

Людмила ЯСНОГУРСЬКА,

orcid.org/0000-0003-3039-447X

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Рівненського державного гуманітарного університету

(Рівне, Україна) *kafedrarshu@ukr.net*

Наталія МІЧУДА,

orcid.org/0000-0001-7936-7996

старший викладач кафедри іноземних мов

Рівненського державного гуманітарного університету

(Рівне, Україна) *kafedrarshu@ukr.net*

Ірина МАСЛО,

orcid.org/0000-0002-8637-5000

асистент кафедри іноземних мов

Національного університету водного господарства та природокористування

(Рівне, Україна) *i.m.maslo@nuwm.edu.ua*

КРОС-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ У ПИТАННІ МЕТАФОРИЧНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ

У статті досліджуються питання метафоричності англомовного дискурсу як засобу ефективного мовленнєвого впливу у двох аспектах: риторики, тобто з погляду вибору стратегій і тактик мовленнєвої поведінки, та врахування комунікативної специфіки тієї чи іншої культури. Метафоричність розглядається як важливий засіб риторичного впливу в широкому розумінні терміну «риторика», а метафора/риторична фігура – як мовленнєве явище, що відображає базовий когнітивний механізм. Лінгвістичний аналіз цього явища показує, що в сучасному англомовному дискурсі воно має багатоступеневий характер, а його вивчення може значно підвищити нашу компетентність щодо комунікативної специфіки тієї чи іншої культури. Крос-культурні дослідження дискурсу загалом можуть мати на меті виявлення культурно зумовленої картини світу, що стоїть за розповідями про подію або новину, що запам'яталася найбільше.

Автори статті прагнуть довести, що саме тому, що наше мислення має метафоричний характер, а абстрактні концепти неодмінно, хоч і несвідомо, наділяються метафоричною формою, концептуальна метафора відображає всі сфери людської діяльності та повсякденного досвіду. Робиться висновок, що ефективна мовленнєва взаємодія передбачає правильний вибір стратегій і тактик мовленнєвої поведінки в контексті того чи іншого дискурсу. Цей вибір зумовлений завданнями переконання й аргументації, тобто головними складовими риторичного впливу. Важливу роль у проектуванні стратегій і тактик відіграє метафоричність, яку розглядають як мовленнєве явище, що відображає базовий когнітивний механізм, і яка містить у собі комунікативну специфіку тієї чи тієї культури та субкультури. Зазначається, що не тільки слова, а й цілі метафоричні системи, тексти та правила, що регулюють спілкування, характеризують ту чи іншу культуру, субкультуру, політичну або економічну еліту. У сучасному англомовному дискурсі різні види метафор, що становлять найчастіші групи «мертвих» метафор, групуються для концептуалізації тієї чи іншої сфери діяльності та відносин, при цьому найчастіше спостерігається явище багатоступеневої метафоризації.

Ключові слова: концептуальна метафора, стерті метафори, англомовний дискурс, риторика, стратегії й тактики мовленнєвої поведінки, крос-культурний аспект.

Liudmyla YASNOHURSKA,
orcid.org/0000-0003-3039-447X
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages
Rivne State University of the Humanities
(Rivne, Ukraine) kafedrarshu@ukr.net

Natalia MICHUDA,
orcid.org/0000-0001-7936-7996
Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages
Rivne State University of Humanities
(Rivne, Ukraine) kafedrarshu@ukr.net

Iryna MASLO,
orcid.org/0000-0002-8637-5000
Assistant at the Department of Foreign Languages
National University of Water and Environmental Engineering
(Rivne, Ukraine) i.m.maslo@nuwm.edu.ua

CROSS-CULTURAL ASPECT IN THE ISSUE OF METAPHORICALITY OF ENGLISH DISCOURSE

The article investigates the issues of metaphoricality of English discourse as a means of effective speech influence in two aspects: rhetoric, i.e. in terms of choosing strategies and tactics of speech behavior; and taking into account the communicative specifics of a particular culture. Metaphoricality is seen as an important means of rhetorical influence in the broad sense of the term «rhetoric», and metaphor/rhetorical figure is seen as a linguistic phenomenon that reflects a basic cognitive mechanism. A linguistic analysis of this phenomenon shows that in modern English-language discourse it has a multistage character, and its study can significantly increase our competence in the communicative specifics of a particular culture. Cross-cultural discourse studies in general can aim to reveal the culturally determined worldview behind the stories of a memorable event or news item.

The authors of the article seek to prove that precisely because our thinking is metaphorical, and abstract concepts are inevitably, albeit unconsciously, endowed with metaphorical form, conceptual metaphor reflects all areas of human activity and everyday experience. It is concluded that effective speech interaction involves the correct choice of strategies and tactics of speech behavior in the context of a particular discourse. This choice is conditioned by the tasks of persuasion and argumentation, i.e. the main components of rhetorical influence. An important role in the design of strategies and tactics is played by metaphoricity, which is considered as a linguistic phenomenon that reflects the basic cognitive mechanism and which contains the communicative specificity of a particular culture and subculture. It is noted that not only words, but also entire metaphorical systems, texts, and rules governing communication characterize a particular culture, subculture, political or economic elite. In modern English-language discourse, different types of metaphors, which constitute the most frequent groups of «dead» metaphors, are grouped to conceptualize a particular field of activity and relations, and the phenomenon of multi-stage metaphorization is most often observed.

Key words: conceptual metaphor, erased metaphors, English discourse, rhetoric, strategies and tactics of speech behavior, cross-cultural aspect.

Постановка проблеми. Метафора не є суто мовленнєвим явищем, притаманним виключно поетичному мовленню або риториці у вузькому розумінні цього терміну. Крім того, в сучасних дослідженнях, присвячених детальному вивченню такого явища, як метафоричність, наголошується, що метафора в поетичному мовленні в більшості випадків є виявом базових концептуальних метафор, що використовуються у повсякденному житті. Метафоричні інновації поетів полягають не у створенні метафоричної думки, а у використанні вже існуючих форм метафоричної думки для того, щоб створювати нові поєднання метафоричних схем. Мовну метафору розглядають як

явище, що має вторинний характер стосовно концептуальної метафори, закладеної в понятійній системі людини й такої, що відображає її сприйняття, мислення та діяльність (Lakoff, Johnson, 2003: 7).

Аналіз останніх досліджень. Детальну класифікацію метафор подано у працях Дж. Лакоффа, (Lakoff, 1993: 214), М. Джонсона (Johnson, 2000: 156) та М. Тернера (Turner, 1996: 11). Для концептуалізації різних сфер діяльності (зовнішньої політики та міжнародних відносин, права, економіки тощо) найчастіше використовують такі найпоширеніші групи метафор: «держава як людина» (держави можуть бути друзями, бра-

тами, ворогами, сусідами тощо), метафори руху, метафори чуттєвого сприйняття, часу. Аналіз сучасного англomовного дискурсу показує, що деякі так звані «стерті», або «мертві», метафори настільки глибоко вкоренилися в понятійній системі людини, що зазвичай не усвідомлюються як образні вирази: *You do not use your time profitably* «Ви не використовуєте свій час з вигодою», *You need to budget your time* «Тобі необхідно скласти бюджет свого часу». У сучасних когнітивних дослідженнях перевагу традиційно віддають вивченню яскравих, новаторських, «індивідуально-авторських» метафоричних уживань (Johnson, 2000: 157). Ідеться, таким чином, про рівні метафоризації, використовувані з метою ефективного впливу мовлення та комунікації.

Метою статті є довести, що саме тому, що наше мислення має метафоричний характер, а абстрактні концепти неодмінно, хоч і несвідомо, наділяються метафоричною формою, концептуальна метафора відображає всі сфери людської діяльності та повсякденного досвіду.

Виклад основного матеріалу. Проблема метафоричності дискурсу з огляду на природу, ефективність і сферу мовленнєвого впливу цього явища розглядається нами у двох аспектах: риторичному та крос-культурному, що передбачає вивчення лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів ефективного мовленнєвої взаємодії у виборі стратегій комунікативної та мовленнєвої поведінки. Вибір метафор, рівнів метафоричності тісно пов'язані зі стратегіями й тактиками мовленнєвої та комунікативної поведінки, що і є предметом дослідження риторики, етнолінгвістики, психолінгвістики, соціолінгвістики, і інтерес до них зростає у вік інформаційних технологій, піару, етнічних конфліктів. Комунікативний аспект дослідження метафоричності дискурсу як засобу риторичного впливу включає: 1) усунення нерозуміння й уникнення дефектів комунікації та комунікативних невдач; 2) створення переконливого й аргументованого висловлювання; 3) розроблення ефективних форм роботи з навчання ефективного спілкування.

При цьому необхідно враховувати комунікативну специфіку тієї чи іншої мовної спільноти.

Важливий напрям сучасних лінгвістичних досліджень пов'язаний з бурхливим розвитком в останні десятиліття вивченням дискурсу як певного єдиного процесу, центрального для комунікативної діяльності. Складність і багатогранність такого явища, як дискурс, і спроби виокремити основні чинники, що впливають на його жанри та форми, доволі швидко спричинили розвиток

низки напрямів, що вивчають невласиві для мови (окрім граматики та лексики) чинники існування дискурсу. Усередині простору дискурсивної прагматики виявилися чинники культурного характеру. Дискурс на одну й ту саму – навіть вельми жорстко задану – тему (наприклад, діловий лист, висловлювання співчуття, промова на зборах, вибачення з приводу запізнення тощо) дуже різниться в термінах власне дискурсивних правил (з використанням макро- і мікроструктур) залежно від культури тієї групи, в рамках якої цей дискурс сформовано.

Крос-культурні дослідження дискурсу загалом можуть мати на меті виявлення культурно зумовленої картини світу, що стоїть за розповідями про подію або новину, що запам'яталася найбільше.

Перспективним напрямом розвитку досліджень із прагматичних аспектів дискурсу стала крос-культурна прагматика, що займається порівняльним аналізом окремих принципів, які характеризують комунікативну діяльність, і відповідних культурних сценаріїв. Інтерес становлять ті сфери, де мовленнєва структура конкретної мови не нав'язує жорстких заборон на вживання тієї чи іншої форми, де можлива варіативність, вибір тієї чи іншої стратегії. І те, яку стратегію буде обрано, в якій саме культурний сценарій втілюється даний дискурс (даний вираз), залежить від культурних особливостей відповідної комунікативної спільноти.

Фундаментальні цінності кожної культури пов'язані з метафоричною структурою найфундаментальніших концептів цієї культури. Є цінності, які глибоко вкоренилися в різних культурах. Можна простежити відмінності в їхніх цінностях на прикладі концептуалізації часу. Так, у лінійних культурах, до яких належать американці та більшість представників західноєвропейських культур, час є найвищою цінністю, шанування якої можна порівняти лише з релігією. Монохронічний характер цих культур відбивається в достатку метафор: *time is money* «час – гроші», *to waste time* «марно витратити час», *time is passing, flying* «час минає, летить» – у ситуаціях, коли не здійснюють конкретних дій для ухвалення важливих рішень. У мультиактивних культурах, до яких тяжіють деякі південноєвропейські (Іспанія, Італія) та арабські країни, ставлення до часу має поліхронічний характер (планується кілька подій за одиницю часу) (Lewis, 2006: 75-76). Звідси – вільне ставлення до порядку денного, який передбачає початок, але аж ніяк не закінчення дискусії, а красномовство є головною її складовою. Пріоритети зміщуються в бік значущості самої зустрічі,

ділового побачення, соціальної події. Час, пунктуальність не мають такого великого значення, тому шкала очікування розтягнута, а неприпустима точка образи через запізнення на зустріч дуже далека від поняття пунктуальності. Час можна розтягнути, зекономити, розподілити («to stretch time»), «to dispense with time», ним можна маніпулювати («to manipulate time»). У циклічних культурах (Таїланд та ін.) все підпорядковується ритму в природі, суспільстві, все зумовлено згори і не потрібно нічого змінювати, потрібно лише чекати свого часу. Час – роол «вир», «ставок», «заплава», і треба лише обережно й поступово обійти його навколо (Lewis, 2006: 75-76).

Риторика також закладає в структуру повідомлення певні наукові критерії: критерій істинності (категорія «логос»), критерій щирості (категорія «етос») і критерій релевантності мовленнєвої поведінки (категорія «пафос»), що покликані забезпечити ефективність мовлення. За такого погляду на риторику стає очевидним, що використовувати її справді можна не тільки стосовно публічних промов, а й до широкого кола найчисленніших і найрізноманітніших ситуацій, у яких співрозмовники вступають у мовленнєву взаємодію, – чи то виступ перед аудиторією, чи то розмова двох друзів за зачиненими дверима. Адже переконати означає насамперед набути союзника.

Щоб промова була ефективною, вона має володіти властивостями новизни, доречності та правильності. Риторика надає тому, хто говорить, можливість широко скористатися різноманітними засобами прямого і фігурального вираження. За традиційним терміном «фігури мовлення» стоять форми непрямого впливу на аудиторію. Насправді жодного протиріччя між фігуральним і точним мовленням немає. Слід особливо підкреслити, що фігури розглядаються як органічна властивість мови, без якої жива мова немислима. Йдеться не про те, щоб «робити фігури з мови», а про те, щоб, знаходячи фігури в мові, використовувати їх якомога ефективніше. Під терміном «фігура мовлення», або «метафора», ми розуміємо способи непрямого мовленнєвого впливу. Визнання можливостей різних форм мовленнєвого вираження одного й того самого змісту призводить до ідеї вибору стилістично позначених форм і до використання їх з метою переконання слухача. Використовуючи потужні можливості мови, логічні й аналітичні засоби переконання (у реальній мовленнєвій практиці носій мови рідко користується «логічно чистими» висновками, задовольняючись найчастіше ентимемами), риторика здатна

створювати ефекти незвичайної сили (Lakoff, 1993: 240).

Використовуючи широкі можливості своїх категорій (інвенції, диспозиції, елокуції), риторика сформулювала основні прийоми прямого і непрямого впливу на слухача – індивіду пропонується широкий вибір можливостей, використовуючи які, він домагається переконливої промови. Залучаючи відомості з теорії комунікації та використовуючи можливості контент-аналізу, риторика досліджує впливовість та ефективність мови, постулюючи її діалогічність. Спільні місця при цьому є засобом встановлення мовленнєвої комунікації й тією основою, що забезпечує загальнозрозумілість нового, індивідуального, що гарантує ефективність як прямих, так і непрямих тактик впливу в кожній конкретній ситуації. В основі цього висновку про ефективність використання тактик мовленнєвого впливу лежить погляд на мовленнєву фігуру/метафору як на мовне явище, що відображає базовий когнітивний механізм. Відповідно до цього мовленнєві метафори є лише проявом так званих «концептуальних метафор», закладених у понятійній системі людини, які структурують її сприйняття, мислення, діяльність (Lakoff, Johnson, 2003: 123). Дослідження рівнів метафоричності того чи іншого дискурсу, щільності концептуальних метафор, а також їхнього співвідношення з базовими, онтологічними метафорами могло б суттєво підвищити нашу компетентність стосовно комунікативної специфіки даної культури, а також пролити світло на особливості понятійної структури англійського дискурсу.

У сучасних дослідженнях когнітивної метафори підкреслюється тісний зв'язок цього явища з поезією, політикою, психологією, фізикою, комп'ютерною наукою, математикою, філософією. Простежується зв'язок концептуальної метафори з алегорією, що становить основу сюжету літературного твору, а також прислів'їв (Lakoff, Johnson, 2003: 266). Дослідження в цих галузях показують, якою багатогранною є метафора, що структурує образ нашого мислення і навіть те, які думки допустимі.

Аналіз метафоричності різних видів дискурсу в англійській мові дає змогу найнаочніше реалізувати інтегративний підхід до використання стратегій мовленнєвої та комунікативної поведінки, прямих та непрямих тактик мовленнєвої взаємодії, з одного боку, і просунути у вивченні специфіки англійської культури – з іншого. Прикладом реалізації цих двох тактик можуть бути два варіанти застережливих оголошень у підвальному

кафе, куди ведуть вузькі круті сходи: Warn out! «Будьте обережні» (пряма тактика мовленнєвої дії) і Duck and Grouse «Різко нахиляємо голову і бурчимо» (непряма тактика). В останньому прикладі Duck означає також «качка», «пірнати», а grouse – «куріпка», тобто англійський гумор цілком вдалий для непрямої тактики і пом'якшення імперативу непрямою тактикою.

Політика – це та сфера, в якій використання мови тягне за собою найширші соціальні наслідки, демонструючи владу мови над розумом, її здатність маніпулювати суспільною свідомістю. Найпопулярнішою формою констатації політики є політичні промови, які поєднують у собі і театр, і політичну декларацію, і мистецтво. Поєднання тактик прямого і непрямого мовленнєвого впливу з урахуванням традицій культури спілкування роблять твори ораторського мистецтва особливо цікавими з погляду аргументації, що апелює до логіки, і переконання, яке діє на емоції, які успішно використовують метафоричність як засіб ефективної мовленнєвої взаємодії в даній лінгвокультурі. У своєму есе «Metaphor and War», що набуло поширення через інтернет-ресурси напередодні війни в Перській затоці, Дж. Лакофф детально аналізує не тільки використання метафори для переконання населення США в неправильності курсу уряду в даному питанні, а й роль концептуальної метафори в плануванні зовнішньої політики загалом (Lakoff, 1996: 69). Детально показано, як використання метафори для концептуалізації політичної та економічної ситуації в Іраку систематично приховувало найжахливіші наслідки війни в цьому регіоні. У праці «Moral Politics» Дж. Лакофф аналізує політичні погляди консерваторів і більш прогресивних політиків США загалом (Lakoff, 1996). Їхні погляди на такі проблеми, як оподаткування, смертна кара, контроль над озброєнням, соціальні програми, захист довкілля, соціальні програми, знайшли відображення в абсолютно протилежних програмах. Проте кожна з цих програм звучить переконливо і здається цілком когерентною. Відповідь полягає в тому, що погляди авторів кожної з названих програм зібрані й систематизовані метафорами моралі, що об'єднують кожну з них окремо, і які, своєю чергою, зорганізовані протилежно ідеалізованими моделями сім'ї, що протилежно ідеалізуються (Lakoff, 1996: 47). Вивчення «військових» метафор може значною мірою пролити світло на відмінності понятійної структури англійського та українського дискурсів. В англійській мові склався свій набір «військових» метафор, що їх часто використовують під час опису різних хво-

роб: cells are bombarded with rays «клітини піддаються бомбардуванню променями». Хвороба розглядається як вторгнення чужих організмів, а тіло реагує на них тим, що мобілізує свої сили: immunological defenses «імунологічний захист», курс лікування – aggressive «агресивний» (Sontag, 1989: 101). Однак в англійському політичному дискурсі «військові» метафори використовуються набагато рідше, ніж в українському, і для них у перекладі англійською мовою добирають, як правило, більш пом'якшені варіанти (Sontag, 1989: 102). Так, боротьба за мир англійською мовою найкраще передається як “the campaign for peace”, “the peace movement”, “the drive for peace”, а борець за мир – скоріше як “campaigner”, “peace activist” ніж “fighter”. Боротьба з наркотиками перекладається застиглою “військовою” метафорою “war on drugs” або “campaign to combat drugs”. Боротьбу думок краще перекласти як “clash of opinions”, а боротьбу протилежностей – як “clash of opposing views”. Ми боремося за це передається як “we want this”, “we are striving for this”, а не як “fighting” або “striving”. Осередки напруженості краще передати англійською мовою не як “hotbeds of tension”, а як “focal points, centers of resistance”, фронт боротьби – як “those who wish to resist the new foreign policy”.

Поряд із політичним дискурсом важливими сферами застосування теорії метафор є право, економіка та соціальні питання. Так, теоретик права С. Віннер наголошує першорядну роль метафори в юридичній аргументації (Winner, 2001: 24). Даний дискурс рясніє метафорами, такими як the Corporation as Person «Корпорація як Особистість», real property as bundles of rights «нерухомість як пакети прав», що є афористичним вираженням поняття «інтелектуальна власність». Метафора, таким чином, є потужним юридичним інструментом, що має сильний вплив на наше суспільне життя.

У текстах економічного характеру ми також спостерігаємо широке застосування метафор, що апелюють до таких концептуальних понять у нашому повсякденному житті, як час, рух, простір тощо.

Так, гроші, фінансові справи часто асоціюються з рідиною: After the merger, the new company will be able to draw on a huge pool of resources «Після злиття нова компанія зможе залучити нові джерела ресурсів»; Because of the new, high interest rates money is pouring/flooding into Germany «Через те, що нові відсоткові ставки високі, гроші витікають у Німеччину»; There is a constant ebb and flow of money in and out of the system «Спостерігаються

постійні припливи й відливи грошей в і з цієї системи»; The banks have been riding on the crest of wave for longer than anyone expected «Банки перебувають на гребені хвилі набагато довше, ніж будь-хто очікував».

У наступних прикладах цього дискурсу метафорично використовується поняття «час»: We are running out of time «У нас закінчується час»; It's a complete waste of time «Це повна втрата часу»; Look, we've invested a great deal of time and effort in this. We can't back out now «Послухайте, ми вклали багато грошей і зусиль у цей проект. Ми не можемо відступити зараз».

Дослідження показують, що контекст дискурсу може не лише задіяти кілька найчастіших груп метафор, а й передбачає їхнє послідовне метафоричне проектування, тобто йдеться про рівні, або шаблі, метафоризації дискурсу. Концептуалізація держави як людини дає змогу осмислити її політику щодо інших країн у термінах міжособистісних стосунків, що традиційно передаються через перцептивно-сприйняті властивості фізичних тіл: теплі, близькі, натягнуті, тож міжнародні стосунки сприймають за допомогою перцептивних метафор, як-от загострення стосунків, поглиблення співробітництва, посилення візового режиму, тісні контакти, болючі переговори, пом'якшення позицій тощо (Lakoff, 1996: 18). Іноді внаслідок «когнітивного напруження» (Lakoff, 1996: 18) окремі метафори в дискурсі розвиваються у більшій образній сценарії: закри-

ватися від усього світу на протиракетні «засуви», відчинити всі двері. Опозиція близький/далекий породжує сценарій зближення, розбіжності позицій, пошуку точок дотику, а опозиція теплий/холодний спричиняє сценарій потепління або похолодання стосунків із супутніми політичними заморозками та сповзанням до холодної війни.

Висновки. Ефективна мовленнєва взаємодія передбачає правильний вибір стратегій і тактик мовленнєвої поведінки в контексті того чи іншого дискурсу. Цей вибір зумовлений завданнями переконання й аргументації, тобто головними складовими риторичного впливу. Важливу роль у проектуванні стратегій і тактик відіграє метафоричність, яку розглядають як мовленнєве явище, що відображає базовий когнітивний механізм, і яка містить у собі комунікативну специфіку тієї чи тієї культури та субкультури. Виявлення особливостей і визначення меж між дискурсивними групами спирається на проведення інтерактивних дій. Не тільки слова, а й цілі метафоричні системи, тексти та правила, що регулюють спілкування, характеризують ту чи іншу культуру, субкультуру, політичну або економічну еліту. У сучасному англomовному дискурсі різні види метафор, що становлять найчастіші групи «мертвих» метафор, групуються для концептуалізації тієї чи іншої сфери діяльності та відносин, при цьому найчастіше спостерігається явище багатоступеневої метафоризації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Johnson M. Metaphor vs. conflation in the acquisition of polysemy. *Current issues in linguistic theory*, 2000. Vol. 152. P. 155–169.
2. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. Cambridge : Cambridge University Press, 1993. P. 202–251.
3. Lakoff G. Moral Politics. Chicago : University of Chicago Press, 1996. p. 120.
4. Lakoff G. & Johnson M. Metaphors we live by. Chicago and London : University of Chicago Press, 2003. P. 264.
5. Lewis R. When Cultures Collide. Boston; London, 2006. p. 204.
6. Sontag S. Illness as metaphor and aids as metaphors. New York : Doubleday. Anchor Books, 1989. P. 164.
7. Turner M. The literary mind. New York : Oxford University Press, 1996. p. 156.
8. Winner S. A cleaning in the forest: Law, life and mind. Chicago : University of Chicago Press, 2001. P. 90.

REFERENCES

1. Johnson M. Metaphor vs. conflation in the acquisition of polysemy. *Current issues in linguistic theory*, 2000. Vol. 152. P. 155–169.
2. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. Cambridge : Cambridge University Press, 1993. P. 202–251.
3. Lakoff G. Moral Politics. Chicago : University of Chicago Press, 1996. P. 120.
4. Lakoff G. & Johnson M. Metaphors we live by. Chicago and London : University of Chicago Press, 2003. P. 264.
5. Lewis R. When Cultures Collide. Boston; London, 2006. P. 204.
6. Sontag S. Illness as metaphor and aids as metaphors. New York : Doubleday. Anchor Books, 1989. P. 164.
7. Turner M. The literary mind. New York : Oxford University Press, 1996. P. 156.
8. Winner S. A cleaning in the forest: Law, life and mind. Chicago : University of Chicago Press, 2001. P. 90.