

RU

## Типология военных метафор в англоязычном дискурсе COVID-19

Дадуева А. С.

**Аннотация.** Цель исследования – провести классификацию военных метафор, используемых в медиадискурсе COVID-19. Научная новизна работы заключается в выявлении основных типов военных метафор, характерных для англоязычного дискурса COVID-19. В статье представлен обзор теоретического материала, показавший, что метафоризация современного медиадискурса COVID-19 носит универсальный характер и отражает процессы глобализации. Автором проведен анализ военных метафор из англоязычных СМИ. В результате выделены типы метафор с точки зрения классификации по соотношению ЯЗЫК – МЫШЛЕНИЕ, с точки зрения структурной классификации и стилистической значимости. Определена роль метафор в формировании новейшей англоязычной языковой картины мира. Языковые метафоры расширяют семантический спектр значений коронавируса, концептуальные метафоры отражают способность мышления выйти на уровень глобального осмысления проблемы. Глагольные метафоры открывают доступ к сценарности ситуации пандемии, именные метафоры создают метафорический образ пандемии. Именные и адъективные метафорические словосочетания позволяют охарактеризовать субъекты и объекты эпидемии с позиции оценочной семантики. Окасиональные метафоры создают образы, которые имеют скрытый потенциал перейти в стереотипы и ценности социума.

EN

Typology of military metaphors  
in the English-language COVID-19 discourse

A. S. Dadueva

**Abstract.** The purpose of the study is to classify the military metaphors used in the COVID-19 media discourse. The scientific novelty of the work lies in the identification of the main types of military metaphors characteristic of the English-language discourse of COVID-19. The article presents an overview of the theoretical material, which showed that the metaphORIZATION of the modern COVID-19 media discourse is universal and reflects the processes of globalization. The author analyzes military metaphors from the English-language media. As a result, the types of metaphors are distinguished from the point of view of classification according to the LANGUAGE – THINKING ratio, from the point of view of structural classification and stylistic significance. The role of metaphors in the formation of the latest English language worldview is determined. Linguistic metaphors expand the semantic spectrum of coronavirus meanings, conceptual metaphors reflect the ability of thinking to reach the level of global understanding of the problem. Verbal metaphors provide access to the scenario of a pandemic situation, nominal metaphors create a metaphorical image of a pandemic. Nominal and adjectival metaphorical phrases allow us to characterize the subjects and objects of the epidemic from the perspective of evaluative semantics. Occasional metaphors create images that have a hidden potential to transform into stereotypes and values of society.

## Введение

Актуальность исследования: тема COVID-19 привлекает особое внимание лингвистов и активно разрабатывается на протяжении последних четырех лет. В возникшем за это время новом дискурсе – дискурсе COVID-19 – наблюдается интенсивное использование метафор. Большой интерес у лингвистов вызывает анализ скрытых смыслов, стоящих за метафорами. В то же время с позиции лингвиста-исследователя возникает необходимость в типологии метафор СМИ-языка пандемии COVID-19 для определения тенденций и направлений семантического осмысления проблемы пандемии XXI века.

В данном исследовании решаются следующие задачи: провести анализ теоретических источников, посвященных метафорической репрезентации COVID-19 в медиадискурсе разных стран; выполнить анализ

языкового материала из англоязычных СМИ, освещающих пандемию COVID-19; определить роль метафор в формировании новейшей англоязычной языковой картины мира.

Материалом исследования послужили статьи из англоязычных электронных СМИ (“The New York Times”, “The Guardian”, “Daily Mirror”, “Los Angeles Times”, “The Economist”, “The Times of India”, “Science Daily”, “The Sun”, “United Nations”, “Science News”) за период с 2020 по 2023 год.

К исследованию также привлекались лексикографические источники:

- Американская энциклопедия Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>;
- Англо-русский словарь Linguee. <https://www.linguee.ru/>;
- Британская энциклопедия Britannica. <https://www.britannica.com/>;
- Кембриджский словарь Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>;
- Онлайн-словарь Dictionary.com. <https://www.dictionary.com/>;
- Онлайн-тезаурус Thesaurus.com. <https://www.thesaurus.com/>;
- Словарь синонимов Thesaurus.net. <https://www.thesaurus.net/>;
- Этимологический словарь Online Etymology Dictionary. <https://www.etymonline.com/>.

Теоретической базой исследования послужили труды Дж. Лакоффа и М. Джонсона (1990), А. Хаверкампа (Haverkamp, 1996), М. Бирдсли (1990), А. Ричардса (1990), В. Г. Гака (1977), С. А. Хахаловой (2011), посвященные теории метафоры. За основу взяты утверждения о том, что «наша понятийная система носит преимущественно метафорический характер», поэтому «наше мышление, повседневный опыт и поведение в значительной степени обуславливаются метафорой» (Лакофф, Джонсон, 1990, с. 387). Под метафорой понимаем «разноразличные единицы вторичной косвенной номинации – номинативные знаки (слова, словосочетания), предикативные знаки (предложения), сложные предикативные знаки (тексты), основанные на переносе формата с фиктивного единичного (а может быть, и сложного) денотата на реальный денотат, между которыми обнаруживается общая константа сравнения» (Хахалова, 2011, с. 78).

В работе были использованы следующие методы исследования: метод сплошной выборки, посредством которого осуществлялся поиск материала в процессе обработки статей электронных средств массовой информации; методы аналитической и словарной дефиниции, с помощью которых проводился лексико-семантический анализ значения слова; метод семантического анализа, метод сочетаемости и метод сопоставления для исследования синтаксической и семантической валентности слова; метод контекстуального анализа и интерпретативный метод, путем применения которых осуществлялась интерпретация контекстуального значения метафоры.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов при проведении типологии и классификации метафор в дискурсе СМИ. Результаты исследования могут быть использованы при разработке теоретических курсов и учебных пособий по теории метафоры, дискурсивной, когнитивной, аксиологической лингвистике.

## Обсуждение и результаты

С момента распространения эпидемии COVID-19 рассматривается как дискурсивная единица, в которой функционируют концепты CORONAVIRUS, PANDEMIC, COVID-19, эксплицирующиеся на материале разных языков.

Сравнительно-сопоставительные исследования на материале медиадискурсов русского и английского языков проводятся в русле анализа способов формирования общественного сознания и языковой картины мира. Выявлены наиболее употребительные концептуальные метафоры двух языков, источниками метафоризации в которых выступают знания из таких концептуальных областей, как «Война», «Стихийное бедствие», «Мифология», «Живое существо / человек».

Изучение метафоры коронавируса на материале китайского языка в интернет-пространстве проводится в русле выявления тематических групп метафор, объектом метафоризации которых является коронавирус: 1) коронавирус как война; 2) коронавирус как угроза, объединяющая людей; 3) коронавирус как темная сущность; 4) коронавирус как предостережение для человечества; 5) новые герои в условиях эпидемии коронавируса; 6) коронавирус как непредсказуемое событие; 7) новые предметы и явления в условиях коронавируса (Пруцких, 2023).

Анализ метафорической репрезентации COVID-19 в медиадискурсе Франции свидетельствует о том, что военная метафора широко используется во французских средствах СМИ. Речь идет о том, что она позволяет «актуализировать прагматические смыслы внезапности и разрушительности пандемии, а также необходимости сплотить усилия для противостояния инфекции» (Мозжерина, Будаев, 2023, с. 65).

Изучение концепта CORONAVIRUS в немецкоязычной прессе идет по пути определения его концептуальных признаков. Выявлены пространственные, временные, религиозные, природные, предметные признаки и признаки живого существа у данного концепта. Изучение концепта CORONAVIRUS в немецкоязычной прессе показывает, что наряду с концептуальной метафорой CORONAVIRUS IST KRIEG (КОРОНАВИРУС – ЭТО ВОЙНА) функционируют и другие концептуальные метафоры, например CORONAVIRUS IST EINE KRISE (КОРОНАВИРУС – ЭТО КРИЗИС), CORONAVIRUS IST EINE KATASTROPHE (КОРОНАВИРУС – ЭТО КАТАСТРОФА) и CORONAVIRUS – HISTORISCHE CHANCE (КОРОНАВИРУС – ЭТО ИСТОРИЧЕСКИЙ ШАНС).

Обратимся к анализу лингвистических исследований метафор концептуальной области «Война». Многие исследователи отмечают востребованность метафор войны в период эпидемии и в постковидный период.

Данная метафорическая модель представлена фреймами «Война и ее характеристики», «Участники военных действий», «Зона военных действий», «Действия врага», «Противостояние врагу» (Данкова, Крехтунова, 2020), «План ведения боя» (Бабаева, 2023). Авторы предлагают анализировать метафорическую модель через ее структурирование фреймами.

Самой продуктивной из метафор китайского языка является метафорическая модель «Коронавирус как война». «Доминирование милитаристских метафор создает образ вируса как врага... вакцина становится новым военным оружием, врачи – герои войны, которые сражаются на передовой, вспышки эпидемии рассматриваются как захватническое вторжение, а внезапность эпидемии сравнивается с блицкригом» (Пруцких, 2023, с. 59). В данном случае предложено анализировать метафорическую модель через анализ тематических групп метафор, объектом метафоризации которых является коронавирус.

Отмечается, что важной особенностью использования военной метафоры во французских СМИ является тот факт, что существует реальная возможность влиять на процесс. «Милитарная сфера привносит перспективу возможности активного вмешательства в ход событий» (Мозжерина, Будаев, 2023, с. 72). Метафорическая модель здесь описывается через анализ концептов, входящих в концептосферу GUERRE (ВОЙНА).

Наряду с этим, в дискурсе COVID-19 немецкого языка выявляются разные метафорические модели, одной из которых является концептуальная метафора: CORONAVIRUS IST KRIEG (КОРОНАВИРУС – ЭТО ВОЙНА). Установлено, что она активизирует «концептуальные векторы опасности, тревожности и неопределенности» (Фоменок, 2023, с. 102). В данном исследовании предлагается анализировать метафорическую модель через анализ признаков, формирующих базовый слой (ядро концепта, его образ) концепта CORONAVIRUS.

Обратимся к анализу лингвистических исследований метафор концептуальной области «Стихийное бедствие» в дискурсе COVID-19 в СМИ. Самыми востребованными в русском языке среди метафор природы оказались образы цунами, урагана, шторма, наводнения. Как предполагают авторы исследований, такая концептуализация обусловлена «внезапностью начала пандемии и ее разрушительными последствиями» (Будаев, Ковалева, Щербинина, 2022, с. 32). В более поздних исследованиях выявляется постепенное снижение продуктивности природной метафоры, что «свидетельствует о преодолении страха и тревоги и выходе на новый этап восприятия пандемийной реальности – принятие» (Сизых, 2023, с. 111).

Преобладание военных метафор, метафор стихийных бедствий в медиадискурсе COVID-19 можно объяснить общей напряженной социальной ситуацией глобального мира. Ее характеризуют как «константно эмоционально напряженную действительность с превалированием негативных событий и их негативной вербальной упаковки в различных СМИ и бытовом общении» (Шаховский, 2017, с. 112). Средства массовой информации предоставляют человеку информацию о происходящих событиях и процессах, «формируя в то же время его мировоззрение и оказывая влияние на мышление и поведение» (Гуляева, Клюкина, Давыдова и др., 2020, с. 617). В этой метафорической модели «воплощаются негативно-оценочные и эмоционально-агрессивные коннотации языкового сознания общества, выбравшего область знаний “война” для означивания реалий эпохи пандемии» (Темиргазина, Лучик, 2020, с. 32).

Кроме известного мнения о том, что концепт CORONAVIRUS структурируется разными концептуальными областями и фреймами, о чем говорилось выше, ряд авторов (Алюнова, Никитинская, 2021) предполагает, что концепт структурируется когнитивными. Когнитивная трактуется как «словесная формулировка суждения о чем-либо и выражается через лексико-семантическое поле» (Алюнова, Никитинская, 2021, с. 36). Ментальная составляющая когнитивной соотносится с суждением, а материальная – со словом, последнее является составной частью лексико-семантического поля, которое, в свою очередь, может быть структурировано и организовано микрополями. Таким образом, в структуре концепта CORONAVIRUS на материале современного английского языка обнаружено четыре когнитивные: 1) вирус; 2) болезнь/недуг; 3) биологическое оружие; 4) оказание влияния на общество. Когнитивная *оказание влияния на общество* состоит из микрополей: «Угроза для людей», «Карантинные меры», «Эмоциональная реакция населения страны» и «Изменения в социуме» (Алюнова, Никитинская, 2021). Данные микрополя указывают на логические взаимосвязи социальных процессов при формировании общественного сознания и новейшей языковой картины мира. Они служат средством объяснения логической цепочки: появился неизвестный до этого вирус, он создал угрозу для людей, поэтому принимаются карантинные меры, разные люди реагируют на наличие угрозы и объявление карантина по-разному, одни – положительно, другие – отрицательно. В средствах СМИ доминируют преимущественно негативные эмоции и контексты, они в очень сильной мере влияют на изменения в социуме. В данном исследовании можно предположить проекцию влияния концепта CORONAVIRUS на будущее.

Сказанное выше позволяет утверждать, что метафоризация современного медиадискурса COVID-19 носит универсальный характер и отражает процессы глобализации. Разные метафорические единицы в разных языках используются для репрезентации концепта CORONAVIRUS. Вслед за Е. Ю. Воякиной можно согласиться с тем, что конечной задачей функционирования разных типов метафор является «формирование и закрепление в сознании реципиента стереотипов и ценностей, навязанных продуцентом информации, что является частью формирования общественного сознания и языковой картины мира» (2021, с. 388). Значит ли это, что стереотипы и ценности дискурса COVID-19 являются универсальными для всего человечества и ведут к деконструкции морали, обрекая ее на глобальную катастрофу?

Многочисленные исследования метафор в дискурсе COVID-19 являются основанием для того, чтобы провести их типологию.

Обратимся к анализу языкового материала.

(1) President Jair Bolsonaro of Brazil has been presenting an image of resilience and vigor as he **fight**s the coronavirus... (Londoño E. Bolsonaro Hails Anti-Malaria Pill Even as He Fights Coronavirus // The New York Times. 08.07.2020. <https://www.nytimes.com/2020/07/08/world/americas/brazil-bolsonaro-covid-coronavirus.html>). / Президент Бразилии Дж. Болсонаро демонстрирует стойкость и энергичность в борьбе с коронавирусом (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – А. Д.).

(2) For two weeks, he **had been battling** the coronavirus at Massachusetts General Hospital, on a ventilator and, for the past nine days, connected to a last-resort artificial heart-lung machine as well (Belluck P. 32 Days on a Ventilator: One Covid Patient's Fight to Breathe Again // The New York Times. 26.04.2020. <https://www.nytimes.com/2020/04/26/health/coronavirus-patient-ventilator.html>). / В течение двух недель он, будучи подключенным к аппарату искусственной вентиляции легких, боролся с коронавирусом в Массачусетской больнице, а последние девять дней был подключен к аппарату искусственного кровообращения.

(3) The success of mRNA-based drugs in **combating** coronavirus is inspiring scientists to create similar vaccines for melanoma and other tumours (Cox D. 'This will happen before 2030': how the science behind Covid vaccines might help to fight cancer // The Guardian. 22.01.2023. <https://www.theguardian.com/science/2023/jan/22/the-other-big-c-how-the-science-behind-covid-vaccines-might-help-to-fight-cancer>). / Успех препаратов на основе мРНК в борьбе с коронавирусом вдохновляет ученых на создание подобных вакцин против меланомы и других видов опухолей.

(4) WHO **is struggling** against COVID-19... (Pierson D. WHO is struggling against COVID-19 and a divided world testing its authority // Los Angeles Times. 01.04.2023. <https://finance.yahoo.com/news/struggling-against-covid-19-divided-154241957.html>). / ВОЗ сражается с COVID-19...

В приведенных контекстах использованы глаголы fight, battle, combat, struggle с синонимичным значением «бороться, сражаться». Все они представляют концепт WAR (ВОЙНА). В качестве объекта выступают слова virus, coronavirus, Covid-19, относящиеся к концепту DISEASE (БОЛЕЗНЬ). Таким образом, борьба ведется как против коронавируса, так и против самого заболевания COVID-19. Взаимодействие двух разных концептов, WAR и DISEASE (ВОЙНА и БОЛЕЗНЬ), ведет к нарушению семантической сочетаемости при сохранении синтаксической сочетаемости. Следовательно, глаголы fight, battle, combat, struggle в указанных контекстах приобретают метафорическое значение, которое, как мы понимаем, означает «лечить(-ся), искать средства для профилактики и лечения заболевания, принимать меры для предотвращения распространения коронавируса». Данные метафоры являются окказиональными, так как переосмысление значения глаголов происходит благодаря экстралингвистической коммуникативной ситуации, выраженной словосочетаниями: fight the coronavirus, had been battling the coronavirus, battle a virus, combating coronavirus, is struggling against COVID-19. Возникает метафорическая парадигма по общему члену virus, вторая парадигма – по общему члену coronavirus, третья парадигма – по общему члену COVID-19. В качестве субъектов действия здесь выступают президент (пример 1), пациент (пример 2), медицинский препарат (пример 3) и ВОЗ (пример 4). Все они предстают перед читателями как активные участники боевых действий, противостоящие распространению коронавирусной инфекции. Противостояние проявляется по-разному: пациенты пытаются вылечиться, препараты – вылечить, президент и ВОЗ ищут способы лечения заболевания и профилактики его распространения.

В контексте эпидемической ситуации метафорическое значение приобретают и глаголы kill, claim, fend off, attack в следующих примерах:

(5) Coronavirus **has killed** millions (Nolen S. W.H.O. Ends Global Health Emergency Designation for Covid // The New York Times. 05.05.2023. <https://www.nytimes.com/2023/05/05/health/covid-who-emergency-end.html>). / Коронавирус убил миллионы.

(6) The virus **claimed** neighbors, comedians and drinking buddies (Hauser Ch. How We Mourn Covid's Victims // The New York Times. 09.08.2022. <https://www.nytimes.com/2022/08/09/us/covid-deaths-memorials.html>). / Вирус унес жизни соседей, комиков и пьющих людей.

(7) It's cheap, widely available and might help us **fend off** the virus (Busby M. Does vitamin D combat Covid? // The Guardian. 10.01.2021. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/jan/10/does-vitamin-d-combat-covid>). / Это дешево, доступно и может помочь нам бороться с вирусом / дать отпор вирусу.

(8) They needed to find ways of putting pieces of spike protein into the body in order to stimulate the creation of antibodies that would **attack** them (McKie R. The vaccine miracle: how scientists waged the battle against Covid-19 // The Guardian. 06.12.2020. <https://www.theguardian.com/world/2020/dec/06/the-vaccine-miracle-how-scientists-waged-the-battle-against-covid-19>). / Им нужно было найти способы введения кусочков спайкового белка в организм для стимулирования выработки антител, которые атаковали бы их (кусочки).

В примерах 5 и 6 коронавирус предстает активным субъектом, способным убивать беспощадно и без разбору. Использование глагольных метафор kill и claim здесь призвано дать эмоционально-экспрессивную окраску происходящему, что не может не вызывать у читателя эмоциональный отклик в виде тревоги и страха. Примеры 7 и 8 позволяют расширить состав армии, противостоящей распространению коронавирусной инфекции: мы в целом как население и антитела как часть иммунной системы. В семантику глаголов attack и fend off заложена успешность предпринимаемых действий, следовательно, роль данных глагольных метафор – создать образ успешного противостояния, подарить читателю надежду на благоприятный исход борьбы с пандемией.

Рассмотрим следующий ряд примеров с использованием метафор.

(9) Tedros said the virus had been named COVID-19, explaining that it was important to avoid stigma and that other names could be inaccurate... The world must "wake up and consider this enemy virus as public **enemy** number

one,” said Tedros (Boseley S. Coronavirus should be seen as ‘public enemy number one’, says WHO // The Guardian. 11.02.2020. <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/11/coronavirus-vaccine-could-be-ready-in-18-months-says-who>). / Тедрос сказал, что вирус получил название COVID-19, объяснив, что важно избегать стигматизации и что другие названия могут быть неточными... Мир должен «пробудиться и осознать, что этот враждебный вирус является врагом общества номер один».

(10) “Invisible” coronavirus **enemy** unmasked as chilling microscope images reveal how bug erupts into human cells... The virus can be seen erupting out from the surface of human cells which were cultured in a laboratory and taken from a patient in America by the US National Institute of Health (Jones L. ENEMY LINES ‘Invisible’ coronavirus enemy unmasked as chilling microscope images reveal how bug erupts into human cells // The Sun. 20.03.2020. <https://www.thesun.co.uk/news/11215082/invisible-coronavirus-enemy-unmasked-microscope-images-erupts-human-cells/>). / «Невидимый» враг коронавируса разоблачен благодаря жутким изображениям под микроскопом, демонстрирующим, как вирус проникает в человеческие клетки. Вирус можно увидеть на поверхности клеток, взятых у больного и выращенных в лаборатории Национального института здравоохранения США.

Анализ семантики слова enemy (Британская энциклопедия Britannica) позволяет выявить следующие семантические признаки: субъектность (someone, something, people, person); противопоставление (belonging to the other side in a war, fight against); враждебность (hates, attacks), вредоносность (tries to harm, harms, threatens). Обращение к этимологии слова enemy позволяет утверждать, что в своем прямом значении оно обладает признаком категории «одушевленность», обозначая в латинском языке недруга (Этимологический словарь Online Etymology Dictionary). Вирус же, представляющий собой неживую молекулу, обладает признаком «неодушевленность». Таким образом, сравнительный анализ показал, что на уровне лексического значения наблюдаются общие семантические признаки (субъектность и вредоносность), что является основанием для взаимодействия двух разных концептов WAR (ВОЙНА) и DISEASE (БОЛЕЗНЬ), а вирус, представленный в данных примерах как coronavirus (пример 10) и COVID-19 (пример 9), приобретает признаки, характерные для enemy (противопоставление, враждебность, одушевленность). Персонализация вируса coronavirus/COVID-19 путем приписывания ему признаков одушевленного лица приводит к появлению концептуальной метафоры CORONAVIRUS/COVID-19 IS AN ENEMY (КОРОНАВИРУС/КОВИД-19 – ЭТО ВРАГ). Таким образом, в сознании читателей формируется представление о коронавирусе не просто как о вирусе, но как об активном живом существе, которое нападает, намереваясь причинить вред, и против которого ведется война. Существительное enemy представляет собой еще один вид метафор – окказиональные именные метафоры.

К группе окказиональных именных метафор также относятся существительные weapon, fight, battle, bulwark в следующих контекстах:

(11) Until that number rises, masks are the best **weapons** (A big study in Bangladesh finds simple ways to encourage mask use // The Economist. 11.09.2021. <https://www.economist.com/asia/2021/09/11/a-big-study-in-bangladesh-finds-simple-ways-to-encourage-mask-use>). / Пока это число не увеличится, маски – лучшее оружие.

(12) Vaccines proved to be the most effective **bulwark** against hospitalization and death from Covid-19 (Stolberg Sh. G., Weiland N. Experts See Lessons for Next Pandemic as Covid Emergency Comes to an End // The New York Times. 11.05.2023. <https://www.nytimes.com/2023/05/11/us/politics/covid-response-lessons.html>). / Вакцины оказались самым надежным средством борьбы с госпитализацией и гибелью от Covid-19.

(13) We have won the **battle** to defend Wuhan, and we will certainly be able to win the **battle** to defend Shanghai (Davidson H. Xi Jinping attacks ‘doubters’ as he doubles down on China’s zero-Covid policy // The Guardian. 06.05.2022. <https://www.theguardian.com/world/2022/may/06/xi-jinping-attacks-doubters-as-he-doubles-down-on-chinas-zero-covid-policy>). / Мы выиграли битву за Ухань, и мы уверены, что сможем выиграть битву за Шанхай.

(14) The United Nations continues to ramp up its **fight** against the coronavirus (Fight Against Coronavirus Is Everyone’s Business // United Nations. 20.03.2020. <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/war-against-coronavirus-everyone-s-business>). / ООН продолжает наращивать борьбу с коронавирусом.

Лексемы fight и battle являются синонимами (Кембриджский словарь Cambridge Dictionary), обе имеют целью создание образа активных боевых действий. Однако существительное fight, будучи более частотным по сравнению с существительным battle, более нейтрально, т. е. менее эмоционально окрашено. Лексема battle описывает более решительные действия правительства с применением самых жестких мер как эффективного оружия борьбы с коронавирусной инфекцией. В качестве эффективных мер представлены маски (пример 11) и вакцины (пример 12). Маски названы лучшим оружием (weapon), а вакцины сравниваются с бастионом или оборонительным укреплением (bulwark).

Рассмотрим следующий ряд примеров:

(15) “This is a **wicked enemy**,” the Victorian premier, Daniel Andrews, said on Tuesday (Davey M. ‘A wicked enemy’: why Australia’s second wave of coronavirus will be tougher to fight // The Guardian. 17.07.2020. <https://www.theguardian.com/australia-news/2020/jul/18/a-wicked-enemy-why-australias-second-wave-of-coronavirus-will-be-tougher-to-fight>). / «Это злой враг», – заявил во вторник премьер-министр штата Виктория.

(16) Covid-19 was an **unknown enemy**, but was quickly identified (The Guardian view on long Covid: an unknown enemy // The Guardian. 02.08.2022. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/aug/02/the-guardian-view-on-long-covid-an-unknown-enemy>). / Ковид-19 был неизвестным врагом, но его быстро распознали.

(17) The Prime Minister said: “...Yes this **enemy** can be **deadly**, but it is also **beatable** – and we know how to beat it (Rawlinson K. ‘This enemy can be deadly’: Boris Johnson invokes wartime language // The Guardian.

17.03.2020. <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/17/enemy-deadly-boris-johnson-invokes-wartime-language-coronavirus>). / Премьер-министр сказал: «...Да, этот враг может быть смертельно опасным, но его также можно победить – и мы знаем, как его победить».

Использование адъективных метафор-словосочетаний *invisible enemy* (пример 10), *wicked enemy* (пример 15), *unknown enemy* (пример 16), *deadly enemy*, *beatable enemy* (пример 17) в представленных контекстах имеет целью дать характеристику коронавирусу: он предстает перед нами как злой, невидимый, неизвестный, смертельный враг, но враг, которого все же можно победить. Отрицательная сема, содержащаяся в структуре имени существительного *enemy*, интенсифицируется именами прилагательными *invisible*, *wicked*, *unknown*, *deadly*. Единственное прилагательное, имеющее положительную коннотацию (*beatable*), дает надежду на благоприятный исход войны с коронавирусом. Эти метафоры, призванные дать эмоциональную оценку происходящим в данный момент событиям, безусловно, являются окказиональными. К окказиональным адъективным метафорам-словосочетаниям также относится выражение *hot spot* в следующем контексте:

(18) Yet it was Iran and Italy that became the first global **hot spots** (Campbell M. P. Tracking covid-19 excess deaths across countries // *The Economist*. 22.05.2022. <https://www.actuarial.news/2022/05/22/tracking-covid-19-excess-deaths-across-countries-4/>). / Однако первыми горячими точками в мире стали Иран и Италия.

Словосочетание *hot spot* употреблено метафорически, так как его реальным денотатом является место, где ведутся активные боевые действия, а фиктивным денотатом – место с самым высоким уровнем заболеваемости COVID-19 и смертности от него.

Рассмотрим еще один пример:

(19) But, woven throughout his and the chancellor's address, was language designed to prepare the country for the prospect that the fight against the coronavirus would require putting the country a **wartime footing** (Rawlinson K. 'This enemy can be deadly': Boris Johnson invokes wartime language // *The Guardian*. 17.03.2020. <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/17/enemy-deadly-boris-johnson-invokes-wartime-language-coronavirus>). / Но его обращение и обращение канцлера имели целью подготовить страну к тому, что борьба с коронавирусом потребует введения в стране **военного положения**.

В примере 19 интерес с точки зрения метафоричности представляет субстантивное словосочетание *wartime footing* (военное положение), относящееся к концепту WAR (ВОЙНА). В представленном контексте словосочетание использовано для обозначения состояния готовности противостоять распространению коронавируса, мобилизовав все имеющиеся в стране ресурсы, что будет являться фиктивным денотатом данного выражения. Таким образом, оно представляет собой окказиональную субстантивную метафору-словосочетание (Хахалова, 2011), которое можно отнести к концепту DISEASE (БОЛЕЗНЬ).

Мобилизация всех ресурсов для противостояния инфекции сравнивается с военной мобилизацией:

(20) As the fight against COVID-19 continues, we ask: what lessons from **war mobilization** can be employed to fight pandemics? (Faroq M. Using Lessons From War Mobilisation To Fight COVID // *Macro Hive*. 22.04.2020. <https://macrohive.com/deep-dives/using-lessons-from-war-mobilisation-to-fight-covid/>). / По мере продолжения борьбы с COVID-19 мы задаемся вопросом: какие уроки можно извлечь из военной мобилизации в борьбе с пандемией?

К окказиональным субстантивным метафорам-словосочетаниям можно также отнести словосочетания *vaccine's armour*, *covid frontline* в следующих контекстах:

(21) Chinks have showed up of late in covid-19 **vaccines' armour** (Despite Delta, severe covid-19 is much rarer among vaccinated Britons // *The Economist*. 18.09.2021. <https://www.economist.com/graphic-detail/2021/09/18/despite-delta-severe-covid-19-is-much-rarer-among-vaccinated-britons>). / В последнее время в вакцинной броне появилась брешь.

(22) 'Is this when I drop dead?': two doctors on their time at the **Covid frontline** (Firew T., Dark C. 'Is this when I drop dead?': two doctors on their time at the Covid frontline // *The Guardian*. 12.08.2020. <https://www.theguardian.com/us-news/2020/aug/12/us-doctors-covid-19-new-york-houston>). / «Неужели пришла моя смерть?»: два врача на передовой борьбы с ковидом.

В данных примерах метафоры образованы в результате взаимодействия концептов WAR (ВОЙНА) и DISEASE (БОЛЕЗНЬ). Использование метафоры *vaccine's armour* имеет целью создать образ лучшего, крайне эффективного средства защиты от заражения коронавирусом, однако средство в итоге оказалось не самым надежным, судя по тому, что в броне образовалась брешь. С помощью метафоры *Covid frontline* создается образ ковидных больниц как мест активных боевых действий, где ведет настоящее сражение за жизнь пациентов весь медицинский персонал.

Итак, вторичные косвенные наименования (*wartime footing*, *enemy*, *fight*, *struggle*, *battle*, *combat*) указывают на признание военного положения и наличие врага, а также на необходимость военного противостояния. В данных контекстах угрозу для всех стран представляет стремительное распространение коронавирусной инфекции, которая называется пандемией COVID-19. Именно она ассоциируется с войной. Таким образом формируется концептуальная метафора COVID-19 PANDEMIC IS WAR (ПАНДЕМИЯ КОВИД-19 – ЭТО ВОЙНА). Война как концептуальный источник метафоризации вводится средствами массовой информации в стереотипы и ценности современного англоязычного социума. Концептуальной мишенью метафоризации является пандемия Ковид-19.

## Заключение

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Анализ теоретических источников показал, что метафоризация современного медиадискурса COVID-19 носит универсальный характер и отражает процессы глобализации. Наиболее востребованными оказались метафоры концептуальных областей «Война» и «Стихийное бедствие», что можно объяснить общей напряженной социальной ситуацией глобального мира.

Проведенный анализ языкового материала из англоязычных СМИ позволил выполнить типологию военных метафор, используемых в дискурсе COVID-19.

Итак, с точки зрения классификации метафор по соотношению ЯЗЫК – МЫШЛЕНИЕ используются:

- языковые метафоры (fight, struggle, battle, combat, kill, claim, save, fend off, attack, enemy, weapon, fight, battle, bulwark, wicked enemy, unknown enemy, invisible enemy, deadly enemy, beatable enemy, hot spot, war mobilization, vaccine's armour, enemy virus, defense mechanism, covid frontline);

- концептуальные метафоры (COVID-19 PANDEMIC IS WAR, CORONAVIRUS IS AN ENEMY).

С точки зрения структурной классификации можно выделить:

- глагольные метафоры (fight, struggle, battle, combat, kill, claim, save, fend off, attack);

- именные метафоры (enemy, weapon, fight, battle, bulwark);

- синтаксические метафоры, представленные метафорами-словосочетаниями: субстантивными (war mobilization, vaccine's armour, covid frontline) и адъективными (wicked enemy, unknown enemy, deadly enemy, beatable enemy, hot spot).

С точки зрения стилистической значимости метафоры англоязычного дискурса COVID-19 являются окказиональными, так как переосмысление значения использованных слов и словосочетаний происходит вследствие изменения соотношения реального и фиктивного денотатов, функционирующих в ситуации пандемии COVID-19. Окказиональные метафоры всегда контекстуально обусловлены. Они способствуют созданию негативного эмоционального отношения к эпидемиологической ситуации в англоязычном сообществе.

Проведенная в данном исследовании типология метафор позволяет определить роль метафор в формировании новейшей англоязычной языковой картины мира. Языковые метафоры расширяют семантический спектр значений коронавируса, в то время как концептуальные метафоры отражают способность мышления абстрагироваться от деталей и выйти на уровень глобального осмысления проблемы. Глагольные метафоры открывают доступ к сценарности ситуации пандемии, в которой оказалось англоговорящее сообщество: что делать, как делать, с какой целью предпринимать определенные действия. Функционирование глагольных и глагольно-именных метафорических словосочетаний позволяет указать на осмысленные способы противодействия инфекции, воплощая в языковом коде меры по предотвращению инфекции и способы приложения усилий для выздоровления. Именные метафоры отвечают за содержание объекта описания, создавая метафорический образ пандемии. Пандемия воспринимается как активный субъект в образе врага, как инструмент в образе оружия и орудия борьбы, как защитный фактор в образе интенсивного действия в виде борьбы или сражения, в образе каменной преграды. Именные и адъективные метафорические словосочетания позволяют охарактеризовать субъекты и объекты эпидемии с позиции оценочной семантики – положительной по отношению к врачам, сопротивляемости организма и отрицательной по отношению к распространенному действию вируса. Окказиональные метафоры передают скрытые смыслы и создают индивидуальные и неожиданные образы, которые имеют скрытый потенциал перейти в стереотипы и ценности социума.

Перспектива данного исследования видится в дальнейшей работе по сравнительно-сопоставительной классификации метафор русского, английского и немецкого языков в медиадискурсе пандемии COVID-19, определению его стереотипов и ценностей.

## Источники | References

1. Алюнова А. Н., Никитинская Л. В. Вербализация концепта «коронавирус» в современном английском языке // Вопросы зарубежной филологии в контексте современных исследований: сборник научных статей XXX международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2021.
2. Бабаева Р. Г. Военная метафора как способ осмысления концепта «коронавирус» в политическом дискурсе англоязычных и русскоязычных СМИ // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 5 (102).
3. Бирдсли М. Метафорическое сплетение / пер. с англ. Н. Н. Перцовой // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., йен., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990.
4. Будаев Э. В., Ковалева С. О., Щербинина П. П. Метафоры природы как средство концептуализации covid-19 в СМИ Великобритании и США // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. 2022. № 2.
5. Воякина Е. Ю. Метафорическая репрезентация концепта «коронавирус» в медиадискурсе (на материале русских и английских медиатекстов) // Преподаватель XXI век. 2021. № 4-2.
6. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация. Общие вопросы / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. М., 1977.

7. Гуляева Е. А., Клюкина Ю. В., Давыдова Е. И., Мордовина Т. В. Репрезентация концепта «пандемия» в ведущих англоязычных СМИ // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 6 (85).
8. Данкова Н. С., Крехтунова Е. В. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет) // Научный диалог. 2020. № 8.
9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. Н. В. Перцова // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., йен., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990.
10. Мозжерина Е. А., Будаев Э. В. Военные метафоры как средство концептуализации COVID-19 в СМИ Франции // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. 2023. № 1.
11. Пруцких Т. А. Метафора коронавируса в китайском Интернет-пространстве // Филология: научные исследования. 2023. № 11.
12. Ричардс А. Философия риторики / пер. с англ. Р. И. Розиной // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., йен., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990.
13. Сизых М. М. Природная метафора как средство концептуализации пандемии COVID-19 в русскоязычных СМИ // Политическая лингвистика. 2023. № 1 (97).
14. Темиргазина З. Ф., Лучик М. Семиотика «пандемического» дискурса: «новояз» эпохи карантина // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2020. № 6-1.
15. Фоменок Е. Г. Метафоры, вербализующие концепт «коронавирус» в публицистическом дискурсе Германии // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания: материалы VI международной научно-практической конференции. Мн.: Белорусский государственный университет, 2023.
16. Хахалова С. А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры: монография. Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2011.
17. Шаховский В. И. Триада экологий – человек, язык, эмоции – в современной коммуникативной практике: монография. Волгоград: Перемена, 2017.
18. Haverkamp A. Theorie der Metapher. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1996.

#### Информация об авторах | Author information



Дадуева Александра Сократовна<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Иркутский государственный медицинский университет



Alexandra Sokratovna Dadueva<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Irkutsk State Medical University

<sup>1</sup> [xandra21@yandex.ru](mailto:xandra21@yandex.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 10.04.2024; опубликовано online (published online): 30.05.2024.

**Ключевые слова (keywords):** дискурс COVID-19; военная метафора; типология военных метафор; метафорический образ пандемии; COVID-19 discourse; military metaphor; typology of military metaphors; metaphorical image of a pandemic.