

А. Р. Теодорович

ТИПОЛОГИЯ МЕТАФОР В СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ И БЛОГОСФЕРЕ

Исследование типологии метафор в спортивном медиадискурсе приобретает особую актуальность в контексте интенсивного развития спортивной коммуникации. Многоаспектный анализ типологии метафор в спортивном медиадискурсе позволяет выявить закономерности метафорического моделирования спортивной реальности.

Типологизация метафор в спортивном медиадискурсе может осуществляться по различным основаниям, среди которых наиболее значимыми являются: когнитивно-семантический принцип, структурно-семантический принцип, функциональный принцип, дискурсивный принцип.

В рамках когнитивно-семантического подхода в спортивном медиадискурсе можно выделить структурные, онтологические и ориентационные метафоры. Наиболее распространенными структурными метафорами являются: «спорт – это война» (*The Patriots launched a relentless offensive assault in the second half* ‘Во втором тайме «Пэтриотс» организовали неустанную атаку’), «спорт – это театр» (*What a dramatic scene we've witnessed tonight* ‘Какую драматичную сцену мы наблюдали сегодня вечером!’), «спорт – это бизнес» (*Клуб сделал выгодную инвестицию в молодого игрока*), «спорт – это путешествие» (*It's been a long journey to Olympic gold.* ‘Это был долгий путь к олимпийскому золоту’). И в англоязычном, и в русскоязычном дискурсах метафора «спорт – это война» является доминирующей, её частотность в обоих случаях превышает 25 %.

Онтологические метафоры позволяют осмыслить абстрактные сущности как материальные объекты. Наиболее распространенными онтологическими метафорами в спортивном медиадискурсе являются: «команда – это организм» (*Сердце «Челси», диспетчер «Челси» – Фрэнк Лэмпард!*), «спортивная форма – это ресурс» (*He's running out of energy 'У него кончается энергия'*), «победа – это добыча» (*Команда добыла важные три очка*). Наиболее распространенными ориентационными метафорами являются «победа – верх», «поражение – низ».

В рамках структурно-семантического подхода можно выделить языковые (стертые) и речевые (живые) метафоры. К первому типу относятся *атака, защита, борьба, поединок, стратегия, тактика*, ко второму, в частности – прозвища спортсменов: *Александр Великий* (об Александре Овечкине), *убийца с лицом младенца* (об Уле Гуннаре Сульшере).

В рамках функционального подхода можно выделить номинативные, когнитивные, образные и экспрессивные метафоры. Номинативные метафоры выполняют функцию наименования спортивных реалий и часто становятся частью спортивной терминологии (*мёртвый мяч, пушечный удар*). Когнитивные метафоры концептуализируют спортивную реальность, структурируют представления о спортивных явлениях (*Наша команда отчаянно обороняется, отражая атаки соперника*). Образные метафоры создают яркий, запоминающийся образ спортивного события или его участников (*Месси на поле – это волшебник*). Экспрессивные метафоры призваны выразить отношение к спортивному событию и его участникам (*Her loss is a heartbreaking tragedy 'Ее поражение – это душераздирающая трагедия'*).

Таким образом, типология метафор в спортивном медиадискурсе представляет собой многоуровневую систему. Сопоставительный анализ метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе позволяет выявить как универсальные, так и национально-специфические особенности метафорического моделирования спортивной реальности, что имеет важное значение для понимания механизмов межкультурной коммуникации в сфере спорта.