

Политическая лингвистика. 2022. № 6 (96).
Political Linguistics. 2022. No 6 (96).

УДК 811.111'42:811.111'38
ББК ШП43.21-51+ШП43.21-55

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

doi: 10.26170/1999-2629_2022_06_12

Ирина Петровна Спорова^{1✉}, Марина Ростиславовна Желтухина^{2✉}

^{1,2} Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

¹ i.sporova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8560-7343>

² Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия, zzm@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0001-7680-4003>

Метафора как средство речевого воздействия в жанре «политическая email-рассылка»

АННОТАЦИЯ. Для предвыборных кампаний последних десятилетий характерно смещение в плоскость виртуальной коммуникации. Данный процесс приводит к необходимости поиска эффективных средств установления в условиях опосредованного общения контакта с каждым избирателем для дальнейшего оказания на него манипулятивного, суггестивного и персуазивного воздействия. В жанре «политическая email-рассылка» метафора рассматривается как одно из основных средств речевого воздействия на адресата. Теоретическим основанием для исследования служит теория концептуальной метафоры. Цель исследования состоит в выявлении метафорических моделей и особенностей их функционирования в жанре «политическая email-рассылка». Материалом для исследования служит отобранный корпус текстов email-рассылки, предъявляемый жителям североамериканского общества в период проведения предвыборных кампаний. В рамках исследования в жанре «политическая email-рассылка» определяются следующие метафорические модели: «Политика — это война», «Политика — это спорт». Доминантной моделью в жанре «политическая email-рассылка» является метафорическая модель со сферой-источником «Война». Наибольшей частотностью использования обладает фрейм «Наименование видов и способов ведения боевых действий», находящий воплощение в слотах «Оборонительные действия» и «Наступательные действия». Менее частотна в жанре «политическая email-рассылка» метафорическая модель «Политика — это спорт», реализуемая посредством фреймов «Наименование видов легкоатлетической деятельности» и «Виды игровой деятельности», а также фрейма «Движение», воплощаемого в слотах «Способы передвижения» и «Место передвижения». Таким образом, предвыборная кампания в сознании жителей североамериканского общества концептуализируется в виде ведущейся ожесточенной битвы, целью которой является удержание и/или обретение власти, спортивных состязаний, связанных с преодолением дистанций за лимитированное время, действий в команде, а также с движением разного рода интенсивности в соответствии с заданной траекторией.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Интернет, интернет-пространство, интернет-технологии, интернет-коммуникации, интернет-ресурсы, интернет-дискурс, интернет-тексты, языковые средства, политический дискурс, английский язык, email-рассылки, интернет-рассылки, политическая метафорология, метафорическое моделирование, метафорические модели, политические метафоры, военные метафоры, социоморфные метафоры, избирательные кампании.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Спорова Ирина Петровна, аспирант кафедры германистики и лингводидактики, Московский городской педагогический университет; 129226, Россия, Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4, к. 1; email: i.sporova@yandex.ru.

Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук, профессор, профессор РАО, академик РАЕН, профессор кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет; 400005, Россия, Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, 27; профессор кафедры германистики и лингводидактики, Московский городской педагогический университет, 129226, Россия, Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4, к. 1.

БЛАГОДАРНОСТИ: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-01623, <https://rscf.ru/project/22-28-01623/> (Желтухина М. Р.: часть о лингвокультурной специфике метафоризации политической медиакоммуникации, о метафорическом воздействии на адресата, о метафорических моделях в жанре политической e-mail-рассылки; Спорова И. П.: часть об установлении лингвокультурной метафорической специфики в жанре американской политической e-mail-рассылки, описание фреймово-слотовой структуры основных метафорических моделей рассматриваемого жанра).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Спорова, И. П. Метафора как средство речевого воздействия в жанре «политическая email-рассылка» / И. П. Спорова, М. Р. Желтухина. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 6 (96). — С. 110-119. — DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_12.

Irina P. Sporova¹✉, Marina R. Zheltukhina²✉^{1,2} Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia¹ i.sporova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8560-7343>² Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia, zzmr@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7680-4003>

Metaphor as a Tool for Verbal Manipulation in the Genre of Political E-mailing

ABSTRACT. *The election campaigns of the last decades are known for their massive shifts to the sphere of virtual communication. This tendency leads to the need for searching effective means of establishing contact with each voter under the circumstances of mediated communication to exercise further manipulative, suggestive and persuasive influence on them. The article examines metaphor as one of the main tools of verbal manipulation in the genre of political e-mailing. The theoretical foundation of the study rests on the conceptual metaphor theory. The aim of the research is to identify the metaphorical models and the specificity of their functioning in the genre of political e-mailing. The research material consists of a hand-selected corpus of political e-mailing texts addressed to the residents of the North American society during election campaigns. Within the empirical framework of the study, the basic metaphorical models in the genre of political e-mailing are «Politics is War», «Politics is Sport» and «Politics is a Living organism». The dominant model in the genre of political e-mailing is a metaphorical model with the «War» source domain. The frame «Names of types and methods of conducting combat operations» has the highest frequency of use, realized in the slots «Defensive actions» and «Offensive actions». The metaphorical model «Politics is Sport» functions through the frames «Names of types of athletics activities» and «Types of gaming activities», and the frame «Movement» is effected in the slots «Methods of movement» and «Place of movement». As a result, election campaign in the North American society is conceptualized in the form of an ongoing fierce battle, the purpose of which is to retain and / or gain power, or sports related to overcoming distances in a limited time, teamwork, and movement of various intensity according to the given trajectory.*

KEYWORDS: *Internet, Internet space, Internet technologies, Internet communication, Internet resources, Internet discourse, Internet texts, language means, political discourse, English, e-mailing, Internet e-mailing, political metaphorology, metaphorical modeling, metaphorical models, political metaphors, military metaphors, sociomorphic metaphors, election campaigns.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Sporova Irina Petrovna, Post-Graduate Student of Department of Germanic Studies and Linguistics, Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia.*

Zheltukhina Marina Rostislavovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology Department, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia.

ACKNOWLEDGMENTS: The study has been accomplished with financial support of the Russian Science Foundation Grant № 22-28-01623 (Zheltukhina M. R.: The part about the linguo-cultural specificity of the metaphorization of political media communication, about the metaphorical manipulation of the addressee, and about the metaphorical models in the genre of political e-mailing; Sporova I. P.: The part about the study of the linguocultural metaphorical specificity in the genre of American political e-mailing, and the description of the frame-slot structure of the basic metaphorical models of the genre under consideration).

FOR CITATION: *Sporova I. P., Zheltukhina M. R. (2022). Metaphor as a Tool for Verbal Manipulation in the Genre of Political E-mailing. In *Political Linguistics*. No 6 (96), pp. 110-119. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_12.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Использование концептуальных метафор в различных жанрах политического медиадискурса связано прежде всего с особенностями реализации функции речевого воздействия и оказания персуазивного эффекта на адресата [Сунь 2021; Чудинов 2005; Чудинов 2013; Шелестюк 2014]. Современные лингвистические исследования также подтверждают значительный потенциал метафоры с точки зрения оказания наибольшего «суггестивного воздействия на адресата в массмедиаальном дискурсе» [Желтухина 2003: 87].

Появление новых жанров и субжанров интернет-коммуникации требует их детального исследования. «Политическая email-рассылка» как новый жанр политического медиадискурса относится к особому виду

текстов интернет-коммуникации, отличительными характеристиками которой отмечают поликодовость и мультимедиаальность [Чернявская 2013; Желтухина, Спорова 2022]. В связи с этим возникает необходимость всестороннего лингвистического анализа всех составляющих (вербальной и невербальной) жанра «политическая email-рассылка», а также изучение их лингвопрагматического потенциала [Чернявская 2013; Желтухина, Спорова 2022; Миронова 2022]. Исследование метафоры как средства речевого воздействия в жанре «политическая email-рассылка» позволит установить ее когнитивный потенциал, особенности функционирования в политическом медиадискурсе, а в дальнейшей перспективе определить эффективность и уровни реализации метафоричности в различных стратегиях и тактиках.

2. ТЕОРИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ И СОВРЕМЕННАЯ МЕТАФОРОЛОГИЯ

Основой для развития теории концептуальной метафоры считают научный труд Дж. Лакоффа и М. Джонсона, в котором авторы указывают на взаимодействие двух концептуальных доменов (сферы-источника и сферы-мишени), представляющих собой обобщенный опыт, приобретенный в процессе взаимодействия человека с окружающей действительностью. В процессе взаимодействия названных выше сфер происходит преломление знаний человека через структурирование сферы-мишени посредством элементов сферы-источника [Лакофф, 2008: 245]. Таким образом, с точки зрения когнитивной лингвистики, под метафорой понимают такую «(основную) ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира» [Чудинов 2007: 9].

В рамках когнитивного подхода к изучению теории метафоры в отечественной лингвистике формируется дескрипторная модель описания метафоры. Основным понятием в дескрипторной теории служит категория «метафорическая модель», рассматриваемая в качестве совокупности семантических понятий, относящихся к одной и той же области человеческого знания. Согласно точке зрения А. Н. Баранова, метафорическая модель представляет собой «тематически связанные поля сигнификативных дескрипторов» [Баранов 2003: 79]. В своем исследовании мы учитываем трактовку метафорической модели А. Н. Чудинова как существующей и/или складывающейся в сознании носителя языка схемы связи между понятийными сферами, представленной формулой: «X — это Y» [Чудинов 2003: 70].

С конца XX в. и далее отмечается рост исследований, содержащих большое разнообразие специально отобранных корпусов примеров употребления метафор, что, в свою очередь, позволяет устанавливать своеобразие и специфику употребления разных типов метафор в том или ином дискурсе [Баранов 2004; Каштанова 2022; Дейнан 2003; Weiss 2001].

Вопросы, связанные с изучением особенностей функционирования метафор в политическом и медиадискурсе, рассматриваются в научных трудах зарубежных и отечественных лингвистов [Аматов 2019; Chilton 2006]. В современном медиадискурсе выявлены лексико-фразеологические особенности доминирующего типа (милитарной) метафоры в сознании носителей немецкого,

английского и русского языков [Желтухина, Магомадова 2012; Магомадова 2016].

Теоретические положения о прагматическом потенциале метафор, механизмах их воздействия представлены в работах ряда лингвистов [Чудинов 2003; Будаев 2007; Баранов 2014 и др.; Belt 2003; Ritchie 2013; Gibbs 2017 etc.].

В метафорической картине мира любая предвыборная кампания, во-первых, представляется как ведущаяся на различных фронтах война, во-вторых, как участие в спортивных состязаниях [Чудинов 2001; Желтухина, Магомадова 2012; Karpovskaya et al. 2019].

3. МЕТОДОЛОГИЯ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Принимая во внимание положение лингвистов (Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, Е. С. Кубрякова и др.) об основополагающем принципе дискурсивного подхода в исследовании метафоры, А. П. Чудинов указывает на необходимость рассмотрения метафорических моделей «в тесной взаимосвязи с условиями их возникновения и функционирования, с учетом авторских интенций и прагматических характеристик» [Чудинов 2003: 69].

Согласно методике описания метафорической модели, предложенной А. П. Чудиновым, для характеристики основных ее признаков необходимо выполнить следующую последовательность шагов: во-первых, определить и охарактеризовать сферу-источник (исходную понятийную область); во-вторых, установить сферу-мишень (новую понятийную область); в-третьих, выделить фреймы, относящиеся к данной метафорической модели; в-четвертых, определить слоты, входящие в состав фреймов; в-пятых, охарактеризовать компоненты, посредством которых осуществляется связь первичных и метафорических смыслов; в-шестых, определить прагматический потенциал описываемой метафорической модели, а также ее эмотивные характеристики [Чудинов 2003].

Методом сплошной выборки из текстов, принадлежащих жанру «политическая email-рассылка», используемых в период предвыборных кампаний 2016–2022 гг. в США, нами были отобраны и подвергнуты анализу 432 метафорические единицы, представленные лексемами различной частеречной принадлежности и группами слов. Материал, относимый нами к жанру «политическая email-рассылка», предоставлен по запросу, адресованному участнику программы реализации образовательного Гранта Госдепартамента США «Study of the United State Institute (SUSI) on Journalism and Media at Ohio University 2016».

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основе анализа лексико-семантических характеристик в жанре «политическая email-рассылка» были выделены основные метафорические модели: «Политика — это война» и «Политика — это спорт». Рассмотрим особенности функционирования каждой из метафорической моделей в жанре американской «политической email-рассылки».

Метафорическая модель «Политика — это война»

Высокая частотность метафорической модели «Политика — это война» в жанре «политическая email-рассылка» связана с особенностями ведения предвыборных кампаний, представленных в ментальном плане в виде борьбы за власть, которая, в свою очередь, соотносится с ведением военных действий.

Метафорическая модель «Политика — это война» реализуется посредством фреймов, включающих наименования видов боевых действий, места, способов их ведения и результатов. Рассмотрим особенности организации фреймово-слотовой структуры мультимедийной метафоры в жанре «политическая email-рассылка».

Фрейм «Наименование позиции боевых действий» представлен слотом «Место боевых действий»: *incredible victories in **battle-ground** Senate races // невероятные победы в гонках Сената на полях сражений* (17.05.20, 07:18), *in some of the world's most dangerous **battlefields** // на некоторых из самых опасных полей сражений в мире* (21.05.20, 10:15). Лексемы *battleground* / поле битвы, *battlefield* / поле боя указывают на широко-масштабные и серьезные действия в области политических конфронтаций между представителями оппозиционных партий республиканцев и демократов в США.

Фрейм «Наименование видов и способов ведения боевых действий» упорядочивается слотами «Оборонительные действия», «Наступательные действия», «Виды военных действий». Слот «Оборонительные действия» получает воплощение посредством таких лексем, как *defend* / обороняться, защищаться, *struggle* / сражаться, *fight*, *confront* / противостоять, *battle* / бороться. Следующие примеры демонстрируют особенности репрезентации в жанре «политическая email-рассылка» действий кандидата и его предвыборного штаба, направленных на отражение атаки оппозиционеров, а также удержание занятых ранее позиций на политической арене: *defend our democracy // защитить нашу демократию* (09.11.16, 04:55); *to those who are **struggling** // для тех,*

кто сражается (29.03.18, 11:39); *I'm **fighting** for my freedom // Я борюсь за свободу* (19.11.20, 09:34); *when **confronted about the loaded language** // когда **противостоишь** языку убеждений* (14.01.18, 06:25); ***battle** for my freedom and justice // **сражаюсь** за свою свободу и справедливость* (04.09.21, 02:28).

Слот «Наступательные действия», реализуемый в номинациях *occupy* / захватывать, *fight back* / дать отпор, *take control of* / взять под контроль, указывает на осуществление интенсивной и агрессивной работы в период предвыборных кампаний. Политическое противостояние кандидатов ассоциируется с активными военными действиями по захвату власти и территории, а также описанием вероятных ответных реакций, в том числе и для удержания контроля над той или иной государственной формой правления: *occupy the White House // занять (=завладеть) Белый дом* (23.07.21, 04:38); *fight back // дать отпор (нанести ответный удар)* (17.06.16, 11:46); *stop Liberals from **taking control of the Senate** // остановить либералов от захвата контроля над Сенатом* (12.09.19, 12:31).

Слот «Виды военных действий» представлен лексическими единицами *battle* / сражение, битва, *fight* / борьба, сражение, *war* / война, борьба: *an uphill **battle** // тяжелая битва* (14.09.21, 04:10); *put so much into the **fight** // многое вкладывать в борьбу (схватку)* (19.07.17, 13:08); *war on my rights and freedom // война за мои права и свободу* (26.04.20, 10:16). Подобный способ медиапрезентации предвыборных кампаний посредством разных по своей интенсивности лексем со значением военных действий в жанре «политическая email-рассылка» способствует созданию дополнительного персуазивного и суггестивного эффекта, воздействующего на адресата. Противостояние между политиками и представителями партии республиканцев и демократов рассматривается как осуществляемые военные действия, требующие от электората незамедлительных решений. Более того, участвующий в данном противостоянии политический деятель имплицитно наделяется качествами серьезного, отважного политика, способного действовать в критических ситуациях.

Фрейм «Наименование результатов военных действий» реализуется посредством структур слота «Победа / одерживать победу» и «Поражение / терпеть поражение». Слот «Победа / одерживать победу» актуализируется в таких лексических единицах, как *win* / победить, *victory* / победа. Использование глагола настоящего времени *win* / победить для обозначения событий буду-

щего придает дополнительную уверенность в реализации действия, таким образом предвыборный штаб кандидата убеждает электорат в правильном выборе кандидата: *Raphael Warnock wins this election // Рафаэль Уорнок победит на этих выборах* (25.08.20, 07:16). Впоследствии адресату направлено еще одно электронное сообщение, содержащее следующую информацию: *I truly believe we can flip those seats and secure victory // Я искренне верю, что мы можем кардинальным образом изменить результаты и обеспечить победу* (21.07.21, 11:28). В сочетании с производным модальным словом *truly* / действительно усиливается значение метафоры *secure victory* / обеспечить победу, тем самым адресат получает дополнительное подтверждение возможностей претендента на избираемую должность в Конгрессе США.

Слот «Поражение / терпеть поражение» находит свое воплощение через глагол *lose* / проигрывать, *defeat* / наносить поражение: *when a candidate for president is defeated // когда кандидат на пост президента терпит поражение* (21.07.20, 03:18). Как правило, в жанре «политическая email-рассылка» действия кандидата оппозиционной партии представлены посредством метафор, входящих в состав слота «Поражение / терпеть поражение» (создание образа «чужого»), в то время как метафоры слота «Победа / одерживать победу» применяются для характеристики действий «своего» кандидата.

Исходя из частотности употребления лексических единиц, входящих в структуру метафорической модели «Политика — это война», наибольшее количество слотов выделено во фрейме «Наименование видов и способов ведения боевых действий»: слот «Наступательные действия» — 27,3 %, слот «Оборонительные действия» — 21,5 %, слот «Виды военных действий» — 3,9 %. В жанре «политическая email-рассылка» подобное количество и большая насыщенность лексических единиц с номинациями *defend* / обороняться, *struggle* / сражаться, *fight* / бороться, *confront* / противостоять, *occupy* / захватывать, *fight back* / давать отпор, *take control of* / взять под свой контроль, представленными в слотах «Оборонительные действия» и «Наступательные действия», позволяют интерпретировать ситуацию следующим образом: между участниками предвыборной гонки ведется ожесточенная борьба с целью укрепления и удержания власти.

Менее заполненными являются фрейм «Наименование позиции боевых действий» (2,1 %) и слот «Поражение / терпеть пора-

жение» (1,6 %), входящий во фрейм «Наименование результатов военных действий». Это объясняется тем, что интенции авторов политической email-рассылки направлены прежде всего на сам процесс предвыборных кампаний, его положительный исход, включение в предвыборную гонку различных способов ее ведения, нежели на отрицательный исход (поражение) и место действия.

Осуществив подсчет лексических единиц с семой «война», получивших метафорические значения, мы установили, что в жанре «политическая email-рассылка» преобладают глагольные метафоры (59,7 %). Использование субстантивных метафор с семой «война» составляет 34,1 %, в то время как адъективные и адverbиальные метафоры с семой «война» используются значительно реже (6,2 %). Доминирование глагольных метафор с семой «война» в жанре «политическая email-рассылка» объясняется стремлением отразить динамику действий, агрессию, ожесточенное сопротивление и агональность предвыборных кампаний.

Метафорическая модель «Политика — это спорт»

Метафорическая модель «Политика — это спорт» в жанре «политическая email-рассылка» представлена менее широко по сравнению с моделью «Политика — это война» (27,8 % и 64,3 % соответственно). Метафорическая модель «Политика — это спорт» включает в себя фреймы «Наименование видов легкоатлетической деятельности» (21,3 %) и «Виды игровой деятельности» (6,5 %).

Фрейм «Наименования видов легкоатлетической деятельности» включает в себя слот «Способ преодоления дистанции» (21,3 %): *ensure this race // поддержите (гарантируйте) гонку* (08.07.21, 05:13); *in an all-out sprint // во всеобщем забеге* (19.07.20, 06:28); *in critical races // в критических гонках* (14.09.20, 07:15). Лексема *sprint* / бег на короткую дистанцию по своему семантическому значению восходит к такому виду легкоатлетических дисциплин, в которых существуют ограничения по времени и расстоянию, в то время как лексема *race* / гонка служит средством создания образа состязательности. Таким образом, использование метафорических моделей с лексемами *sprint*, *race* в жанре «политическая email-рассылка» оказывает воздействие на адресата с целью незамедлительного оказания помощи тому или иному предвыборному штабу кандидата в связи с ограничениями по времени и интенсивностью осуществления событий на политической арене.

Основу фрейма «Виды игровой деятельности» составляет слот «Игра в команде» (6,5 %), который, в свою очередь, представлен лексемой *team* / команда, действовать в команде = объединять усилия, при этом отсутствует какая-либо конкретизация вида командной игры. Тем не менее командная игра подразумевает совместные действия, направленные на достижение общего успеха, что сближает две сферы деятельности — политику и спорт. В рассматриваемом примере адресату предлагают незамедлительно оказать финансовую помощь предвыборному штабу кандидата, что будет расценено как вступление в ряды сторонников и команду избирательного штаба: *Contribute today and you will be a part of our team from Day 1. / Внесите свой вклад сегодня, и вы станете частью нашей команды с первого дня* (22.07.21, 11:57).

Метафоры с семой «спорт», обнаруженные в жанре «политическая email-рассылка», демонстрируют отношение североамериканского общества к предвыборным кампаниям как к спортивным состязаниям, главным образом связанным с преодолением определенных дистанций в условиях ограниченного времени, а также с осуществлением избирательной деятельности в команде.

Использование метафорических моделей «Политика — это спорт» в виде субстантивных метафор с семой «спорт» (74,2 %) обеспечивает формирование в сознании адресата конкретных образов политических предвыборных процессов, в то время как адъективные (9,1 %), адвербиальные (8,6 %) и глагольные метафоры (8,1 %) служат дополнением к его формированию.

Фрейм «движение» реализуется посредством слотов «Наименование способов перемещения» (5,8 %), «Наименование места перемещения» (2,3 %). Реализация слота «Наименование способов перемещения» осуществляется в субслотах «Последовательное движение / его отсутствие» (3,0 %) и «Колебательное движение» (2,8 %). Субслот «Последовательное движение / его отсутствие» представлен лексическими единицами *step* / шагать, *walk* / ходить, *stand* / стоять на чьей-либо стороне (=поддерживать), *rush* / мчаться, устремляться, нестись. Использование лексемы *step* / шагать в структуре фразового глагола *step up* / ускоряться усиливает эффект призыва адресата к незамедлительному действию: *Will you step up before midnight tonight? / Вы же присоединитесь сегодня до полуночи?* (09.05.21, 04:23).

С помощью лексемы *walk*, основным значением которой является последова-

тельное размеренное движение, противопоставленное быстрым способам преодоления дистанции (например, *run* / бежать, *rush* / мчаться, нестись), кандидат от партии республиканцев описывает осознанное действие, связанное с принятием решения заниматься политической деятельностью: *I walked away from my life as a businesswoman to serve my fellow Georgians. / Я оставила в прошлом жизнь бизнес-леди, чтобы служить своим соотечественникам — жителям штата Джорджия.*

Лексема *stand* / стоять на чьей-либо стороне (= поддерживать) указывает на необходимость постоянного действия в части поддержки кандидата, его партии, выражении согласия с основными положениями предвыборной кампании: *...show President Trump that you STAND with him and Conservative leadership / ...покажите президенту Трампу, что вы ПОДДЕРЖИВАЕТЕ его и консервативное руководство* (09.05.21, 04:23). Дополнительным приемом усиления выразительности метафоры в жанре «политическая email-рассылка» в данном случае служит прием капитализации. Написание заглавными буквами лексемы *stand* привлекает внимание к значимой для адресата и адресанта части сообщения, а также служит своеобразным призывом к действию.

Лексема *rush*, восходящая по своему семантическому значению к действию движения, осуществляемому с огромной скоростью, способствует убеждению адресата в необходимости оказания незамедлительной помощи: *...rush a donation right now! / ...спешите сделать пожертвование прямо сейчас!* (29.07.21, 10:18)

Субслот «Колебательные движения» находит воплощение в жанре «политическая email-рассылка» посредством таких лексических единиц, как *sway* / колебаться, раскачиваться, *shake* / сотрясать, раскачивать(ся), *waver* / колебаться, дрогнуть. По аналогии с физикой в лингвистике под колебательным движением будем понимать вербальные способы обозначения движения, имеющего тенденцию к повторению через определенные промежутки времени.

Семантика доминантной лексемы *sway* предполагает колебательные движения, совершаемые как в результате влияния сторонних факторов, так и в силу неустойчивости описываемого процесса или явления. В рассматриваемом примере представитель Республиканской партии США указывает на средства массовой информации, используемые представителями Демократической партии, в качестве основного воздействующего на электорат фактора: *Don't let the liberal*

media sway this election. / Не позволяйте либеральным СМИ влиять на (= раскачивать, делать неустойчивым) эти выборы (05.11.2020, 0:06).

Лексема *waver* обладает семантическим значением резкого колебательного движения, осуществляемого под влиянием внешних факторов. Отсутствие сомнений и неуверенности в «своем» кандидате обеспечивается не только посредством глагола *waver*, но и отрицательного наречия *never*. *While many Republicans walked away from President Trump at the first sign of a fight, I NEVER wavered. / В то время как многие республиканцы уходили от президента Трампа при первых признаках борьбы, я НИКОГДА не колебался (21.07.21, 07:47).*

Слот «Наименование места перемещения» упорядочивается субслотом «Место и процесс перемещения» посредством лексем *road / дорога, way / путь, способ, path / путь, траектория*.

Лексико-семантическое значение слова *road / дорога* в своем первичном варианте соотносится с твердым покрытием, предназначенным для движения транспортных средств, а впоследствии оно приобретает значение способа достижения чего-либо. В представленном примере словосочетанием *an easy + road / нелегкий + путь* автор имплицитно указывает на наличие ряда затруднений в жизни иммигрантов, прибывающих в страну и в итоге добивающихся своей цели в обретении прав и свобод, а также возможностей участия в политической жизни государства: *As a child of immigrants I watched my parents work for that Dream each and every day. It wasn't an easy road, (05.11.21, 00:05). / Являясь ребенком иммигрантов, я каждый день наблюдал, как мои родители работают ради Мечты. Это был нелегкий путь,*

Лексема *way / путь, способ* обладает, во-первых, значением места передвижения, избираемого для достижения места назначения, во-вторых, может указывать на способ достижения поставленной цели. Таким образом, в жанре «политическая email-рассылка» включение лексемы *way / путь, способ* в состав метафорической модели «Политика — это спорт» позволяет представить всю предвыборную кампанию в виде перемещения по определенной траектории в соответствии с заданным способом действия. Особого внимания заслуживает следующий пример, так как он демонстрирует не только использование метафор, принадлежащих метафорической модели «Политика — спорт» в жанре «политическая email-рассылка», но и является иллюстрацией ин-

теграции метафор, принадлежащих к другим метафорическим моделям со сферой-мишенью «Политика — это война»: *We must fight all the way to the finish line and defeat the radical left today, but that starts with patriots like you joining our team. (23.07.18, 12:08). / Мы должны сражаться до конца и сегодня победить радикальных левых, но это начинается с того, что такие патриоты, как вы, присоединяются к нашей команде.* В пределах одного предложения отмечено использование следующих вариантов метафор со сферой-мишенью «Политика — это война»: 1) *fight all the way / сражаться до конца* (= на протяжении всего пути ведения предвыборной кампании), 2) *fight to the finish line / сражаться до конца* (= финишной прямой); 3) *defeat the radical left / победить радикальных левых*; 4) *joining our team / присоединиться к нашей команде*. Метафоры 1, 2, 3 являются милитарными и входят в состав метафорической модели «Политика — это война», наполняя слот «Оборонительные действия», но при этом метафоры 1, 2 содержат лексемы, входящие в состав метафорических моделей «Политика — это спорт» (*fight to the finish line; fight all the way*). Подобная «плотность, интенсивность и позиция метафор» в жанре «политическая email-рассылка» выступает показателем имплицитных характеристик текста, выполняющих функцию речевого воздействия, а именно персуазивность [Сунь 2021: 255].

Лексема *path / путь, траектория*, входящая в состав метафор субслота «Место и процесс передвижения», вызывает в сознании адресата такой образ избирательных кампаний, при котором кандидатам необходимо не только совершать движение (= действия), но и осуществлять поиск и выбор необходимого маршрута. *We're still in this fight, and we still have a path to victory. (16.01.21, 09:12). / Мы все еще в этой борьбе, и у нас еще есть путь к победе.* Здесь, как и в предыдущем примере, спортивная метафора сочетается с милитарной, тем самым интенсивность воздействия на адресата возрастает. Получателя сообщения убеждают в том, что избирательный штаб Республиканской партии продолжает активные действия в ходе выборов и обладают всеми необходимыми возможностями для того, чтобы одержать победу.

Комплексное воздействие разных метафорических моделей «Политика — это война» и «Политика — это спорт» иллюстрируют также следующие примеры, которые доминируют в информационном пространстве в жанре американской политической email-рассылки: *fight to the finish line / бороться*

до самой финишной прямой (05.07.20, 06:17), *their top target / их главная цель* (18.06.21, 10:23), *a bull's eye on my back / мишень на моей спине* (21.06.21, 01:43). Примеры отражают эффективное наложение семантических полей и концептуальных структур в сознании создающего и воспринимающего политические месседжи, способствующее достижению поставленной медиаадресантом цели.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты исследования концептуальной метафоры в жанре «политическая email-рассылка» позволяют сделать некоторые обобщающие выводы об основных метафорических моделях, посредством которых оказывается речевое воздействие на адресата. Для жанра «политическая email-рассылка» свойственны такие основные метафорические модели, как «Политика — это война» и «Политика — это спорт». Доминирующей метафорической моделью со сферой-мишенью «Политика» в обозначенном выше жанре выступает военная метафора (64,3 %), на втором месте идет спортивная метафора (27,8 %), в то время как частотность других метафорических моделей значительно ниже (7,9 %). Таким образом, в национальной языковой картине мира США предвыборные кампании соотносятся прежде всего с ведущимися в различных направлениях военными действиями, а впоследствии и со спортивными состязаниями, связанными с преодолением дистанций, ограничением по времени, а также с работой в единой команде.

Среди милитарных метафор преобладающими являются те средства выразительности, которые реализуются в слотах «Оборонительные действия» и «Наступательные действия». В связи с этим у электората формируется представление о ходе предвыборной кампании как об ожесточенной схватке на поле боя, заключающейся, с одной стороны, в попытках удержания власти, с другой стороны — ее укрепления путем захвата новых голосов.

Метафоры, образующие фреймово-словную структуру метафорической модели «Политика — это спорт» в жанре «политическая email-рассылка», призваны создавать у адресата образ предвыборных кампаний, соотносимых со спортивными состязаниями (фрейм «Виды легкоатлетической деятельности»), главным критерием которых будет являться преодоление дистанции за ограниченное количество времени. Дополнительным воздействующим на адресата потенциалом обладают метафоры, входящие в слот «Игра в команде», так как они содер-

жат призыв присоединиться к предвыборному штабу кандидата, став частью его команды.

Фрейм «движение» указывает на способ ведения предвыборных кампаний, соотносимых с лексемами *road / дорога, way / путь, способ, path / путь, траектория*. Посредством каждой из метафор, образующих слоты «Наименование места перемещения» и «Наименование способа перемещения», имплицитно транслируется мысль о том, что предвыборная кампания — это деятельность, связанная с изменением положения в пространстве (избирательная кампания) по определенной траектории в соответствии с заданным способом действия, темпом движения и конечной целью.

Перспективным направлением является изучение эмотивных характеристик метафорических моделей, выделенных в жанре «политическая email-рассылка».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Амагов, А. М. Американский политический дискурс: метафоры войны и война метафор / А. М. Амагов, Е. В. Бондаренко, Е. В. Пупынина. — Текст : электронный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2019. — Т. 38. — № 1. — С. 5–12. — URL: <https://doi.org/10.18413/2075-4574-2019-38-1-5-12> (дата обращения: 03.09.2022).
2. Баранов, А. Н. Дескрипторная теория метафоры / А. Н. Баранов. — Москва : Языки славянской культуры, 2014. — 632 с. — Текст : непосредственный.
3. Баранов, А. Н. О типах сочетаемости метафорических моделей / А. Н. Баранов. — Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. — 2003. — № 2. — С. 73–94.
4. Баранов, А. Н. Словарь русских политических метафор / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов ; Российская акад. наук, Ин-т русского яз. — Москва : Помовский и партнеры, 2004. — 351 с. — Текст : непосредственный.
5. Будаев, Э. В. Прагматика метафоры в политической коммуникации / Э. В. Будаев. — Текст : электронный // Филология и человек. — 2007. — № 3. — С. 15–24. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatika-metafory-v-politicheskoj-kommunikatsii> (дата обращения: 03.09.2022).
6. Дейнан, Э. Метафоры: справочник по английскому языку / Э. Дейнан ; пер. с англ. С. Г. Томахина. — Москва : Астрель, 2003. — 251 с. — Текст : непосредственный.
7. Желтухина, М. Р. Лексико-фразеологическая специфика военной метафоры в современной прессе / М. Р. Желтухина, Т. Д. Магомедова. — Текст : электронный // Вестник Российского университета дружбы народов (РУДН). Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2012. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-frazeologicheskaya-spe-tsifika-voennoy-metafory-v-sovremennoy-pressе> (дата обращения: 02.07.2022).
8. Желтухина, М. Р. Мультимедиаальность американской политической email-рассылки: гибридные и поликодовые медиатексты / М. Р. Желтухина, И. П. Спорова. — Текст : электронный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2022. — № 1. — С. 169–184. — URL: <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2022-1-169-184> (дата обращения: 03.09.2022).
9. Желтухина, М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиаального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : моногр. / М. Р. Желтухина ; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания, Московский университет потребительской кооперации, Волгоградский филиал. — Москва : ИЯ РАН ; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. — 654 с. — Текст : непосредственный.

10. Каштанова, И. И. Метафора в политическом медали-курсе как объект перевода / И. И. Каштанова, А. А. Ветош-кин. — Текст : электронный // Гуманитарное образование. — 2022. — Т. 13. — № 1 (49). — С. 149–154. — URL: https://doi.org/10.51609/2079-3499_2022_13_01_149 (дата обращения: 03.09.2022).
11. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. — Москва : Едиториал УРСС, 2008. — 256 с. — Текст : непосредственный.
12. Магомадова, Т. Д. «Участники военных действий, воинские части и подразделения» как вид концептуальной военной метафоры в современном английском, немецком русском медиадискурсе / Т. Д. Магомадова. — Текст : электронный // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2016. — № 4 (108). — С. 83–90. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchastniki-voennyh-deystvii-voinskije-chasti-i-podrazdeleniya-kak-vid-kontseptualnoj-voennoj-metafory-v-sovremenном-anglijskom-nemetskom> (дата обращения: 03.09.2022).
13. Миронова, Н. И. Интернет-коммуникация: проблемы и перспективы исследования / Н. И. Миронова. — Текст : электронный // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. — 2022. — № 1. — С. 1–16. — URL: www.tverlingua.ru (дата обращения: 03.09.2022).
14. Сунь, Ю. Использование индексов метафоричности для анализа речевого воздействия метафоры в текстах публичных выступлений политиков / Ю. Сунь, О. И. Калинин, А. В. Игнатенко. — Текст : электронный // Russian Journal of Linguistics. — 2021. — Т. 25. — № 1. — С. 250–277. — URL: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277> (дата обращения: 03.09.2022).
15. Чернявская, В. Е. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты / В. Е. Чернявская. — Текст : электронный // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. — 2013. — № 2 (23). — С. 122–127. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medialnyy-povorot-v-lingvistike-polikodovye-i-gibridnye-teksty> (дата обращения: 03.09.2022).
16. Чудинов, А. П. Концептуальная метафора в политическом дискурсе: новые зарубежные исследования (2000–2004) / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. — Текст : электронный // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2005. — № 2. — С. 41–50. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-metafory-v-politicheskom-diskurse-novye-zarubezhnye-issledovaniya-2000-2004-1> (дата обращения: 03.09.2022).
17. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2003. — 248 с. — Текст : непосредственный.
18. Чудинов, А. П. Спортивная метафора в современном российском политическом дискурсе / А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2001. — № 2. — С. 26–31.
19. Чудинов, А. П. Становление и эволюция когнитивного подхода к метафоре / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. — Текст : электронный // Новый филологический вестник. — 2007. — № 1. — С. 8–27. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-evolyutsiya-kognitivnogo-podhoda-k-metafore> (дата обращения: 03.09.2022).
20. Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии : моногр. / А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2013. — 176 с. — Текст : непосредственный.
21. Шелестюк, Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : моногр. / Е. В. Шелестюк. — Москва : Флинта : Наука, 2014. — 344 с. — Текст : непосредственный.
22. Belt, T. Metaphor and political persuasion / T. Belt. — Los Angeles : University of Southern California, 2003, 255 p. — Text : unmediated.
23. Burgers, C., Konijn, E. A., Steen, G. Figurative Framing: Shaping public discourse through metaphor, hyperbole and irony // Communication Theory. — Vol. 26. — Iss. 4. — P. 410–430. — URL: <https://doi.org/10.1111/comt.12096> (дата обращения: 03.09.2022). (In English)
24. Chilton, P. Metaphors in Political Discourse / P. Chilton // Encyclopedia of Language & Linguistics (Second Edition). — P. 63–65. — URL: <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00728-8> (In English).
25. Gibbs, R. Metaphor wars: Conceptual Metaphors in Human Life / R. Gibbs. — Cambridge: Cambridge University Press, 2017. — 328 p. — Text : unmediated.
26. Karpovskaya, N., Shiryayeva, O., Zheltukhina, M. Stylistic means of headline creating in the information-analytical media text: pragmasemantic aspect of metaphor / N. Karpovskaya, O. Shiryayeva, M. Zheltukhina // XLinguae, № 12 (4). — P. 173–182. — URL: <https://doi.org/10.18355/XL.2019.12.04.15> (дата обращения: 03.09.2022). (In English)
27. Nurdauletova, B., Abdilova, G. and Saparbaikyzy, S. Metaphors in a Cognitive Aspect / B. Nurdauletova, G. Abdilova, S. Saparbaikyzy // Open Journal of Social Sciences, № 3. — pp. 74–79. Режим доступа: <https://doi.org/10.4236/jss.2015.32010> (дата обращения: 03.09.2022). (In English)
28. Ritchie, D. Metaphor. Key topics in semantics and pragmatics / D. Ritchie. — Cambridge University Press, 242 p. — Text : unmediated.
29. Weiss, D. Metaphors Dictionary / D. Weiss, E. Sommer. — Visible Ink Press; Reissue edition, 2001. — 672 p. — Text : unmediated.

REFERENCES

1. Amatov, A. M. (2019). Amerikanskij politicheskij diskurs: metafory vojny i vojna metafor [US political discourse: metaphors of war and war of metaphors]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 38(1), 5–12. Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://doi.org/10.18413/2075-4574-2019-38-1-5-12> (In Russ.)
2. Baranov, A. N. (2014). *Deskriptornaja teorija metafory* [Descriptor theory of metaphor]. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 632 p. (In Russ.)
3. Baranov, A. N. (2003). O tipah sochetaemosti metaforičeskikh modelej [On the types of compatibility of metaphorical models]. *Voprosy jazykoznanija*, 2, 73–94. (In Russ.)
4. Baranov, A. N. (2004). Slovar' russkikh politicheskikh metafor [Dictionary of Russian political metaphors]. Rossijskaja akad. nauk, In-t russkogo jaz. Moscow: Pomovskij i partnery, 351 p. (In Russ.)
5. Budaev, E. V. (2007). Pragmatika metafory v politicheskoj kommunikacii [Pragmatics of metaphor in political communication]. *Filologija i chelovek*, 3, 15–24. Retrieved Sept. 3, 2022, <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatika-metafory-v-politicheskoj-kommunikacii> (In Russ.)
6. Deinan, E. (2003). *Metafory: Spravočnik po anglijskomu jazyku* [Metaphors: A Handbook of the English Language] (E. Deinan; transl. from English by S. G. Tomakhin). Moscow: Publishing House "Astril", 251 p. (In Russ.)
7. Zheltukhina, M., & Magomadova T. (2012). Leksiko-frazeologičeskaja specifika voennoj metafory v sovremennoj presse [Lexico-phraseological nature of a military metaphor in modern press]. *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika*, 1, 39–49. Retrieved from <https://journals.rudn.ru/semiotics-semantics/article/view/7430/0> (in Russ.)
8. Zheltukhina, M., & Sporova, I. (2022). Mul'timedial'nost' amerikanskij politicheskoj email-rassylki: gibridnye i polikodovye mediateksty [Multimediality of the American Political Direct E-mail: Hybrid and Polycode Media Texts]. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 1, 169–184. Retrieved from <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2022-1-169-184> (In Russ.)
9. Zheltukhina, M. (2003). *Tropologičeskaja suggestivnost' mass-medial'nogo diskursa: o probleme rečevogo vozdeystvija tropov v jazyke SMI* [Tropological suggestiveness of mass media discourse: on the problem of the speech impact of tropes in the language of the media: monograph]. Moscow: Ros. akad. nauk, In-t jazykoznanija, Moskovskij universitet potrebitel'skoj kooperacii, IYA RAN; Volgograd: Volgogradskij filial, Publishing House of VF MUPC, 654 p. (In Russ.)
10. Kаштанова, И., & Ветошкин, А. (2022). Метафора в политическом медиадискурсе как объект перевода [Metaphor in political media discourse as an object of translation]. *Education in the*

Humanities, 13(No 1(49)), 149–154. Retrieved from https://doi.org/10.51609/2079-3499_2022_13_01_149 (In Russ.)

11. Lakoff, J., & Johnson, M. (2008). *Metafori, kotorymi my zhivem* [Metaphors we live by]. Moscow : Editorial URSS, 256 p. (In Russ.)

12. Magomadova, T. (2016). «Uchastniki voennyh dejstvij, voinskie chasti i podrazdelenija» kak vid konceptual'noj voennoj metafori v sovremennom anglijskom, nemeckom ruskom mediadiskurse [«Participants of military actions, military units and divisions» as a type of conceptual military metaphor in the modern English, German, Russian media discourse]. *Izvestiya VSPU*, 4(108), 83–90. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/uchastniki-voennyh-deystvij-voinskie-chasti-i-podrazde-leniya-kak-vid-konceptualnoy-voennoj-metafori-v-sovremenn-om-anglijskom-nemetskom> (In Russ.)

13. Mironova, N. (2022). Internet-kommunikacija: problemy i perspektivy issledovanija [Internet communication: problems and research prospects]. *Mir lingvistiki i kommunikacii: jelektronnyj nauchnyj zhurnal*, 1, 1–16. Retrieved from www.tverlingua.ru (In Russ.)

14. Sun, Y., Kalinin, O., & Ignatenko, A. (2021). Ispol'zovanie indeksov metaforichnosti dlja analiza rechevogo vozdejstvija metafori v tekstah publicnyh vystuplenij politikov [The use of metaphor power indices for the analysis of speech impact in political public speeches]. *Russian Journal of Linguistics*, 25(1), 250–277. Retrieved from <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277>. (In Russ.)

15. Tchernyavskaya, V. (2013). Medial'nyj povorot v lingvistike: polikodovye i gibridnye teksty [Medial Turn in Linguistics: Text Hybridity]. *Vestnik ISLU*, 2(23), 22–127. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/medialnyy-povorot-v-lingvistike-polikodovye-i-gibridnye-teksty> (In Russ.)

16. Chudinov, A., & Budaev, E. (2005). Konceptual'naja metafora v politicheskom diskurse: novye zarubezhnye issledovanija (2000–2004) [Conceptual metaphor in political discourse: American, European and Russian research options]. *Political Linguistics*, 17, 35–77. Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-metafora-v-politicheskom-diskurse-amerikanskiy-evropeyskiy-i-rossijskiy-varianty-issledovan-ija> (In Russ.)

17. Chudinov, A. (2003). *Metaforicheskaja mozaika v sovremennoj politicheskoj kommunikacii* [Metaphorical mosaic in modern political communication] [Monograph] / Ekaterinburg: Ural State Ped. Univ., 248 p. (in Russ.)

18. Chudinov, A. (2001). Sportivnaja metafora v sovremennom rossijskom politicheskom diskurse [Sports metaphor in contemporary Russian political discourse]. *Bulletin of VSU. Series Linguistics and Intercultural Communication*, 2, 26–31. Retrieved from <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/lingvo/2001/02/chudinov.pdf>. (In Russ.)

19. Chudinov, A., & Budaev, E. (2007). Stanovlenie i jevoljucija kognitivnogo podhoda k metafore [Formation and evolution of the cognitive approach to metaphor]. *Novyj filologicheskij vestnik*, 4(1), 8–27. Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-evolyutsiya-kognitivnogo-podhoda-k-metafore> (In Russ.)

20. Chudinov, A. (2013). *Očerki po sovremennoj politicheskoj metaforologii* [Essays on Contemporary Political Metaphorology] [monograph]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 176 p. (In Russ.)

21. Shelestyuk, E. (2014). *Rechevoe vozdejstvie: ontologija i metodologija issledovanija: monografija* [Speech influence: ontology and methodology of study] [Monograph]. Moscow: Flinta, Nauka, 344 p. (In Russ.)

22. Belt, T. (2003). *Metaphor and political persuasion*. Los Angeles : University of Southern California, 255 p.

23. Burgers, C., Konijn, E. A., & Steen, G. (2016). Figurative Framing: Shaping public discourse through metaphor, hyperbole and irony. *Communication Theory*, 26(4), 410–430. Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://doi.org/10.1111/comt.12096>

24. Chilton, P. (2006). Metaphors in Political Discourse. In *Encyclopedia of Language & Linguistics* (Second Edition, pp. 63–65). Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00728-8>

25. Gibbs, R. (2017). *Metaphor wars: Conceptual Metaphors in Human Life*. Cambridge: Cambridge University Press, 328 p.

26. Karpovskaya, N., Shiryayeva, O., & Zheltukhina, M. (2019). Stylistic means of headline creating in the information-analytical media text: pragmasemantic aspect of metaphor. *XLinguae*, 12(4), 173–182. Retrieved Sept. 3, 2022, from <https://doi.org/10.18355/XL.2019.12.04.15>

27. Nurdauletova, B., Abdilova, G., & Saparbaikyzy, S. (2015). Metaphors in a Cognitive Aspect. *Open Journal of Social Sciences*, 3, 74–79. Retrieved from <https://doi.org/10.4236/jss.2015.32010>.

28. Ritchie, D. (2013). *Metaphor. Key topics in semantics and pragmatics*. Cambridge University Press, 242 p.

29. Weiss, D., & Sommer, E. (2001). *Metaphors Dictionary*. Visible Ink Press; Reissue edition, 672 p.