

RU

Метафора в заголовке сетевого англоязычного медиатекста

Варзапова В. Ю., Хрущева Т. В.

Аннотация. Цель исследования - определить специфику метафоры в англоязычном заголовке, рассмотрев её как семиотическое целое, посредством описания функций, формы и содержания данного явления в заголовке англоязычных СМИ. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые осуществляется комплексное изучение метафоры как смыслообразующего и текстообразующего компонента англоязычного заголовка; говорится о компрессирующей функции метафоры применительно к заголовку; рассматриваются продуктивные синтаксические модели оформления метафоры в тексте заголовка. В результате исследования выделены и описаны функции метафоры в заголовке сетевого медиатекста, изучены ее формальные и содержательные характеристики.

EN

Metaphor in Headline of Online English-Language Media Text

Varzapova V. Y., Khrusheva T. V.

Abstract. The purpose of the research is to determine metaphor specificity in the English-language headline and consider it as a semiotic whole by describing functions, form and content of this phenomenon in the headline of the English-language mass media. The research is novel in that it is the first to carry out a comprehensive study of metaphor as a meaning-making and text-producing component of the English-language headline, to address the compressing function of metaphor in relation to the headline and consider productive syntactic models for expressing metaphor in the text of the headline. As a result of the research, metaphor functions in the headline of an online media text are identified and described; its formal and content-related features are studied.

Введение

Проблемное поле исследований, посвященных метафоре, включает в себя множество вопросов, касающихся природы, функционирования и типологии данного явления. Актуальность исследования метафоры в медиатексте в целом и в его заголовке в частности обусловлена той ролью, которую играют современные сетевые СМИ в распространении информации. Более того, основываясь на положениях современной теории коммуникации, они не только распространяют информацию, выполняя функцию репрезентации реальности, но и участвуют в процессе конструирования событий, организующих «символический порядок». Ж. В. Пампура, определяя СМИ как средство распространения информации, обращенное к массовой аудитории, доступное для всех, профессионально выстраивающее само производство и распространение информации, отмечает, что к вышесказанному следовало бы добавить – «не просто распространение информации, но и трансляцию смыслов» [6].

Основным продуктом сетевых СМИ являются медиатексты, организованные по принципу нелинейного или гипертекстового формата презентации материалов. Заголовок в качестве неотъемлемой части медиатекста представляет собой важнейший элемент, организующий единое гипертекстовое пространство сетевого медиатекста, так как именно по заголовкам читатель ориентируется в пространстве гипертекста электронного издания. Кроме того, заголовок призван привлечь внимание читателя и побудить его обратиться к тексту статьи. Именно этим фактом объясняется использование метафоры в тексте заголовка.

Метафора позволяет создать образный заголовок, привлекающий внимание читателя, который способен вызывать определенное отношение к описываемому событию, основанное на ассоциациях, возникающих при восприятии метафоры. В этой связи метафора является одним из эффективных средств, способствующих реализации прагматического потенциала заголовка.

С целью всестороннего анализа метафоры в заголовке задачи исследования видятся в: 1) определении тех функций, которые метафора может выполнять в заголовке сетевого англоязычного медиатекста; 2) описании продуктивных моделей морфосинтаксического оформления метафоры в англоязычном сетевом заголовке;

3) исследовании содержательного потенциала метафоры через рассмотрение видов метафор в сетевом англоязычном заголовке.

Для решения поставленных задач использованы следующие лингвистические методы исследования: коммуникативно-прагматический метод, структурный метод, метод лексико-фразеологического анализа, а также анализ словарных дефиниций как исследовательский приём.

Теоретической базой исследования послужили работы, в которых последовательно разрабатывается теория метафоры. В частности, работы А. Н. Баранова [1], Э. В. Будаева [2], в которых излагается когнитивная теория процессов метафоризации, Дж. Лакоффа и М. Джонсона [5], рассматривающих метафору как средство познания действительности и инструмент концептуализации опыта и речевой деятельности человека, О. Н. Кондратьевой [3] и А. П. Чудинова [2], исследующих метафору в сфере политической коммуникации.

Материалом исследования послужили заголовки, содержащиеся в архиве сетевых версий изданий *The Guardian* [9], *The Independent* [10] и *The Telegraph* [11], а также дефиниции лексических единиц, входящих в состав метафор, содержащиеся в словаре *Oxford Advanced Learner's Dictionary* [8].

Практическая значимость исследования видится в дальнейшей разработке положений медиалингвистики. Результаты исследования могут найти практическое применение в преподавании курсов стилистики и прагматики, а также в рамках спецкурсов, посвящённых лексическим и синтаксическим особенностям современного английского языка.

Функции метафоры в заголовке

Использование метафоры в СМИ и в заголовке, в частности, основано на трансформации значения исходного слова, при которой метафорическое значение сближается с прямым за счёт усиления одной из сем прямого значения. Таким образом, происходит расширение сферы распространения лексемы, относящейся к той группе лексики, которой принадлежит идея переноса. Например, в заголовке *Mark Zuckerberg and Jack Dorsey face Senate grilling over tech platforms – as it happened* (20.11.2020) [9]. / *Марк Цукерберг и Джек Дорси столкнулись в Сенате с допросом по поводу технологических платформ* (здесь и далее перевод автора статьи. – В. В.). Процесс обсуждения вопросов, касающихся технологических платформ, метафорически описывается как *grilling*, что буквально означает поджаривание. На основе возникающих с данной лексемой ассоциаций читатель может судить о характере и степени напряженности обсуждения данного вопроса в Сенате.

Метафора способствует точности выражения замысла адресанта, который расставляет акценты и делает выводы, отражающие его оценочное и эмоциональное отношение к предмету сообщения. Е. И. Куманицына справедливо замечает, что использование метафорической репрезентации события «становится инструментом информирования, влияния и воздействия в прагматической коммуникации, благодаря таким свойствам метафоры, как семиотическая способность к кодификации реальности, символичность, информативность, социальная и ценностная ориентированность, эмоциогенность, способность к воспроизводимости в коммуникативных ситуациях и закреплению в сознании индивидуумов и социума в целом, которая позволяет визуализировать информационное пространство» [4, с. 111].

Метафорическая репрезентация события в тексте заголовка способствует реализации ассоциаций, заранее заданных адресантом заголовка, посредством переноса наименования с одного объекта на другой, сходный с ним в каком-либо отношении, что позволяет характеризовать последний с отрицательной или положительной стороны. Таким образом, метафора в тексте заголовка, благодаря своим ярко выраженным оценочным свойствам, выполняет функцию воздействия на адресата. *Theresa May accused of being “Donald Trump’s mole” in Europe after UK tries to water down EU climate change policy* (29.05.2017) [10]. / *Терезу Мэй обвинили в том, что она является «шпионом Дональда Трампа» в Европе, после попыток Соединенного Королевства ослабить политику, касающуюся изменения климата в ЕС*. Метафорическое выражение “*Donald Trump’s mole*” создает негативный образ политика через ассоциацию, возникающую в результате метафорического обыгрывания значения слова *mole* / *крот*, которое начинает использоваться для обозначения агента, внедренного в структуру противоположных сил и поставляющего особо важную, засекреченную информацию (a person who works within an organization and secretly passes important information to another organization or country [8] / человек, который работает в организации и секретно передаёт информацию другой организации или стране).

Благодаря процессу метафоризации, лексическая единица может приобретать эмоционально-оценочную окраску, что позволяет создать образ, несущий определенную оценочную нагрузку. В связи с этим метафора является эффективным средством формирования представлений, необходимых и заранее заданных адресантом заголовка. Метафоры могут заключать в себе положительную (*Ex-Hong Kong lawmaker asks Europe to provide “safe heaven”* (02.12.2020) [10]. / *Бывший законодатель из Гонконга обратился к Европе с просьбой предоставить убежище*), нулевую (*A nutritional health service, TikTok dancing at 82, and green fingers for all* (17.02.2015) [11]. / *Служба здоровья питания, ТикТокер, танцующий в 82 года, и садоводы для всех*) и отрицательную оценку (*Europe’s biggest clubs accused of “stitch up” over Champions League revamp* (01.04.2021) [ibidem]. / *Крупнейшие клубы Европы обвинили в заговоре против модернизации Лиги чемпионов УЕФА*). Выбор метафор, несущих пейоративную или мелиоративную оценку, позволяет выразить отношение адресанта заголовка к описываемой ситуации или проблеме и может рассматриваться как приём речевого воздействия. Собранный материал заголовков британской сетевой качественной прессы, содержащих метафоры, позволяет сделать вывод о том, что основная часть метафор

в исследуемых заголовках используется для выражения пейоративной оценки. Случаи использования метафоры с целью выразить мелиоративную оценку в тексте заголовка встречаются значительно реже, а случаи, когда метафора обладает нулевым оценочным потенциалом и используется лишь в качестве образного средства, в собранном материале заголовков единичны.

В тексте заголовка метафора может функционировать в качестве средства языковой компрессии. Главная задача заголовка – передача как можно большего объема содержания в краткой, сжатой форме. При помощи метафоры успешно реализуется один из основных принципов публицистического творчества: писать так, чтобы словам было тесно, а мыслям просторно. Заголовок *Appeal of unpeelability* (23.03.2015) [Ibidem]. / *Привлекательность неперерабатываемости*, на наш взгляд, является удачным примером реализации такого принципа. Линейная длина и информативность данного заголовка крайне мала. Однако простор для интерпретации смысла заголовка-метафоры весьма широк и также усиливается игрой слов за счёт фонетического сходства составляющих его лексических единиц *appeal* / *привлекательность* (a quality that makes somebody/something attractive or interesting [8] / качество, которое делает кого-либо привлекательным или интересным) и *peel* (to remove a layer, etc. from the surface of something [Ibidem] / снять слой с поверхности чего-либо). Заголовок в виде фразы *appeal of unpeelability* фонетически схож с созвучным выражением-оксюмороном *appeal of unappealability*, которое буквально можно перевести как «привлекательность непривлекательности».

Метафора в заголовке может выполнять и текстообразующую функцию. Так, в предыдущем примере весь текст заголовка представлен метафорой. Такие заголовки скорее являются исключением, так как в большей степени способствуют реализации воздействующей, а не информативной функции заголовка. Более типичным примером могут служить заголовки, содержащие в себе несколько метафорических моделей, последовательно сменяющих друг друга, например: *Donald Trump hails America's war heroes as cloud of controversy hangs over White House* (29.05.2017) [10]. / *Дональд Трамп осыпал американских героев-ветеранов поздравлениями, тогда как облако противоречия повисло над Белым домом*. Заголовок основан на обыгрывании потенциала двух метафор из одной сферы-источника «природные климатические явления»: глагола *hail*, который имеет значения «осыпать градом», «поздравлять», и выражения *cloud of controversy* – «облако противоречия». Метафоры из одной сферы-источника позволяют создать целостный образ события, представленного в заголовке, взаимообуславливая и дополняя друг друга, что способствует восприятию заголовка адресатом как смыслового и эмоционально-оценочного единства.

Метафора выполняет функцию привлечения внимания читателя, независимо от того, является она частью заголовка или же полностью формирует текст заголовка. Метафора или метафорическое выражение позволяет адресанту заголовка создать эффект усиленного ожидания, побуждая адресата ждать развития интриги, заложенной метафорическим выражением, в тексте статьи.

Таким образом, следует отметить, что, будучи средством, способствующим реализации заголовком воздействующей функции, метафора выполняет функцию выражения оценочного отношения адресанта к событию, описываемому в заголовке, функционирует в качестве средства речевой компрессии, а также выступает в роли не только смыслообразующей, но и текстообразующей речевой единицы, которая одновременно служит средством привлечения внимания адресата.

Способы оформления метафоры в тексте англоязычного заголовка

Что касается способов введения метафор в текст заголовка, то анализ практического материала заголовков позволил выделить следующие продуктивные способы:

1. Метафора может быть представлена в виде фразового глагола, например: *Rotterdam train ploughs through barrier before being stopped by whale sculpture* (02.11.2020) [Ibidem]. / *Роттердамский поезд «пропахал» ограждение, прежде чем его остановила скульптура кита – to plough through / пропахать, протаранить* (to go violently through something out of control [8] / неконтролируемо резко пройти сквозь что-либо); *Captain Sir Tom Moore's family kick off birthday fundraising weekend* (30.04.2021) [9]. / *Семья капитана сэра Тома Мура инициировала выходные по сбору средств на благотворительность – to kick off / начинать, инициировать* (to start a discussion, a meeting, an event, etc. [8] / начинать обсуждение, встречу, мероприятие и т.д.).

2. В заголовках также частотны случаи использования клишированных идиоматических выражений, в состав которых входит глагол-метафора, например: *EU freezes talks until Britain produces realistic Irish border solution* (08.03.2018) [10]. / *ЕС приостанавливает переговоры до тех пор, пока Великобритания не придет к разумному решению вопроса о границе с Ирландией – to freeze something / приостановить, заморозить что-либо* (to hold something at a fixed level at a period of time [8] / удержать что-либо на установленном уровне на какой-то период времени).

3. Потенциал метафоры в тексте заголовка может использоваться через употребление метафорических атрибутивных словосочетаний, метафоризация которых происходит благодаря определениям, придающим метафорическое оценочное значение описываемому существительному. В этом случае свойство, которое вызывает определенное эмоционально-оценочное отношение читателя, обнаруживается не в свойствах самого предмета сообщения, а в ассоциациях, возникающих при употреблении лексической единицы, выступающей в функции определения, которая используется для обозначения предмета: *Lockdown fuelled novelty of domestic chores wanes for men* (09.12.2020) [9]. / *«Подпитанная» локдауном новизна ведения домашнего хозяйства потеряла актуальность для мужчин – to fuel something / «подпитать», увеличить что-либо* (to increase something;

to make something stronger [8] / увеличить что-либо; усилить что-либо); *Anywhere but Washington: an eye-opening journey in a deeply divided nation* (11.01.2021) [9]. / Куда угодно, но не в Вашингтон: познавательное путешествие в страну, переживающую глубокий раскол – eye-opening / познавательный, интересный (causing a feeling of surprise because it shows you something that you did not already know [8] / вызывающий чувство удивления, показывающий то, чего вы еще не знали).

4. Другим продуктивным способом оформления метафоры в тексте заголовка являются of-фразы, образованные существительными: *Inside Brentford: The hotbed of talent development with a valid claim for best-run club in the country* (24.01.2020) [11]. / В Брентфорде: Очаг развития талантов с обоснованным притязанием на звание лучшего клуба в стране – hotbed / очаг, эпицентр (a place where there are a lot of particular activity [8] / место скопления активности); *Killing a people's heritage is the weapon of choice among dictators* (08.01.2020) [10]. / Уничтожение наследия народа – орудие выбора диктаторов – weapon / оружие (something such as knowledge, words, actions, etc. that can be used to attack or fight against somebody or something [8] / что-то, что может быть использовано для нападения или борьбы с кем-то или чем-то).

Все вышеперечисленные способы представляют собой случаи, когда метафора является смыслообразующим компонентом текста заголовка. Однако в редких случаях она может являться также и текстообразующим компонентом, например: *Our stars are getting the chance to shine* (12.01.2019) [11]. / Наши звезды получают шанс засиять. Данный заголовок представляет собой развернутую метафору, в которой переносное значение лексемы star / звезда (a famous and excellent singer, performer, sports player [8] / знаменитый и великолепный певец, исполнитель, спортсмен) обыгрывается через выражение to get the chance to shine / получить шанс засиять. Образность в подобных заголовках выступает на первый план, что, несомненно, привлекает внимание читателя. Тем не менее, подобные заголовки не способствуют реализации информативной функции заголовка. Этим, вероятнее всего, и можно объяснить тот факт, что в собранном материале такие заголовки единичны.

Если говорить о графическом выделении метафоры в тексте заголовка, то метафора либо никак не выделяется в тексте заголовка, либо выделяется при помощи одиночных кавычек. Для сравнения приведем в качестве примера два заголовка, содержащих лексему trigger / спусковой механизм, курок, которая представляет метафорический концепт МЕХАНИЗМ/ОРУЖИЕ ИЛИ ЕГО ЧАСТЬ: *Coronavirus may trigger diabetes in previously healthy people* (13.06.2020) [10]. / Коронавирус может послужить пусковым механизмом для возникновения диабета у прежде здоровых людей. При переносе прямого значения «приведение в действие спускового механизма» в предметную область, не связанную с механизмом или оружием, актуализируется переносное значение данной лексемы, которое передаёт идею быстрого, резкого, иногда неожиданного изменения состояния. Анализ подобных заголовков позволяет сделать вывод о том, что таким образом в заголовках происходит вычленение двух планов: плана адресанта заголовка и плана цитируемого источника или деятеля. Метафора, представляющая план адресанта заголовка, в тексте заголовка графически не выделяется, тогда как метафора, которая представляет план цитируемого источника, как правило, обособляется одиночными кавычками.

Виды метафоры в тексте заголовка

Метафоры в тексте заголовка не только отражают картину мира, но и зачастую формируют её. По мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафоры «пронизывают нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична» [5, с. 25].

Когнитивная метафора в речи политика или журналиста, освещающего политическое или иное событие, способна привлекать и удерживать внимание человека, доносить определенные, необходимые адресанту, смыслы на глубоком, почти бессознательном уровне. Таким образом, когнитивная метафора в масс-медийном дискурсе имеет четко выраженный манипулятивный характер, который позволяет влиять на ассоциативное мышление реципиента [7, р. 146].

Метафоры являются тем ресурсом, к которому часто прибегают адресанты заголовков сетевой прессы, создавая такой заголовок, который органично может сочетать в себе как информативный, так и воздействующий потенциал. Метафоры представляют собой лексические единицы, маркированные в плане категории концептуальной полноценности, которая основана на том, что лексемы, образующие метафору, заключают в себе понятийную основу, отражающую предыдущий физический опыт.

Главная роль в этом процессе принадлежит так называемым концептуальным метафорам, которые образуют сложной, разветвленной системой метафорических выражений, относящихся к определенной сфере-источнику. В тексте заголовков прослеживается широкое разнообразие источников метафоризации, которые основаны на широко известных тематических группах лексик, отражающих все стороны человеческого бытия. Приведем лишь некоторые примеры сфер-источников: **сфера-источник «вода»** – *Primary schools told they can accept more pupils – but cannot spill over into village halls* (11.03.2017) [10]. / Начальные школы заявили о том, что они могут принять большее число учеников – но не могут перейти в деревенские залы – to spill over / выйти за пределы, перейти на что-то (to fill a container and go over the edge; to start in one area and then affect other areas [8] / наполнить контейнер и выйти за края; начаться в одном месте и перейти на другое); *Russia makes bids to water down UN commitments on women's right in conflict* (29.10.2020) [9]. / Россия претендует на то, чтобы ослабить обязательства ООН, касающиеся прав женщин в конфликте – to water down / ослаблять, разбавлять

(to change a speech, a piece of writing, etc. in order to make it less strong or offensive [8] / изменять речь, написанное и т.п. с целью сделать последнее менее сильным или оскорбительным); **сфера-источник «дорожное движение»** – *Green light for vaccinated Britons to take overseas holidays* (02.04.2021) [11]. / *Зелёный свет* британцам, прошедшим вакцинацию, отправиться в отпуск за границу – *green light / зелёный свет* (permission for a project, etc. to start or continue [8] / разрешение на начало или продолжение чего-либо, например, проекта и т.п.); *Manchester at a crossroads: is there a life for the city after Covid?* (24.09.2020) [9]. / *Манчестер на распутье: жив ли город после Ковид?* – *at a crossroads / на распутье или перекрестке* (at an important point in somebody's life or development [8] / важный момент в жизни или развитии); **сфера-источник «растения»** – *Food injustice has deep roots: let's start with America's apple pie* (01.05.2021) [9]. / *Несправедливость в отношении еды имеет глубокие корни: давайте начнем с американского яблочного пирога* – *to have deep roots / иметь глубокие корни* (to have the origin of basis of something [8] / иметь исток, происхождение); *Seeds of success: how to collect and store your own this autumn* (18.10.2020) [11]. / *Семена успеха: как собрать и сохранить ваши этой осенью* – *seeds of something / семена чего-либо* (the beginning of a feeling or development that continues to grow [8] / начало чувства или развитие, которое продолжает расти).

В текст заголовков могут включаться устойчивые метафоры, заключающие в себе определённую оценочную коннотацию. Такие метафоры служат в качестве средства, способствующего выражению субъективного отношения адресанта или участника к освещаемому событию, например: *The Prince of Wales' name was being "dragged through the mud"* (16.11.2020) [11]. / *Имя принца Уэльского было вывалено в грязь*. Устойчивое метафорическое выражение *to drag someone's name through mud / втоптать или вывалить в грязь* (to criticize or say bad things about somebody in public, in a way that is unfair [8] / несправедливо критиковать или плохо говорить о ком-либо на публике), несомненно, позволяет выразить эмоционально-оценочное отношение. Однако в подобных выражениях, на наш взгляд, на первый план выдвигается образность, в противном случае адресант заголовка мог бы использовать более нейтральные в образном отношении глагольные выражения той же семантики.

В заголовках встречаются легкоузнаваемые библейские устойчивые метафоры, понятные большей части целевой аудитории качественной прессы, например: *England's public health is a new scapegoat for the government's failings* (19.08.2020) [9]. / *Здравоохранение Англии – это козёл отпущения для промахов в действиях правительства*. Смыслообразующим центром данного заголовка является устойчивое метафорическое выражение *to be a scapegoat / быть козлом отпущения*, используемое для обозначения человека, на которого сваливают ответственность за всё.

В тексте заголовка устойчивые метафоры могут выступать в качестве амбивалентных единиц: использоваться и в качестве средства передачи информационно-фактуального содержания, и как средство усиления выразительности заголовка, в тех случаях, когда метафора не полностью утратила элемент образности.

Использование метафор, которые в тексте заголовка претерпевают изменения как на уровне формы, так и на уровне содержания, является характерной чертой современных печатных медиатекстов. Деформация устойчивой метафоры в тексте заголовка придаёт ему экспрессивность и позволяет создавать выразительные, привлекающие внимание читателя метаметафоры, способствующие реализации воздействующей функции.

Деформация метафоры может производиться за счёт:

- изменения грамматической формы устойчивого выражения, например: *"Thrown to the wolves": how Covid-19 laws are being used to silence garment workers* (26.10.2020) [Ibidem]. / *Брошенные на съедение волкам: как используются законы Ковид-19 с целью заставить замолчать работников фабрики по изготовлению одежды*. В данном заголовке меняется грамматическая форма устойчивой метафоры библейского происхождения *to throw someone to the wolves / бросить кого-то на съедение волкам* (to leave somebody to be roughly treated or criticized without trying to help or defend them [8] / оставить кого-либо в ситуации грубого отношения или критики, не попытавшись помочь или защитить);

- включения в устойчивую метафору новых компонентов: *As well-off children are cosseted, we throw poorer kids to the wolves* (30.09.2018) [9]. / *Балуя детей из благополучных семей, мы бросаем детей из более бедных семей волкам*. В данном заголовке устойчивая метафора деформируется за счёт включения словосочетания *poorer kids / дети из более бедных семей*;

- включения в устойчивую метафору новых компонентов с одновременной заменой других её компонентов, например: *Donald Trump's "fake news" attacks on New York Times have sent its subscriptions "through the roof"* (27.02.2017) [10]. / *Нападки Дональда Трампа на Нью-Йорк Таймс по поводу «фейковых новостей» крайне разозлили подписчиков*. В данном заголовке глагол *go* в исходном метафорическом выражении *to go through the roof / разозлиться, разгорячиться* (to suddenly become extremely angry [12] / внезапно взбеситься) заменён глаголом *send / посылать*, одновременно в уже деформированное метафорическое выражение включается словосочетание *its subscriptions / её подписчиков*.

Несмотря на то, что в тексте заголовка может происходить формальная или содержательная деформация устойчивой метафоры, она остается вполне узнаваемой и способствует усилению эмоционально-экспрессивной окраски заголовка, что делает его более привлекательным для читательской аудитории.

Заключение

Таким образом, в результате системного исследования метафоры в заголовке англоязычного медиатекста можно сделать следующие выводы.

Во-первых, следует сказать, что метафора, являясь элементом текста заголовка, несомненно, функционирует как средство привлечения внимания адресата к описываемой ситуации за счет нестандартности формы выражения. Одновременно в контексте заголовка метафора может функционировать в качестве средства речевой компрессии, быть текстообразующим элементом, выполнять функцию выражения оценочного отношения адресанта к событию, описываемому в заголовке.

Во-вторых, морфосинтаксический анализ метафор, входящих в состав англоязычного заголовка, позволил выделить следующие продуктивные способы их оформления посредством фразовых глаголов, клишированных идиоматических выражений, содержащих глагол-метафору, атрибутивных метафорических словосочетаний и *of*-фраз. В случаях, когда текст заголовка целиком образован развернутой метафорой, она является смыслообразующей единицей.

В-третьих, всё многообразие концептуальных метафор в заголовках англоязычных сетевых медиатекстов активно способствует раскрытию прагматического потенциала заголовка за счёт оценочной коннотации, которую заключает в себе метафора. Устойчивые метафоры в тексте заголовка могут выступать как в качестве средства передачи информационно-фактуального содержания, так и в качестве средства усиления выразительности заголовка. Деформация устойчивой метафоры за счёт изменения грамматической формы или включения в неё новых лексических единиц позволяет создать яркие метаметафоры, усиливающие образность заголовка и привлекающие внимание читателя.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в более детальном изучении того, как метафорический потенциал, заложенный в заголовке, раскрывается в озаглавливаемом медиатексте.

Источники | References

1. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры. М.: Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. М.: Флинта; Наука, 2008. 248 с.
3. Кондратьева О. Н. Майдан в метафорическом зеркале российских массмедиа // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 80-84.
4. Куманицына Е. И. Лингвокреативный аспект англоязычной массовой коммуникации: языковая игра в британских и североамериканских масс-медиа: дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2006. 220 с.
5. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова и А. В. Морозовой; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Изд-е 2-е. М.: ЛКИ, 2008. 256 с.
6. Пампура Ж. В. Семioticкий подход к средствам массовой информации (СМИ) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semioticheskiy-podhod-k-sredstvam-massovoy-informatsii-smi> (дата обращения: 08.04.2021).
7. Хрущева Т. В. Межкультурный анализ когнитивных метафор, структурирующих концепты "POLITICS" и «ПОЛИТИКА» в качественной англоязычной и русскоязычной прессе 2014-2015 гг., освещающей украинский политический кризис // 21 Century: Fundamental Science and Technology VIII: Proceedings of the Conference (North Charleston, 25-26 of January 2016): in 2 vols. North Charleston: CreateSpace, 2016. Vol. 2. P. 145-149.
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/> (дата обращения: 08.04.2021).
9. The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 08.04.2021).
10. The Independent [Электронный ресурс]. URL: <https://www.independent.co.uk> (дата обращения: 08.04.2021).
11. The Telegraph [Электронный ресурс]. URL: <https://www.telegraph.co.uk> (дата обращения: 08.04.2021).
12. Webster's Third New International Dictionary of the English Language. Unabridged: Merriam-Webster, Inc., 2002. 2806 p.

Информация об авторах | Author information

RU

Варзапова Виктория Юрьевна¹, к. филол. н.
Хрущева Татьяна Валерьевна², к. филол. н.

^{1, 2} Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск

EN

Varzapova Viktoriya Yuryevna¹, PhD
Khrusheva Tatyana Valeryevna², PhD

^{1, 2} Pacific National University, Khabarovsk

¹ victoria_matushi@mail.ru, ² htv74@rambler.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 11.05.2021; опубликовано (published): 30.06.2021.

Ключевые слова (keywords): метафора; сетевой медиатекст; заголовок; прагматический потенциал; metaphor; online media text; headline; pragmatic potential.