

УДК 811.161.1'37  
ББК Ш141.2-7

ГСНТИ 16.21.51; 16.21.27

Код ВАК 10.02.20

**С. Я. Колтышева** S. Y. Koltysheva  
Челябинск, Россия Chelyabinsk, Russia

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ  
«ШОУ-БИЗНЕС —  
МИР СКАЗОК И МИФОВ»**

**В ДИСКУРСЕ РОССИЙСКИХ СМИ**

*Аннотация.* Анализируется формирующая метафорический образ современного российского шоу-бизнеса модель «Шоу-бизнес — мир сказок и мифов» на основе теории концептуальной метафоры и метафорического моделирования. Концептуальный образ шоу-бизнеса многогранен и сложен, изобилует стереотипами и ассоциациями.

*Ключевые слова:* фольклор; концепт; концептуальная метафора; метафорическая модель; шоу-бизнес; интертекстуальность; прецедентные феномены; глобализация; национальная специфика.

*Сведения об авторе:* Колтышева Светлана Яковлевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры делового иностранного языка.

*Место работы:* Южно-Уральский государственный университет (Челябинск).

*Контактная информация:* 454000, г. Челябинск, п-т Ленина, 76.  
e-mail: legend74@mail.ru.

**THE METAPHORICAL MODEL  
“ENTERTAINMENT IS THE WORLD  
OF TALES AND MYTHS”**

**IN RUSSIAN MASS-MEDIA DISCOURSE**

*Abstract.* The article deals with the analyses of the model “Entertainment is the world of tales and myths” forming the metaphorical image of modern Russian Entertainment. The study is based on the conceptual metaphor theory and metaphorical modeling. The conceptual image of entertainment is many-sided and complicated. It is full of stereotypes and different associations.

*Key words:* folklore; concept; conceptual metaphor; metaphorical model; entertainment; intertextuality; precedent phenomena.

*About the author:* Koltysheva Svetlana Yakovlevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Business Foreign Language.

*Place of employment:* South-Urals State University, Chelyabinsk.

Центральным объектом исследования в когнитивной лингвистике является концепт. Концепты — ментальные сущности, которые отражают культурно-национальное представление человека о мире [Маслова 2005: 4]. В когнитивистике постулируется, что человеческому сознанию свойственно рубрицировать, каталогизировать окружающую действительность. Подобная ментальная рубрикация мира происходит с помощью концептуальных метафор [Чудинов 2003: 1]. Метафору нередко образно представляют как зеркало, в котором, вне зависимости от чьих-либо симпатий и антипатий, отражается национальное сознание [Там же: 6].

Основоположниками когнитивного подхода к изучению метафоры являются Джордж Лакофф и Марк Джонсон, утверждавшие: «...метафора не ограничивается одной лишь сферой языка, то есть сферой слов: сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны», «наша понятийная система носит преимущественно метафорический характер, <...> наше мышление, повседневный опыт и поведение в значительной степени обуславливаются метафорой». Ученые видят сущность метафоры «в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода». Примером может служить представление спора в терминах войны: «Argument is war» [Lakoff, Johnson 1980: 3—6].

В последние десятилетия метафорология оформилась в самостоятельную научную область, объектом исследования в которой выступает метафорика, включающая в себя как результаты метафорогенной деятельности человека, так и все механизмы этой деятельности (нейрологический, синестетический, когнитивный, коммуникативный) [См.: Будаев 2010: 54]. Теория концептуальной метафоры была подхвачена отечественной лингвистикой и эволюционировала в теорию метафорического моделирования, успешно развиваемую российскими учеными с учетом достижений отечественной теории регулярной многозначности (Ю. Д. Апресян, Э. В. Будаев, И. А. Стернин, А. П. Чудинов, Д. Н. Шмелев и др.).

По мнению Э. В. Будаева, «сопоставительное исследование метафорической модели по вектору (или методу) начинается с исследования вербализованных компонентов индивидуальных концептосфер независимо от того, присутствует ли в индивидуальном концепте оценочный компонент, является ли это содержание культурно специфичным (что не всегда известно в начале исследования, иначе в анализе нет смысла), но по результату исследования делаются выводы об универсальном и культурно-специфичном в национальных концептосферах. Таким образом, при исследовании метафор корреляции индивидуального и культурно-

специфичного концептуального содержания носят неразрывный, диалектический характер» [Будаев 2010: 169].

Личность — это продукт языка и культуры. Национальный характер влияет на развитие культурно-специфичного контента метафорической модели. С. Г. Тер-Минасова определяет национальный характер как психологический склад нации, своеобразный колорит чувств и эмоций, набор стереотипов, образ мыслей и действий. Национальный характер формируется под влиянием истории развития данной нации, специфики национальной культуры. Одним из источников его формирования является фольклор [Тер-Минасова 2008: 168—169].

Охарактеризуем основных персонажей русского фольклора. В центре русских народных сказок стоит настоящий герой — богатырь, защитник народа от злых героев, нечисти (Бабы-яги, Кощея Бессмертного, Змея Горыныча). Противоречив образ Ивана-дурака: с одной стороны, он глуп, не обладает силой и красотой, но с другой — удачлив в делах и любви. Женский русский народный образ репрезентирован в сказках мудрыми, скромными, красивыми героинями, такими, как Василиса Прекрасная, Царевна-лягушка, Марья-краса.

Попытаемся проследить, сохраняется ли национальная специфика при разворачивании модели «Шоу-бизнес — это мир сказок и мифов», или процессы интеграции и глобализации серьезно влияют на вектор развития российского шоу-дискурса.

Сферой-мишенью метафорического заимствования в данном случае выступает шоу-бизнес. Развлекательная сфера — одна из древнейших сфер жизни с богатой историей, своими законами функционирования, направленная на получение прибыли. Шоу-бизнес является неотъемлемой частью массовой культуры, которая представляет собой «культуру массового общества, сложившуюся в эпоху индустриализма и доминирующую в период информационных технологий» [Акопян 2004: 19].

Концептуальные сферы «миф» и «сказка» в процессе метафорического заимствования выполняют роль сфер-доноров. Важно отметить, что, являясь частью эпоса, оба жанра находятся в дихотомических отношениях. Миф, потеряв свои функции, стал сказкой. Первоначально сказка, выделившаяся из мифа, противостояла ему по следующим параметрам:

**1. Профанное — сакральное.** Миф связан с ритуалом, поэтому миф в определенное время и в определенном месте раскрывает посвященным тайные знания. Это сказание

о героях, спасающих отдельных людей или человечество.

**2. Нестрогая достоверность — строгая достоверность.** Уход сказки от этнографичности мифа привел к тому, что в сказке на первый план вышла художественная сторона [См.: Мелетинский].

Сказка «заинтересовалась» увлекательностью сюжета. Историчность (квазиисторичность) мифа стала неактуальной для сказки. События сказки происходят вне географической приуроченности, в рамках сказочной географии.

У сказки выделяется два основных поджанра: сказка фольклорная и литературная. **Сказка фольклорная** — эпический жанр письменного и устного народного творчества, прозаический устный рассказ о вымышленных событиях. Целью сказки является передача опыта, знаний от поколения к поколению. Для фольклорной сказки характерна импровизация рассказчика. **Сказка литературная** — эпический жанр, ориентированное на вымысел произведение, тесно связанное с народной сказкой, но, в отличие от нее, принадлежащее конкретному автору, не бытовавшее до публикации в устной форме и не имевшее вариантов [Словарь литературоведческих терминов].

Метафорическая модель «Шоу-бизнес — мир сказок и мифов» не входит в число доминантных и продуктивных. С точки зрения дискурсивной характеристики данной модели важно отметить, что она относительно статична и находится на периферии комплекса метафорических моделей, характеризующих отечественный шоу-бизнес. Однако она используется для моделирования метафорического образа российской индустрии развлечений. Исследуемая модель занимает 9 место по частотности (378 метафор, т. е. 10,4 % проанализированного материала) в дискурсе российских СМИ. В структуре данной модели выделяются следующие фреймы: «Мир сказочных и мифологических героев», «Сказочные и мифологические артефакты» и «География сказок и мифов». Также, как ментальная каталогизация действительности, вербальная ее рубрикация не осуществляется по жестким правилам. В связи с этим структурное наполнение модели, состав фреймов и слотов являются результатом индивидуально-авторского творчества.

Представим подробный анализ указанной модели.

### 1. Фрейм «Мир сказочных и мифологических героев»

Метафорически в российском шоу-бизнесе присутствуют, как в сказке, разные ге-

рои. Они бывают положительными или отрицательными, заимствованными из фольклорных или литературных сказок, мифов. Данный фрейм — самый частотный в анализируемой модели (195 метафор; 51,6%). Структуру первого фрейма составляют следующие слоты: «Положительные герои сказок и мифов», «Отрицательные герои сказок и мифов», «Внешность сказочных и мифологических героев», «Поступки героев сказок и мифов» и «Союз добрых и злых героев».

**Слот 1.1. Положительные герои сказок и мифов.** Положительное отношение и ассоциации, любовь зрителя, СМИ, коллег по цеху к отечественным звездам выражается через упоминание положительных сказочных и мифологических героев.

*Долго все ждали, что же скажет первая леди этой тусовки — Алла Борисовна? Но ничего не сказала золотая рыбка, и попсовый бомонд понял: значит, можно молчать* [Мельман 2012]. Автор высказывания апеллирует к прецедентной ситуации и прецедентному имени (сказка А. С. Пушкина «Золотая рыбка»), вызывая знакомые ассоциации у читателя. Молчание, безучастность А. Пугачевой к сложившейся ситуации (скандал с участием Ф. Киркорова и М. Яблочковой) является основанием для метафорической проекции.

*Она (А. Пугачева) любит им и гордится. Я очень рад, потому что он продлевает ей жизнь. Он (М. Галкин) как доктор Айболит* [Гаспарян 2009б]. Влияние М. Галкина на А. Пугачеву отождествляется с лечением доктора Айболита. Наблюдается адресация к стихотворной сказке К. Чуковского «Айболит».

*Зал вопил: „Мо-ло-дец! Мо-ло-дец!“ — и это была высшая форма признания, которой в гей-клубах подчас не удостоиваются даже „профильные“ артисты. На прощание г-жа Королева выдохнула в сердцах, что такой благодарной публики отродясь не видала, и обещала, как Карлсон, обязательно вернуться* [Гаспарян 2010]. Возвращение Н. Королевой определенная прослойка зрителей ждет, как малыш Карлсона. Автор высказывания обращается к сказке А. Линдгрена «Карлсон, который живет на крыше».

*Тогда же артист устроил предпремьерный показ новой программы для прессы, и все только цокали языками: „Какой же Боря молодец и оловянный солдатик!“* [Гаспарян 2011а]. Стойкость, работоспособность и преданность своему делу Б. Моисеева ассоциируется со стойкостью героя сказки Г. Х. Андерсена «Стойкий оловянный солдатик».

*Любовь Ирины и Александра Порохов-*

*щиковых напоминает миф о Галатее и Пигмалионе* [НТВ. 17.03.2012]. Взаимоотношения Ирины и Александра Пороховщиковых метафорически изображаются представителями СМИ сквозь призму греческого мифа о Галатее и Пигмалионе.

**„Богатырь русского кино“ Николай Крючков** [«Богатырь русского кино...»] Звезда советского кино Н. Крючков благодаря своим ролям, стойкому и мужественному характеру отождествляется с былинным героем — богатырем.

Метафорические высказывания, составляющие данный слот, обладают коннотацией с положительным вектором в сочетании с иронией. В большинстве примеров наблюдается гиперболизация (преувеличение) качеств и внешности героев шоу-бизнеса.

**Слот 1.2. Отрицательные герои сказок и мифов.** Поведение, внешность, творчество представителей шоу-бизнеса, отношение к ним публики, СМИ, коллег по цеху ассоциируется с отрицательными эпическими героями, антиподами.

*О нем (Бари Алибасове) говорят как о настоящем Карабасе-Барабасе, который всегда владеет ситуацией, держит под контролем весь российский шоу-бизнес...* [Телесемь. 2006. № 37 (231) от 4 сент.] Б. Алибасов за счет деспотичного характера, отношения к подчиненным, авторитету изображается Карабасом-Барабасом — героем сказки А. Н. Толстого «Золотой ключик, или Приключения Буратино».

*Любимый всеми „Кощей“ Александр Филиппенко последнее время целыми днями пропадает на съемочной площадке сериала „Бедная Настя“* [Московский комсомолец. 2003. 3 дек.]. А. Филиппенко изображается автором высказывания как Кощей Бессмертный, герой русских народных сказок. Основанием для метафорического переноса служит сыгранная актером несколько раз роль Кощея.

**Снежная королева романа** [Гаспарян 2011в]. Называя певицу Валерию снежной королевой, автор эксплицирует такие ее качества, как холодность, неприступность, закрытость. В данном примере наблюдается адресация к известному тексту (сказке Г. Х. Андерсена «Снежная королева») и прецедентному имени (главная отрицательная героиня сказки).

*Главный же „Троль“ (И. Лагутенко) в Юрмале ходил под парусом, посещал вечеринки и не переставал широко улыбаться* [Московский комсомолец. 2003. 8 авг.]. Метафорически рок-музыкант Илья Лагутенко изображается в роли тролля. Метафорическая проекция основана на названии рок-группы музыканта (Мумий Тролль), его не-

обычном внешнем виде и эксцентричной манере выступления.

Метафорические единицы, составляющие данный слот, обладают разнополярной коннотацией в сочетании с иронией. Авторы активно используют прием гиперболизации, характеризуя представителей шоу-бизнеса.

### Слот 1.3. Внешность сказочных героев.

Внешность представителей шоу-бизнеса часто ассоциируется с необычной внешностью сказочных героев. Сами артисты намеренно прибегают к использованию сказочного, псевдореального облика, чтобы эпатировать публику, привлечь к себе ее внимание.

*Костюмы девушкам подобрали в соответствии с модными „русалочьими“ тенденциями осени-2010: многослойные, в нежных пастельно-бежевых тонах. Правда, вместо чешуи у деревенских русалок были легкие шифоновые платья и дубленки, а вместо русалочьих хвостов — туфли на каблучке и высокие гольфы* [Калашникова 2010]. Реквизит участниц группы «Фабрика» на съемках нового клипа вызывает в памяти фольклорные представления о русалках — загадочных и опасных существах.

*Все изменилось, когда музыкальное пространство взорвал хит «Прованс», и Елка по образу и подобию Золушки, скинув „аренбишные“ лохмотья, в одночасье стала главной героиней музыкального бала местного поп-королевства* [Гаспарян 2012]. Резкая и удачная перемена в творческой карьере певицы Елки представлена в виде превращения Золушки в героиню музыкального бала. При этом смена жанров сравнивается со сменой изношенной одежды на новую.

*Сегодня ее (А. Пугачевой) рыжая копна волос напоминала змеи-кудри медузы Горгоны* [Московский комсомолец. 2010. 18 февр.]. Раздражение, усталость хозяйки проекта «Фактор-А» А. Пугачевой метафорически переносится на ее облик (прическу). Грозный нрав и вид ведущей связывается с образом антигероини греческого мифа, горгоны Медузы, способной жестоко карать.

Герои развлекательной индустрии так же колоритны и необычны, как сказочные и мифологические, и вызывают аналогичные ассоциации.

**Слот 1.4. Поступки героев сказок и мифов.** Поведение представителей шоу-индустрии напоминает поступки и поведение героев сказок и мифов. Стратегия поведения звезд часто разыгрывается не по случайному, а по намеченному PR-сценарию с целью привлечения внимания и увеличения рейтинга.

*Дмитрий Кузнецов продюсерским гла-*

*зом присматривается к Джастину Биберу. Еще бы, ведь это он первым открыл ящик Пандоры, когда написал слезливые „Белые розы“ и показал стране Юрия Шатунова* [НТВ. 05.06.2011]. Диско-музыка метафорически представлена как мировое зло и беда, спрятанные до определенного момента в ящике Пандоры. Продюсер Д. Кузнецов выступает Пандорой, выпустившей зло на свободу.

*Атмосферное возмущение, впрочем, быстро успокоилось, и вновь заулыбалось солнце. В этом „знаке свыше“ возродившаяся птицей Феникс Муза конкурса Алла Пугачева, принимавшая „парад“, нашла доброе предзнаменование* [Гаспарян 2011б]. Возвращение А. Пугачевой к роли музы и почетной гостьи конкурса «Новая Волна — 2011» ассоциируется с мифом о возрождении из пепла птицы Феникс.

*На сцену ГЦКЗ „Россия“ в Лужниках, где по случаю премьеры собрался полный восьмитысячный аншлаг, э-н Басков выпорхнул весь в белом и покатился колобком по сцене, возбуждая зал актуальным хитом „Натуральный блондин, я на всю страну такой один!“* [Гаспарян 2009а]. Внешний вид и перемещение певца Николая Баскова по сцене стало основанием для метафорического заимствования в сферу-мишень «Шоу-бизнес» из русской народной сказки «Колобок».

*Филипп Киркоров против Николая Баскова: Битва титанов* [НТВ. 01.04.2012]. Конкуренция Ф. Киркорова и Н. Баскова — масштабных фигур отечественного шоу-бизнеса — изображается как битва титанов.

### Слот 1.5. Союз добрых и злых героев.

Приведем заголовок: **Красавица и чудовище!** [Московский комсомолец. 2003. № 268. 5 дек.]. Данный пример демонстрирует концептуальную оппозицию в виде союза двух противоположных героев. Судя по тексту материала, в основе метафоры лежат внешние черты героев статьи (И. Пригожина и Валерии) и их творческий союз. Автор ассоциативно связывает продюсера И. Пригожина с чудовищем, певицу Валерию — с красавицей, героями сказки Жанны-Мари Лепренс де Бомон «Красавица и Чудовище».

*Е. Орлов (продюсер): „Я немного жесткий в работе, а Филипп с моими артистами играл в воплощение доброты. Хотя свой персонал держит в строгости. Получилось, что я для своих — злой Бармалей, а рядом — добрая Мальвина“* [Гаспарян 1999]. Автор контекстуально, с одной стороны, соединяет, с другой — противопоставляет себя и Ф. Киркорова, обращаясь к прецедентной ситуации и именам из сказки

А. Н. Толстого «Золотой ключик, или Приключения Буратино». Цель высказывания — вызвать у читателя яркие и знакомые с детства ассоциации.

Анализируемая модель в целом и данный фрейм в частности демонстрируют диалог текстов современных СМИ с текстами сказок и мифов, т. е. явление интертекстуальности, эксплуатации комплекса прецедентных феноменов.

## 2. Фрейм «Сказочные и мифологические артефакты»

Исследуемый фрейм в описываемой модели по количеству метафорических единиц занимает второе место (108 метафор; 28,6 %). В рамках данного фрейма выделяются две группы артефактов: утилитарные и сакральные. Артефактами репрезентированы события, окружающие предметы, творчество и артисты (в чем проявляется деперсонализация).

**Слот 2.1. УТИЛИТАРНЫЕ АРТЕФАКТЫ.** В шоу-бизнесе, как в сказке или мифе, присутствуют определенные предметы, помогающие героям достичь цели.

*И по мановению волшебной палочки все закружилось, завертелось в водовороте конкурса (Новая Волна—2011) ...* [Московский комсомолец. 2011. 28 июля]. В контексте ход конкурса подчиняется некоей магической силе — волшебной палочке.

*Непросто поймать эту золотую рыбку (А. Пугачеву) в свою сеть...* [Московский комсомолец. 2011. 30 дек.]. В статье телевизионные каналы их проектами метафорически представлены рыболовецкой сетью; примадонна российской эстрады, А. Пугачева, изображается неуловимой золотой рыбкой.

**Слот 2.2. САКРАЛЬНЫЕ АРТЕФАКТЫ.** Окружающие звезд отечественного шоу-бизнеса предметы и обстановка имеют сакральный, ритуальный смысл.

*Пока же хваленая раздвижная платформа, возвышающая Руваса в финале, смотрится как открывающийся хрустальный гроб, в котором вместо прекрасной царевны зачем-то покоится флаг Греции* [Жидкова 2009]. Декорация на конкурсе «Евровидение-2009» для номера греческого исполнителя репрезентирована хрустальным гробом, в котором вместо спящей красавицы покоится флаг Греции. Похоронные атрибуты свидетельствуют о бесперспективности участия Греции в конкурсе.

*Не перед каждым молодым дарованием открывается этот Сим-сим...* [Московский комсомолец. 2012. 6 апр.]. Конкурс «Евровидение» за счет жесткой конкуренции, отбору участников изображается как сказочная пещера, которую можно открыть, только

зная сакральные слова.

Концертно-гастрольная атрибутика имеет утилитарное, а также сакральное значение для артистов, как артефакты — для героев сказок и мифов. Высказывания, наполняющие данный фрейм, имеют разновекторный коннотационный фон в сочетании с иронией.

## 3. Фрейм «География сказок и мифов»

Окружающая обстановка, география гастролей звезд отечественной эстрады метафорически изображается как ареал сказочных героев. Данный фрейм не является продуктивным и высокочастотным в анализируемой модели (75 метафор; 19,8 %).

**Слот 3.1. АРЕАЛ СКАЗОЧНЫХ И МИФОЛОГИЧЕСКИХ ГЕРОЕВ.** Шоу-проекты, места проживания, гастролей, само творчество, эстрадные жанры вписываются в сказочную и мифологическую географию.

*Петросян создал собственное королевство кривых зеркал* [Московский комсомолец. 2011. 28 дек.]. Основанием для метафорического заимствования из сказки «Королевство кривых зеркал» В. Губарева стали название авторского шоу Е. Петросяна, закулисные интриги, отношения внутри коллектива, конкуренция с коллегами по цеху.

*Сказочный дворец Максима Галкина* [Минаев 2010]. Роскошь и размеры особняка М. Галкина приравниваются к богатству и роскоши сказочного дворца.

Эксплуатируя известные мифы и сказки при характеристике шоу-бизнеса и его представителей, авторы СМИ привлекают читателя яркими ассоциациями, вызывающими эмоциональный отклик. Исследуемая метафорическая модель основана на интертекстуальности: взаимодействие текстов современных СМИ и текстов мифов и сказок обуславливает использование прецедентных феноменов. Формирование метафорического образа российского шоу-бизнеса демонстрирует процесс глобализации: все реже авторы заимствуют образы из русских народных сказок или литературных сказок русских писателей, все чаще обращаются к европейским сказкам и античным мифам.

**В дискурсе российских СМИ сказочные и мифологические образы акцентируют следующие элементы сферы-мишени:**

- представители шоу-бизнеса — положительные и отрицательные герои сказок и мифов, сказочные артефакты;
- продюсеры — отрицательные герои сказок и мифов, враги;
- стиль поведения звезд шоу-бизнеса на сцене и вне сцены — сценарий сказок и

мифов;

– шоу-проекты, места проживания, гастролей, творчество, эстрадные жанры описываются в терминах сказочной и мифологической географии.

Во всех представленных примерах присутствует разнополярная коннотация в сочетании с иронией. Авторы активно используют гиперболизацию при характеристике шоу-бизнеса в целом и отдельных его представителей. Во многих примерах авторы обращаются к анималистическим сказочным и мифологическим образам.

Несмотря на свою относительную статичность, слабую динамику развития, модель «Шоу-бизнес — мир сказок и мифов» всегда актуальна, так как шоу-бизнес, сказка и миф относятся к сфере псевдореальности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Акопян К. З., Захаров А. В., Кагарлицкая С. Я. Массовая культура : учеб. пособие. — М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2004.

2. «Богатырь русского кино» Николай Крючков // РИА Новости. 2011. 9 янв. URL: <http://ria.ru/photolents/20110106/311970701.html>.

3. Будаев Э. В. Сопоставительная политическая метафорология : дис. ... д-ра. филол. наук. — Екатеринбург, 2010.

4. Гаспарян А. «Синие лебеди» в голубом маринаде // Московский комсомолец. 2010. 9 дек. № 25520. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2010/12/08/550698-quotinine-lebediquot-v-golubom-marinade.html>.

5. Гаспарян А. Smash!! Спящие вместе // Московский комсомолец. 1999. 8 дек. № 435. URL: <http://www.mk.ru/editions/daily/article/2003/07/18/132936-smash-spyaschie-vmeste.html>.

6. Гаспарян А. Борис Моисеев: «Я как на выданье...» // Московский комсомолец. 2011а. 21 окт. № 25777. URL: <http://www.mk.ru/culture/interview/2011/10/20/634959-boris-moiseev-ya-kak-na-vydane.html>.

7. Гаспарян А. Возвращение блудной Музы // Московский комсомолец. 2011б. 28 июля. № 25704. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2011/07/27/609487-vozvrashchenie-bludnoy-muzyi.html?3c2c52a0>.

8. Гаспарян А. Елка расставила точки // Московский комсомолец. 2012. 23 марта. № 25898. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2012/03/22/684625-elka-rasstavila-tochki.html>.

9. Гаспарян А. Король и солнце // Московский комсомолец. 2009а. 2 июля. № 25093. URL: <http://www.mk.ru/social/highlife/article/2009/07/01/311651-korol-i-solntse.html>.

10. Гаспарян А. Снежная королева ромansa // Московский комсомолец. 2011в. 5 дек. № 25814. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2011/12/04/649570-snezhnaya-koroleva-romansa.html>.

11. Гаспарян А. Хроники верной женщины // Московский комсомолец. 2009б. 6 апр. № 25024. URL: <http://www.mk.ru/culture/music/interview/2009/04/06/250670-hroniki-vernoy-zhenschinyi.html>.

12. Жидкова А. «Евровидение — 2009»: состязание невест и скрипачей // Московский комсомолец. 2009. 15 мая. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2009/05/15/275965-evrovidenie-2009-sostyazanie-nevest-i-skripachey.html>.

13. Калашикова У. Романтика на болоте // Московский комсомолец. 2010. 17 нояб. № 703. URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2010/11/17/544996-romantika-na-bolote.html>.

14. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособ. Изд. 2-е. — Минск : ТетраСистемс, 2005.

15. Мелетинский Е. М. [Соч.] // Фольклор и пост-фольклор: структура, типология, семиотика : сайт. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/meletinsky3.htm>.

16. Мельман А. Птичку жалко // Московский комсомолец. 2012. 17 дек. № 25527. URL: <http://www.mk.ru/social/article/2010/12/16/552803-ptichku-zhalcko.html>.

17. Минаев С. Сказочный дворец Максима Галкина // Экспресс-газета online. 2010. 9 нояб. № 45 (822). URL: <http://www.eg.ru/daily/cadr/22506>.

18. НТВ : [сайт телекомпании]. URL: <http://www.ntv.ru/>.

19. Словарь литературоведческих терминов / авт.-сост. С. П. Белокурова ; электр. версия — А. А. Белокуров. 2005. URL: <http://www.gramma.ru/LIT/?id=3.0> (дата обращения: 20.06.2012).

20. Телесемь. 2006. № 37 (231) от 4 сент.

21. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. Изд. 2-е — М. : Изд-во МГУ, 2008.

22. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / Урал. гос. пед. ун-т.— Екатеринбург, 2003.

23. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева**