

УДК 81'373.612.2'42:614.4

ББК 81.053.1

К 44

Кисель И.Ф.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для экономических специальностей Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), e-mail: irabadanyan@gmail.com

Метафорическая репрезентация понятия «коронавирус» в медиадискурсе (на материале русского и немецкого языков) (Рецензирована)

Аннотация:

Цель – описать особенности метафоризации понятия «коронавирус» в медиадискурсе и выявить наиболее продуктивные метафорические модели. В качестве объекта рассматриваются метафорические словосочетания, репрезентирующие понятие «коронавирус» в медиадискурсе. Предметом является метафорическое моделирование понятия «коронавирус» в медиадискурсе. Материалом исследования послужили тексты общественно-политических, информационных, аналитических изданий, опубликованные в периодических печатных или электронных изданиях на русском и немецком языках. Использование методов контекстологического анализа и метафорического моделирования позволило выявить продуктивные типы концептуальных метафор понятия «коронавирус» в медиадискурсе. Научная новизна состоит в установлении роли метафоры в процессе номинации нового феномена действительности, понятия «коронавирус», в современном медиадискурсе. Теоретическая значимость определяется вкладом в дальнейшее осмысление процесса метафоризации как способа формирования языковой картины мира. Метафора выступает механизмом репрезентации новой реальной действительности и способом образования неологизмов и окказионализмов.

Ключевые слова:

Метафора, метафоризация, метафорические модели, медиадискурс, медийная картина мира, понятие «коронавирус».

Kisel I.F.

Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Foreign Languages for Economic Specialties, Rostov State Economic University (RINH), e-mail: irabadanyan@gmail.com

Metaphorical representation of the concept of “coronavirus” in the media discourse (based on Russian and German)

Abstract:

The goal of this study is to describe the features of the metaphorization of the concept of “coronavirus” in the media discourse and to identify the most productive metaphorical models. As an object, we examine metaphorical phrases representing

the concept of “coronavirus” in a media discourse. The subject is a metaphorical modeling of the concept of “coronavirus” in the media discourse. The material of the study was represented by the texts of socio-political, informational, and analytical publications issued in periodic print or electronic publications in Russian and German. The use of contextual analysis and metaphorical modeling methods made it possible to identify productive types of conceptual metaphors of the concept of “coronavirus” in the media discourse. The scientific novelty consists in establishing the role of the metaphor in the process of nominating a new phenomenon of reality, the concept of “coronavirus,” in the modern media discourse. Theoretical significance is determined by the contribution to further understanding the process of metaphorization as a way to form the linguistic picture of the world. Metaphor is a mechanism for representing a new actual reality and a way to form neologisms and occasionalisms.

Keywords:

Metaphor, metaphorization, metaphorical models, media discourse, media picture of the world, the concept of “coronavirus”.

Актуальность изучения особенностей метафорического моделирования понятия «коронавирус» в медиадискурсе связана с тем, что метафора, являясь когнитивным механизмом формирования лексико-семантической системы языка, способствует описанию особенностей концептуализации действительности.

Метафора, как отмечает В.Н. Телия, «это и процесс, создающий новое значение языковых выражений в ходе их переосмысления, и способ создания языковой картины мира, возникающей в результате когнитивного манипулирования уже имеющимися в языке значениями с целью создания новых концептов, особенно для тех сфер отражения действительности, которые не даны в непосредственном ощущении» [1: 3]. Процесс метафоризации в рамках когнитивного подхода представляет собой специфическую операцию над знаниями, передачу информации от одного концептуального поля – источника к другому концептуальному полю-цели [2]. Ключевой для нашего исследования является осмысление метафоры Х. Ортега-и-Гассета, который следующим образом определяет значимость метафоры: «Метафора нужна нам не только для того, чтобы благодаря полученному наименованию сделать нашу мысль доступной для других людей; она необходима нам самим для того,

чтобы объект стал доступней нашей мысли. Метафора не только средство выражения, она еще и важное оружие мышления» [3: 71].

Появление новых понятий, обусловленное новыми реалиями политической, социально-экономической жизни, требует привлечения всё новых языковых ресурсов для их языковой фиксации. Данный процесс пополнения общелитературного языка основан на метафоризации. Метафорические модели игры являются важным механизмом речевого воздействия на массового адресата [4]. В первую очередь именно медиадискурс становится полем формирования и функционирования метафорических новаций, что наблюдаем с появлением понятия «коронавирусная инфекция COVID-19». Медиадискурс трактуется как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [5: 132.]. Все мировые СМИ активно освещают проблему пандемии коронавируса. В нашу жизнь вошли такие слова как *ковид*, *корона*, *пандемия*, *самоизоляция*,

первая волна, вторая волна, плато, ковид-диссидент, красная зона и др. Коронавирус в медиатекстах персонафицируется, например:

Анна Попова: От нас зависит, будет ли ковид разгуливать свободно или мы все-таки поставим перед ним барьер [https://www.kuban.kp.ru/daily/2171205.5/4317266/?utm_campaign=internal&utm_medium=section_koronavirus_page%3D1&utm_source=quote_preview&utm_term=7].

Данный термин относится к медицинской терминологии, а именно к понятийной сфере «заболевание». В большинстве случаев вместо научного термина «COVID-19» в медиадискурсе активно используются слова *коронавирус / Coronavirus, корона / Corona, ковид / Covid* и их сочетания. Например: *коронавирусный кризис, коронавирусные койки, ковид-диссиденты, коронамутант, ковидный пик, антикоронавирусные меры, хроники коронавируса, коронавирусная обстановка, антиковидные правила, ковидный рейтинг, воздушно-капельная тревога, жизнь эпохи Ковида, киллер-вирус, ковид-тактика, Corona-Panik, Corona-Krise, Corona-Zeiten, Corona-Verluste, Corona-Landkarte, Corona-Gipfel, Corona-Politik, die neuen Corona-Regeln, Corona-Note, Corona-Unterricht, Corona-Infizierte, Corona-News aus aller Welt, Corona-Lockdown, Corona-Impfstoff u др.*

Метафоризация основана на взаимодействии двух структур – когнитивной структуры «источника» (source domain) и когнитивной структуры «цели» (target domain). Концептуальные метафоры «являются неотъемлемой частью культурной парадигмы носителей языка» [6: 210]. Вслед за Дж. Лакоффом и М. Джонсоном мы признаем, что метафора основана на переносе из области-источника (source domain) в область-мишень (target domain) [6].

В ходе анализа практического материала рассмотрены следующие виды метафор: социоморфные

метафоры, антропоморфные метафоры, природоморфные метафоры, артефактные метафоры.

1. **Социоморфная метафора** включает в себя такие понятийные сферы, как война, экономика, общество.

Сфера-источник «война»:

Воздушно-капельная тревога. Алена Солнцева о главном чувстве каждого человека при пандемии [<https://www.gazeta.ru/comments/column/solnceva/13349275.shtml>].

В данном случае используется языковая игра, построенная на метафоре: *воздушно-капельная тревога* (вместо: *воздушная тревога*).

Последние сводки с коронавирного фронта в России: ситуация в регионах [<https://www.vesti.ru/article/2481535>].

В данном примере метафора развёртывается в медиатексте за счёт использования лексики, связанной с боевыми действиями: *последние сводки, фронт*.

Борьба с коронавирусом представляется войной, битвой.

Der Kampf gegen das Corona-Virus ist ein Krieg. China scheint eine Schlacht gewonnen zu haben. [<https://www.project-syndicate.org/commentary/coronavirus-good-and-bad-policy-response-by-hans-werner-sinn-2020-03/german?barrier=accesspaylog>].

Врачи борются с коронавирусом как на фронте, например:

Hausärzte an der Corona-Front: COVID-19-Sondereinsatz muss besser begleitet werden! [<https://www.medical-tribune.de/praxis-und-wirtschaft/abrechnung/artikel/hausarzte-ander-corona-front-covid-19-sondereinsatz-muss-besser-begleitet-werden/>].

Сфера-источник «экономика»:

Коронавирус ассоциируется с кризисом: **Коронакризис сильно отличается от финансового кризиса 2007-2009 годов: он куда более масштабный, так как одновременно затронул все страны и все индустрии, а не только ипотеку и финансовый сектор.** [<https://www.forbes>].

ru/biznes/401651-nastoyashchee-nachalo-xxi-veka-kak-koronakrizis-proverit-na-prochnost-rossiyu-i-mir].

Blitzschnell hat die Coronakrise unser Leben über den Haufen geworfen – die bange Frage lautet: Wie lange soll das noch so gehen? [https://www.britte.de/aktuell/gesellschaft/corona-aktuell-wann-ist-das-coronavirus-vorbei-11751316.html].

Сфера-источник «спорт»:

Коронавирус бьет рекорды, но диссиденты все никак не угомонятся [https://www.vesti.ru/article/2482495]

Сфера-источник «общество»:

Wer in Bus und Bahn laut spricht, lacht oder singt, hat in der Corona-Etikette nicht aufgepasst. Im öffentlichen Nahverkehr gilt jetzt: Mund halten, auch mit Maske. [https://www.zeit.de/zeit-magazin/leben/2020-10/corona-infektionsschutz-alltagsmasken-bus-bahn-aerosole-uebertragung-oeffentlicher-nahverkehr].

Также:

Coronaparty: So herrlich reagiert eine Frau auf Facebook [https://www.bilderfrau.de/familie-leben/article230829812/WG-Party-trotz-Corona-so-reagiert-Frau-Facebook.html].

В немецких медиатекстах употребляются интересные сочетания *Corona-Etikette* (перевод: «корона-этикет») и *Coronaparty* (перевод: «корона-вечеринка»)

2. **Антропоморфная метафора** включает в себя следующие сферы: поведение человека, качество человека.

Сфера-источник «качество человека»:

Например: *Das Coronavirus als gemeinsamer Feind* [https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/das-coronavirus-als-gemeinsamer-feind-so-koennte-das-gemeinwesen-genesen/25643730.html]. Коронавирус сравнивается с врагом.

Сфера-источник «поведение человека»:

Corona wütet weiter. In Deutschland gilt ein neuer Lockdown. [https://www.focus.de/gesundheit/news/

corona-deutschland-lockdown-in-berchtesgaden-zeigt-wirkung-zoff-vor-dem-merkel-gipfel-um-corona-regeln_id_12459149.html].

Коронавирусу приписывается человеческая эмоция (*корона злится*).

3. Источниками для моделирования **природоморфной метафоры** являются сферы мира животных, мира растений.

Сфера-источник «животный мир»:

Лебедь коронавируса оказался настолько черным для финансовых рынков, что даже закоренелые оптимисты среди аналитиков брокерских компаний выключили свою шарманку «покупай на провалах!». [https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/394631-kollaps-cunamidedoltov-i-valyutnyy-krizis-chegoeshche-zhdam-ot\].

В данном примере подразумевается понятие «черный лебедь», которое ассоциируется с труднопрогнозируемыми и редкими событиями, которые имеют плохие последствия.

4. **Артефактная метафора** включает в себя такие сферы как техника, механизмы.

Сфера-источник «техника»:

Вторая волна коронавируса тормозит деловую активность. [https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/11/02/845554-volna-koronavirusa].

Zweite Corona-Welle bremst Adidas wieder [https://www.managermagazin.de/unternehmen/handel/adidas-zurueck-in-der-gewinnzone-rueckschlaege-im-weihnachtsgeschaeft-erwartet-a-5cde83e5-48de-4903-9539-a5b68021130e].

В данных примерах употребляются глаголы *тормозить*, *bremsen* из сферы дорожного движения.

Virologe Streeck hält Teststrategie für überholt: «Wir brauchen die Covid-Ampel» [https://www.focus.de/gesundheit/news/im-interview-virologe-streeck-haelt-bisherige-teststrategie-fuer-ueberholt-wir-brauchen-die-covid-ampel_id_12407565.html].

В приведенном примере предлагается читателям интересная метафорическая модель «Covid-Ampel» - «ковид-светофор». В зависимости от уровня заболеваемости COVID-19 европейские государства будут в ежедневном режиме «окрашиваться» в зеленый, оранжевый или красный цвет. В русском языке также активно используется сочетание: *ковидный светофор, COVID-светофор*. Например:

«COVID-светофор» и новые меры поддержки: что отметили российские эксперты в антикризисных решениях Александра Дрозденко [<https://online47.ru/2020/06/08/covid-svetofor-i-novye-meru-podderzhki-cto-otmetili-rossiyskie-eksperty->

[v-antikrizisnykh-resheniyakh-aleksandra-drozdenko-98826/](https://online47.ru/2020/06/08/covid-svetofor-i-novye-meru-podderzhki-cto-otmetili-rossiyskie-eksperty-v-antikrizisnykh-resheniyakh-aleksandra-drozdenko-98826/)].

Следует отметить универсальность метафорической репрезентации понятия «коронавирус» в русском и немецком медиадискурсах, что позволяет высказать мысль об общекультурной значимости данного понятия. Как показал анализ, источники метафоризации понятия «коронавирус» в русском и немецком медиадискурсе разнообразны и базируются на известных тематических группах лексики, образуя клишированные идиоматические сочетания. Наиболее доминантными сферами-источниками метафоризации понятия «коронавирус» являются «война», «экономика», «спорт», «техника», «общество».

Примечания:

1. Телия В.Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: сб. науч. ст. Москва, 1988. С. 173-204.
2. Дудецкая С.Г. Метафоризация как способ терминообразования (на материале английской терминологии черепно-челюстно-лицевой хирургии и стоматологии): дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2007. 240 с.
3. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. Москва, 1990. С. 68-82.
4. Хачмафова З.Р., Погребняк Н.В. Метафорическое моделирование образа политика в медиадискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2018. Вып. 4 (227). С. 112-116.
5. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиадискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. Москва; Волгоград: ИЯ РАН: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
6. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought / ed. by A. Ortony. Second edition. New York: Cambridge University Press, 1993. P. 202-251.

References:

1. Teliya V.N. Metaphorization and its role in creating the linguistic world // Role of the human factor in language: collection of scient. articles. Moscow, 1988. P. 173-204.
2. Dudetskaya S.G. Metaphorization as a method of term formation (based on the English terminology of cranio-maxillo-facial surgery and dentistry): Diss. for the Cand. of Philology degree. Samara, 2007. 240 pp.
3. Ortega y Gasset J. Two great metaphors // Theory of metaphor. Moscow, 1990. P. 68-82.
4. Khachmafova Z.R., Pogrebnyak N.V. Metaphorical modeling of the image of a politician in media discourse // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. 2018. Iss. 4 (227). P. 112-116.
5. Zheltukhina M.R. Tropological suggestiveness of mass media discourse: on the problem of speech influence of tropes in the language of the media: a monograph. Moscow; Volgograd: IYa RAN: Publishing house of VF MUPK, 2003. 656 pp.

6. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought / ed. by A. Ortony. Second edition. New York: Cambridge University Press, 1993. P. 202-251.