

Чэн Юйсяо

Екатеринбург, Россия; Сычуань, Китай

КИТАЙ В МЕТАФОРИЧЕСКОМ ЗЕРКАЛЕ РОССИЙСКИХ СМИ

АННОТАЦИЯ. Статья выполнена в русле когнитивных исследований концептуальной метафорики. В российском обществе массмедийный дискурс тесно переплетен со сферой политики, поэтому актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения политических метафор в публицистическом дискурсе. Анализируются метафорические модели, используемые современными российскими СМИ для создания образа Китая. Цель исследования — проследить, как с помощью механизма метафоризации описывается и характеризуется экономическая и политическая жизнь Китая, место государства в международном сообществе. Материалом для исследования послужили тексты из российских массмедиа за 2008—2017 гг. Основное внимание сосредоточено на спортивной метафоре как доминантной модели. В работе использованы методы контекстуального анализа, моделирования, а также фреймовый подход. Выделены и описаны такие фреймы, как «виды спорта», «прогнозы соревнований», «участники соревнований», «квалификация спортсменов». Доказано, что в российских СМИ для описания политической и экономической конкуренции между Китаем и другими странами активно используются характеристики спортивных состязаний. Метафорические образы из сферы-источника «Спорт» создают преимущественно положительный образ Китая, достигшего на международной арене значительных успехов в экономике и политике.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: концептуальные метафоры; фреймы; политический дискурс; медиадискурс; медиатексты; образ Китая; российские СМИ; средства массовой информации.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Чэн Юйсяо, аспирант, кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620078, Россия, г. Екатеринбург, ул. Малышева, 144; e-mail: 1535450093@qq.com.

Китай — один из главных политических и экономических партнеров России. Многовекторное сотрудничество Китая и России последних лет широко освещается в российских средствах массовой информации, и естественно, что представление о Китае в сознании россиян становится более многогранным, за счет чего углубляется взаимопонимание двух народов.

Китай занимает важное место на международной арене по различным экономическим показателям и потому является серьезным конкурентом ведущим мировым державам. Об этом постоянно сообщается в российских СМИ: *Тем не менее Китай является сильным конкурентом России в Африке, в том числе и в области продажи оружия* (Известия. 2013.04.10); *А в первом квартале Поднебесная с результатом 306 т значительно превзошла по этому показателю своего конкурента Индию* (Известия. 2013.04.10) и т. п. Журналисты нередко называют Китай Поднебесной, так как, согласно древнейшей исторической книге «Чжу шу ти ниань» (竹书纪年), император считался сыном Неба, поэтому страну императора назвали Поднебесной. Эта мифологема сохраняется в сознании китайского народа и транслируется российскими СМИ.

Публицистический дискурс активно насыщается метафорами [Арутюнова 1990; Баранов 1991, 2003; Гак 1988 и др.], так как способность к метафорической репрезентации является отличительным свойством человеческого мышления. Метафорические номинации в СМИ являются необходимым и эффективным приемом, поскольку метафора «пронизывает нашу повседневную жизнь,

и не только язык, но и мысль, и действие. Наша обычная концептуальная система, в терминах которой мы думаем и действуем, является метафорической по своей природе» [Лакофф, Джонсон 1990: 387].

При описании любого политического объекта в медиадискурсе используются различные метафорические модели, позволяющие «представить какую-то сложную проблему как достаточно простую и хорошо знакомую, выделить какой-то аспект проблемы, сделать его более значимым либо наоборот отвлечь от него внимание общества, показать какой-то вариант развития событий как совершенно невозможный или наоборот вполне естественный» [Чудинов 2001б: 26].

Как показал Ст. Ульманн, источниками метафорической экспансии обычно становятся обозначения реалий, которые особенно актуальны для общества, хорошо известны людям и вызывают их повышенный интерес [Ульманн 1970: 12]. Многочисленные исследования лингвистов показывают, что к числу наиболее активных источников метафорической экспансии относятся понятийные сферы «Война», «Криминал», «Болезнь», «Театр (цирк, эстрада и т. п.)», «Человеческое тело», «Животные», «Техника», «Дом», «Дорога». Продуктивным источником метафоризации является и понятийная сфера «Спорт» [Чудинов 2001б].

По нашим наблюдениям, одной из доминирующих моделей [Чудинов 2004] при создании образа Китая в российских СМИ является именно спортивная метафора, которая и стала объектом нашего исследования. С помощью спортивных метафор описывается и характеризуется экономическая и по-

литическая жизнь Китая, место государства в международном сообществе. Спорт за счет состязательности между участниками позволяет акцентировать конкуренцию в отношениях между странами.

Источником материала послужили российские СМИ за 2008—2017 гг., представленные в нескольких базах данных [Национальный корпус русского языка; Дыхание Китая; Vlasti.net]. При анализе материала были использованы методы контекстуального анализа, моделирования, а также фреймовый подход как один из способов изучения когнитивной картины мира; были выделены относящиеся к данной модели фреймы, которые структурируют соответствующую понятийную область (концептуальную сферу).

По результатам анализа спортивной метафоры в политическом дискурсе А. П. Чудинов выделил в ней три фрейма: «Виды спорта», «Квалификация спортсменов и итоги соревнований» и «Правила игры и наказания» — и внутри каждого фрейма составляющие его типовые слоты, т. е. элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации [Чудинов 2001б: 27]. Наши материалы позволили выделить фреймы и слоты, дополняющие эту типологию.

Понятие «спорт», по определению «Большой олимпийской энциклопедии», характеризуется как «соревнования по различным физическим упражнениям и их комплексам, система их организации и проведения, а также подготовка к соревнованиям; специфические социальные отношения в этой области человеческой деятельности и общественно значимые результаты» [БОЭ 2008: 298]. На основании этой дефиниции и полученных материалов нами были выделены следующие фреймы и составляющие их слоты.

1. Фрейм «Виды спорта»

Слот 1.1. Спортивная игра

Слово «спорт» заимствовано из английского (*sport*), где являлось сокращением от первоначального старофранцузского *desport* — «игра», «развлечение» [Этимологический словарь русского языка 2005: 374], поэтому не удивительно, что современный спорт включает различные спортивные игры. Фрагменты фреймов «спортивный матч» или «спортивная игра», используемые в качестве источников метафор, указывают на соперничество между государствами: *Китай не намерен и не в состоянии развернуть так называемую стратегическую игру против кого-либо* (Дыхание Китая. 2017, февр.); *В будущем интернет-ритейлер JD.com намерен*

вкладывать больше инвестиций в развитие мобильных платежей. Эксперты отмечают, что для потребителей неважно, кто выйдет победителем в этой конкурентной гонке (Дыхание Китая. 2017, февр.) и др.

В толковом словаре *гонка* определяется так: «...состязание в скорости передвижения (в езде, гребле, беге на лыжах и др.)» [Толковый словарь 2011: 293]. Лексемы *игра* и *гонка*, обозначающие спортивные состязания, метафорически употреблены при описании политики и экономики. В политической сфере Китай соревнуется с другими странами, а в экономической китайские предприятия конкурируют друг с другом.

Метафорические выражения использовались для создания противопоставления, когда одной стороне приписываются положительные свойства, а другой — отрицательные [Feiler 1996]. К данной подгруппе были отнесены высказывания со словами *выигрывать*, *переиграть*, которые акцентируют благополучное состояние Китая в мировом масштабе (*Переиграть* — «сыграть лучше, чем другие, победить в игре» [Толковый словарь 2011: 635]). Например: *Размышления о том, как удачно позиционирует себя Китай в отношениях с Россией, что выигрывает, как сможет распоряжаться новыми технологиями, энергоресурсами и еще более тесными стратегическими связями с Россией* (Известия. 2014.05.23); *Если посмотреть на положение дел в нефтяной сфере в Центральной Азии, то Китай полностью переиграл Россию по части доступа к добыче нефти и газа в центральноазиатских странах* (Известия. 2013.03.06) и др.

Глагол-конверсив *проигрывать* («потерпеть неудачу в игре, борьбе» [Толковый словарь 2011: 761]) в следующем контексте также подчеркивает ведущую роль Китая, поскольку обозначает положение России: *В Китае в бассейне Амура живут более 70 млн. человек, а в России — около 5 млн. Безлюдье нас и спасло. Сравнение с Китаем мы проигрываем по всем статьям* (Комсомольская правда. 2013.11.05).

Слот. 1.2. Виды спортивных состязаний на скорость передвижения

По мнению А. П. Чудинова, данную «особую подгруппу составляют метафоры, основанные на том, кто первым преодолеет определенную дистанцию (это может быть марафон, спринт и др.)» [Чудинов 2001а: 27].

Пробегаая установленную дистанцию, спортсмены стремятся быть впереди других, но их порядок в ходе состязания постоянно меняется. Российские СМИ показывают Китай как

спортсмена на долгой дистанции, который иногда отстает от других стран. Ср.: *Однако по темпам роста Китай значительно отстает от соседней страны: за указанный период рост ПИИ составил в Поднебесной 6 % против 73 % у Вьетнама* (Известия. 2014.03.25); *Все партнеры по БРИКС, кроме ЮАР (41-я строка), отстают от России: Китай — на 96-м месте, Бразилия — на 116-м, Индия — на 134-м* (РБК Дейли. 2013.10.29) и др. *Отстать* — «задержавшись, двигаясь медленнее других, остаться позади» [Толковый словарь 2011: 606].

По ряду параметров Китай догоняет другие страны, например: *Китай через несколько лет догонит Америку. Правда, они многое копируют, но так ведь начинали когда-то и японцы, и южнокорейцы* (Комсомольская правда. 2013.08.29); *И в конце концов Китай всех догонит, потому что у них денег можно много сконцентрировать* (Комсомольская правда. 2013.02.12) и т. п. *Догнать* — «настигнуть, поравняться с движущимся впереди» [Толковый словарь 2011: 212].

А в современной ситуации Китай нередко выходит вперед, что в российских СМИ передается лексемами *обогнать, опережать, перегнать, обойти* и т. д. Значение всех этих глаголов одинаково раскрывается в толковом словаре: «оказаться впереди в движении» [Толковый словарь 2011: 42, 567, 550, 625]. Ср.: *по прогнозу МВФ, с 2011 по 2014 год китайская экономика вырастет на 24 %, а американская — лишь на 7,6 %, поэтому Китай, вероятно, обгонит США уже в текущем году, делает вывод ФТ* (РБК Дейли. 2014.05.05); *В 2011 и 2012 году Китай уже опережал по количеству ракетных пусков не только Европу, но и США* (РБК Дейли. 2014.06.30); *Китай стремится перегнать мир не только своими высокими технологиями, но и высоким интеллектом* (Комсомольская правда. 2013.06.06); *Если тенденция сохранится, а предпосылка к обратному пока нет, Китай обойдет Германию по числу въезжающих в Россию туристов к 2015 году* (РБК Дейли. 2013.10.08) и др.

Как видно из примеров, Китай, как спортсмен на соревнованиях, по разным показателям может отстать от других стран, догнать и обогнать их. Однако с помощью указанной спортивной метафоры утверждается ведущая позиция Китая в мире и по экономическим показателям, и по новейшим технологиям, и в сфере туризма, и даже интеллектуального труда.

Слот 1.3. Спортивное единоборство — борьба

Помимо соревнований в скорости передвижения, однократно отмечен другой вид спорта — борьба: *Китайская экономика положит американскую на обе лопатки* (Новый день. 2008.07.10).

В спортивной борьбе победа присуждается тому борцу, который положит на лопатки противника. Русский фразеологизм *положить на обе лопатки* имеет значение «успешно, решительно побеждать в споре, в соревновании, в каком-либо деле» [Фёдоров 2008: 202]. И в этом случае спортивная метафора используется, чтобы показать, что экономика Китая станет более значительной, чем экономика Америки.

2. Фрейм «Прогнозы соревнований»

Перед любыми спортивными соревнованиями специалисты оценивают участников и составляют прогнозы, кто из них станет чемпионом. Представления об этом повседневном опыте лежат в основе метафор данной группы. Спортивная метафора всегда имплицитно указывает на то, что любое противостояние государств в мире должно заканчиваться победой той или иной стороны.

В российских СМИ даются как позитивные, так и негативные прогнозы будущего Китая в экономической и политической сферах.

Слот 2.1. Позитивный прогноз

К этой подгруппе были также отнесены контексты со словом *выиграть* («одержать верх, победить в чем-н. (в игре, споре, состязании)» [Толковый словарь 2011: 137]), но только в форме будущего времени: *От роста зарплат в Китае выиграют в первую очередь соседние с ним страны (сейчас на Китай приходится 8,1 % мировых ПИИ, тогда как на остальные страны ЮВА — 7,6 %) (РБК Дейли. 2013.01.18); Есть некоторый повод для оптимизма — от газового контракта с Китаем выиграют, в частности, металлурги и строители* (РБК Дейли. 2014.05.29) и т. д.

Слот 2.2. Негативный прогноз

В российских СМИ отражается и сомнение в перспективах развития Китая: *Вместе с тем, лидерство в сфере глобальной интеграции далеко не гарантирует большого выигрыша для КНР* (Дыхание Китая. 2016, сент.); *В игре интеграционных процессов Китай рискует остаться „королем без королевства“* (Дыхание Китая. 2016, сент.) и др.

В первом примере слово *гарантировать* обозначает «защитить (-ищать), обеспечить (-ивать) от всяких неожиданностей» [Толковый словарь 2011: 152], следователь-

но, словосочетание *далеко не гарантирует* означает «совсем не обеспечивает». Во втором примере использовано прецедентное высказывание *король без королевства*, восходящее к прецедентному имени «Иоанн Безземельный» [ЭСБЕ 1890: 522], указывающее на «слабое предвидение последствий собственных необдуманных действий», которые совершают спортсмены в игре. Таким образом, журналист, используя спортивную метафору, высказывает сомнение в полезности и целесообразности для Китая участия в глобальной интеграции.

3. Фрейм «Участники соревнований»

Слот 3.1. Игроки

Игрок — «участник игры (во 2 знач.). И. в футбол. И. в шахматы» [Толковый словарь 2011: 42]. При метафорическом переосмыслении российские СМИ описывают Китай как одного из игроков в спортивных соревнованиях, который принимает участие в мировых процессах, взаимодействуя с другими державами-партнерами. Ср.: *КНР, добившись заметного продвижения в области торговли, решила стать „игроком“ и на поле политического модернизации* (Известия. 2014.04.10); *Чтобы развеять их, глава китайского государства вновь заверил о стремлении Китая сотрудничать с зарубежными партнерами на взаимовыгодной основе, учитывая интересы всех игроков* (Дыхание Китая. 2017, февр.) и т. д.

4. Фрейм «Квалификация спортсменов»

Слот 4.1. Лидеры в соревнованиях

А. П. Чудинов выделяет фрейм «Квалификация спортсменов», в рамках которого фигурируют лидеры: «В спорте различаются лидеры (участники соревнований, которые идут первыми на каком-то этапе соревнований)...» [Чудинов 2001б: 29]. В современных СМИ с помощью этой лексемы постоянно отмечается тот факт, что Китай занимает лидирующее положение в торговле и экономике:

Китай впервые стал лидером мировой торговли, опередив США (РБК Дейли. 2014.01.13); *И хотя Китай находится в числе лидеров по экономическому росту, такая нагрузка на госбюджет для него пока слишком тяжела* (Известия. 2013.07.16); *Безусловным лидером по мелким пакетам является Китай, а по посылкам — США* (РБК Дейли. 2013.12.24) и др.

В данном случае метафорическое выражение используется для сравнения экономических показателей двух стран. Здесь мы можем говорить о пересечении двух типов дискурса — экономического и политического.

Экономическая мощь государства является фактором, сказывающимся на способности государства участвовать в происходящих в мире политических процессах, следовательно, и на восприятии его другими мировыми державами.

Слот 4.2. Победитель и рекордсмен

По итогам спортивных состязаний выделяются победители, что является основой метафоры в данной подгруппе. Ср.: *При всей спекуляции о выигравших и проигравших в результате украинского переворота нельзя не признать, что самым безоговорочным победителем оказался именно Китай* (Известия. 2014.05.22); *Успех в борьбе за листинг Alibaba не только упрочит репутацию победителя в технологическом секторе, но может также привлечь новых клиентов из Китая* (Комсомольская правда. 2013.11.05) и др.

В нашем материале встретился интересный пример со стилистически сниженным словом: *„Переплюнули“ мы Китай и по количеству лесных пожаров: у них выгорает до 2 млн. га в год, а у нас — смело умножьте на три* (Комсомольская правда. 2013.11.05). Несмотря на то что глагол *переплюнуть* обладает более широкой семантикой («превзойти кого-н. в каком-н. отношении» [Толковый словарь 2011: 632]), мы, опираясь на экстралингвистические данные, рассматриваем его как относящийся к сфере «Спорт». Возможно, развитие переносного значения у данного глагола связано с тем, что в разных уголках мира, наряду с настоящими спортивными состязаниями, проводятся напоминающие их необычные соревнования, в частности чемпионат по плеванью косточками (выявляется, кто дальше плюнет). Например, в Книгу рекордов Гиннеса 2016 г. было включено имя Андре Ортолфа (Andre Ortoolf) из Германии, который переплюнул всех, запустив горошину на 7,51 метра. Использование журналистом разговорной лексемы можно объяснить, вероятно, сомнительностью одержанной Россией над Китаем победы: гордиться ущербом от лесных пожаров не приходится.

Принимая участие в престижном чемпионате или Олимпийских играх, спортсмены могут побить мировые рекорды. В российских массмедиа Китай нередко представляется подобным рекордсменом в мировой конкуренции: *Рекордсменом здесь остается Китай, который к 2015 году будет тратить больше, чем Великобритания, Франция и Германия вместе взятые* (РБК Дейли. 2014.02.04).

С помощью указанного фрейма, который представляет существующую в спортивном

мире иерархию, в российских СМИ Китай метафорически уподобляется лидеру, победителю и рекордсмену в сферах политики и экономики.

Таким образом, в российском массмедийном дискурсе активно используется спортивная метафора для создания образа Китая, который в настоящее время приобрел политический вес на международной арене. В современных российских СМИ создается преимущественно положительный образ Китая, добившегося значительных успехов в экономике. Разнообразие метафорических моделей, описывающих это государство, создает его сложный, многогранный образ, исследование которого является нашей перспективной задачей.

ИСТОЧНИКИ

1. Дыхание Китая [Электронный ресурс] : журн. URL: <http://russian.china.com/enterprise/magazine>.
2. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru>.
3. Vlasti.net [Электронный ресурс]. URL: www.vlasti.net.

ЛИТЕРАТУРА

4. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. С. 5—32.
5. Баранов А. Н. Политическая метафорика публицистического текста: возможности лингвистического мониторинга // Язык массовой информации как объект междисциплинарного исследования. — М. : Ин-т русского языка РАН, 2003. С. 134—140.
6. Баранов А. Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю). — М. : Ин-т русского языка РАН, 1991. 193 с.

Cheng Yuxiao

Ekaterinburg, Russia

CHINA IN THE METAPHORICAL MIRROR OF RUSSIAN MEDIA

ABSTRACT. *The research is carried out in line with the conceptual metaphor. In the Russian society mass media discourse is closely intertwined with the field of politics, so the relevance of this research is due to the need for studying political metaphors in publicistic discourse. The metaphorical models used by modern Russian media for constructing the image of China are studied in the article. The objective of research is to understand, how the economics, politics and the status of China in the international community are described and characterized with the help of mechanism of metaphorization. Material for the research is based on texts from the Russian mass media of 2008-2017. The main focus is on the sports metaphor as the dominant model. The study used the methods of contextual analysis, modeling and frame analysis. The main frames identified and described are: kinds of sport, forecast of competition result, participants in competitions, qualification of athletes, etc. The research has proved that the characteristics of competitions are actively used in the Russian media to describe the political and economic competition between China and other countries. The metaphorical images from the metaphorical model "sport" construct a predominantly positive image of China as it has achieved significant successes on the international arena in economics and politics.*

KEYWORDS: *conceptual metaphors; frame; political discourse; media discourse; media text; image of China; Russian mass media; mass media.*

ABOUT THE AUTHOR: *Cheng Yuxiao, Postgraduate Student, Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Dykhanie Kitaya [Elektronnyy resurs] : zhurn. URL: <http://russian.china.com/enterprise/magazine>.
2. Natsional'nyy korpus russkogo yazyka [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.ruscorpora.ru>.
3. Vlasti.net [Elektronnyy resurs]. URL: www.vlasti.net.
4. Arutyunova N. D. Metafora i diskurs // Teoriya metafory. — M. : Progress, 1990. S. 5—32.
5. Baranov A. N. Politicheskaya metaforika publitsisticheskogo teksta: vozmozhnosti lingvisticheskogo monitoringa // Yazyk massovoy informatsii kak ob'ekt mezhdistsiplinamogo issledovaniya. — M. : In-t russkogo yazyka RAN, 2003. S. 134—140.
6. Baranov A. N. Russkaya politicheskaya metafora (materialy k slovaryu). — M. : In-t russkogo yazyka RAN, 1991. 193 s.

7. Большая олимпийская энциклопедия = БОЭ / Бакал Д. [и др.]. — М. : Эксмо, 2008. 586 с.

8. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. — М. : Наука, 1988. С. 11—26.

9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. Н. В. Перцова // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. — С. 387—415.

10. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

11. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова ; под ред. Н. Ю. Шведовой. — М. : Азбуковник, 2011. 1175 с.

12. Ульманн Ст. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. 1970. Т. 5. С. 250—299.

13. Фразеологический словарь русского литературного языка : ок. 13 000 фразеологических единиц / под ред. А. И. Фёдорова. 3-е изд. — М. : Астрель : АСТ, 2008. 828 с.

14. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: общие вопросы, метафора. — Екатеринбург : Урал. гуманит. ин-т, 2004. 193 с.

15. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. — Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001a. 238 с.

16. Чудинов А. П. Спортивная метафора в современном российском политическом дискурсе // Вестн. ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001b. № 2. С. 26—31.

17. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона = ЭСБЕ [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikisource.org/wiki/Энциклопедический_словарь_Брокгауза_и_Ефрона.

18. Этимологический словарь русского языка / сост. П. А. Крылов. — СПб. : Полиграфсервис, 2005. 432 с.

19. Feiler D. Anti-Abortion Rhetoric and Cold-War Rhetoric: Metaphor and Strategy. URL: <http://www.psa.ac.uk/cps/1996/feil.pdf>.

13. Frazeologicheskiy slovar' russkogo literaturnogo yazyka : ok. 13 000 frazeologicheskikh edinit / pod red. A. I. Fedorova. 3-e izd. — M. : Astrel' : AST, 2008. 828 s.
14. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika: obshchie voprosy, metafora. — Ekaterinburg : Ural. gumanit. in-t, 2004. 193 s.
15. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. — Ekaterinburg : Ural. gos. ped. un-t, 2001a. 238 s.
16. Chudinov A. P. Sportivnaya metafora v sovremennom rossiyskom politicheskom diskurse // Vestn. VGU. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. 2001b. № 2. S. 26—31.
17. Entsiklopedicheskiy slovar' Brokgauza i Efrona = ESBE [Elektronnyy resurs]. URL: https://ru.wikisource.org/wiki/Entsiklopedicheskiy_slovar'_Brokgauza_i_Efrona.
18. Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka / sost. P. A. Krylov. — SPb. : Poligrafuslugi, 2005. 432 s.
19. Feiler D. Anti-Abortion Rhetoric and Cold-War Rhetoric: Metaphor and Strategy. URL: <http://www.psa.ac.uk/cps/1996/feil.pdf>.