

## РЕЛИГИОЗНЫЕ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ ГАЗЕТ)

В.В. Катермина, Н.С. Соловьева

**Ключевые слова:** религиозная метафора; спортивный дискурс; масс-медиа; газетный дискурс; британская пресса, метафорическая модель.

**Keywords:** religious metaphor; sports discourse; mass media; newspaper discourse; British press; metaphor model.

DOI 10.14258/filichel(2021)3-11

В современном медиапространстве ведущее положение занимают британские СМИ, имеющие наиболее разветвленную сеть в мире. Среди них особое место принадлежит печатным изданиям, которые пользуются уважением как внутри страны (по статистике двое из трех британцев, достигших 15 лет, читают периодику [Линговская, 2018]), так и за рубежом, уступая первое место в списке наиболее влиятельных периодических изданий только американской *"The New York Times"*.

Конечно, не все печатные издания (или их онлайн версии), издаваемые в Великобритании, имеют безоговорочный авторитет. Современные британские периодические издания делятся на две группы, представляя качественную прессу, прессу мнений, и популярную прессу, прессу новостей. Качественные издания (или широкоформатные) (*"The Guardian"*, *"The Daily Telegraph"*, *"The Times"*, *"The Independent"*) освещают национальные и резонансные международные события, социальные и культурные проблемы, прибегая к анализу фактов с разных точек зрения, нередко имплицитно манипулируя реципиентами. Популярные (или бульварные) издания (*"The Sun"*, *"Daily Star"*, *"Daily Mail"*, *"The Express"*, *"The Daily Mirror"*) отводят главные полосы скандалам, криминальным и спортивным событиям, а также необычным происшествиям. Их главное отличие от качественной прессы — повышенный эмоциональный фон и нередко предвзятое оценочное суждение происходящего. Несмотря на видимые различия, качественная и популярная пресса выполняют взаимосвязанные функции: информирующую и воздействующую, которые реализуются, главным образом, при помощи языковых средств. Кроме этого, общими для британских изданий являются и некоторые темы, например, спорт, занимаю-

щий в жизни британцев важное место. Ни одна британская газета не обходится без спортивной рубрики.

Современные исследования спортивного дискурса невозможны без анализа медийных текстов, т.к. именно СМИ наиболее эффективно представляют спортивные события [Кудрин, 2011, с. 6]. СМИ определяют тон и набор лингвистических средств для организации спортивного дискурса, а также фиксируют и отражают новые тенденции, появляющиеся в мире спорта. В этой связи анализ языка массмедийного спортивного дискурса не только раскрывает функции языковых единиц в спортивном дискурсе, но и вносит диагностирующий вклад, позволяя выявить новые тенденции как в изучаемом виде дискурса, так и в обществе в целом.

Исследователи в области массмедийного дискурса не раз обращали внимание на наличие в нем метафор. Метафоры, являясь неотъемлемой частью массмедийного дискурса, обеспечивают его информативную точность, необходимую для эффективного общения. Помимо этого, посредством метафор создаются образы, влияющие на отношение адресата к событиям, которые освещают масс-медиа. Постоянное развитие массмедийного дискурса и его слияние с другими видами институциональных дискурсов приводит к появлению новых образов, и, как следствие, к возникновению новых метафорических моделей. Нередко уже известные метафорические модели получают новое наполнение.

Цель данной статьи — выявление функционального аспекта религиозных метафор в спортивном газетном дискурсе на материале британских газет. Актуальность данной темы объясняется как природой самой метафоры, которая, по словам Ф. Анкерсмита, «превращает незнакомую действительность в знакомую, вследствие чего используется для передачи опыта и знания от одной культурной среды к другой» [Анкерсмит, 2003, с. 85], так и спецификой британского газетного дискурса, в котором метафоры используются как одни из самых частых и ярких средств выразительности речи. Исследование религиозных метафор на материале британских периодических изданий позволяет рассмотреть особенности массмедийного газетного спортивного дискурса и определить роль и функции религиозной метафоры в их формировании.

Важность спорта в современном обществе как огромной сферы человеческой деятельности не вызывает сомнений. Спортивный дискурс, понимаемый как «речь (в устной и письменной форме), которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность, и как совокупность произведенных текстов, в которых репрезентированы эти смыслы» [Снятков, 2008, с. 8], все чаще становится предметом исследования в лингвистике.

Одна из особенностей спортивного дискурса состоит в том, что он тесно связан с другими современными социальными институтами, которые отражаются в спортивном дискурсе, образуя различные суб-дискурсы. В научной литературе не раз освещалась очевидность связи спортивного дискурса с другими видами институциональных дискурсов: педагогическим, научным, деловым, юридическим, политическим, военным, медицинским и рекламным [Малышева, 2014, с. 107–110; Снятков, 2008, с. 12–16; Шарипова, Орлова, 2017, с. 339], однако «открытость» спортивного дискурса [Зилберт, 2001], обусловленная проникновением спорта практически во все сферы общества, и активное освещение спортивных событий СМИ, привела к наибольшему сращиванию спортивного дискурса с массмедийным.

Интердискурсивная природа массмедийного дискурса обусловила появление новых разновидностей спортивного дискурса, важнейшим из которых в англоязычном пространстве, учитывая влияние британских периодических изданий, является газетно-журнальный. В отличие от специализированной спортивной литературы британские СМИ освещают спортивные события так, чтобы они были понятны широкому кругу читателей, а не только узким специалистам. Тем не менее, спортивный дискурс, независимо от своей разновидности, обнаруживает ряд особенностей, делающих его узнаваемым и отличным от других видов институциональных дискурсов. К таким особенностям исследователи относят, прежде всего, лексические средства: использование спортивной лексики (спортивная терминология, спортивный жаргон, спортивные неологизмы) и особое синтаксическое построение текста (эллиптические предложения, парцелляция, вводные конструкции, отражающие модальные значения и оценки высказанного, вставные компоненты, присоединительные конструкции, конструкции с чужой речью, диалогичность общения [Шарипова, Орлова, 2017, с. 340–341]).

Кроме этого, спортивный дискурс, независимо от своей жанровой и тематической разновидности, по справедливому замечанию А.Н. Гриценко, «редко разворачивается в нейтральном регистре» [Гриценко, 2015, с. 10], в связи с чем в нем часто используются различного рода образные, оценочные и стилистически окрашенные средства с целью воздействия на эмоциональную сферу реципиента. Одним из таких средств являются метафоры, которые оказывают довольно сильное воздействие на читателя, формируя заданное отношение к той или иной проблеме [Розе, Емельянова, 2018, с. 1].

Исследователи спортивного дискурса, помимо традиционной военной метафоры, реализующей базовую для спортивного дискурса оппозицию «спорт» — «война» [Белютин, 2017; Гриценко, 2015; Долгова, 2018; Кудрин, 2011; Пак, 2018], выделяют в спортивном дискурсе наличие метафор из области искусства [Кудрин, 2011], шоу-бизнеса [Малышева, 2014], магии, мира финансов [Гриценко, 2015]. Отмечают лингвисты наличие в спортивном дискурсе и религиозных метафор [Белютин, 2012], которые стали объектом данного исследования.

Эмпирической базой настоящего исследования послужили 302 метафорические единицы, прототипами которых являются библейские высказывания. Все статьи, из которых методом сплошной выборки были отобраны лексические единицы, взяты из четырех британских периодических изданий (онлайн версии), датируемых периодом с 2015 по 2019 годы: *"The Guardian"* (50 единиц), *"The Daily Telegraph"* (95 единиц), *"The Daily Mail"* (79 единиц), *"The Daily Mirror"* (78 единиц). Первые два периодических издания возглавляют список самых влиятельных британских газет и представляют пример качественной британской периодики. Два других — классические популярные британские газеты. Обращение к изданиям разных групп позволяет сделать исследование более объективным, т.к. любое периодическое издание, независимо от той группы, к которой оно принадлежит (качественная либо бульварная пресса), придерживается своей собственной политики в подаче материала, а значит, и в выборе языковых средств. Кроме того, анализ религиозных метафор в изданиях обоих типов дает больше оснований говорить об особенностях спортивного массмедийного дискурса в британских периодических изданиях в целом, а также о тенденциях, существующих в изданиях обеих групп.

Весь эмпирический материал был подвергнут анализу на основании следующих параметров: количество метафорических единиц, вид спорта, местоположение единицы в тексте газетной статьи, функции в дискурсе.

**1. Количество метафорических единиц.** По данным нашей выборки за период с 2015 по 2019 год наименьшее количество религиозных метафор в статьях о спортивных событиях отмечается в газете *"The Guardian"*. Наибольшее количество единиц — в газете *"The Telegraph"*. Единиц в популярных бульварных газетах *"The Daily Mail"* и *"The Daily Mirror"* в нашей выборке почти поровну. При этом большинство примеров, взятых из *"The Daily Telegraph"* и *"The Daily Mail"*, приходится на 2018–2019 годы. Данные о количественном соотношении метафорических единиц приведены в таблице 1.

Таблица 1

Название издания	"The Guardian"	"The Daily Telegraph"	"The Daily Mail"	"The Daily Mirror"
Количество единиц	50 (16,5%) <sup>21</sup>	95 (31,5%)	79 (26,2%)	78 (25,8 %)

Такое соотношение цифр, очевидно, связано с политикой изданий. *"The Guardian"* знаменита своими политическими обзорами и аналитическими статьями. Газета стремится к сдержанности и объективности в своих оценках. Спортивные события освещаются в таком же ключе. *"The Daily Telegraph"* приобрела хорошую репутацию за свои интересные статьи на разные темы и объективный подход к изложению материала. Большое количество исследуемых единиц в этом издании обусловлено умением газеты интересно подавать спортивный материал, а также широким спектром видов спорта, которым уделяется внимание. *"The Daily Mail"* и *"The Daily Mirror"* известны как «негодующее лицо бульварной журналистики» [Линговская, 2018], реализованное в преобладании эмоционально окрашенных языковых единиц.

**2. Вид спорта.** Как показывает материал выборки, виды спорта, освещенные в том или ином издании, обусловлены, с одной стороны, общенациональными пристрастиями, а с другой — социальным статусом читательской аудитории. Первое место безоговорочно во всех изданиях отведено футболу, однако любовь к футболу особенно заметна в популярных изданиях. Так, раздел *"Sport"* в *"The Daily Mail"* делится на подразделы, четыре из которых посвящены исключительно футболу. В другом популярном издании *"The Daily Mirror"* футбол занимает отдельный раздел, в то время как иные виды спорта представлены в разделе под общим названием *"Sport"*.

Далее список популярных видов спорта продолжают крикет, регби, теннис и гольф. Однако новости о последних двух видах спорта занимают скромное место во всех четырёх изданиях в сравнении с футболом, крикетом и регби, уступая место новостям из мира авто- и мотогонок.

Качественные издания также уделяют внимание скачкам и парусному спорту, что обусловлено стремлением газет удовлетворить интересы своих читателей, представителей среднего и (как в случае в *"The Daily Telegraph"*) высшего классов. Кроме того, статус качественной прессы обязывает *"The Guardian"* и *"The Telegraph"* предоставлять информацию о максимальном количестве видов спорта, популярных в стране и даже за

<sup>21</sup> Проценты от общего количества единиц.

ее пределами, поэтому издания нередко освещают события из американской спортивной жизни, центральное место в которой занимает бейсбол.

В список видов спорта в бульварных изданиях, помимо футбола, регби, крикета, авто- и мотогонок, тенниса и гольфа, входят бокс и рестлинг. Очевидно, что это обусловлено интересами читательской аудитории, которую, помимо среднего класса, составляют представители низшего и рабочего классов. Новости о «небританских» видах спорта редко появляются на страницах изданий.

Соотношение языковых единиц из нашей выборки и видов спорта представлены в таблице 2.

Таблица 2

Название издания	"The Guardian"	"The Telegraph"	"The Daily Mail"	"The Daily Mirror"
Вид спорта				
Футбол	13	48	60	69
Крикет	11	13	3	1
Регби	4	12	6	-
Теннис	3	4	1	1
Бейсбол	3	1	-	-
Гольф	2	4	-	-
Авто- и мотогонки	4	1	4	-
Бокс	2	2	-	4
Рестлинг	-	-	-	3
Конный спорт	2	1	-	-
Легкая атлетика	2	1	2	1
Остальные виды спорта	3	8	3	-

Несмотря на значительное количество примеров, метафоры, используемые во всех изданиях, не отличаются разнообразием. Наибольшее разнообразие метафор обнаружено только в газете *"The Daily Telegraph"* (40 единиц), однако в этом издании освещается и самое большое число разных видов спорта. Кроме того, читательскую аудиторию *"The Daily Telegraph"* составляют представители среднего и высшего классов, образованные люди с широким кругом интересов, входящие в политическую и экономическую элиту страны. *"The Guardian"* также обращается к широкому спектру видов спорта, однако набор метафор, встречающихся в статьях, аналогичен: в разных статьях используются одни и те же метафоры. Возможно, это обусловлено тем, что газета стремится быть сдержанной в подаче информации.

В бульварных изданиях, сосредоточенных в основном на футболе, также наблюдается использование одних и тех же метафор. В целом, среди наиболее частотных единиц, присутствующих во всех четырех газетах, можно отметить следующие (единицы представлены в порядке убывания): *scapegoat, a stumbling block, cornerstone, anathema, behemoth, Judas, to fall from grace, David and Goliath*.

*Scapegoat* (футбол, крикет, рэгби): *Jose Mourinho has been made a scapegoat for Manchester United's flops, claims Wayne Rooney* (Daily Mirror. 08.10.2018).

(A) *stumbling block* (футбол и крикет): *Radamel Falcao desperate to join Chelsea would be a stumbling block to Chelsea, whose highest earner Eden ...* (Daily Telegraph. 25.05.2015).

*Cornerstone* (футбол и бейсбол): *The inside story behind Aston Villa cash crisis as cornerstone of the English game is brought to its knees* (Daily Mirror. 07.07.2018).

*Anathema* (различные виды спорта): *And that, even though the idea of the European Clubs Association wanting to rope off the Champions League is anathema, Claudio Ranieri's men somehow won't truly belong there* (Daily Mirror. 04.04.2016). Единица используется для обозначения всего, что связано с неприличным поведением фанатов, изменением правил игры и нарушением принятых в данном виде спорта норм.

*Behemoth* (футбол, бокс и реслинг): *How the Champions League ate the world — the story behind European football's behemoth* (Daily Telegraph. 17.09.2018). В футбольном дискурсе единица обозначает сильную команду, в дискурсе о боксе или реслинге — сильного, непобедимого спортсмена.

*Judas* (футбол и регби): *Bobby Moore was no Judas when he left for new club... neither is Chelsea legend John Terry* (Daily Mail. 23.04.2017). Единица используется для обозначения игрока, переходящего в другой клуб.

*David (and Goliath)* (футбол, бокс, реслинг): *Gary Bowyer insists his Blackburn players are confident ahead of 'David vs Goliath' FA Cup sixth round clash against Liverpool* (Daily Mail. 06.03.2015). Иногда в спортивном дискурсе для обозначения целой команды или одного спортсмена встречается только один из элементов единицы.

(To) *fall by the wayside* (различные виды спорта от футбола до конного спорта): *Two obvious contenders have fallen by the wayside in the past week but at last we've found a runner set to go in the Classic* (Guardian. 23.04.2019).

(To) *fall from grace* (различные виды спорта): *Liverpool ranked third best team in world as Man Utd suffer embarrassing fall from grace* (Daily Mirror. 15.07.2019). Единица используется в отношении игрока или команды, которым перестала сопутствовать удача.

Остальные единицы в нашей выборке имеют низкую частотность, поэтому делать выводы, о том в каких видах спорта они больше всего употребляются, затруднительно.

**3. Местоположение в тексте статьи.** Как известно, заголовок занимает самую сильную позицию в статье, определяя тему и оценку сообщения, привлекая внимание читателя. Наличие метафор, аллюзий и прочих фигур речи является обязательной характеристикой заголовков [Jaki, 2014, p. 38]. Однако по данным нашей выборки основное место функционирования религиозных метафор — не заголовок, а текст статьи, и эта тенденция наблюдается во всех четырёх изданиях, независимо от того, к какой группе они принадлежат. Наименьшее различие в числовом соотношении отмечается в издании *"The Daily Mail"*, которое славится своими резкими эмоциональными суждениями, но и в нем замечено большее наличие религиозных метафор в текстах статей, а не в заголовках.

Количественное соотношение языковых единиц и их месторасположение в тексте статьи приведены в таблице 3.

Таблица 3

Название издания	"The Guardian"	"The Telegraph"	"The Daily Mail"	"The Daily Mirror"
Заголовок	18	36	33	5
Текст статьи	32	59	46	73

Библеизмы не являются редкостью в британских СМИ, но им, как правило, отводится место в заголовке, где они выполняют манипулирующие функции [Катермина, Соловьева, 2019]. Преобладание религиозных метафор в тексте, очевидно, связано с тем, что они несут в нем особую смысловую нагрузку.

**4. Функция метафор в спортивном газетном дискурсе.** Наличие религиозных метафор в текстах британских периодических изданий обусловлено как природой метафор, так и особенностями массмедийного дискурса. Любой коммуникативный акт успешен, если он смог привлечь внимание читателя или слушателя, а наилучший способ для этого — использование метафор [Punter, 2007, p. 3]. В этой связи неудивительно, что массмедийный дискурс активно обращается к метафорам.

Помимо этого, метафоры предоставляют готовую модель для создания новых образов и, следовательно, способствуют развитию языка. Библейские образы, хорошо знакомые английским читателям, активно используются в спортивном дискурсе СМИ как модели, на которых

формируются новые образы. К примеру, *Judas* — игрок, покидающий свой клуб ради более выгодного контракта, *doubting Thomas* — не верящий в свою команду болельщик. Такое использование метафор не только привлекает читателя знакомой формой, но и содействует более компактному представлению информации и ее лучшему запоминанию. Благодаря этому реализуется одна из главных функций СМИ — воздействие на реципиента [Жогова, Кузина, 2015, с. 134]. Обращение к знакомым библейским образам в спортивном дискурсе обеспечивает быстрый доступ к ассоциативной сфере читателей, укорачивая процессы переработки информации. Характеристика теннисиста посредством метафоры *feet of clay* или сравнение дополнительного времени в матче с *anna from heaven* позволяет читателям быстрее проникнуть в суть описываемого спортивного события.

Еще одна особенность метафор, широко используемая в британской периодике, — их способность воздействовать на эмоциональную сферу реципиента. Неслучайно религиозных метафор так много в бульварной прессе, задача которой — не только донести информацию, но и сформировать определённую оценку происходящего. Повторение одних и тех же единиц в одном и том же виде дискурса (в особенности, если это один и тот же вид спорта) способствует формированию у адресата заданной оценки. Читатель, знакомый с оценочным потенциалом метафоры, встречая знакомую языковую единицу в похожем дискурсе, уже не тратит силы на распознавание ее коннотативного значения. Оценивающая функция, по справедливому замечанию Н.Н. Болдырева, предполагает «схематизацию опыта в соответствии с коллективной и индивидуальной шкалой оценок, системами норм, идеалов, стереотипов, ценностей, принятых в рамках той или иной культуры, т.е. оценочную концептуализацию и оценочную категоризацию объектов и событий» [Болдырев, 2016, с. 13].

Однако представляется, что наличие религиозной метафоры в спортивном дискурсе — не только следствие экономии языковых средств и осуществление функции воздействия на адресата. Перенос религиозных ценностей в спортивный дискурс через метафору есть отражение новых тенденций, проявляющихся в европейском спорте. Исследователи в области спортивного дискурса отмечают существенное пересечение спортивного и религиозного дискурсов, например, в немецком футбольном субдискурсе [Белютин, 2017; Белютин, 2012]. Основания для внедрения религиозной метафоры в спортивный дискурс, по мнению Р.В. Белютина, «кроются в том, что оба феномена — спорт и религия — обнаруживают много общего в плане восприятия и системы взаимоотношений между субъектами, эмоционального фона и пр.» [Белю-

тин, 2012, с. 132]. Например, в немецком языковом пространстве активно формируется модель «Спорт — это религия». Развитие этой модели поддерживается в немецком обществе даже теософами, которые находят в Библии фразы, говорящие о футболе [Белютин, 2017].

Полученных нами данных недостаточно для того, чтобы с уверенностью говорить о подобных тенденциях в британском обществе. Однако необходимо отметить, что в газете *"The Guardian"* в 2009 г. в разделе спорт велась рубрика *"Seven deadly sins of football"* (*The Guardian*. 22.05.2009). В ней размещались фотографии и приводились факты из футбольных архивов, которые, по мнению авторов рубрики, иллюстрировали все семь библейских грехов, проявляющихся в футбольном мире: *Lust, Wrath, Greed, Sloth, Gluttony, Pride, Envy*. Такой перенос библейских понятий в сферу спорта вряд ли можно считать случайным.

Тем не менее, для утверждения функционирования в спортивных британских СМИ метафорической модели «спорт — это религия» необходимо более развернутое исследование с привлечением данных из других видов спортивного дискурса. Необходимо также проследить частичность и разнообразие метафорических моделей в спортивных дискурсах, описывающих другие виды спорта, данные по которым, в отличие от футбольного дискурса, отсутствуют. Однако то, что религиозные метафоры уже стали неотъемлемой частью спортивного газетно-журнального дискурса Великобритании, очевидно и является показателем развития данной тенденции.

Сливаясь с другими видами институциональных дискурсов, массмедийный дискурс проникает во все сферы человеческой деятельности. Спорт, став неотъемлемой частью современного общества, неотделим от спортивного массмедийного дискурса, который не только влияет на выбор языковых средств при подаче информации из мира спорта, но и является отражением процессов и явлений, происходящих как в спортивной жизни, так и в жизни социума.

Периодические издания Великобритании (качественные и бульварные) по-разному представляют информацию; однако и те и другие при описании спортивных событий нередко прибегают к религиозным метафорам. При этом наибольшее количество метафор отмечается в футбольном спортивном дискурсе.

В спортивном дискурсе британских периодических изданий религиозная метафора выполняет несколько функций. Использование религиозной метафоры посредством отсылки к библейским сюжетам формирует у реципиента готовое оценочное суждение, а сравнение библейских событий со спортивными способствует формированию новых об-

разов, которые при неоднократном повторении в спортивном дискурсе становятся привычными для реципиентов.

Кроме того, использование одних и тех же религиозных метафор и в качественной и в бульварной прессе Великобритании свидетельствует о наметившейся тенденции, согласно которой спорт в современном обществе приравнивается к религии.

### Библиографический список

Анкерсмит Ф. История и тропология: взлет и падение метафоры. М., 2003.

Белютин Р.В. Религиозная метафора в системе речевых коллективных практик немецких футбольных фанатов // Ученые записки Орловского государственного университета. 2017. № 3 (76).

Белютин Р.В. Религиозная семантика спортивного дискурса (на материале немецкого языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 3 (032).

Болдырев Н.Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4.

Гриценко А.Н. Метафоры в спортивных СМИ, описывающие мир баскетбола // Вестник РУДН. Серия Теория языка. Семиотика. Семантика. 2015. № 4.

Долгова Е.В. Милитарная метафорика в медийном дискурсе // Филология и человек. 2018. №1.

Жогова И.Г., Кузина Е.В. Роль идиоматических сочетаний в англоязычном медиа-дискурсе политической и экономической направленности // Филология и человек. 2015. №1.

Зильберт Б.А. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) // Язык, сознание, коммуникация. М., 2001. Вып. 19.

Катермина В.В., Соловьева Н.С. Фразеологические единицы-библеизмы как средство воздействия в англоязычном массмедийном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2019. № 3.

Кудрин С.А. Базовые метафоры спортивного дискурса как тексто-порождающие модели : дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.

Линговская С. СМИ Великобритании: история, развитие и современные тенденции // FB. 30.04.2018. URL: <https://fb.ru/article/382507/smi-velikobritanii-istoriya-razvitie-i-sovremennye-tendentsii>

Малышева Е.Г. Концептуальная метонимическая модель «спорт — это шоу»: особенности репрезентации в русском спортивном дискурсивном пространстве // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50).

Пак Л.Е. Метафора в дискурсе спортивного комментария США и России // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки». 2018. № 3/2. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/files/f3be7a90-ab54-45ad-ad77-349fa8ecceb3>

Розе Е.Е., Емельянов А.В. Метафоры в миграционном дискурсе англоязычных газетных статей // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2018. № 4 (16).

Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : автореф. ... канд. филол. наук. Вологда, 2008.

Шарипова Ф.Н., Орлова Э.А. Спортивный дискурс и его жанры // Интегрированный коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. Краснодар, 2017. Т. 1. № 1.

Jaki S. Phraseological Substitutions in Newspaper Headlines: "More than meets the eye". Amsterdam, 2014.

Punter D. Metaphor. N. Y., 2007.

#### Источники

Daily Mail. 06.03.2015. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-2982962/Gary-Bowyer-insists-Blackburn-players-confident-ahead-David-vs-Goliath-FA-Cup-sixth-round-clash-against-Liverpool.html>.

Daily Mail. 23.04.2017. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-4437984/John-Terry-no-Judas-leaving-Chelsea-new-club.html>.

Daily Mirror. 04.04.2016. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/little-old-leicester-could-more-7688865>.

Daily Mirror. 07.07.2018. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/inside-story-behind-aston-villa-12655774>.

Daily Mirror. 08.10.2018. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/jose-mourinho-been-made-scapegoat-13385258>.

Daily Mirror. 15.07.2019. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/liverpool-ranked-third-best-team-1826508>.

Daily Telegraph. 25.05.2015. URL: <https://www.telegraph.co.uk/sport/football/teams/chelsea/11629088/Radamel-Falcao-desperate-to-join-Chelsea.html>

Daily Telegraph. 17.09.2018 URL: <https://www.msn.com/en-ie/sport/football/how-the-champions-league-ate-the-world-the-story-behind-european-football-behemoth/ar-BBNrxzc>.

Guardian. 23.04.2019. URL: <https://www.theguardian.com/sport/blog/2019/apr/23/talking-horses-finally-an-intended-runner-for-the-2000-guineas>

Guardian 15.07.2019. URL: <https://www.theguardian.com/sport/blog/2019/apr/23/talking-horses-finally-an-intended-runner-for-the-2000-guineas>.

Guardian 22.05.2009. URL: <https://www.theguardian.com/football/series/seven-deadly-sins>.

### References

Ankersmit F. *Istoriya i tropologiya: vzlet i padenie metafory*. [History and Tropology: The Rise and Fall of Metaphor]. Moscow, 2003.

Belyutin R.V. *Religioznaya semantika sportivnogo diskursa (na materiale nemeckogo yazyka)*. [Religious semantics of sports discourse (based on the material of the German language)]. In: *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. [Cognitive linguistics issues]. 2012. No. 3(032).

Belyutin R.V. *Religioznaya metafora v sisteme rechevyh kollektivnyh praktik nemeckih futbol'nyh fanatov*. [Religious metaphor in the system of collective speech practices of German football fans]. In: *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta*. [Scientific notes of the Oryol State University]. 2017. No. 3 (76).

Boldyrev N.N. *Kognitivnye skhemy yazykovoj interpretacii*. [Cognitive schemes of language interpretation]. In: *Voprosy kognitivnoj lingvistiki* [Cognitive linguistics issues]. 2016. No. 4.

Gricenko A.N. *Metafory v sportivnyh SMI, opisyyayushchie mira basketbola*. [Sports media metaphors describing the world of basketball]. In: *Vestnik RUDN*. [Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia]. Series Theory of language. Semiotics. Semantics. 2015. No. 4.

Dolgova E.V. *Militarnaya metaforika v medijnom diskurse*. [Military metaphorization in the media discourse]. In: *Filologiya i chelovek*. [Philology & Human]. 2018. No.1.

Zhogova I.G., Kuzina E.V. *Rol' idiomaticheskikh sochetanij v angloyazychnom media-diskurse politicheskoy i ekonomicheskoy napravlenosti*. [The Role of idioms in English politic and economic discourse]. In: *Filologiya i chelovek* [Philology & Human]. 2015. No.1.

Zil'bert B.A. *Sportivnyj diskurs: tochki peresecheniya s drugimi diskursami (problemy intertekstual'nosti)* [Sports discourse: intersection points with other discourses (problems of intertextuality)]. *Yazyk, soznanie, kommunikaciya*. [Language, consciousness, communication]. Moscow, 2001, Iss. 19.

Katermina V.V., Soloveva N.S. *Frazeologicheskie edinicy-bibleizmy kak sredstvo vozdeystviya v angloyazychnom massmedijnom diskurse*. [Phraseological biblical units as a means of influence in the English-language mass media discourse]. In: *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. [Cognitive linguistics issues]. 2019. No 3.

Kudrin S.A. *Bazovye metafory sportivnogo diskursa kak tekstoporozhdayushchie modeli*. [Basic metaphors of sports discourse as text-generating models]. Cand. of Philol. Diss. Moscow, 2011.

Lingovskaya S. *SMI Velikobritanii: istoriya, razvitie i sovremennye tendencii*. [UK media: history, development and current trends]. URL: <https://fb.ru/article/382507/smi-velikobritanii-istoriya-razvitie-i-sovremennyye-tendentsii> (accessed 30.07.2019).

Malysheva E.G. *Konceptual'naya metonimicheskaya model' «sport — eto show»: osobennosti reprezentacii v russkom sportivnom diskursivnom prostranstve*. [Conceptual metonymic model “sport is a show”: features of representation in Russian sports discourse space]. In: *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics]. 2014. No. 4 (50).

Pak L.E. *Metafora v diskurse sportivnogo kommentariya SSHA i Rossii*. [Metaphor in the discourse of US and Russian sports commentary]. In: *Sovremennaya nauka: aktual'nyye problemy teorii i praktiki*. [Modern science: topical problems of theory and practice]. 2018. No. 3/2. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/files/f3be7a90-ab54-45ad-ad77-349fa8ecceb3>

Roze E.E., Emel'yanov A.V. *Metafory v migracionnom diskurse angloyazychnyh gazetnykh statej*. [Metaphors in the migration discourse of English-language newspaper articles]. In: *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yaroslava Mudrogo*. [Scientific Notes of Yaroslav the Wise Novgorod State University]. 2018. No. 4 (16).

Snyatkov K.V. *Kommunikativno-pragmaticheskie harakteristiki televizionnogo sportivnogo diskursa: avtoref. ... kand. filol. nauk*. [Communicative and pragmatic characteristics of television sports discourse]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Vologda, 2008.

Sharipova F.N., Orlova E.A. *Sportivnyj diskurs i ego zhanry*. [Sports discourse and its genres]. In: *Integrirovannyj kommunikacii v sporte i turizme: obrazovanie, tendencii, mezhdunarodnyj opyt*. [Integrated communications in sports and tourism: education, trends, international experience]. Krasnodar, 2017. Vol.1. No.1.

Jaki S. *Phraseological Substitutions in Newspaper Headlines: “More than meets the eye”*. Amsterdam, 2014.

Punter D. *Metaphor*. New York, 2007.

#### List of sources

Daily Mail. 06.03.2015. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-2982962/Gary-Bowyer-insists-Blackburn-players-confident-ahead-David-vs-Goliath-FA-Cup-sixth-round-clash-against-Liverpool.html>.

Daily Mail. 23.04.2017. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-4437984/John-Terry-no-Judas-leaving-Chelsea-new-club.html>.

Daily Mirror. 04.04.2016. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/little-old-leicester-could-more-7688865>.

Daily Mirror. 07.07.2018. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/inside-story-behind-aston-villa-12655774>.

Daily Mirror. 08.10.2018. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/jose-mourinho-been-made-scapegoat-13385258>.

Daily Mirror. 15.07.2019. URL: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/liverpool-ranked-third-best-team-1826508>.

Daily Telegraph. 25.05.2015. URL: <https://www.telegraph.co.uk/sport/football/teams/chelsea/11629088/Radamel-Falcao-desperate-to-join-Chelsea.html>.

Daily Telegraph. 17.09.2018. URL: <https://www.msn.com/en-ie/sport/football/how-the-champions-league-ate-the-world-the-story-behind-european-footballs-behemoth/ar-BBNrxzc>.

Guardian. 23.04.2019. URL: <https://www.theguardian.com/sport/blog/2019/apr/23/talking-horses-finally-an-intended-runner-for-the-2000-guineas>.

Guardian 15.07.2019. URL: <https://www.theguardian.com/sport/blog/2019/apr/23/talking-horses-finally-an-intended-runner-for-the-2000-guineas>.

Guardian 22.05.2009. URL: <https://www.theguardian.com/football/series/seven-deadly-sins>.