

УДК 811.111

DOI: 10.34670/AR.2022.65.67.038

## Лингвостилистические средства создания образа России в современных СМИ

**Бабушкина Виктория Владимировна**

Преподаватель,  
Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова,  
410012, Российская Федерация, Саратов, пл. Театральная, 1;  
e-mail: rector@sgau.ru

**Барышникова Светлана Николаевна**

Саратовский медицинский университет «Реавиз»,  
410012, Российская Федерация, Саратов, ул. Верхний рынок, 10;  
e-mail: rector@sgau.ru

**Федорчукова Лидия Аркадьевна**

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова.  
410012, Российская Федерация, Саратов, пл. Театральная, 1;  
e-mail: rector@sgau.ru

### Аннотация

В статье анализируются лингвостилистические средства создания образа России, используемые журналистами в современных англоязычных СМИ. Материалом исследования послужили публицистические тексты электронных изданий политической тематики. Объектом исследования являются письменные англоязычные публицистические тексты политической тематики. Предметом исследования – изобразительно-выразительный потенциал разноуровневых лингвостилистических средств. Работа касается языка СМИ, лингвостилистических средств и особенностей их использования. Особое внимание уделяется средствам создания образности и изобразительно-выразительному потенциалу лингвостилистических средств. Авторы приходят к выводу, что в англоязычных публицистических текстах политической тематики определенные лингвостилистические средства могут быть использованы для создания враждебного образа России.

### Для цитирования в научных исследованиях

Бабушкина В.В., Барышникова С.Н., Федорчукова Л.А. Лингвостилистические средства создания образа России в современных СМИ // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 2А. С. 297-305. DOI: 10.34670/AR.2022.65.67.038

### Ключевые слова

Стилистика, стилистическое средство, образность, СМИ, экспрессивность.

## Введение

«Каждый день в жизни общества происходят такие радикальные изменения, как процесс глобализации, расширение мобильности, открытие границ и развитие современных информационных технологий» [Бабушкина, Федорчукова, 2018]. «Средства массовой информации являются мощнейшими инструментами манипулирования коллективным сознанием» [Дубовицкая, 2018] и навязывания идеологических принципов. Особенно отчетливо это положение прослеживается на политической арене.

«Язык СМИ ориентирован на стремление убедить читателя в том, что предлагаемая интерпретация событий и выражаемая точка зрения на происходящие события являются единственно верной» [Илюхина, Харитоновна, 2016]. «Исследователь языка в качестве материала для анализа использует текст как продукт речемыслительной деятельности» [Пастухова, Федорчукова, 2018]. «Современный текст скрывает свой стилистический и нравственный потенциал» [Тугушева, Федорчукова, Филатова, 2018]. Зачастую публицистические тексты политической тематики характеризуются присутствием в них субъективного мнения и субъективной оценки журналистов и политических деятелей. Таким образом, пресса способна навязать какое-либо мнение, соотнести языковые средства с «нормами речевого поведения» [Барышникова, Харитоновна, 2018], побудить к каким-либо действиям и даже создать в сознании у читателей образ какой-либо страны или человека.

Последняя функция приобрела особую значимость в наше время. После избрания на пост президента США Д. Трампа в 2016 г. возродилось понятие «культ личности» и все чаще взаимоотношения между государствами стали зависеть от личностных характеристик их лидеров, т.е. образ страны стал складываться из образа конкретного политического деятеля. Так, в настоящее время именно СМИ играют ведущую роль в построении образа страны или политика. «Лингвостилистический анализ речи политических лидеров позволяет уловить дополнительный смысл их высказываний, оценить посыл, намерения оратора и его целевую аудиторию» [Бабушкина, Шпак, 2018]. Именно по этой причине данное исследование является актуальным.

Цель исследования – рассмотреть лингвостилистические средства создания образа России в современных СМИ. Поставленная цель предполагает решение ряда задач, а именно: 1) описать язык современных СМИ с точки зрения его функционально-стилистических характеристик; 2) изучить понятие «лингвостилистическое средство»; 3) изучить понятие «образность» и средства ее создания; 4) проанализировать лингвостилистические средства в публицистических текстах политической тематики и описать их изобразительно-выразительные свойства.

Объектом исследования являются письменные англоязычные публицистические тексты политической тематики. Предметом исследования – изобразительно-выразительный потенциал разноуровневых лингвостилистических средств.

Материалом для данного исследования послужили публицистические тексты электронных изданий Radio Liberty, The Atlantic, The Guardian и многие другие.

## Язык современных СМИ: функционально-стилистические характеристики

Электронные средства массовой информации сосуществуют наряду с традиционными, однако превосходят их по скорости доставки и простоте доступа к необходимому для читателя

материалу.

По определенным причинам в наше время образ страны складывается из образа ее лидера. В связи с этим нами было принято решение изучить созданный в западных СМИ образ России путем анализа описания в них образа и действий Президента России В.В. Путина.

С точки зрения стилистики речь политиков относится к ораторскому стилю, главная особенность которого – прямое обращение к публике. С.А. Стройков отмечает, что «ораторский стиль занимает промежуточное место между научным стилем и художественным» [Стойков, 2009]. С научным стилем его сближает логическая последовательность в изложении фактов, развернутость высказывания и довольно строгое деление на абзацы. Связь с художественным стилем отталкивается от красочности речи и, как правило, от эмоциональных черт языка. Тем не менее, по мнению И.Р. Гальперина, «ораторский стиль является устной подкатегорией публицистического стиля» [Гальперин, 1958].

Тексты СМИ также относятся к публицистическому стилю – «функциональному стилю речи, целью которого является воздействовать на читателя или слушателя, убедить его в правильности выдвигаемых положений или вызвать в нем желаемую реакцию на сказанное» [Гальперин 1958].

Поскольку материалом для нашего исследования послужили тексты электронных изданий, необходимо отметить, что в данном случае мы обращаемся к газетному стилю, который, по мнению И.Р. Гальперина, является отдельным стилем. Газетный стиль – «самостоятельный функциональный стиль, который обладает определенным социальным назначением, комбинацией языковых функций, ставящей своей главной целью сообщение, призыв и убеждение (воздействие)» [Гальперин, 1958].

Однако в рамках нашего исследования мы будем придерживаться классификации И.В. Арнольд, которая считает, что газетный и публицистический стиль стоят вместе и являются «функциональными стилями речи, функция которых – воздействие на волю, сознание и чувства слушателя или читателя» [Арнольд, 2010].

### **Лингвостилистическое средство: дефиниции и проблемы исследования**

В 1958 г. в «Очерках по стилистике английского языка» И.Р. Гальперин утверждал, что такие термины, как «стилистическое средство», «стилистический прием», «выразительное средство», «экспрессивное средство», не всегда употребляются в синонимических рядах [Гальперин, 1958]. Трудно провести между ними четкую грань, но все же автор различает понятия «средство» и «прием». Под средством он понимает синтаксические, морфологические и словообразовательные формы, служащие для логического или эмоционального усиления речи [там же].

Между стилистическим средством и стилистическим приемом имеются точки соприкосновения, однако их нельзя считать полностью синонимичными понятиями. Все стилистические приемы являются стилистическими средствами, но не все стилистические средства являются стилистическими приемами [Знаменская, 2008]. Например, фонетические явления, такие как высота звука, паузы, логическое ударение, протяжная интонация или отрывистое произношение, являются стилистическими средствами, но не стилистическими приемами. Выходит, что стилистическое средство – это любые средства языка, которые употребляются для усиления эмоциональной функции языка, а прием – конкретное его

проявление (различные тропы или фигуры речи с четкой структурой). Средство, таким образом, – это явление широкое, а прием – узкое.

Морфологические формы (например, уменьшительно-ласкательные суффиксы) также могут обладать выразительностью: *girlie, piggy, doggy* и т.д. Неожиданное использование автором окказионализмов тоже может быть примером морфологического стилистического средства. Например: *He glasnosted his love affair with this movie star (People)*.

В качестве лексических стилистических средств можно привести группу интенсификаторов. Например, *awfully, terribly, absolutely* и т.д. Также к данной группе относятся слова, которые сохраняют свое логическое значение в эмфатических конструкциях. Например, *It was a very special evening/event/gift*.

Также существуют специальные грамматические формы и синтаксические конструкции, которые обладают экспрессивностью. Например, *I do know you!; I'm really angry with that dog of yours!; That you should deceive me!; If only I could help you!*

Вышеизложенные положения дают основание сделать следующий вывод: стилистическое средство – это широкий спектр проявлений изобразительно-выразительного потенциала языка. В качестве стилистических средств могут выступить такие явления, как стилистическое использование запятых или стилистическое использование артиклей. Лингвостилистический прием, с другой же стороны, представляет собой частное проявление лингвостилистического средства (троп или фигура речи, например, с четко определенной структурой). Лингвостилистическим средством, таким образом, может считаться любое языковое явление, в первую очередь выполняющее именно экспрессивную функцию языка.

### Образность и средства ее создания

Образность и средства ее создания неоднократно изучались в лингвистической литературе как отечественными лингвистами (А.П. Горбунов, К.А. Рогова, И.А. Кандакова, В.П. Москвин, В.В. Михайлов и другие), так и зарубежными лингвистами и учеными (А. Ortony, В. Campbell, С. Brooke-Rose, М. Johnson, G. Lakoff и другие).

Несмотря на все достижения в данной области лингвистики, в ней все же существует несколько спорных вопросов и проблем, которые до сих пор являются нерешенными. Одна из таких проблем – точное определение понятия образности. Несмотря на все изобилие определений данного феномена, мы ограничимся чисто лингвистическими подходами к определению данного термина. Достаточно интересное определение образности приводит А.Л. Коралова. Она определяет образ как «созданное средствами языка двухплановое изображение, основанное на выражении одного предмета через другой» [Коралова, 1975]. Иными словами, образ возникает при сопоставлении объектов, которые объединены общим (дифференциальным) признаком (семантический уровень), т.е. у разных значений имеется одна общая сема. Кроме того, образ появляется тогда, когда происходит сопоставление явлений, относящихся к разным тематическим сферам (т.е. сочетания слов разных семантических полей).

П.И. Пахуткин утверждает, что образ – это «динамический результат взаимодействия языкового значения лексической единицы с фактически обозначаемым ею денотатом» [Пахуткин, 1973]. Иными словами, сопоставляемые явления сравниваются при помощи либо простого сравнения или метафоры (сходство), либо метонимии (смежность). Здесь референт образа – это денотат, агент образа – языковое значение, а основание образа – признаки сходства или смежности.

Изобразительно-выразительные средства окружают нас буквально постоянно. Зарубежные ученые Джордж Лакофф и Марк Джонсон утверждают, что «процессы человеческого мышления во многом метафоричны» [Lakoff, Johnson, 2004].

Если рассматривать образ с разных точек зрения, то можно прийти к выводу, что образ – это то, как отражается внешний мир в сознании человека. Образ является неповторимым, и с его помощью человек познает окружающий его мир. Кроме того, образ может заставить человека рассматривать какие-либо явления с другой точки зрения или же кардинальным образом изменить свое отношение к чему-либо.

Образ «воспроизводит в сознании прошлые ощущения и восприятия, конкретизирует информацию, получаемую от художественного произведения, привлекая воспоминания о чувственно-зрительных, слуховых, тактильных, температурных и других ощущениях, полученных из опыта и связанных с психическими переживаниями» [Арнольд, 2002].

Образ имеет четкую структуру. В образ обязательно входят обозначаемое, обозначающее и основание для сравнения. Кроме того, можно также при анализе указать отношение между обозначаемым и обозначающим и использованный троп. В отдельных случаях могут даже указываться языковые особенности, лежащие в основе данного сравнения.

Образ может передаваться разными способами: словом, словосочетанием, предложением и т.д.

В своих работах В.П. Булычева утверждает, что существуют такие стилистические приемы, которые больше всего оказывают влияние на создание образности [Булычева, 2011]. Такие стилистические приемы она называет «тропами», то есть лексические стилистические приемы. Данную теорию поддерживает и Е.И. Шендельс, которая утверждает, что образ, создаваемый с помощью грамматических приемов, не столь яркий и индивидуальный, как образ, создаваемый с помощью лексических приемов [Шендельс, 1972]. К тропам или к фигурам речи можно перечислить следующие виды тропов:

- тропы, которые построены на обогащении неизменного основного значения слова (эпитет, оксюморон, сравнение, перифраза);
- тропы, которые построены на сдвигах основного значения слова (метафора, аллегория, синекдоха, метонимия, антономазия, металепсис, олицетворение, персонификация);
- тропы, в которых меняется не основное значение слова, а тот или иной его оттенок (гипербола, литота, ирония) [Булычева 2011].

Следует отметить, что кроме вышеперечисленных стилистических приемов многие лингвисты к средствам образности относят фразеологические обороты, идиомы, поговорки, пословицы и крылатые слова. В частности, к таким лингвистам относятся Н.С. Ашукин, Д.О. Добровольский, Я.И. Рецкер, А.В. Кунин и М.М. Рыжкова и т.д.

### **Анализ изобразительно-выразительного потенциала лингвистических средств**

Проанализированные нами тексты об образе В.В. Путина относятся к публицистическому стилю. Наибольшую ценность для нас представлял именно этот стиль, так как именно он изобилует различными лингвистическими приемами и средствами.

Проанализировав лингвистические средства, используемые в англоязычных электронных изданиях, можно сделать вывод, что президент чаще всего представлялся человеком жестким и беспощадным. На таком образе и формируется образ России в целом.

Такой вывод основан на том факте, что чаще всего в электронных изданиях использовались следующие лексические и лексико-синтаксические стилистические средства: развернутая метафора, аллюзия, синекдоха, каламбур, гипербола с элементами ситуативной иронии, перифраз, сарказм.

Рассмотрим конкретный пример: *Russia does not have a government; it has a prince, and a court driven by factions trying to win access to the resources they crave*. В данном примере используется развернутая метафора – скрытое сравнение В.В. Путина с князем (*prince*), а российское правительство – с двором, погрязшим в интригах и желающим завладеть богатствами страны (*trying to win access to the resources they crave*).

Политическая деятельность российского президента зачастую преподносится англоязычными журналистами в тесной связи с его прежней работой в органах КГБ. Следует отметить, что очень часто данный образ В.В. Путина создается при помощи экспрессивных языковых средств, «создания особой тональности текста» [Семухина, 2015], что подразумевает целенаправленную дискредитацию имиджа российского лидера в глазах англоязычных читателей. В одной из статей журнала было приведено высказывание, основанное на аллюзии и построенное с помощью выразительного потенциала часто употребляемой идиомы «*once a, always a*» – «*once-KGB-always-KGB Putin*», подчеркивая тем самым тот факт, что для иностранцев прошлое В.В. Путина неразрывно связано с настоящим. Образ бывшего агента КГБ вызывает у людей недоверие, заставляя их вспоминать дни холодной войны. Яркий образ также был достигнут за счет использования полученной конструкции вместо имени президента, особенно в позиции перед фамилией. Такое оригинальное средство выразительности можно отнести к приему антономазии.

Еще один яркий пример использования метафоры: *Putin warned that his nation will firmly stand its ground to defend its vital interests. "The bear is the master of the taiga (a subarctic forest). It's not going to move to other climate zones," he said. "But it's not going to give up its taiga to anyone."* В данном примере *The bear is the master of the taiga* – метафора, где В.В. Путин говорит о себе как о повелителе (упомянув медведя) и о России, используя слово «тайга». *But it's not going to give up its taiga to anyone.* – здесь мы уже видим развернутую метафору, поскольку В.В. Путин продолжает развивать созданный им же образ в первой части предложения, сообщая, что интересы тайги (России) он будет продолжать преследовать и не собирается отступить от своих целей.

Еще один яркий пример – стилистическое использование игры слов, основанное на омофонии и омографии: «*Oh Hurrah! Vladimir the Impaler will be on hand to bum anyone who challenges his new gay friendly credentials*». Влад Цепеш (Vlad the Impaler) известен своей безжалостностью и жестокими пытками. В данном примере имя Владимир (Vladimir) и имя Влад (Vlad) не только созвучны, но и имеют схожие варианты написания. Автор тем самым хотел дать понять, что российский президент – такой же безжалостный и жестокий человек, как тот самый государь Валахии.

«Садизм» В.В. Путина проявляется еще одной выдержкой из статьи. В данном случае также используется метафора: «*The Russian president watched in unconcealed glee as the dog sniffed at Merkel, who sat frozen in fear.*» – Путин не просто удовлетворен, а именно ликует, видя ужас на лице Меркель, которая была не просто испугана выходкой В.В. Путина, но буквально «заледенела» от страха.

Среди стилистических средств на уровне предложения распространены сарказм и ирония, основанные на контрасте подразумеваемого и выражаемого. *Oh no! The good, clean, truthful and*

*honest Uncle Putin?! I thought he was the good guy? Just trying to keep his country form the dangers of Western rot? Just an ideal place, I hear.*

### Заключение

В своих критических статьях авторы прибегают к открытой и скрытой оценочности. Последняя, в свою очередь, создается при помощи широкого набора языковых средств. «В данном случае упор делается на эмоциональную информацию, которая усиливает прагматический фактор высказывания» [Филатова, 2016]. Таким образом, в англоязычных публицистических текстах политической тематики определенные лингвостилистические средства могут быть использованы для создания враждебного образа России.

### Библиография

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М., 2010. 384 с.
2. Бабушкина В.В., Федорчукова Л.А. Лингвистическая интерференция и методы ее устранения // Наука и общество. 2018. № 1. С. 92-97.
3. Бабушкина В.В., Шпак Д.С. Сравнительный анализ стилистических особенностей речи современных англоязычных политиков // Сборник научных статей «Язык и мир изучаемого языка». Саратов, 2018. С. 237-241.
4. Барышникова С.Н., Харитонов В.Ю. Современное состояние обучения иноязычной речевой деятельности студентов экономических вузов // Сборник научных статей «Язык и мир изучаемого языка». Саратов, 2018. С. 200-204.
5. Булычева В.П. Функционально-стилистическая характеристика средств образности в английских текстах экономической тематики. Астрахань: Астраханский университет, 2011. 164 с.
6. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958. 333 с.
7. Дубовицкая М.А. Самореализация языковой личности в профессиональной переводческой деятельности // Сборник научных статей «Язык и мир изучаемого языка». 2018. № 9. С. 209-214.
8. Знаменская Т.А. Стилистика английского языка. М.: ЛКИ, 2008. 224 с.
9. Илюхина В.В., Харитонов В.Ю. Эвфемизмы в языке СМИ // Актуальные вопросы современной науки и практики. Чебоксары: Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2016. С. 46-52.
10. Коралова А.Л. Семантическая природа образных средств в современном английском языке. М.: АКД, 1975. 172 с.
11. Пастухова А.С., Федорчукова Л.А. Основные особенности аффиксального способа словообразования в английском языке // Сборник научных статей «Язык и мир изучаемого языка». 2018. № 9. С. 287-290.
12. Пахуткин П.И. Функциональные особенности речевой образности в научном стиле. М., 1973. 173 с.
13. Семухина Е.А. Общедискурсивные и специфические виды тональности французского религиозного дискурса // Наука и общество. 2015. № 4 (23). С. 52-56.
14. Стройков С.А. Стилистика английского языка. Самара: Поволжская социально-гуманитарная академия, 2009. 106 с.
15. Тугушева Э.Ф., Федорчукова Л.А., Филатова Н.П. Интервью с писателем как источник метапоэтических данных о языке новейшей художественной литературы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8-1. С. 57-61.
16. Филатова Н.П. Имплицитность как прагматический фактор в тексте английского делового письма // Зарайский А.А. (ред.) Проблемы современной лингвистики в контексте антропоцентризма. Саратов: ССЭИ (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. С. 128-134.
17. Шендельс Е.И. Грамматическая метафора // Филологические науки. 1972. № 3.
18. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980. 242 p.

---

## Linguostylistic expressive means of creating an image of Russia in modern mass media

**Viktoriya V. Babushkina**

Lecturer,  
Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov,  
410012, 1 Teatral'naya sq., Saratov, Russian Federation;  
e-mail: rector@sgau.ru

**Svetlana N. Baryshnikova**

Saratov Medical University "Reaviz",  
410012, 10 Verkhniy rynok str., Saratov, Russian Federation;  
e-mail: rector@sgau.ru

**Lidiya A. Fedorchukova**

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov,  
410012, 1 Teatral'naya sq., Saratov, Russian Federation;  
e-mail: rector@sgau.ru

### Abstract

The article analyzes the linguostylistic means of creating the image of Russia used by journalists in modern English-language media. The material of the study is journalistic texts of electronic editions of political subjects. The object of the research is the written English-language journalistic texts of political subjects. The subject of the research is the figurative and expressive potential of multi-level linguistic and stylistic means. The work deals with the language of the media, linguostylistic means and features of their use. Particular attention is paid to the means of creating imagery and the visual and expressive potential of linguistic and stylistic means. The authors come to the conclusion that certain linguostylistic means can be used to create a hostile image of Russia in English-language journalistic texts on political topics.

### For citation

Babushkina V.V., Baryshnikova S.N., Fedorchukova L.A. (2022) Lingvisticheskie sredstva sozdaniya obraza Rossii v sovremennykh SMI [Linguostylistic expressive means of creating an image of Russia in modern mass media]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (2A), pp. 297-305. DOI: 10.34670/AR.2022.65.67.038

### Keywords

Stylistics, stylistic means, imagery, mass media, expressiveness.

### References

1. Arnol'd I.V. (2010) *Stilistika sovremennogo angliiskogo yazyka* [Stylistics of modern English]. Moscow.
2. Babushkina V.V., Fedorchukova L.A. (2018) Lingvisticheskaya interferentsiya i metody ee ustraneniya [Linguistic



- interference and methods of its elimination]. *Nauka i obshchestvo* [Science and Society], 1, pp. 92-97.
3. Babushkina V.V., Shpak D.S. (2018) Sravnitel'nyi analiz stilisticheskikh osobennostei rechi sovremennykh angloyazychnykh politikov [Comparative analysis of the stylistic features of the speech of modern English-speaking politicians]. In: *Sbornik nauchnykh statei "Yazyk i mir izuchaemogo yazyka"* [Collection of scientific articles "Language and the world of the studied language"]. Saratov, pp. 237-241.
  4. Baryshnikova S.N., Kharitonova V.Yu. (2018) Sovremennoe sostoyanie obucheniya inoyazychnoi rechevoi deyatel'nosti studentov ekonomicheskikh vuzov [The current state of teaching foreign language speech activity of students of economic universities]. In: *Sbornik nauchnykh statei "Yazyk i mir izuchaemogo yazyka"* [Collection of scientific articles "Language and the world of the language being studied"]. Saratov, pp. 200-204.
  5. Bulycheva V.P. (2011) *Funktional'no-stilisticheskaya kharakteristika sredstv obraznosti v angliiskikh tekstakh ekonomicheskoi tematiki* [Functional and stylistic characteristics of the means of imagery in English texts of economic subjects]. Astrakhan: Astrakhan University.
  6. Dubovitskaya M.A. (2018) Samorealizatsiya yazykovoi lichnosti v professional'noi perevodcheskoi deyatel'nosti [Self-realization of a linguistic personality in professional translation activities]. In: *Sbornik nauchnykh statei "Yazyk i mir izuchaemogo yazyka"* [Collection of scientific articles "Language and the world of the studied language"], 9, pp. 209-214.
  7. Filatova N.P. (2016) Implitsitnost' kak pragmaticheskii faktor v tekste angliiskogo delovogo pis'ma [Implicitness as a pragmatic factor in the text of an English business letter]. In: Zaraiskii A.A. (ed.) *Problemy sovremennoi lingvistiki v kontekste antropotsentrizma* [Problems of modern linguistics in the context of anthropocentrism]. Saratov: Plekhanov Russian University of Economics, pp. 128-134.
  8. Gal'perin I.R. (1958) *Ocherki po stilistike angliiskogo yazyka* [Essays on the style of the English language]. Moscow.
  9. Ilyukhina V.V., Kharitonova V.Yu. (2016) Evfemizmy v yazyke SMI [Euphemisms in the language of the media]. *Aktual'nye voprosy sovremennoi nauki i praktiki* [Topical issues of modern science and practice]. Cheboksary: Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation, pp. 46-52.
  10. Korolova A.L. (1975) *Semanticheskaya priroda obraznykh sredstv v sovremennom angliiskom yazyke* [Semantic nature of figurative means in modern English]. Moscow: AKD Publ.
  11. Lakoff G., Johnson M. (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
  12. Pakhutkin P.I. (1973) *Funktional'nye osobennosti rechevoi obraznosti v nauchnom stile* [Functional features of speech imagery in a scientific style]. Moscow.
  13. Pastukhova A.S., Fedorchukova L.A. (2018) Osnovnye osobennosti affiksial'nogo sposoba slovoobrazovaniya v angliiskom yazyke [The main features of the affixal method of word formation in English]. In: *Sbornik nauchnykh statei "Yazyk i mir izuchaemogo yazyka"* [Collection of scientific articles "Language and the world of the studied language"], 9, pp. 287-290.
  14. Semukhina E.A. (2015) Obshchediskursivnye i spetsificheskie vidy tonal'nosti frantsuzskogo religioznogo diskursa [General discursive and specific types of tonality in French religious discourse]. *Nauka i obshchestvo* [Science and Society], 4 (23), pp. 52-56.
  15. Shendel's E.I. (1972) Grammaticheskaya metafora [Grammatical metaphor]// *Filologicheskie nauki* [Philological sciences], 3.
  16. Stroikov S.A. (2009) *Stilistika angliiskogo yazyka* [Stylistics of the English Language] Samara: Volga Region Social and Humanitarian Academy.
  17. Tugusheva E.F., Fedorchukova L.A., Filatova N.P. (2018) Interv'y u pisatelem kak istochnik metapoeticheskikh dannykh o yazyke noveishei khudozhestvennoi literatury [Interview with a Writer as a Source of Metapoetic Data on the Language of Modern Fiction]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Questions of theory and practice], 8-1, pp. 57-61.
  18. Znamenskaya T.A. (2008) *Stilistika angliiskogo yazyka* [Stylistics of the English language]. Moscow: LKI Publ.