

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-1.28>

Меньшикова Екатерина Евгеньевна

**ОБРАЗНОЕ ОПИСАНИЕ АТМОСФЕРНЫХ ЯВЛЕНИЙ В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ**

Статья посвящена анализу языковой репрезентации образного описания атмосферных явлений в рекламном туристическом нарративе. На примере таких атмосферных явлений, как снег, полярное сияние, облака, иней, выделяются и описываются средства реализации образности атмосферных явлений, которые являются неотъемлемым структурным компонентом и одной из значимых прагматических интенций рекламного туристического нарратива. Показано, что образное описание атмосферных явлений эксплицируется в рекламном туристическом нарративе перцептивными и когнитивными образами.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/28.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/28.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 5(83). Ч. 1. С. 132-135. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

28. <https://www.stern.de/politik/deutschland/pressestimmen-zum-jamaika-aus--weniger-lindner-und-trotz-waere-gut-7756598.html> (дата обращения: 23.01.2018).
29. <https://www.stern.de/politik/deutschland/schwarz-gelb-gruene-koalition--fuer-jamaika-wird-das-geld-knapp-7666482.html> (дата обращения: 22.01.2018).
30. <https://www.stern.de/politik/deutschland/sondierungsgespraech--ab-heute-verhandeln-wird-in-berlin-verhandelt-7668322.html> (дата обращения: 23.01.2018).
31. Rigotti F. Die Macht und ihre Metaphern: über die sprachlichen Bilder der Politik. Frankfurt a/M – N. Y.: Campus Verlag, 1994. 239 S.
32. Wei J. M. Virtual Missiles: Allusions and Metaphors Used in Taiwanese Political Discourse. Lanham: Lexington Books, 2001. 144 p.

### “JAMAICA” PHENOMENON IN THE CONTEXT OF COLORISTIC METAPHORS OF THE MODERN GERMAN POLITICAL MEDIA DISCOURSE

Litvinova Tat'yana Ivanovna, Ph. D. in Philology  
Voronezh State Pedagogical University  
[litwinowa75@mail.ru](mailto:litwinowa75@mail.ru)

The article is devoted to analyzing coloristic figurative representations of the modern German political media discourse objectifying the key phenomenon of the German policy “Jamaica” in 2017. The study of specificity of functioning and developmental dynamics of the figurative political colouronym “Jamaica” in the context of colour nominations of the German political media discourse testify to its potentially high metaphorical activity and productivity. The fragment of the modern German political reality viewed through the lenses of the mentioned images actualizes the features of stagnation and crisis in the German political landscape, which is determined by negative connotation of this realia.

*Key words and phrases:* political worldview; German political media discourse; cognitive metaphor; coloristic figurative nomination; “Jamaica” phenomenon; metaphorical modeling; metaphorical productivity; formation of governmental coalition in Germany; pragmatic potential.

УДК 811.161.1

Дата поступления рукописи: 13.01.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-1.28>

*Статья посвящена анализу языковой репрезентации образного описания атмосферных явлений в рекламном туристическом нарративе. На примере таких атмосферных явлений, как снег, полярное сияние, облака, иней, выделяются и описываются средства реализации образности атмосферных явлений, которые являются неотъемлемым структурным компонентом и одной из значимых прагматических интенций рекламного туристического нарратива. Показано, что образное описание атмосферных явлений эксплицируется в рекламном туристическом нарративе перцептивными и когнитивными образами.*

*Ключевые слова и фразы:* рекламный туристический нарратив; образ атмосферных явлений; снег как образ-символ зимы; образное описание полярного сияния; облака как зрительный образ; образная репрезентация инея.

**Меньшикова Екатерина Евгеньевна**, к. филол. н., доцент  
Байкальский государственный университет, г. Иркутск  
[cano@list.ru](mailto:cano@list.ru)

### ОБРАЗНОЕ ОПИСАНИЕ АТМОСФЕРНЫХ ЯВЛЕНИЙ В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ

Образность как лексико-семантическая категория включает в себе структурно-семантические качества лексико-фразеологических единиц, обладающих свойством обозначать определенные явления внеязыковой действительности в ассоциативных связях с другими предметами или явлениями действительности. В данной работе под образностью понимается отражение какого-либо объекта действительности (объект 1) через отражение другого объекта действительности (объект 2), при этом объект 1 и объект 2 связаны отношениями сходства в каком-либо отношении [5]. Под образом понимается «не только и не столько зрительная картинка, сколько модель событий реальности, оформленная в виде совокупности доступных субъекту разноmodalных ощущений» [2, с. 52], а образное описание придает «изобразительную предметность описываемой реалии, благодаря которой смысловая расшифровка речи осуществляется не только логическим путем, но и через активизацию чувственных модальностей восприятия (зрительных, слуховых, тактильных, вкусовых, обонятельных)» [4, с. 133]. При этом понятие образности сопряжено с понятием метафоризации. В данной статье при выделении и описании образности атмосферных явлений учитываются не только собственно метафоры, но и эпитеты, сравнения, метонимия, олицетворения и другие фигуры переноса.

Настоящее исследование, выполненное в рамках активно развивающейся когнитивной парадигмы современной лингвистики, посвящено репрезентации образного описания атмосферных явлений в рекламном

туристическом нарративе. Актуальность данной работы определяется, с одной стороны, современными общетеоретическими задачами когнитивной лингвистики, ее интересом к проблемам взаимодействия языка, мышления и культуры, а также направленностью на изучение фрагментов картины мира через их языковые репрезентации. С другой стороны, актуальность обусловлена практической необходимостью исследования метафорического и образного описания природы и природных явлений в текстах различного типа.

Научная новизна настоящей работы определяется попыткой выявить особенности функционирования и текстовой реализации системы образных языковых средств в рекламном туристическом нарративе. На сегодняшний день работ, в поле зрения которых находились бы текст рекламного туристического нарратива и описание его языковых средств, нет.

Научные работы, посвященные такому фрагменту языковой картины мира, как атмосферные явления, репрезентируют этот материал по-разному, с использованием разных методик, с преимущественным вниманием к определенным аспектам. Так, Е. В. Баранова описывает наименования явлений природы (дождь, ветер) на материале фразеологизмов в составе лексико-семантических полей «Космос» и «Атмосфера земли» [3]. На материале фразеологизмов А. В. Частикова исследует поле «Явления природы» как фрагмент английской и немецкой наивной картины мира [10]. В работе Н. В. Анисимовой, посвященной денотативному классу «облака», подчеркиваются антропоморфные черты в образе природного явления [1]. Эстетическое поле денотативного класса «снег» (в плане поэтической концептуализации его признаков) становится объектом исследовательского внимания Н. С. Морозовой [8]. Эмоционально-оценочный компонент образа ветра в русской поэтической картине мира выделяется Н. В. Осолковой [9]. Ю. Е. Ломоносова описывает концептуальное поле «Погода» во французской языковой картине мира [7], выделяя при этом наиболее когнитивно релевантные для французов концепты «атмосферные осадки» и «ветер». Ассоциативные поля слов в составе тематической группы «Природа», наименования атмосферных явлений (дождь, снег и др.) исследуются С. А. Курбаковой в соответствии с основными принципами психолингвистики [6].

В рамках данной работы мы обращаемся к образным обозначениям таких атмосферных явлений, как снег, полярное сияние, облака, иней.

**Снег**, как вид атмосферных явлений, репрезентируется как образ-символ, олицетворяющий зиму. Основные концептуальные признаки снега (падение снега в виде кристаллов, снежный покров, движение снега под силой ветра) и его белый цвет подвергаются в рекламном туристическом нарративе образному осмыслению и актуализируются при описании других предметов и явлений действительности. Образ снежинок (размер и форма) в рекламном туристическом нарративе создается при помощи слов *хлопья, клочок, звезда*. Например: *... страна Суоми порадует особой новогодней декорацией – белоснежными сугробами под ногами и звездочками падающих снежинок над головой* [20]; *Алтайский край... вы будете наслаждаться видом красивых снегопадов на фоне далекого синего неба и солнца. Зрелище достойное восхищения... прямо над вами снег падает огромными хлопьями* [15].

Образ снежного покрова реализуется в метафорической репрезентации слов, называющих различные изделия из ткани – *ковер, скатерть, полотно, покрывало*, украшения – *бахрома, кружево*, а также наименования видов одежды – *шуба, шапка, шаль*. Образ снежного покрова представлен также и как образ снежной постели посредством существительных *одеяло, постель, перина*. Например: *Зимняя Финляндия удивляет красотой ландшафтов, которые невозможно скрыть даже под пушистым ковром из белоснежного снега* [28]; *Домбай... Горы покрываются снежной шапкой, миллиарды снежных хлопьев бесшумно осыпают их вершины. А звездными ночами на вершинах гор нетронутые снега горят как россыпь драгоценных камней* [11]; *Новогодняя сказка на Белом море... Вековые ели одеты в накрахмаленное кружево, белоснежный пушистый снег, звенящая тишина и бескрайние ледяные просторы* [27].

Образное описание снега в туристическом нарративе воплощается также в его цвете, который сопровождается ярким светом и блеском, а в определенное время суток (утром, на восходе солнца, или вечером, на закате), при различных погодных условиях и неодинаковом психологическом восприятии позволяет увидеть палитру зимних красок, что воплощается в использовании эпитетов *алмазный, блестящий, искристый, ослепительный, серебристый, девственный* и т.д. В основе каждого эпитета как экспрессивно-образного, оценочного определения объекта лежит зрительный образ, что актуализирует эмоционально-оценочные смыслы. Например: *Киргизия... Захватывающие спуски по девственному снегу... завораживающий слалом... прелести природных ландшафтов... наичистейший киргизский воздух* [13]; *Тур «Зимняя сказка Алтай»... избушки, окруженные чистейшим снегом с морозными узорами на стеклах, и ели, укрытые снегом... Деревья одеты в белоснежный наряд, а все тропинки укрыты мягким пушистым снежным ковром. Лучи проникают сквозь заснеженные лапы ели, и снег искрится, переливаясь и играя в солнечных лучах* [22].

**Иней**, как вид атмосферных явлений, представляет собой ледяные кристаллы, по форме напоминающие снежинки, покрывающие поверхность разных предметов, почвы и травы при охлаждении земной поверхности. В туристическом нарративе слово «иней» и его различные признаки как природного явления становятся средством образного описания: цвет и блеск инея, его вид, толщина, характер образуемого покрова. Образное описание данных признаков реализуется в использовании эпитетов *нежный, блестящий, искристый, седой, ослепительный, серебристый, кружевной, легкий, пушистый* и т.д. Например: *Зимний отдых в деревне даст возможность прогуляться по зимнему лесу, где на разлапистых ветвях сосен и елок серебрится иней, а под ногами скрипит мягкий искрящийся снег* [24]; *На сопках Маньчжурии... искристый иней плотно*

окутывает ветви деревьев. Любоваться этой сказочной красотой, как цветением сакуры, стекаются тысячи туристов [26].

Метафорические и сравнительные конструкции репрезентируют образ инея в туристическом нарративе разнообразными способами переноса и выражения уподобления (сопоставления), основанными на зрительном и акустическом впечатлениях, на чувственных ассоциациях: тонкие узоры морозного инея, искрящийся пудрой иней, искрящееся великолепие узоров, волшебное, тонкое, причудливое кружево инея и т.д. Например: *Шумак... Зимой это скованная голубым льдом, укутанная снегом и украшенная кружевами инея сказка, летом – благоухающий лесными ароматами, наполненный голосами птиц и перезвоном родников живой мир* [25]; *Пушистый снег, искрящийся на солнце, разлапистые сосны-великаны, склоняющие свои ветви под грузом снежных шапок, причудливые узоры инея на окнах. Вы промчитесь на мощных снегоходах с ветерком по искристому снегу, взметая фонтаны снежных брызг. Насладитесь звенящей тишиной спящего леса в прогулках по заснеженным просторам. Окуётесь в снежное веселье и озорство* [23].

**Полярное сияние**, как вид атмосферных явлений, представляет собой оптическое явление, вызванное свечением (люминесценцией) верхних слоев атмосферы, обладающих магнитосферой планет, за счет взаимодействия этих слоев с заряженными частицами солнечного ветра.

Образное описание в рекламном туристическом нарративе получают форма, структура, яркость, положение, активность, характер, цвет полярного сияния. Полярное сияние метафорически эксплицируется такими формами, как дуга, луч, полосы, пятна и т.д., – *арки переливающихся огней, изумительные пятна, изумрудно-зеленые с красной бахромой занавеси, пылающие ленты, многоцветные лучи-стрелы, очаровательные дуги, нежнейшие всполохи, красочные короны*. Например: *Холодными зимними ночами в небе Исландии можно наблюдать удивительный феномен, завораживающий мерцанием и магическим танцем цветных огней... Небесные узоры меняются каждое мгновение: короны, абстрактные кляксы, лучи, ленты, сияющая радуга* [29]...

Образному описанию подвергаются характер и поведение полярного сияния – *тихое, пульсирующее, мерцающее, пылающее*, богатая цветовая палитра и сочетания цветов свечения – *зеленый с оттенками розового и фиолетового, красный с преобладанием зеленого (часто в виде бахромы); желто-зеленый или белесый цвет; все сияние красного цвета; фиолетовый или голубой цвет сияния и т.д.* Например: *Лапландия – белое царство снегов, сковывающих землю своим мягким покровом... небо озаряется изумрудно-зелеными всполохами с розоватыми и сиреневыми отливами* [14].

Сравнительные конструкции, используемые для описания полярного сияния, характеризуются содержательным своеобразием. Основание сравнения отражает реальные, воспринимаемые свойства и признаки полярного сияния – цвет, форму, размер, образ действия, производимое впечатление: данное природное явление репрезентируется как *мистический танец сказочных огней в ночном небе, танцующие блики, разноцветья танцующих огней, небесный карнавал, сияющая занавеска* и т.д. Например: *...сверкающее многоцветное сияние на небе... как сияющая занавеска, переливающаяся сине-зелеными огнями с вкраплениями розового и красного. Танцующее в темном небе, как языки пламени, северное сияние – завораживающее и чарующее зрелище* [19].

**Облака**, как вид атмосферных явлений, представляют собой видимую совокупность взвешенных в атмосфере и находящихся в процессе непрерывной эволюции капель и/или кристаллов, являющихся продуктами конденсации и/или сублимации водяного пара. Облака представляют собой важную часть физической картины мира с присущими ей характеристиками. Лексико-семантические связи слова «облака» в туристическом нарративе позволяют точно охарактеризовать движение облаков по небу, дать их яркое и образное описание и передать красоту видимого мира.

Образному описанию в туристическом нарративе подвергаются положение облака в пространстве, его отдаленность от земли (*бездонное, медленное, неподвижное, плывущее и т.д.*), размер, форма, очертания, степень плотности, густоты (*барашковое, ватное, волнистое, громадное, густое, кружевное, кудрявое, мохнатое, пуховое, пушистое, пышное и т.д.*), цветовая палитра облаков (*белоснежное, дымчатое, молочно-белое, молочное, серебристо-белое и т.д.*), что актуализирует визуальные ассоциации, конкретизирует описание и способствует формированию яркого зрительного образа. Эпитеты-прилагательные являются важным средством метафоризации образа облаков. Например: *Вятское. Летом луговые травы пахнут сладко, птицы поют звонко, а кружевные облака, гонимые теплым ветром, рисуют в небе причудливые узоры* [16]; *Озеро Комо. Слово драгоценный камень воды его блестят в оправе Альпийских гор. Горные пейзажи в обрамлении пушистых облаков служат источником вдохновения для писателей и художников* [12]...; *Величавые зеленые склоны Олимпа уходят ввысь под белоснежные облака* [17].

В рекламном туристическом нарративе слово «облака» используется в составе сравнений и метафор. Облака сравниваются, как и большинство метеорологических явлений, с предметами природного мира, а также метафорически репрезентируются словами, называющими изделия из ткани – *ковер*, украшения – *кружево*, постельные принадлежности – *подушка* и т.д. Например: *Далеко-далеко, там, где земля сливается с небом, в белом кружеве облаков спрятался от любопытных глаз вездесущих туристов цветущий остров Сан Мигель* [21]; *Молочно-бирюзовые воды Гили. Глубокий темно-синий цвет ближе к берегу перетекает в молочно-бирюзовый и красочно контрастирует с белоснежными подушками кучевых облаков* [18].

Таким образом, рассмотренное выше образное описание лишь некоторых атмосферных явлений в рекламном туристическом нарративе свидетельствует о том, что их репрезентация характеризуется наглядностью, эмоциональностью и оценочной насыщенностью. Атмосферные явления эксплицируются в рекламном туристическом нарративе перцептивными и когнитивными образами. Перцептивные образы атмосферных

явлений основаны на зрительном, акустическом, тактильном и обонятельном ощущениях, при этом основную роль играет зрительная перцепция, о чем свидетельствует анализ лексического и текстового материала.

Индикаторами проявления образности атмосферных явлений выступают изобразительно-выразительные средства языка – метафоры, эпитеты, сравнения и т.д. Использование экспрессивно окрашенных синтаксических конструкций и изобразительно-выразительных средств заключает в себе особый потенциал эмоционального, экспрессивного воздействия. Это является одной из значимых прагматических интенций рекламного туристического нарратива.

#### Список источников

1. Анисимова Н. В. Особенности выражения чувственного, рационального и прагматического компонентов в единицах научных и художественных текстов (на материале денотативного класса «облака»): дисс. ... к. филол. н. Северодвинск, 2003. 213 с.
2. Баксанский О. Е., Кучер Е. Н. Современный когнитивный подход к категории «Образ мира» (методологический аспект) // Вопросы философии. 2002. № 8. С. 52-69.
3. Баранова Е. В. Лингвокультурологическая специфика фразеологических единиц лексико-семантических полей «Космос» и «Атмосфера земли» в английском и русском языках: автореф. дисс. ... к. филол. н. Пятигорск, 2013. 25 с.
4. Васильева С. Г. Современный русский язык. Лексикология и фразеология: учебное пособие для вузов по специальности «Филология». Казань: РИЦ «Школа», 2005. 156 с.
5. Зливко С. Д. Образный компонент научных лингвистических текстов (на материале работ известных русских языковедов): автореф. дисс. ... к. филол. н. Казань, 2008. 17 с.
6. Курбатова С. А. Образы и представления мира природы в сознании русской языковой личности: дисс. ... к. филол. н. М., 2000. 175 с.
7. Ломоносова Ю. Е. Концептуальное поле «атмосферные явления» во французской языковой картине мира: автореф. дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2008. 22 с.
8. Морозова Н. С. Эволюция эстетического поля денотативного класса «снег» (на материале русской поэзии XVIII-XX вв.): дисс. ... к. филол. н. Северодвинск, 2010. 225 с.
9. Осолкова Н. В. Особенности структуры эстетического поля денотативного класса «ветер» (на материале русской поэзии XVIII-XX вв.): автореф. дисс. ... к. филол. н. Архангельск, 2004. 24 с.
10. Частикова А. В. Английские и немецкие фразеологические единицы, вербализующие макроконцепт «природные явления», как отражение наивной картины мира: автореф. дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2009. 16 с.
11. <http://www.best-sanatoriy.ru/catalog/2248/> (дата обращения: 11.04.2018).
12. <http://www.bontour.ru/tours/9470.html> (дата обращения: 11.04.2018).
13. <http://www.bpper.ru/turyi-po-rossii/turyi-v-kirgiziyu/> (дата обращения: 11.04.2018).
14. <http://www.dsbw.ru/finland/spa/info/3868/6963/13487> (дата обращения: 11.04.2018).
15. <https://www.equesto.ru/articles/gde-otdohnut-zimoy-v-altayskom-krae/> (дата обращения: 11.04.2018).
16. <http://www.gde.travel/blog/main/davno-zabytye-oshhushheniya/> (дата обращения: 11.04.2018).
17. <http://www.jazztour.ru/greece/north/pieria/> (дата обращения: 11.04.2018).
18. <http://www.jumbo-travel.com/1352-na-krayu-sveta-molochno-biryuzovye-vody-gili> (дата обращения: 11.04.2018).
19. <http://www.katusha.cn/ru/interesting-in-russia/interesting-in-russia-murmansk/severnoe-siyanie/> (дата обращения: 11.04.2018).
20. <http://www.kid-info.ru/otdyx-s-detmi/otdyx-s-detmi-zimoi-kuda-poexat.html> (дата обращения: 11.04.2018).
21. <http://www.reports.travel.ru/letters/2013/03/214929.html> (дата обращения: 11.04.2018).
22. <http://www.rusadventures.ru/offers/17469.aspx> (дата обращения: 11.04.2018).
23. <http://www.ruseventer.ru/events/6868/1-12> (дата обращения: 11.04.2018).
24. <http://www.severgrad.com/zotdix.html> (дата обращения: 11.04.2018).
25. <http://www.shumak.ru/вертолётные-экскурсии/> (дата обращения: 11.04.2018).
26. <http://www.spbtourkit.ru/2016/12/05/pui/> (дата обращения: 11.04.2018).
27. <http://www.tourkazka.ru/novogodnyaya-skazka-.html> (дата обращения: 11.04.2018).
28. <http://www.tui.spb.ru/turyi-v-finlyandiyu-na-novyj-god/> (дата обращения: 11.04.2018).
29. <http://www.turj.ru/blog/history/2275.html> (дата обращения: 11.04.2018).

#### FIGURATIVE DESCRIPTION OF ATMOSPHERIC PHENOMENA IN ADVERTISING TOURIST NARRATIVE

Men'shikova Ekaterina Evgen'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
Baikal State University, Irkutsk  
canoe@list.ru

The article is devoted to the analysis of the language representation of atmospheric phenomena figurative description in the advertising tourist narrative. By the example of such atmospheric phenomena as snow, polar aurora, clouds, hoarfrost, the paper singles out and describes the means for realizing the figurativeness of atmospheric phenomena, which are an integral structural component and one of the significant pragmatic intentions of the advertising tourist narrative. The author shows that the figurative description of atmospheric phenomena is explicated in the advertising tourist narrative by perceptual and cognitive images.

*Key words and phrases:* advertising tourist narrative; image of atmospheric phenomena; snow as image-symbol of winter; figurative description of polar aurora; clouds as visual image; figurative representation of hoarfrost.