной интерпретации карикатуры в данном случае будет достаточно лишь визуального модуса, автор использует устойчивое выражение “*Keep Calm and Carry On*” в качестве прецедентного феномена, известного подавляющему большинству британцев, чтобы сыронизировать над изображённой ситуацией и убедить реципиента в неправильности подобного поведения.

2.1.5. Артефактные метафоры

Проведённый анализ материала показал, что артефактный разряд метафор практически так же продуктивен, как и самый распространённый в британских медиатекстах разряд антропоморфных метафор. Необходимо отметить разнообразие сфер-источников метафор нестабильности, большинство из которых, однако, обнаруживаются в одном или двух медиатекстах. Понятийная сфера РАЗРУШЕНИЕ относится к наиболее частотным в данном разряде метафор, на её долю приходится 21% образов. Кроме того, в настоящем параграфе мы также представим метафорическую модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ПАТОЛОГОАНАТОМИЧЕСКИЙ МЕШОК, репрезентированную в 10% анализируемых медиатекстов.

Первый пример артефактной метафоры нестабильности, который мы рассмотрим – карикатура Мартина Роусона (рис. 8), опубликованная в разделе *Guardian Opinion cartoon* издания *The Guardian* 9 октября 2020 года.

Центральное положение на карикатуре занимает шаровой таран в форме коронавируса, на вершине которого сидит канцлер казначейства Великобритании Риши Сунак с зажатой в широкой улыбке пачкой купюр, разлетающихся в стороны от него. В кабине машины, к которой подвешен

таран, сидит премьер-министр Великобритании Борис Джонсон, у которого достаточно болезненный вид, а на лице читается растерянность от того, что он не понимает, на какой из сломанных рычагов следует нажать.



Рисунок 8. Карикатура «Smiley Virus»
(The Guardian, 9.10.2020)

В ногах у Б. Джонсона можно заметить едва различимую фигуру министра здравоохранения и социального обеспечения Великобритании Мэттью Хэнкока, который отчаянно тянется к одному из рычагов. Действие происходит на фоне городских руин, внизу видна часть таблички с надписью *(THE)ATRE* («ТЕАТР»), а сам таран направлен в сторону полуразрушенного здания, на первом этаже которого расположилось заведение под названием *THE OLD FUR (CUP)* (дословно – «СТАРАЯ МЕХОВАЯ КРУЖКА») с эмблемой в виде меховой кружки. В целом, вся карикатура выполнена в достаточно тусклых оттенках жёлтого и коричневого, что добавляет описываемой ситуации мрачности и безысходности.

Карикатура является реакцией на обещание Риши Сунака расширить финансовые меры поддержки организаций в сферах, вынужденных приостановить свою деятельность в связи с введением новых

ограничительных мер на фоне второй волны коронавируса зимой 2020-го года. Согласно плану канцлера казначейства, правительство компенсирует до двух третей, но не более 2100 фунтов стерлингов заработной платы работников предприятий, пострадавших в результате кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Прежде всего, это касается заведений общественного питания (кафе, рестораны, бары и пабы), индустрии развлечений (кино, театры, музеи), гостиничного бизнеса и туризма.

Анализ данного медиатекста следует начать с названия карикатуры – *Smiley Virus* (дословно – смеющийся вирус), звучание которого вместе с изображённым на карикатуре устройством для сноса зданий отсылает к известному клипу американской исполнительницы Майли Сайрус *Wrecking Ball*, в котором она раскачивается на шаровом таране и экспрессивно поёт о разрыве в отношениях с любимым человеком. Также стоит обратить внимание на упоминавшуюся ранее меховую кружку (*fur cup*), являющуюся частым символом в карикатурах Мартина Роусона, который рекомендует читать это слово быстро и с сильным французским акцентом, в результате чего оно становится созвучно английскому *fuck-up*, т.е. «провал». С учётом всего вышесказанного, можно сделать вывод, что целью автора было показать разрушительные последствия пандемии коронавируса для общества и экономики Великобритании, пребывающих в состоянии полного разгрома из-за неэффективных действий правительства по поддержке бизнеса, находящегося на грани вымирания вследствие запретов на ведение деятельности. Предложенный М. Хэнкоком пакет государственных выплат выглядит как насмешка над практически уничтоженной индустрией, поэтому у читателя создаётся ощущение, что все действия правительства во главе с Борисом Джонсоном, не обращающим внимание на серьёзные проблемы в сфере здравоохранения, неизбежно ведут к провалу и краху.

Другим примером репрезентации социально-экономической нестабильности в британских медиатекстах с помощью артефактных метафор

является карикатура Стива Белла, размещённая в рубрике *Guardian Opinion cartoon* газеты *The Guardian* 14 апреля 2020 года (рис. 9).



Рисунок 9. Карикатура «AT LAST: A PLAN FOR SOCIAL CARE»
(The Guardian, 14.04.2020)

На данном изображении мы видим просторную комнату с большими окнами, значительная часть которой занята огромным рулоном чёрного материала с эмблемой Министерства здравоохранения и социального обеспечения Великобритании (*Department of Health & Social Care*). Слева в кресле так же расположилась фигура сторбленного человека, которого обернули в указанный материал и завязали на узел.

Причиной для появления карикатуры стало просочившееся в прессу письмо Ассоциации руководителей учреждений социальной помощи для взрослых (*Association of Directors of Adult Social Services*), в котором резко критикуется политика министерства здравоохранения, оказывающее поддержку учреждениям социальной помощи по второстепенному принципу. В частности, авторы письма указывают на нехватку средств индивидуальной защиты для работников социальных пансионатов и на растущие показатели заболеваемости COVID-19 и смертности от данной инфекции среди пожилых

пациентов. Несмотря на дополнительные 1,6 миллиардов фунтов, выделенных министерством специально для организаций в сфере социальной помощи, руководители и работники домов престарелых остаются недовольными схемой получения средств индивидуальной защиты, распределяющихся через систему Национальной службы здравоохранения, чьи потребности удовлетворяются в первую очередь.

Мы считаем, что социально-экономическая нестабильность в данной карикатуре репрезентируется автором через образ гигантского рулона патологоанатомических мешков, используемых для перевозки и временного хранения тел умерших. Дестабилизированная пандемией коронавируса система здравоохранения Великобритании оказалась не готова к равномерному обеспечению всех ведомственных учреждений, отдавая предпочтение больницам Национальной службы здравоохранения в то время, как основную группу риска для заражения коронавирусом составляют люди пожилого возраста. Учитывая заявление представителей Ассоциации руководителей учреждений социальной помощи для взрослых о том, что около двух-третей людей, проживающих в пансионатах, имеют симптомы заболевания коронавирусной инфекцией, скудные меры поддержки от министерства здравоохранения, изображённые автором карикатуры в виде мешков для трупов, выглядят по-настоящему издевательскими. Кроме того, название карикатуры – «Наконец-то! План для учреждений социальной защиты» – также подчёркивает сарказм автора по отношению к данной ситуации.

Таким образом, мы выяснили, что артефактный разряд метафор в британских медиатекстах представлен достаточно широко. На примере метафорических моделей НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО РАЗРУШЕНИЕ и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ПАТОЛОГОАНАТОМИЧЕСКИЕ МЕШКИ мы выявили, что основной смысл передаётся через визуальный компонент мультимодального медиатекста. Тем не менее, с помощью вербального модуса автор подчёркивает интертекстуальность медиатекста (*Smiley Virus*),

конкретизирует изображённое событие посредством метафорического представления Министерства здравоохранения и социального обеспечения Великобритании (*Department of Health & Social Care*) в виде рулона мешков, а также выражает категорию модальности через лексему “*At last...*”, использованную в данном случае саркастично.

2.2. Метафоры нестабильности в СМИ Испании

2.2.1. Сферы-источники метафоры социально-экономической нестабильности в испанских медиатекстах

Анализ 43 испанских медиатекстов (карикатур), размещённых на сайте издания *El Mundo*, позволил нам установить наиболее распространённые метафорические образы, репрезентирующие социально-экономическую нестабильность, вызванную вследствие пандемии COVID-19 (рис. 10).

Распределение метафор нестабильности в СМИ Испании

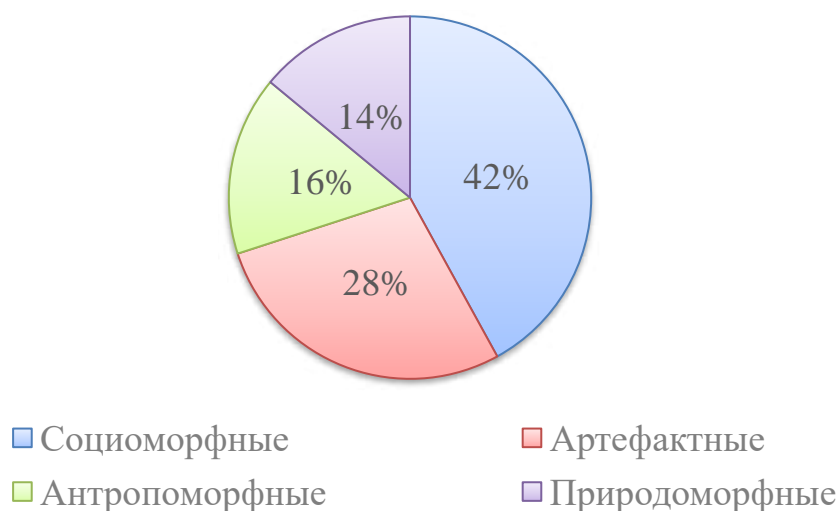


Рисунок 10. Диаграмма распределения метафор нестабильности в СМИ Испании

Так, в ходе исследования было выявлено (рис. 10), что значительная часть выделенных нами образов в медиатекстах испанских СМИ относится к социоморфному разряду метафор (42%), за ним следует разряд артефактных метафор (28%). Наименее часто в испанских медиатекстах используются

антропоморфные (16%) и природоморфные метафоры (14%). Как и в случае с метафорами нестабильности в британских медиатекстах, в этом параграфе мы рассмотрим самые часто встречающиеся метафорические модели из каждого разряда.

2.2.2. Антропоморфные метафоры

При анализе отобранного материала мы выяснили, что разряд антропоморфных метафор довольно мало представлен в мультимодальных медиатекстах испанских СМИ, в отличие от британских карикатур. Тем не менее, анализ отобранного материала показал, что метафорическая модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДЬЕ, показавшая высокую продуктивность в британских медиатекстах, также часто встречается и в испанских карикатурах; на её долю приходится 43% всех выделенных нами образов в разряде антропоморфных метафор.

В качестве примера рассмотрим карикатуру (рис. 11) испанского дуэта художников Анхеля и Франциско Хавьера Родригес Идигорас, публикующих свои работы под творческим псевдонимом Идигорас и Пачи (*Idígoras y Pachi*). Данная карикатура была размещена в разделе *Opinión* газеты *El Mundo* 19 марта 2020 года.

На изображении мы видим закрытое кафе *Bar Terraza* («Бар Терраса») и неубранную уличную мебель в виде столов, один из которых даже покрыт скатертью, и стульев. Напротив кафе разместилась небольшая стая из 5 голубей, двое из которых ведут следующий диалог:

- *¿Y los trocitos de ensaladilla rusa? ¿Y las miguitas de pan? ¿Y los cachitos de calamares que nos comíamos?* («А как же остатки оливье? А хлебные крошки? И кусочки кальмаров, которые мы всегда ели?»)

- *¡¡Aquí está pasando algo!!* («Здесь точно что-то происходит!»).

Очевидно, появление данной карикатуры связано с введением строгого всеобщего карантина, согласно правилам которого испанцы должны

оставаться дома и выходить на улицу только при крайней необходимости: в продуктовый магазин, на работу или в случае чрезвычайной ситуации.



Рисунок 11. Карикатура «AQUÍ ESTÁ PASANDO ALGO»
(El Mundo, 19.03.2020)

Поскольку испанцам в принципе не свойственно много времени проводить дома, а уличные бары и кафе являются центром общения, так как в испанской культуре принято завтракать и перекусывать вне дома и не на рабочем месте, данная карикатура ярко отражает несоответствие принятым нормам. Из-за требования соблюдать самоизоляцию и социальную дистанцию улицы городов опустели, а многие заведения общественного питания были вынуждены закрыться вследствие запрета на собрание большого количества людей в одном месте. Также следует отметить старинную испанскую традицию бросать крошки, салфетки, зубочистки и прочий мелкий мусор после принятия пищи в кафе или баре на пол с целью наглядно показать уровень популярности заведения. Исходя из всего вышесказанного, можно заключить, что авторы карикатуры стремились отразить негативное влияние пандемии коронавируса на социальную жизнь Испании через образ безлюдно улицы и опустевшего бара, дополнив картину

разговором голубей, пребывающих в замешательстве по поводу отсутствия привычной для них деятельности людей, в результате которой они привыкли получать себе пищу.

Таким образом, в результате проведённого анализа мы установили, что метафорическая модель **НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДИЕ** используется авторами испанских медиатекстов, чтобы просто и лаконично донести до большого количества читателей актуальную на момент публикации карикатуры информацию о влиянии пандемии на образ жизни и привычки испанцев, которые были нарушены введением ограничительных мер. Следует отметить, что рассмотренный нами медиатекст культурно обусловлен и для его корректной интерпретации реципиент должен обладать знаниями об испанских традициях. Кроме того, визуальный образ закрытого бара и отсутствия людей на улице помогает установить контекст для указательного местоимения *aquí* («здесь»), поэтому можно заключить, что оба компонента данной карикатуры взаимодополняют друг друга.

2.2.3. Природоморфные метафоры

Проведённый анализ испанских медиатекстов показал схожие результаты, полученные при исследовании карикатур, опубликованных в британских СМИ. Так, в обоих случаях разряд природоморфных метафор обладает наименьшей продуктивностью в области репрезентации социально-экономической нестабильности, вызванной COVID-19 и в 50% случаев представлен метафорической моделью **НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ЖИВОТНОЕ**. Примечательно, что авторы используют не только образы существующих в природе животных, но и выдуманных животноподобных существ, пример с которыми мы рассмотрим далее.

Остановимся подробнее на карикатуре дуэта Идигорас и Пачи, которая была размещена в специальном разделе *Opinión* издания *El Mundo* 31 марта 2020 года (рис.12).

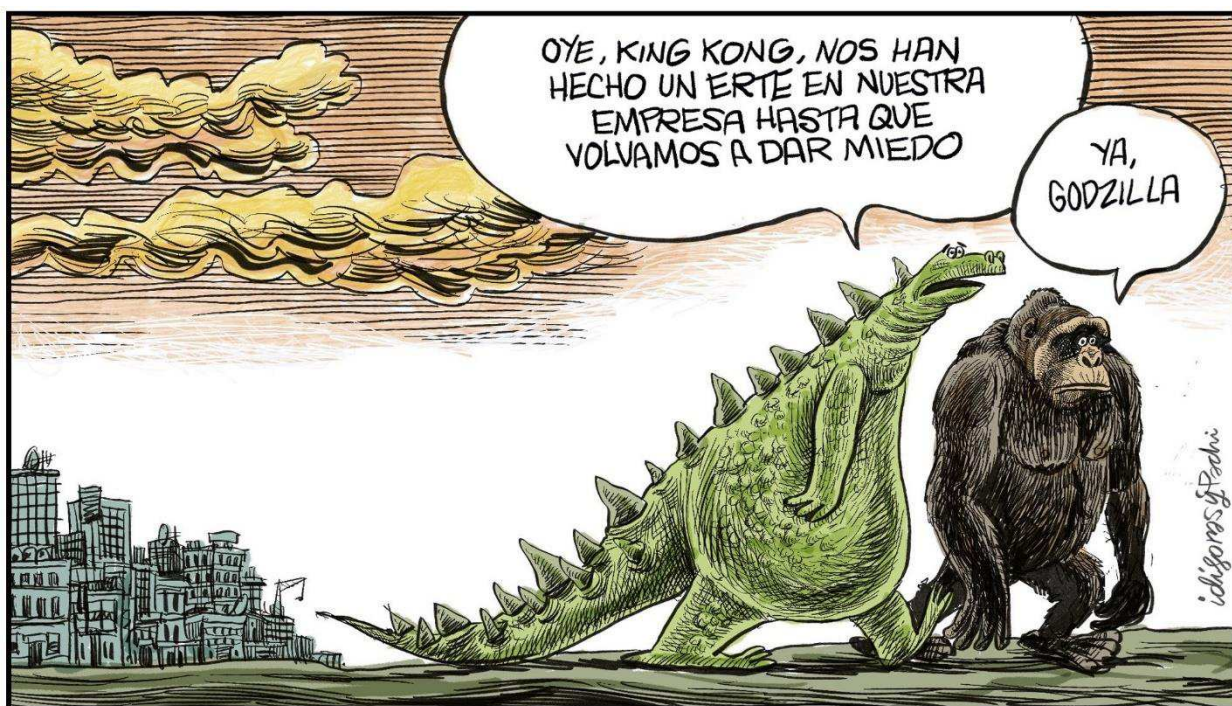


Рисунок 12. Карикатура «ERTE» (El Mundo, 31.03.2020)

На данной картине изображены популярные персонажи массовой культуры: Годзилла – похожее на динозавра существо, пробудившееся вследствие испытаний ядерного оружия, – и Кинг-Конг – горилла гигантских размеров. Мы видим, что они в расстроенном состоянии покидают крупный город, виднеющийся за их спинами, и ведут следующий разговор:

- *Oye, King Kong, nos han hecho un ERTE en nuestra empresa hasta que volvamos a dar miedo* («Слушай, Кинг-Конг, наш работодатель временно приостановил действие нашего контракта до тех пор, пока нас снова не начнут бояться»).

- *Ya, Godzilla* («Да уж, Годзилла»).

Данная карикатура является реакцией на беспрецедентный рост безработицы в течение одного месяца вследствие введения в Испании чрезвычайного положения из-за вспышки коронавирусной инфекции. Согласно данным системы социального обеспечения, в результате введения ограничительных мер в марте 2020 года почти 834 тысячи людей лишились работы, а ещё 620 тысячам работников было предложено перейти на схему *ERTE* (*expediente de regulación temporal de empleo*), согласно которой у

работодателя есть 2 сценария действий во время кризиса. Во-первых, он имеет право временно приостановить действие договора с сотрудником, чтобы тот мог получать пособие по безработице, при этом не лишаясь трудоустройства. Во втором случае, работодатель может сократить рабочий день и, соответственно, уменьшить расходы на заработную плату сотрудникам, а компенсация за сокращённые часы будет выплачиваться государством. Именно такие меры поддержки бизнеса, наиболее пострадавшего от коронавирусного кризиса, были предложены правительством Испании.

Безусловно, наступление пандемии COVID-19 сильно ударило по испанской экономике, которая и до этого испытывала высокий уровень безработицы. Однако, по словам главы министерства труда Испании Иоланды Диас, резкий рост числа безработных за март 2020 года побил предыдущий рекорд по данному показателю, установленный в январе 2009 года, когда в самый разгар финансового кризиса было уничтожено около 200 тысяч рабочих мест. Данная информация в совокупности с тем фактом, что по классическому сюжету Кинг-Конг и Годзилла – одни из самых страшных монстров в мире, которые обладают смертоносной силой и являются заклятыми врагами друг друга, позволяют сделать следующие выводы.

Авторы карикатуры изобразили их вместе, чтобы подчеркнуть то, что происходящее на рынке труда Испании является из ряда вон выходящим историческим событием. Следует также обратить внимание на манеру разговора Годзиллы с Кинг-Конгом, которая общается с ним на «ты» и ищет сочувствия, как будто они старые друзья. Из реплики Годзиллы также видно, что пандемия коронавируса оказала гораздо более разрушительный и устрашающий эффект на общество и экономику Испании, чем два опаснейших монстра. На наш взгляд, в данном медиатексте основной смысл передаётся через вербальный модус, так как вводит реципиента в контекст ситуации, однако визуальные образы печальных гориллы и динозавра усиливают эмоциональную составляющую карикатуры.

2.2.4. Социоморфные метафоры

В ходе исследования было установлено, что социоморфный разряд метафор обладает наибольшей продуктивностью в испанских медиатекстах. Так, мы выяснили, что наиболее популярными сферами-источниками для метафорической репрезентации нестабильности в данной категории являются понятийная сфера СПОРТ (33%) и ФИЛЬМ УЖАСОВ (22%).

Одним из примеров использования метафорической модели НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ является карикатура Рикардо Мартинеса, опубликованная на сайте газеты *El Mundo* в рубрике *Opinión* 24 октября 2020 года (рис. 13).



Рисунок 13. Карикатура «ÁNIMO, PEDRO» (*El Mundo*, 24.10.2020)

На карикатуре представлен боксёрский поединок между коронавирусом, находящемся в левом углу ринга, и премьер-министром Испании Педро Санчесом, который пытается прийти в себя в правом углу ринга после сильнейшего удара. Рядом с ним находится председатель правительства Страны Басков (*lehendakari*) Иньиго Уркулюю, старающийся привести П. Санчеса в чувства и подбодрить его:

- *Ánimo, Pedro. Según mis cuentas vas ganando* («Взбодрись, Педро. По моим подсчётам, ты выигрываешь»).

Причиной появления данной карикатуры стала новость о том, что премьер-министр Испании принял решение созвать внеочередное заседание Совета министров из-за ухудшения ситуации с распространением коронавируса в стране. По словам Санчеса, цифры официальной статистики заболеваемости не отражают реальной картины, а страна должна будет пережить трудное время, так как в некоторых регионах ситуация вышла из-под контроля, что вынудило премьер-министра Испании ввести общенациональное чрезвычайное положение. Согласно новым правилам, во всех без исключения регионах Испании объявлялся комендантский час для ограничения активности людей в ночное время, запрещается пересекать границу между регионами, хотя незадолго до этого главы некоторых автономных сообществ, включая Страну Басков, выступали резко против повторного объявления режима чрезвычайной ситуации. Тем не менее, тяжёлая ситуация по заболеваемости и неспособность добиться одобрения от местных законодательных органов одобрения предложенных антикоронавирусных мер в виде, например, ограничения собраний людей дома и в общественных местах до 6 человек, заставило глав данных регионов передумать и поддержать план премьер-министра.

При анализе приведённой выше карикатуры следует учитывать то, что Страна Басков исторически стремится к независимости от Испании, так как является одним из самых богатых регионов страны, поэтому не склонна соглашаться с политикой центрального правительства. Однако, пандемия COVID-19 нанесла сильный удар по местной экономике, поэтому в сложившейся ситуации председатель правительства данного региона Иньиго Уркульо посчитал более выгодным пойти навстречу премьер-министру Испании и поддержать его стратегию по сдерживанию распространения коронавируса. Соответственно, в этом «раунде» победа остаётся на стороне

COVID-19, страшные последствия которого побудили Страну Басков пойти на нехарактерный для них компромисс с правительством Испании.

Следующий пример социоморфных метафор в испанских медиатекстах, который мы рассмотрим, относится к модели НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ФИЛЬМ УЖАСОВ, реализованной в карикатуре художников Идигорас и Пачи, которая была опубликована на сайте *El Mundo* 4 сентября 2020 года (рис. 14).



Рисунок 14. Карикатура «LA VUELTA AL COLE»
(El Mundo, 4.09.2020)

В правой части карикатуры авторы изобразили британо-американского режиссёра Альфреда Хичкока, прославившегося своими триллерами и фильмами ужасов с высокой долей напряжения, неопределённости и тревоги. В руках он держит хлопушку-нумератор, на которой сверху перечёркнуто название его известной работы *PSICOSIS* («ПСИХО»), вместо которого ниже написано *LA VUELTA AL COLE* («ВОЗВРАЩЕНИЕ В ШКОЛУ»), а справа мы видим подпись *TOMA 2* («ДУБЛЬ 2»). В центре карикатуры, левее от Хичкока, нарисован маленький мальчик в медицинской маске и с рюкзаком на спине, идущий по направлению к жуткому дому, возвышающемуся перед ним. В целом, карикатура выполнена в чёрно-белом цвете, как и оригинальный фильм, к которому она отсылается.

Карикатура творческого дуэта Идигорас и Пачи представляет собой реакцию на заявление премьер-министра Испании Педро Санчеса о том, что все школы страны должны быть готовы начать учебный год в привычные сроки. Из-за пандемии коронавируса министерство образования Испании

разработало несколько возможных форматов проведения занятий для школьников в зависимости от эпидемиологической ситуации в каждом конкретном регионе. Тем не менее, вне зависимости от места проживания все испанские школьники обязаны носить маски, регулярно мыть руки, измерять температуру на входе и соблюдать социальную дистанцию. В случае заражения коронавирусом весь класс переходит на карантин и дистанционную форму обучения, а если количество заболевших будет расти, то на карантин отправится вся школа.

Отсутствие определённости в устанавливаемых каждым регионом правилах обучения во время пандемии вполне обоснованно вызывает стресс, неуверенность и беспокойство как у детей, посещающих школу, их родителей и, вероятно, даже учителей и административного состава образовательных учреждений. Однако в нормально функционирующей системе ни у одной из этих категорий не должно возникать подобных переживаний за своё здоровье и безопасность. Таким образом, авторы карикатуры с помощью переноса характеристик, присущих психологическому фильму ужасов Альфреда Хичкока «Психо», стремились не только показать проблемность принятого премьер-министром решения, но и передать нервную и гнетущую атмосферу, окружающую школьников в начале учёбы в условиях пандемии COVID-19. На наш взгляд в данном случае реципиент с достаточным багажом фоновых знаний способен правильно интерпретировать идею, заложенную авторами медиатекста, только с помощью визуального компонента, так как вербальная составляющая выполняет лишь номинативную роль.

2.2.5. Артефактные метафоры

В ходе проведения исследования было установлено, что артефактные метафоры в испанских медиатекстах занимают второе место по продуктивности; точно такое же распределение артефактных метафор

нестабильности наблюдалось нами и в медиатекстах британских СМИ. Наиболее распространёнными моделями для репрезентации нестабильности в случае Испании оказались метафоры типа НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО МЕДИЦИНСКАЯ МАСКА (50% выделенных образов) и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ (33%). Мы предполагаем, что широкое использование именно этих понятийных сфер непосредственно связано с необходимостью адаптироваться к новым условиям жизни в условиях пандемии COVID-19.

Первый пример, который мы рассмотрим, - карикатура Идигорас и Пачи, опубликованная на сайте издания *El Mundo* в специальном разделе *Opinión* 30 июня 2020 года (рис. 15).

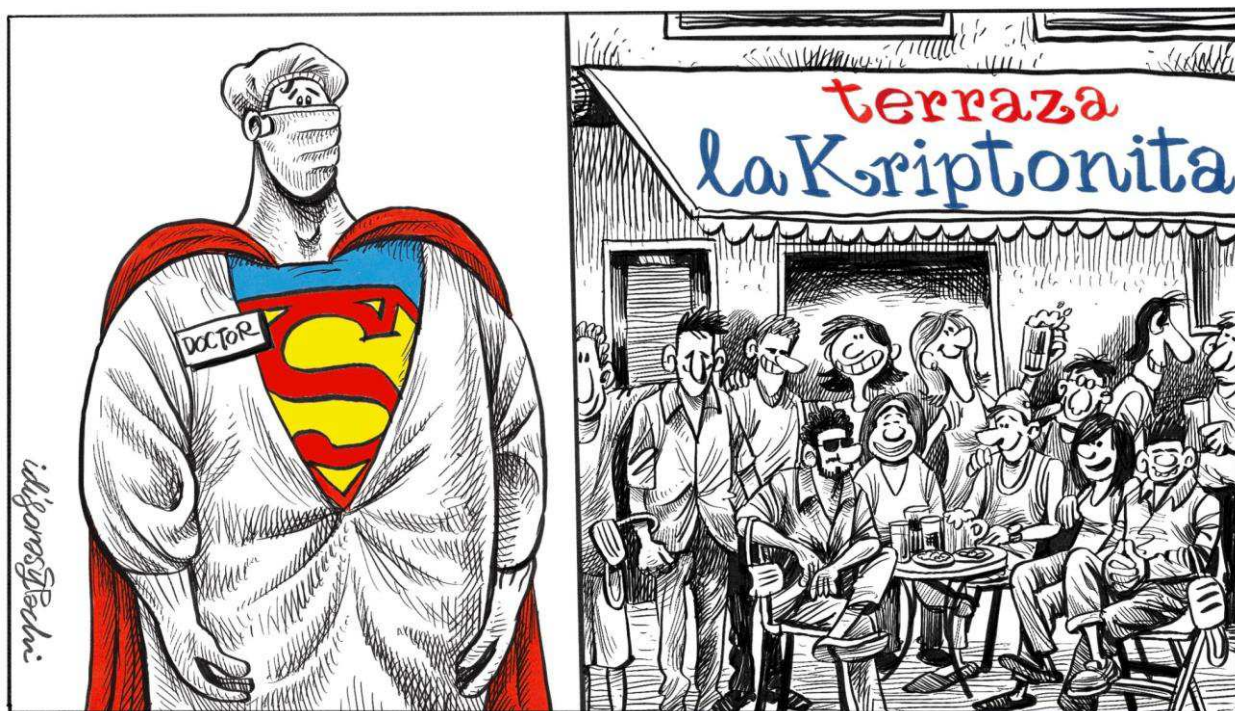


Рисунок 15. Карикатура «Terraza La Kryptonita» (El Mundo, 30.06.2020)

В левой части карикатуры изображён врач, полностью одетый в средства индивидуальной защиты (медицинский халат, перчатки, защитная маска и шапочка). В то же время из-под халата видна огромная ярко-красная буква *S* на жёлто-синем фоне, а за спиной врача развевается красный плащ, что явно отсылает нас к образу героя американских комиксов Супермену. В правой части карикатуры мы видим большую группу людей, отдыхающих на

улице возле заведения под названием *Terraza La Kryptonita* («Терраса «Криптонит»»).

В первую очередь появление данной карикатуры связано с постановлением министерства здравоохранения Испании, согласно которому с 21 мая 2020 года все граждане Испании в возрасте от 6 лет и старше, за исключением перечисленных в документе случаев, обязаны носить медицинскую маску в замкнутых общественных местах, а также на территории открытых публичных пространств, если соблюдение минимальной социальной дистанции в 2 метра не представляется возможным. За отказ выполнить требования служителей правопорядка и надеть маску, либо отойти в менее людное место, предусмотрен штраф в размере до 600 евро.

На момент публикации карикатуры Испания была третьей страной в Европе по количеству заражённых коронавирусом, уступая лишь России и Великобритании. Кроме того, в статистике по случаям заражения COVID-19 и смерти от данного заболевания за 30 июня 2020 года отмечается рост показателей по сравнению с предыдущим днём. Также стоит отметить выступление генерального директора Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) Тедроса Адханома Габреисуса, накануне заявившего о том, что конец пандемии коронавируса наступит ещё нескоро и призывавшего людей соблюдать меры предосторожности.

При анализе карикатуры важно не только иметь представление об образе Супермена в массовой культуре, но и знать, что криптонит – единственное вещество, способное нанести ему вред или даже убить. Следовательно, если в рассматриваемом нами случае врач олицетворяет собой супергероя, непосредственно борющегося против коронавируса и предпринимающего все усилия, чтобы избежать заражения и самому никого не заразить, то посетители бара являются тем самым опасным для жизни фактором, как и криптонит для Супермена. Не соблюдая социальную дистанцию и не пользуясь защитными масками, вопреки требованиям

законодательства, они подвергают опасности как свои жизни, так и жизни других людей.

Таким образом социальная нестабильность в данном медиатексте репрезентирована в метафорическом образе медицинской маски, ношение которой символизирует ответственное поведение граждан в обществе, стремящемуся сдержать рост пандемии COVID-19.

Далее рассмотрим пример выражения нестабильности через метафорическую модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ, использованную художниками Идигорас и Пачи в карикатуре, которая была размещена в рубрике *Opinión* газеты *El Mundo* 26 октября 2020 года (рис. 16).

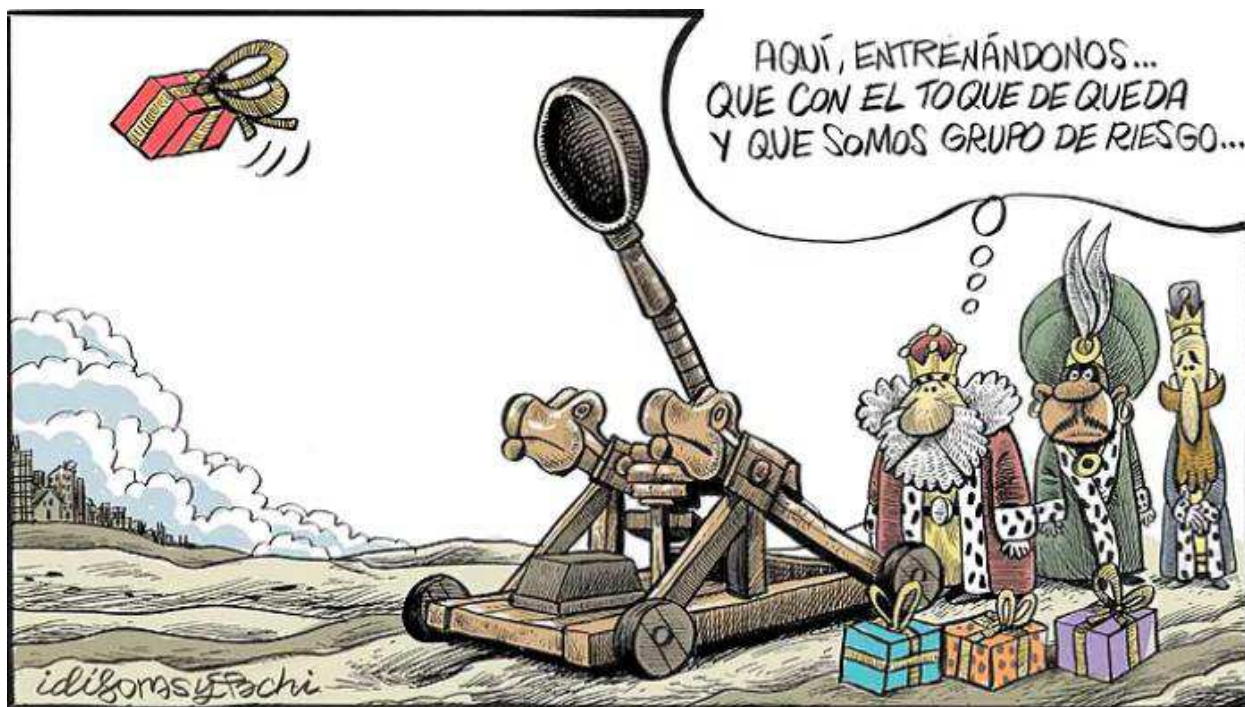


Рисунок 16. Карикатура «AQUÍ, ENTRENÁNDONOS...»
(El Mundo 26.10.2020)

На карикатуре изображены трое мужчин разного возраста в королевских нарядах, стоящих возле деревянной катапульты, которая стреляет подарками в сторону города, виднеющегося в левой части карикатуры. Мужчины на рисунке представляют собой трёх библейских волхвов или трёх королей (*los Reyes Magos*), принёсших младенцу-Иисусу

различные дары. Над самым старым королём – Мельхиором – мы видим облачко мыслей со следующим содержанием: *Aquí, entrenándonos... Que con el toque de queda y que somos grupo de riesgo...* («Вот так мы тренируемся... Потому что ввели комендантский час, и мы входим в группу риска...»). Мельхиор, как и стоящие рядом с ним Бальтасар и Гаспар, выглядят весьма удручённо.

Дело в том, что испанским детям подарки на Рождество приносят не местные версии образов Санта-Клауса или Деда Мороза, а библейские волхвы в ночь на 6 января. Накануне ежегодно отмечается день Волхвов или праздник Трёх Королей, повсюду проходят уличные шествия, во время которых детей осыпают конфетами. Однако, пандемия коронавируса внесла свои коррективы в данную традицию. Так, мэрия Мадрида приняла решение об отмене районных парадов в честь прибытия Трёх Королей в связи с чрезвычайно сложной эпидемиологической обстановкой в городе. В то же время, некоторые автономные сообщества Испании, включая Страну Басков, Арагон и Астурию закрыли свои границы, разрешив жителям перемещаться между регионами только при крайней необходимости. Этот факт чрезвычайно важен при анализе данного медиатекста, так как, согласно традиции, волхвы-короли приезжают в Испанию из дальних стран на верблюдах или кораблях.

Исходя из вышесказанного, мы можем заключить, что коронавирусные ограничения, введённые в испанских городах и автономиях, существенным образом повлияли на исторически сложившийся процесс празднования Рождества и вручения подарков. Так, волхвы не могут физически встретиться с детьми, так как ночью действует комендантский час, а они являются людьми преклонного возраста, которым рекомендуется уменьшить количество социальных контактов для снижения риска заражения коронавирусом. Более того, они вынуждены доставлять подарки с помощью катапульты, построенной в пустыре за пределами города из-за запрета на передвижение между автономными сообществами. Безусловно, описываемая

в медиатексте ситуация является крайне нетипичной для испанского общества, о чём свидетельствует и катапульта с подарками и огорчение на лицах королей.

Итак, в ходе анализа самых распространённых метафорических моделей из разряда артефактных метафор мы установили, что главную роль в передаче замысла играет визуальный модус, позволяющий с помощью легко распознаваемых образов и связанных с ними культурных особенностей лаконично отобразить социально-экономические потрясения, вызванные пандемией COVID-19. На наш взгляд, в рассмотренных здесь метафорах типа НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО МЕДИЦИНСКАЯ МАСКА и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ реципиент легко может грамотно интерпретировать заложенное авторами видение той или иной ситуации без помощи вербального компонента медиатекста, так как он либо выполняет номинативную функцию, либо чуть больше конкретизирует контекст происходящего, однако даже его отсутствие не скажется на понимании медиатекста, если реципиент обладает необходимыми пресуппозициями.

2.3. Общее сравнение метафорических моделей нестабильности в СМИ Великобритании и Испании

В ходе проведения настоящего исследования мы обнаружили несколько закономерностей в области метафорической репрезентации социально-экономической нестабильности, вызванной пандемией COVID-19, в британских и испанских медиатекстах. В настоящем параграфе мы рассмотрим общие тенденции использования метафоры в СМИ Великобритании и России для отображения систем, вышедших из состояния стабильности под влиянием коронавируса.

Как было замечено ранее, в обеих культурах некоторые метафорические разряды показали одинаковую степень продуктивности,

а именно мы заметили, что артефактные метафоры нестабильности в британских и испанских медиатекстах занимают второе место по распространённости, в то время как природоморфный разряд в обоих случаях представлен наименьшим количеством примеров. Нам представляется трудным объяснить именно такое распределение этих разрядов метафор, однако мы предполагаем, что высокая частотность использования именно артефактных метафор может обуславливаться тем, что во время пандемии людям пришлось быстро адаптироваться к новым условиям жизни, поэтому многие предметы вроде медицинских масок, респираторов, перчаток, ноутбуков, планшетов стали символом новой реальности.

Стоит отметить и общие тенденции в использовании одинаковых понятийных сфер для метафоризации схожих, но всё-таки имеющих свои национальные особенности событий. Так, например, в разряде социоморфных метафор мы выявили, что подавляющее число британских и испанских медиатекстов реализует метафорическую модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ. Более того, в большинстве случаев она представлена через образ боксёрского поединка (см. рис. 13, 17, 18).

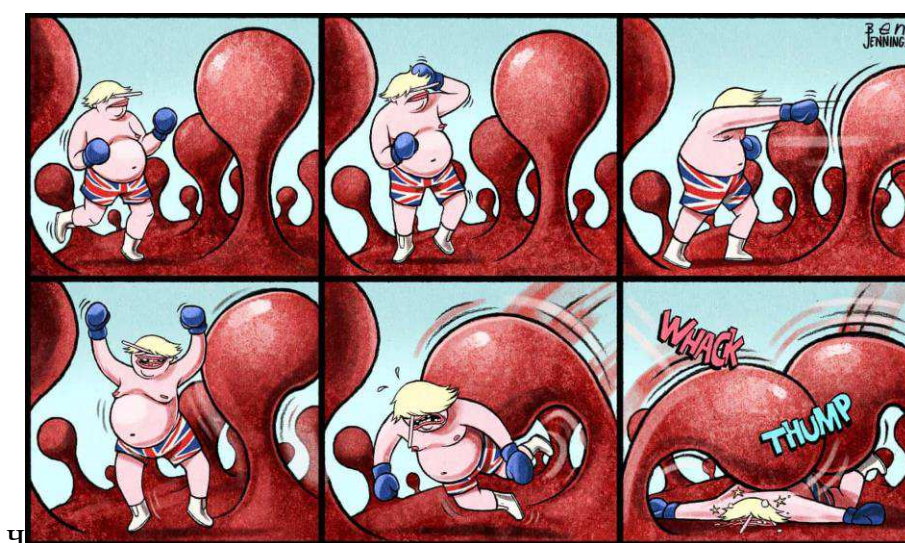


Рисунок 17. Карикатура «Boris Johnson vs COVID-19 pandemic»
(The Guardian, 10.01.2021)

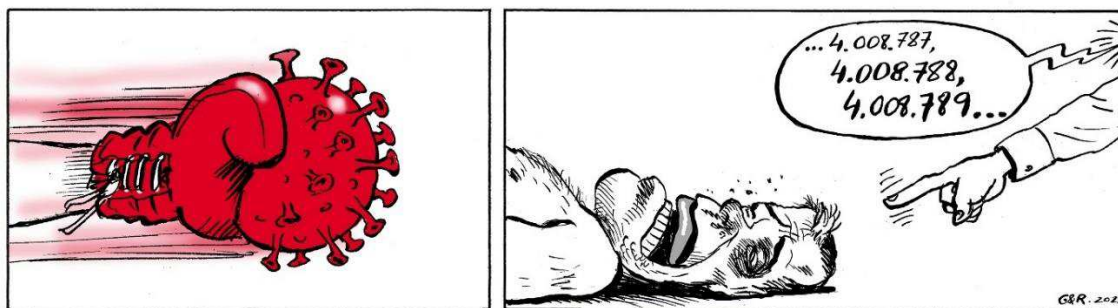


Рисунок 18. Карикатура «4.008.787» (El Mundo, 3.03.2021)

На обеих карикатурах изображены политические лидеры своих стран (премьер-министр Великобритании Борис Джонсон и премьер-министр Испании Педро Санчес), терпящие сокрушительное поражение от своего противника – коронавируса. Обе карикатуры были опубликованы в начале 2021 года, когда Великобритания и Испания переживали очередную волну коронавируса.

Карикатура Бена Дженнингса (рис. 17) появилась после того, как ведущие британские эпидемиологи раскритиковали краткосрочные меры правительства во главе с Борисом Джонсом по борьбе с коронавирусной инфекцией. По их словам, вакцинация населения, согласно плану Джонсона, позволит уменьшить количество госпитализаций, однако отказ от разработки долгосрочной стратегии и неприятие того факта, что коронавирус теперь уже никуда не исчезнет, в конечном итоге приведут к очередным вспышкам заболеваемости и перегрузке системы здравоохранения. Если мы обратим внимание на структуру карикатуры, то увидим, что она состоит из 6 фреймов, в первых четырёх из которых премьер-министр Великобритании наносит удар по коронавирусному отростку и празднует своё преимущество, что явно отображает те самые краткосрочные меры предосторожности. Тем не менее, в последних двух фреймах коронавирус отправляет Бориса Джонсона в нокаут, сопровождая это звукоподражательными подписями *WHACK* («ШМЯК») и *THUMP* («БАБАХ»).

На карикатуре испанского дуэта художников Хосе Мария Гайего

Лопеса и Хулио Рей Мелихоса, публикующимися под псевдонимом Гайего и Рей, мы видим схожую ситуацию: премьер-министр страны получил мощный удар от коронавируса, а рядом с ним некто считает по порядку и укоризненно тыкает указательным пальцем в сторону Педро Санчеса: «...4.008.787, 4.008.788, 4.008.789...» (рис. 18).

Причиной для появления данной карикатуры стало заявление министерства труда Испании о том, что впервые с апреля 2016 года число безработных в стране превысило 4 миллиона. По данным статистики, наибольшие потери из-за введения ограничительных мер для сдерживания третьей волны пандемии испытали сектор услуг и сельское хозяйство. Таким образом, авторы обоих медиатекстов осмысливают негативное влияние COVID-19 на общество и экономику Великобритании и Испании с помощью метафоры НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ. На наш взгляд, предпочтение было отдано именно в пользу бокса, а не иного вида спорта, на основе выражения «борьба с коронавирусом», являющимся вербальной метафорой и присутствующим в обоих анализируемых нами медиадискурсах (*the fight against coronavirus; la lucha contra el coronavirus*). Кроме того, мы предполагаем, что в качестве вида спорта был выбран бокс, поскольку бои проходят в несколько раундов, как и противостояние правительств с последствиями очередной волны пандемии.

Здесь следует упомянуть ещё одну интересную тенденцию, существующую в британских и испанских медиатекстах. Во время анализа собранного материала мы выявили, что в обеих культурах репрезентация социально-экономической нестабильности из-за пандемии коронавируса также происходит по природоморфной модели НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО МОРЕ. Очевидно, что причиной этому служат выражения по типу «первая, вторая или третья волна пандемии, коронавируса, локдаунов, заболевания и др.». В качестве

примеров рассмотрим карикатуру Криса Риддела, опубликованную в специальном разделе *Observer comment cartoon* издания *The Guardian* (рис. 19), и карикатуру творческого союза Гайего и Рей, размещённую в рубрике *Opinión* на сайте газеты *El Mundo* (рис. 20).



Рисунок 19. Карикатура «Boris Johnson and his world-class test-and-trace system» (The Guardian, 19.09.2020)



Рисунок 20. Карикатура «¡BOGAD!» (El Mundo, 16.06.2020)

На обоих изображениях достаточно большую часть пространства занимает морская волна. Так, на рис. 19 огромная волна с отмеченными на ней молекулами коронавируса вот-вот обрушится на голову премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона. От страшного удара его оберегает лишь зонтик с надписью *WORLD CLASS TEST AND TRACE* («ТЕСТИРОВАНИЕ И ОТСЛЕЖИВАНИЕ НА МИРОВОМ УРОВНЕ»),

который, однако, выглядит поломанным.

Дело в том, что на момент публикации карикатуры правительство Великобритании было на пороге принятия решения о введении общенационального карантина в связи с ростом количества заражённых коронавирусом по всей стране. В то же время, резкой критике подверглась разработанная британцами система тестирования и отслеживания людей, заболевших COVID-19. В частности отмечалось, что спрос на использование данных экспресс-тестов в 4 раза превышал возможности системы по установлению всех людей, недавно контактировавших с больным. Программа проведения тестирования и отслеживания контактных больных обошлась Национальной службе здравоохранения в 10 миллиардов фунтов стерлингов, однако не смогла оправдать возложенных на неё надежд по оперативному выявлению лиц с симптомами коронавируса, что в совокупности с летними послаблениями ограничительных мер привело ко второй волне пандемии в Великобритании, мощность которой сопоставима с весенним уровнем распространения инфекции.

На испанской карикатуре (рис. 20) мы по-прежнему видим морские волны, слева и справа подступающие к плывущей посередине галере с надписью *EMPRESARIOS* («ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ») на флаге. Кто-то из экипажа кричит: ¡*BOGAD!* («ГРЕБИТЕ!»).

Появление данной карикатуры связано с обращением Ассоциации испанских предпринимателей, членами которой являются такие крупные представители бизнеса как президент компании *Inditex* Пабло Исла и президент сети супермаркетов *Mercadona* Хуан Роч, к правительству Испании. Так, они призывают к всестороннему обсуждению плана выхода экономики из самого серьёзного кризиса за последнее десятилетие, вызванного пандемией. По их мнению, правительство должно учитывать мнение предпринимателей при принятии решения о продлении действия программы *ERTE*, согласно которой работодатель

имеет право без увольнения приостановить действие договора с сотрудником, взамен получающем возможность оформить государственное пособие по безработице для компенсации потери дохода. Однако правила *ERTE* также обязывают работодателя отчислять взносы за работников в фонд социального страхования, против чего и выступают бизнесмены. Тем не менее, правительство Испании под руководством Пабло Санчеса не стремится идти на диалог с предпринимателями, поскольку занято решением проблем в здравоохранении.

Исходя из вышесказанного, мы считаем, что в описанных нами карикатурах (рис. 19–20) авторы реализуют модель НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ВОЛНА, метафорически осмысляя неопределённость и непредсказуемость развития событий в социально-экономической сфере через образ нависающих над героями медиатекста (Борисом Джонсоном и галерой с бизнесменами, соответственно) волн, которые очень скоро на них обрушатся и обнулят все достигнутые ими к этому моменту результаты.

Итак, мы выяснили, что британские и испанские медиатексты зачастую используют одни и те же метафорические модели для репрезентации исключительных событий в социально-экономической сфере. Авторы задействуют в своих карикатурах образы различных предметов, боксёрского поединка и волны как наиболее яркие символы, ассоциирующиеся с характерными чертами пандемии COVID-19. При этом, вербальная составляющая данных медиатекстов представлена мало, в основном в виде номинативных метафорических надписей и облачков речи, вводящих реципиента в контекст ситуации.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проведя анализ 57 британских и 43 испанских медиатекстов, были определены наиболее распространённые модели метафорической репрезентации социально-экономической нестабильности, наступившей вследствие пандемии коронавируса. Каждая метафорическая модель была отнесена к одному из четырёх разрядов метафор, отличающихся разной степенью частотности: антропоморфному, природоморфному, социоморфному и артефактному.

В рамках проведённого анализа медиатекстов британских и испанских СМИ мы выяснили, что большинство авторов британских медиатекстов отдают предпочтение антропоморфному разряду метафор (38%), представленному метафорическими моделями НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СМЕРТЬ и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДЬЕ. Нарушения в работе социальной и экономической систем общества из-за пандемии COVID-19 в испанских медиатекстах, напротив, чаще реализуется с помощью социоморфных метафор (42%), а именно с помощью моделей НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ФИЛЬМ УЖАСОВ. Наименее продуктивным в обеих культурах оказался разряд природоморфных метафор (12% в Великобритании, 14% в Испании), больше всего проявляющийся через понятийную сферу ЖИВОТНОЕ как в британских, так и в испанских медиатекстах. Относительно артефактных метафор было установлено, что они являются вторыми по степени распространённости в медиатекстах Великобритании и Испании (33% и 28%, соответственно). Однако, авторы карикатур выбирают совершенно разные сферы-источники для метафорической репрезентации негативных социально-экономических последствий пандемии коронавируса. Так, наиболее продуктивными моделями в британских СМИ стали метафоры типа НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО РАЗРУШЕНИЕ и

НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ПАТОЛОГОАНАТОМИЧЕСКИЕ МЕШКИ, в то время как испанцы предпочли осмыслять нестабильность через понятийные сферы МЕДИЦИНСКАЯ МАСКА и ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ.

Также мы установили несколько закономерностей, объединяющих медиатексты Великобритании и Испании с точки зрения использования одинаковых сфер-источников для репрезентации нестабильности в обществе и экономики обеих стран. Среди самых популярных метафорических моделей совпадения обнаружилось в разрядах антропоморфных, социоморфных и природоморфных метафор, в которых нестабильность репрезентируется через сферы-источники БЕЗЛЮДЬЕ, СПОРТ и ЖИВОТНОЕ. Здесь стоит отметить и тот факт, что в качестве вида спорта как в британских, так и в испанских медиатекстах встречается бокс. Кроме того, в наименее распространённых природоморфных метафорах было обнаружено совпадение в осмыслении нестабильности через образ морской волны.

Анализ отобранных мультимодальных медиатекстов показал, что в большинстве случаев главную роль выполняет визуальный модус медиатекста, а вербальный компонент авторы карикатур используют для достижения полноты образов с помощью номинативных надписей для объектов, являющихся визуальными метафорами (*Department of Health & Social Care, World Class Test and Trace; Terraza La Kryptonita, Empresarios*), звукоподражаний (*whack, thump*) и облачков с мыслями или речью персонажей на карикатурах (*Thank you for coming out of retirement, doctor...; ¡Bogad!*). Кроме того, через вербальную составляющую медиатекстов актуализируется категория модальности, передающая отношение автора к описываемой ситуации (*At last*; эпифора “...my herd immunity?”; ¡¡*Aquí está pasando algo!!*), и проявляется интертекстуальность медиатекстов (*A Sunday Afternoon of Self-Isolation...; Smiley Virus; Oye, King Kong; PSICOSIS*).

Следует также отметить, что структура медиатекстов обусловлена социокультурными факторами, знание которых необходимо для понимания и правильной интерпретации карикатур. Так, авторы часто отсылают реципиента к различным художественным произведениям, кинематографу, традициям и обычаям рассматриваемых культур.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование было посвящено выявлению и сравнению доминантных метафорических моделей репрезентации нестабильности, вызванной пандемией коронавируса, наступившей в 2020-м году, в медиатекстах британских и испанских СМИ.

В рамках данной работы были рассмотрены основные подходы к определению метафоры; в качестве основного был выбран когнитивный подход Дж. Лакоффа и М. Джонсона, согласно которому метафора – это «понимание и переживание сущности (*thing*) одного вида в терминах сущности другого вида». Далее была описана процедура идентификации метафоры (*MIP*), заключающаяся в полном ознакомлении с представленным текстом и выявлении различий между базовым и контекстуальным значением лексической единицы, что даёт основание выделить её как метафору. Уточнив суть медиатекста, мы определили его как обусловленный экстралингвистическими факторами продукт масс-медиа, сообщающий о каком-либо событии или явлении широкому кругу реципиентов, обладающий неоднородной структурой и интертекстуальностью. При анализе собранного материала особенно учитывался мультимодальный характер медиатекста, позволяющий выражать значения с помощью средств различных модусов. Наконец, было дано определение нестабильности, понимаемую нами как неустойчивое состояние системы, и рассмотрены основные факторы, дестабилизирующие социум и экономику, к числу которых относятся события типа «чёрный лебедь» (*black swan*). В нашей работе таким событием выступает пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19, охватившая мир в 2020-м году и значительно повлиявшая на жизнь и экономику Великобритании и Испании.

Для дальнейшего исследования метафорической репрезентации нестабильности в британских и испанских СМИ была выбрана

концепция четырёх метафорических разрядов А.П. Чудинова и Э.В. Будаева, в которую входят антропоморфные, природоморфные, социоморфные и артефактные метафоры. Затем в каждом из этих разрядов были определены наиболее распространённые метафорические модели, использующиеся для репрезентации нестабильности в медиатекстах Великобритании и Испании.

В результате проведённого анализа было установлено, что наиболее популярными метафорами нестабильности в британских медиатекстах являются антропоморфные метафоры, а в испанских – социоморфные. Артефактные метафорические модели показали одинаковую степень распространённости в обеих культурах, заняв вторую строчку. Наименее продуктивным в медиатекстах Великобритании и Испании стали природоморфные метафоры.

Помимо этого, нам удалось выявить некоторые общие тенденции в аспекте репрезентации нестабильности британскими и испанскими СМИ. Так, в медиатекстах обеих стран реализуются такие метафорические модели как НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО БЕЗЛЮДЬЕ, НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО СПОРТ и НЕСТАБИЛЬНОСТЬ – ЭТО ЖИВОТНОЕ.

Также мы выяснили, что в большинстве случаев именно визуальный модус выполняет задачу по передаче заложенного автором карикатуры смысла. Вербальный же компонент в основном задействуется авторами для погружения реципиентов в контекст ситуации с целью облегчения понимания идеи, но в то же время зачастую передаёт авторское отношение и интертекстуально отсылает читателя к источникам, побудивших автора к созданию данного медиатекста. При этом, визуальные метафорические образы зачастую требуют от реципиентов знания культурных особенностей страны, традиций, прецедентных феноменов в области живописи, кинематографа и массовой культуры для корректной интерпретации описываемого

события и авторской оценки данного явления.

Подводя итог нашей работе по исследованию метафорической репрезентации нестабильности в британских и испанских медиатекстах, мы можем заключить, что метафоры являются популярным и актуальным средством информирования широкой аудитории о событиях и явлениях, происходящих в обществе в условиях пандемии COVID-19. Сферы-источники, выделенные нами, предоставляют авторам карикатур большой выбор средств для создания визуальных метафорических образов, узнаваемых большей частью реципиентов.

В перспективе исследование может быть продолжено на материале мультимодальных медиатекстов, отображающих нестабильность экономики и общества вследствие пандемии или какого-либо другого фактора в других странах, с дальнейшим кросс-культурным сопоставлением полученных результатов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры // Известия АН СССР. Серия Литературы и языка. 1978. Т. 37. Вып. 4. С. 333 – 343.
3. Баранов А.Н. Дескрипторная теория метафоры. М.: Языки славянской культуры. 2014. 627 с.
4. Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой / Под общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 153 –172.
5. Будаев Э.В. Становление когнитивной теории метафоры // Лингвокультурология. 2007. Вып. 1. С. 16 – 32.
6. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Когнитивная теория метафоры: новые горизонты // Известия Уральского федерального университета. Серия: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. Вып. 1. С. 6 – 13.
7. Быковская Е.Н. Понятие нестабильности в экономике. Сущность и характерные особенности // Успехи современной науки и образования. 2017. В. 8. С. 16 – 19.
8. Вежбицкая А. Сравнение – градация – метафора // Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой / Под общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 133 – 152.
9. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1998. С. 11 – 25.
10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. 264 с.

11. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Серия: 10. Журналистика. 2005. Вып. 2. С. 28 – 34.
12. Ильичева И.Л., Карпиевич М. Н. Модусная мультимодальность медиатекста // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2019. Вып. 1. С. 19 – 27.
13. Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиалингвистика: кол. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика. М.: 2012. С. 320 – 334.
14. Кобозева И.М. Лексикосемантические заметки о метафоре в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 2. С. 41 – 46.
15. Кресс Г. Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // Политическая наука. 2016. Вып. 3. С. 77 – 100.
16. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://goo-gl.su/8wbjpsz> (дата обращения: 15.12.2020).
17. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём: пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. Изд. 2-е–М.: Издательство ЛКИ, 2008. 256 с.
18. Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. Вып. 1. С. 27 – 29.
19. Метафора // Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. 1990. URL: <https://goo-gl.su/dKW9R> (дата обращения: 1.02.2020)
20. Мещерякова Е.Х. О Метафоре [Электронный ресурс]. 2004. URL: <https://goo-gl.su/VYvOte> (дата обращения: 1.02.2020).
21. Мишланова С.Л., Суворова М.В. Оценка соответствия процедуры идентификации метафоры MIPVU критериям подлинной научности метода //

Вестник Пермского университета. Серия: Российская и зарубежная филология. Т. 9. Вып. 1. С. 46 – 52.

22. Омеляненко В.А., Ремчукова Е.Н. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности // Коммуникативные исследования. 2018. Т. 3. Вып. 17. С. 66 – 78.

23. Онучин С.В. Факторы нестабильности в экономике // Проблемы современной экономики. 2014. В. 3. С. 98 – 102.

24. Падучева Е.В. Метафора и ее родственники // Сокровенные смыслы. Слово, текст, культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой. М.: Языки славянской культуры. 2004. С. 187 – 203.

25. Петров В.В. Метафора: От семантических представлений к когнитивному анализу // Вопросы языкознания. 1990. Вып. 3. С. 135 – 146.

26. Пригожин И. Философия нестабильности // Вопросы философии. 1991. № 6. С. 46 – 52.

27. Ричардс А. Философия риторики // Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой / Под общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С.44 – 67.

28. Рогозина И.В. Функции и свойства медиатекста как гетерогенной когнитивной структуры // Медиатекст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / отв. Ред. Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова. Орёл: ОГИИК, «Горизонт», 2010. С. 119 – 127.

29. Синеева Т.А. Когнитивные модели экономической метафоры во французском медийном дискурсе: автореф. дис ... канд. филол. наук. 10.02.05. Иркутск, 2007. 16 с.

30. Складаревская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб.: Наука, 1993. 152 с.

31. Складаревская Г.Н. Метафора и сравнение: логические, семантические и структурные различия // Мир русского слова. 2017. Вып. 4. С. 9 – 17.

32. Скребцова Т.Г. Современные исследования политической метафоры // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2005. Вып. 1. С. 35 – 46.
33. Смирнов И. Из истории изучения лингвистической природы метафоры // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. Вып. 2. С. 77 – 79.
34. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. 1990. URL: <https://goo-gl.su/ASv0> (дата обращения: 24.02.2020)
35. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1998. С. 26 – 51.
36. Уманец О.П. Интерпретация факторов экономической нестабильности // Экономика и управление: проблемы, решения. 2015. №8. С. 56 – 68.
37. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): Монография // Екатеринбург, 2001. С. 238.
38. Чудинов А.Н. Метафора // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка [Электронный ресурс]. 1910. URL: <https://goo-gl.su/8XvFd4F1> (дата обращения: 1.02.2020).
39. Чудинов А.П., Будаев Э.В. Когнитивная теория метафоры на современном этапе развития // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. Вып. 4. С. 54 – 57.
40. Чудинов А.П., Будаев Э.В. Метафора в политической коммуникации: монография. 2-е изд, стер. М.: Флинта, 2012. 248 с.
41. Antipova T. Coronavirus Pandemic as Black Swan Event // Integrated Science in Digital Age. 2020. P. 356 – 366.
42. Bell A. Language and the Media // Annual Review of Applied Linguistics. 1995. 15. P. 23 – 41.


43. Fairclough N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995. 214 p.
44. Goat // *Oxford Dictionary* [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.lexico.com/definition/goat> (дата обращения: 17.05.2021).
45. Kress G. What is mode? // *The Routledge handbook of multimodal analysis* / ed. by C. Jewitt. Oxon: Routledge, 2009. P. 54 – 67
46. Pettinger T. *Causes of Economic Instability* [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.su/zP3k> (дата обращения: 15.12.2020).
47. Pragglejazz Group MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse // *Metaphor and symbol*. 2007. 22 (1). P. 1 – 39.
48. Rojo López A.M., Orts Llopis M.Á. Metaphorical pattern analysis in financial texts: Framing the crisis in positive or negative metaphorical terms // *Journal of Pragmatics*. 2010. 42. P. 3300 – 3313.
49. Stefanowitsch A. Corpus-based approaches to metaphor and metonymy [Электронный ресурс]. 2006. URL: <https://goo-gl.su/Wtedom> (дата обращения: 28.02.2020).
50. Swain E. Analysing evaluations in political cartoons // *Discourse, Context & Media*. 2012. 1. P. 82 – 94.
51. Wodak R., Busch B. Approaches to media texts // *The SAGE handbook of media studies* / ed. By J.D. Downing, D. McQuail, & P. Schlesinger. London: SAGE Publications, 2004. P. 105 – 122.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ТГЯиМКК

 О.В. Магировская

« 23 » июль 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ
МЕДИАТЕКСТОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ)**

Выпускник



А.О. Артюхова

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доц. каф. ТГЯиМКК
Ю.И. Детинко

Нормоконтролёр



А.А. Струзик

Красноярск 2021