ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОЙ МЕТАФОРЫ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И УЗБЕКСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Исломхон Исохонович Мамаризоев,
свободный соискатель
Самаркандского государственного института иностранных языков,
islomxonn8000@gmail.com

Аннотация: В статье рассматривается спортивная метафора во французском и узбекском медиадискурсе. Определяются ее лингвостилистические и лингвокогнитивные функции, раскрываются способы образного представления спортсмена, команды, борьбы и результата соревнования, а также выявляются общие модели и национально-культурные различия метафорического описания спорта в сопоставительном аспекте на материале медиатекстов французского и узбекского языков в современном медиапространстве.

Ключевые слова: метафора, спортивный дискурс, медиадискурс, французский язык, узбекский язык, лингвостилистика, когнитивная лингвистика.

В современной лингвистике спортивный дискурс рассматривается как одна из наиболее выразительных сфер массовой коммуникации. Спорт в медиапространстве представлен не только как совокупность соревнований, результатов и статистических показателей, но и как особая форма общественного переживания. Спортивные события вызывают сильные эмоции, формируют коллективные ожидания, создают образы героев, победителей, лидеров и национальных символов. Именно поэтому язык спорта редко бывает нейтральным: он стремится не только информировать, но и воздействовать на читателя или зрителя.

Особую роль в этом процессе играет метафора. Она позволяет описывать спортивную реальность через образы, понятные широкой аудитории. С помощью метафоры матч превращается в битву, спортсмен – в воина или героя, защита – в крепость, атака – в волну, победа – в вершину, а поражение – в падение. Такие выражения не просто украшают текст, а формируют особый способ восприятия спортивного события.

Актуальность данной статьи определяется необходимостью изучения метафоры не только как стилистического приема, но и как когнитивного

механизма, отражающего особенности мышления, культуры и национальной картины мира. Особенно значимым является сопоставление французского и узбекского спортивного медиадискурса, поскольку эти языки представляют разные культурные традиции, но при этом используют сходные метафорические модели для описания спортивной действительности.

Цель статьи – выявить особенности метафорической репрезентации спортивной реальности во французском и узбекском медиадискурсе.

Современная лингвистика, как правило, рассматривает метафору в рамках двух основных научных направлений: традиционного, восходящего к взглядам Аристотеля, и современного, сформировавшегося в русле американской когнитивной лингвистики.

Согласно традиционному подходу, под метафорой (греч. metaphora – перенос) понимается слово или оборот речи, употребленные в переносном значении для определения предмета или явления на основе какой-либо аналогии, сходства. Однако при этом обычно различают метафоры общеязыкового характера (стертые или окаменелые), метафоры, сохраняющие «свежесть», и метафоры собственно поэтические, которые отличаются «индивидуальным» характером [1].

В современной лингвистике интерес к метафоре проявляют в первую очередь стилистика, лексикология и лексикография, которые рассматривают её в качестве основного средства вторичной номинации. Для стилистики метафора является главным средством создания образности. Лексикология и лексикография рассматривают метафору в качестве одного из путей развития значения слова, который служит средством пополнения словарного запаса языка [2]. В обоих случаях метафора является результатом процесса метафоризации, под которой в традиционной лингвистике (стилистике и лексикологии) подразумевается «расширение смыслового объёма слова за счёт возникновения у него переносных значений и усиления его экспрессивных свойств» [3].

Для лингвистической науки конца XX века метафора обретает абсолютно новое значение. Её начинают рассматривать в рамках когнитивистики, т.е. когнитивной лингвистики, и метафора становится средством познания и объяснения действительности, а значит методика ее изучения в корне меняется, и мы можем говорить о новом, современном подходе к её исследованию.

На первый взгляд может показаться, что оба подхода не имеют между собой ничего общего, и более того – конкурируют друг с другом.

Действительно, в рамках современного подхода метафора не сводится к языковой «игре» слов и выражений [4].

Новый взгляд на метафору, сформированный в 1970-80-х, связан с именами Дж. Лакоффа, М. Джонсона и М. Редди. Он показал, что метафора является в первую очередь понятийным средством человека, а уже во вторую должна рассматриваться с точки зрения лингвистики. Везде и во всем можно обнаружить метафорические идеи, которые влияют на то, как себя ведет индивид. Метафорическое мышление и метафорическое понимание ситуации возникает вне зависимости от языка. Это открытие мгновенно легло в основу гипотезы, что метафора, будучи одним из способов создания языковой картины мира, способна показать вновь познаваемое через уже познанное, способна совмещать в себе абстрактное и конкретное, синтезируя их в новые концепты [5]. Результатом этого процесса является языковая картина мира. Представители когнитивизма считают метафору наиболее продуктивным средством интерпретации концептуальной (языковой) реальности.

Спортивный медиадискурс включает газетные и журнальные статьи, телевизионные и радиокомментарии, интернет-публикации, интервью, аналитические обзоры, заголовки, блоги и сообщения в социальных сетях. Его главная особенность заключается в соединении информативности и эмоционального воздействия. Спортивный журналист не только сообщает результат, но и создает образ события.

Например, нейтральное сообщение о победе команды может быть представлено как «трудная победа», «яркий триумф», «волевая победа», «исторический успех» или «завоевание вершины». Каждая из этих формулировок по-разному воздействует на адресата и задает определенную интерпретацию события.

В спортивном медиадискурсе метафора особенно часто используется для описания следующих явлений: физической силы спортсмена, скорости движения, напряженности игры, тактики команды, обороны, атаки, индивидуального мастерства, эмоционального состояния игроков, значения победы или поражения.

Во французском спортивном медиадискурсе можно встретить такие выражения:

– «Le joueur est un roc» – игрок как скала;
– «Il a des jambes en feu» – у него горят ноги;
– «C'est un véritable lion sur le terrain» – он настоящий лев на поле;
– «Le mur défensif» – защитная стена;

– «La bataille sur le terrain» – битва на поле;
– «Le sprint final» – финальный спринт;
– «Le magicien» – волшебник.

В узбекском спортивном медиадискурсе близкими по смыслу являются выражения:

– maydondagi jang – битва на поле;
– temir himoya – железная защита;
– jamoaning yuragi – сердце команды;
– hujum to‘lqini – волна атаки;
– g‘alaba sari yurish – движение к победе;
– maydonda sherday kurashdi – боролся на поле как лев;
– o‘yin taqdirini hal qildi – решил судьбу игры.

Эти примеры показывают, что спортивная реальность в обоих языках осмысляется через образы борьбы, движения, силы, героизма, защиты и эмоционального напряжения.

Сопоставление французского и узбекского спортивного медиадискурса показывает, что метафора в обеих языковых системах выступает важным средством осмысления и описания спортивной реальности. В анализируемых языках широко представлены метафорические модели, связанные с борьбой, героизмом, движением, физической силой, защитой, атакой и творческим мастерством. Это свидетельствует о том, что спортивное событие воспринимается не только как соревнование, но и как сложное эмоциональное, культурное и коммуникативное явление.

При этом французский спортивный медиадискурс отличается выраженной направленностью на индивидуализацию спортсмена. Французская спортивная журналистика часто формирует яркий персональный образ игрока через метафорические наименования, связанные с властью, магией, исключительностью и высоким статусом. Такие выражения, как «Le roi», «Le magicien», «Le Président», не только дают образную характеристику спортсмену, но и превращают его в узнаваемый медийный символ.

В узбекском спортивном медиадискурсе, напротив, более заметно проявляются коллективные и национально-культурные смыслы. Спортсмен часто изображается как представитель команды, народа, страны и болельщиков. Поэтому выражения jamoa ruhi, xalq ishonchini oqladi, millat faxri, g‘alaba uchun bor kuchini berdi подчеркивают, что спортивный успех воспринимается не только как личное достижение, но и как результат общего усилия, воли и ответственности перед обществом.

Различия между спортивными метафорами во французском и узбекском языках проявляются также в характере оценочности. Метафоры во французском языке чаще акцентируют внимание на индивидуальном стиле, техническом мастерстве, харизме и особом статусе спортсмена. Метафоры в узбекском языке в большей степени выделяют мужество, стойкость, самоотверженность, силу духа, верность команде и стремление оправдать доверие болельщиков. Следовательно, при наличии общих когнитивных оснований каждая языковая система отражает собственные культурные приоритеты.

В заключении мы пришли к выводу, что метафора в спортивном медиадискурсе не ограничивается функцией украшения речи. Она формирует способ восприятия спортивного события, помогает аудитории интерпретировать игру как борьбу, испытание, стратегию, искусство и эмоциональное переживание. Благодаря метафоре спортивный текст становится более выразительным, оценочным и воздействующим, а французский и узбекский медиадискурс раскрывают как универсальные, так и национально-специфические особенности репрезентации спорта.

Список использованной литературы

1. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. – М.: Флинт, 2006. – 528 с.
2. Арутюнова Н.Д. Журинская М. А. Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская Энциклопедия, 1966. – 608 с.
4. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2003. – 248 с.
5. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 26–32.