

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.41.36>

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА COVID-19 В РОССИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ СМИ

Научная статья

Фань Ч.¹, Сизых М.М.^{2,*}¹ORCID : 0000-0002-9647-8601;²ORCID : 0000-0003-0457-0783;¹Цзилиньский университет финансов и экономики, Чанчунь, Китай²Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (sizykh_maria[at]mail.ru)

Аннотация

В настоящем исследовании рассматривается метафорический образ пандемии COVID-19 в электронных российских и китайских СМИ за 2020 – 2022 гг. В статье представлен краткий обзор изучения метафоризации пандемии в отечественной и зарубежной лингвистике, отмечена актуальность данного исследования. В результате анализа было выявлено пять продуктивных метафорических моделей: военная, природная, спортивная, религиозная метафора, метафора экзамена. Анализ показал, что ведущую роль в концептуализации образа пандемии в российском и китайском медиадискурсах играют милитарные метафоры, наполнение слотов которых тематически идентично, однако отличается идеологически. Отмечены различия в реализации спортивной и природной метафор, указана уникальность метафоры экзамена в китайских СМИ.

Ключевые слова: метафорическое моделирование, когнитивная метафора, коронавирус, пандемия, военная метафора, природная метафора, COVID-19.

A METAPHORICAL MODELLING OF THE COVID-19 PANDEMIC IN THE RUSSIAN AND CHINESE MEDIA

Research article

Fan C.¹, Sizikh M.M.^{2,*}¹ORCID : 0000-0002-9647-8601;²ORCID : 0000-0003-0457-0783;¹Jilin University of Finance and Economics, Changchun, China²Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

* Corresponding author (sizykh_maria[at]mail.ru)

Abstract

The present study examines the metaphorical image of the COVID-19 pandemic in electronic Russian and Chinese media for the years 2020 – 2022. The article presents a brief overview of the study of pandemic metaphorization in domestic and foreign linguistics and highlights the relevance of this research. The analysis revealed five productive metaphorical models: military, natural, sports, religious metaphor, exam metaphor. The analysis showed that the leading role in the conceptualization of the pandemic image in Russian and Chinese media discourse is played by military metaphors, the filling of their slots is thematically identical, but differs ideologically. The differences in the implementation of sports and nature metaphors are marked, and the uniqueness of the exam metaphor in the Chinese media is pointed out.

Keywords: metaphorical modelling, cognitive metaphor, coronavirus, pandemic, military metaphor, natural metaphor, COVID-19.

Введение

В период эпидемии лингвисты большое внимание уделяли изменениям, происходившим в разных языках [2], [9], [10], [11], однако достаточного сравнительного исследования китайской и русской лингвокультур проведено не было, что определяет актуальность данной работы. Цель настоящего исследования состоит в анализе метафорической репрезентации пандемии коронавируса в китайских и российских электронных СМИ (высокочастотные модели).

Внимание лингвистов, сопоставляющих русский и китайский ковид-дискурс, обращено к процессам словообразования, а именно неологизмам эпохи пандемии. Необходимость ношения масок в обеих лингвокультурах стала причиной появления, например, семантических неологизмов *намордник* (маска), *маски-шоу* (масочный режим). «В китайском языке ситуация необходимости постоянно находиться в маске вызвала появление такого неологизма: «罩» 摇过市. Первоначальный вид этого иероглифического сочетания — 招摇过市, что имеет значение ‘расхаживать в людном месте, чтобы покрасоваться и привлечь внимание’, однако сейчас люди заменяют иероглиф «招» на «罩», потому что эти два китайских иероглифа являются омофонами и схожесть в звучании создает возможность для такой игры, поэтому сейчас 罩摇过市 означает ‘ходить по улице в маске’» [5, С. 121]. Е. Ю. Виданов и Сюй Инцзе отмечают, что «коронавирусные инновации», обладают яркой образностью, эффектом новизны и богатым оценочным потенциалом и «требуют фиксации путем создания отдельных словарей и описания особенностей словоупотребления» [5, С. 120].

Исследованию политической коммуникации в условиях пандемийной реальности посвящена работа Цзяо Минь, Лю Лифэнь, Янь Цюцзюй [13]. Ученые исследуют оригинальный языковой материал – противоэпидемические лозунги в городской языковой среде и сети интернет, и приходят к выводу о том, что традиционная китайская концепция коллективизма манифестируется в «противоэпидемических лозунгах: большинство из них указывает на тесные отношения между «семьей и государством», содержит частотные слова семантических групп «семья» и «страна» Все это призвано пробудить у публики чувство коллективной идентичности и в конечном итоге трансформировать его в конкретные действия [13, С. 143].

Социальная реклама о коронавирусе в России и Китае становится объектом изучения И. Т. Вепревой [4, С. 35-52]. Автор выделяет универсальные стратегии героизации образа врача, реализации идеи коллективизации, «насаждения новой гигиенической сознательности» (ношение масок, соблюдение социальной дистанции) в социальных плакатах обеих лингвокультур. Отмечаются также национально специфические особенности социальной рекламы, например, «агрессивный рекламный текст, эксплуатирующий тему смерти» [4, С. 48], характеризующий российский социальный плакат, или использование визуального образа летучей мыши в китайском социальном плакате.

К изучению репрезентации и функционирования базовых концептов культуры «дом», «семья», «добро» и «коллективизм» обращаются И. В. Ерофеева, Ю.В. Толстокулакова и А. В. Муравьев [6].

В работе О.И. Калинина проведено исследование метафорической репрезентации коронавируса в китайских СМИ [7], в результате анализа автор выделяет четыре продуктивных метафорических модели (война, живое существо, стихийное бедствие и причина страха) и проводит корреляцию метафорических импликаций в зависимости от количества заболевших и выздоровевших. Описанию функционирования военной метафоры в китайских СМИ посвящены работы У. А. Макаевой [8] и Jia Gang [1], особенности метафорического моделирования пандемии в «Белой книге» КНР представлены в работе Цзюньхуэй Фэй [12]. Настоящее исследование развивает и продолжает обозначенные выше работы, обогащая новыми примерами и моделями, что позволяет полнее представить метафорический образ пандемии в русских и китайских лингвокультурах, что определяет новизну данной статьи.

Объектом исследования стало метафорическое представление пандемии COVID-19 в дискурсе российских и китайских электронных СМИ (2021 – 2022 гг.), предметом исследования являются особенности метафорического моделирования пандемии.

Методы и принципы исследования

Материал исследования получен методом сплошной выборки текстов различных жанров посредством обращения к китайским («Жэньминь жибао», «Jilin Daily», «Синьхуа») и российским («Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Forbes» и др.) электронным СМИ. Проанализировано более 1200 китайских и российских текстов с января 2020 г. по январь 2023 г. и выявлено по 291 метафорический контекст обеих лингвокультур (см. табл. 1). Проанализированные тексты относятся к одному тематическому блоку (пандемия коронавирусной инфекции) и рассчитаны на массового адресата.

Таблица 1 - Типы метафор и их частотность

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.41.36.1>

Тип метафоры	Частотность употребления			
	в китайских СМИ		в российских СМИ	
	кол-во	%	кол-во	%
Военная метафора	52	43	82	48
Спортивная метафора	22	18	17	10
Природная метафора	18	15	56	33
Метафора экзамена	10	8,5	0	0
Религиозная метафора	10	8,5	6	3
Низкочастотные метафоры (антропоморфная, зооморфная, театральная, литературная, экономическая и т.д.)	8	7	10	6
	120	100	171	100

Методологической основой исследования стала теория концептуальной метафоры, представленная в работах А. Н. Баранова, М. Блэка, Э. В. Будаева, М. Джонсона, Дж. Лакоффа, А. П. Чудинова.

Основные результаты

В настоящем исследовании метафора понимается «как основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира: в процессе мыслительной деятельности аналогия играет не меньшую роль, чем формализованные процедуры рационального мышления» [14, С. 53]. Факты, события, процессы, динамика пандемии коронавируса и непосредственно сам факт пандемии воссоздаются носителями языка через уже освоенные и известные образы, которые воплощаются в речи посредством концептуальной метафоры. Метафора, являясь способом мышления человека, реализует значительный аксиологический потенциал и репрезентирует ценностные моменты транслируемой действительности. Метафорическая диагностика позволяет выявить отношение носителей языка к меняющейся реальности и отследить динамику происходящего.

В результате анализа были выявлены следующие метафорические модели.

3.1 Милитарная метафора

Наиболее продуктивной и высокочастотной моделью в российских и китайских СМИ является военная (или милитарная) метафора. Метафорическая модель со «сферой-источником *Война* относится к самым частотным исходным понятийным областям», «метафоры войны служат индикатором кризисной коммуникации» [3, С. 14], закономерно использование милитарной метафоры, эксплицирующей идею страха и паники, и в ситуации пандемии:

这一次抗击疫情是一场人民战争. (На этот раз борьба с эпидемией – это народная война, 光明网, 13.04.2020).

Пандемия коронавируса – не что иное, как *Третья мировая война* в том единственном виде, в котором она возможна сегодня (*forbes.ru, 28.03.2020*).

Данная метафорическая модель реализована лексемой «война», а также следующими единицами одной лексико-семантической группы – «борьба», «битва», «сопротивление», например:

邓代军一上班, 就进入了战斗状态, 她说: “进入工作区, 就是与病毒 ‘打仗’, 必须全胜. (Как только Дэн Дайцзюнь вышла на работу, она вошла в состояние битвы, она сказала: «Выход на работу — это «война» с вирусом, и мы должны победить во всем, 央视网, 03.04.2020).

Посол Китая в России: Китайский народ уверен в победоносном исходе битвы с эпидемией (kp.ru, 27.04.2020).

Данную модель традиционно представляют слоты «участники военных действий», «военные действия», «результаты военных действий», «орудия, сооружения и виды оружия», «места военных действий». Ср. китайские СМИ:

在抗击新冠肺炎疫情的战场上, 一名党员就是一面旗帜, 一个支部就是一座战斗堡垒. (На поле битвы против эпидемии пневмонии новой короны член партии – это флаг, а отделение – боевая крепость, 人民日报, 26.06.2022).

...明确湖北和武汉是全国的主战场、疫情防控的重中之重, 是打赢疫情防控阻击战的决胜之地. (... ясно, что Хубэй и Ухань являются главными полями сражений страны, главным приоритетом профилактики и борьбы с эпидемией, и решающим местом для победы в битве за профилактику и борьбу с эпидемией, 人民日报, 17.06.2020).

争分夺秒! 她在抗疫一线与病毒短兵相接. (Гонка со временем! Она борется с вирусом на фронте с эпидемией, 央视网, 09.03.2020).

面对疫情, 84岁, 钟南山挂帅出征. (Перед эпидемией в возрасте 84 лет Чжун Наньшань принял командование экспедицией, 新浪网 21.01.2020)

让党旗在防控疫情斗争第一线高高飘扬. (Пусть флаг партии высоко реет на передовой с эпидемией, 光明网, 29.01.2020).

Ср. российские СМИ:

Эти и другие вопросы о последних новостях с «ковидного» фронта мы задали заслуженному врачу России, ведущему научному редактору сервиса дистанционного медицинского образования Vrach.ru Михаилу Кагану (kp.ru, 22.08.2022).

Минобороны готовит "антиковидный десант", вооруженный «КовБАДом». Для помощи жителям Подмосковья в борьбе с Covid-19 переброшено 450 военных медиков. (kp.ru, 12.11.2021).

Окончательная победа над коронавирусом, порождающим все новые варианты, невозможна без развития вакцин, их различных типов и способов их введения, а также адаптации самой схемы вакцинации (kp.ru, 13.01.2023).

Стратегического плана «обороны» и «контрнаступления», выражаясь языком военных, у медиков тоже нет – над ним только работают. И пробуют препараты, усиливающие реакцию иммунной системы в надежде очистить от коронавирусов оккупированные ими органы и жидкости (kp.ru, 16.01.2023).

В российских СМИ также метафоризируется время, что в китайских СМИ не представлено:... А многие из тех, кто и в «мирное время» был малопьющим, с началом эпидемии сократили возлияния (kp.ru, 30.11.2021).

Особенностью китайских СМИ является метафорическое моделирование образа члена партии – флага, поднимающего дух сопротивления. Борьба или война в китайских СМИ получает такие характеристики, как *народная* и *всеобщая*, что коррелирует с идеей о высокой степени коллективной ответственности и патриотизме китайских граждан, общество выступают активной силой с едиными целями. В российских СМИ общество мыслится «мирными гражданами» или «жертвами», сопротивление или защитников представляют врачи.

3.2 Спортивная метафора

Высокочастотной в китайских СМИ и низкочастотной в российских СМИ является спортивная метафора. Ср. китайские СМИ:

全省本轮新冠肺炎疫情本土确诊病例已“清零”… (Местные подтвержденные случаи эпидемии пневмонии в провинции в этом раунде были «сведены к нулю», … 青海日报, 30.03.2022)

这是一场惊心动魄的较量，也是一场必须打赢的战争！(Это захватывающее **состязание** и война, в которых необходимо победить! 人民日报, 08.09.2020).

争分夺秒！她在抗疫一线与病毒短兵相接。(Гонка со временем! Она борется с вирусом на фронте с эпидемией, 央视网, 09.03.2020).

这一次抗击疫情是一场人民战争，坚持全国一盘棋，… (На этот раз борьба с эпидемией – это народная война. Мы настаиваем на игре в шахматы по всей стране… 人民日报, 13.04.2020). Метафора шахматной игры передаёт идею состязательности, что позволяет отнести данный пример к спортивной метафоре, игроками выступают единый китайский народ во главе с партией, с одной стороны, и пандемия коронавируса – с другой.

Спортивная метафора в российских СМИ приобретает иное воплощение: метафорой **ставить рекорд** – **бить рекорд** описывают очередной эпидемический пик и рост числа заболевших, приставка **анти-** (**антирекорд**) усиливает идею масштабности пандемии и сложности эпидемической ситуации:

Рекордсменом по количеству мутаций стал «Омикрон» (mk.ru, 10.01.2023).

Новый штамм доказано стал **рекордсменом** по contagiозности – он передается от человека к человеку гораздо легче и быстрее, чем все предыдущие варианты SARS-CoV-2 (kr.ru, 28.12.2021).

Коронавирус **поставил** в России еще один **печальный антирекорд** (kr.ru, 11.11.2021).

Коронавирус в Китае вновь **бьет рекорды**. В Китае зафиксировано более 31 тысячи новых случаев заболевания коронавирусом за сутки (kr.ru, 25.11.2022).

Доминирующий вирус называют лидером, его положение передают глаголом **лидировать**, метафора также иллюстрирует конкуренцию вирусов внутри семейства, их сменяемость и жизненный цикл:

Важно, что в России и мире по-прежнему **лидирует** вариант SARS-CoV-2 «омикрон» (kr.ru, 14.07.2022).

По словам представителя Роспотребнадзора Камиля Хафизова, штамм XE на 10% заразнее, чем предыдущий **лидер** – «омикрон» BA.2 (kr.ru, 07.04.2022).

Спортивная метафора в китайском медиадискурсе передаёт идею сопротивления человечества, призвана вдохновить читателей, вселить уверенность в победе, реализуется в агитационных целях; спортивная метафора в российских СМИ образно отражает масштабность распространения пандемии.

3.3 Природная метафора

Стихийный и неподвластный воле человека характер распространения пандемии отражен в использовании природных метафор. Природная метафора является высокочастотной и в российских, и в китайских СМИ, однако реализована разными понятийными сферами. В российском медиадискурсе образ пандемии связан с водной стихией: пик эпидемического процесса номинируется **волной**, **цунами**, **штормом**, а период между ростом заболеваемости – **затишьем перед бурей**:

Если посмотреть на Запад, то там **волна**, докатившаяся сейчас до нас, продлилась около двух месяцев, сообщил эксперт. Заболеваемость пошла вверх в конце мая и начала спадать в первых числах августа (kr.ru, 24.08.2022).

По данным агентства Bloomberg, Китай накроет **«коронавирусное цунами»** во время праздничных каникул во второй половине января (mk.ru, 09.01.2023).

Причиной **штормовой ситуации**, по мнению экспертов, стало ослабление Пекином политики «нулевого ковида», которой они придерживались предыдущие три года (kr.ru, 25.12.2022).

Сегодня в Краснодарском крае COVID-19 подтвердился у 104 человек. Значит ли, что пандемия остаётся в прошлом или же это **затишье** перед бурей? – написала замглавы региона в своем telegram-канале (kr.ru, 22.04.2022)

Метафора воды в российском медиадискурсе обнаруживает признаки катастрофического мышления, метафоры понятийной области **стихийное бедствие** отражают идею страха, тревоги и паники; пандемия COVID-19 представляется природным явлением, перед которой человек бессилен. Образ воды в китайский СМИ реализован иначе, метафора воды тут связана с **утечкой**, «закрутив кран» возможно остановить распространения пандемии. Ср.:

北京全力以赴防止疫情外溢。(Пекин делает все возможное, чтобы предотвратить **«утечку»** эпидемии, 人民网 – «人民日报», 13.06.2022).

坚决彻底拧紧疫情传播的“水龙头”(Решительно и тщательно **закрутить «кран»** для распространения эпидемии, 人民, 03.05.2022).

Природная метафора в китайских СМИ реализована лексемами понятийной сферы «огонь / пожар», пандемия сравнивается с огнём, а эпидемические пики номинируются **возгоранием** или **разгаром**:

疫情如火, 责任如山(Эпидемия подобна **огню**, ответственность подобна горе. news.cyol.com, 02.11.2020).

疫情如火, 魔都守护者们“不退”(Эпидемия в **разгаре**, стражи волшебного города [Шанхая] «не отступят», 人民日报客户端, 05.02.2020).

欧盟新冠数字证书拟延长一年以防新冠疫情复燃(Цифровой сертификат COVID-19 ЕС должен быть продлен на один год, чтобы предотвратить повторное **возгорание** эпидемии, 海外网, 15.06.2022).

Метафора пожара в российских СМИ используется при описании событий пандемии в Перу и Китае или встречается только в зарубежных русскоязычных СМИ, поэтому её анализ в рамках данного исследования нерелевантен.

Идея окончания пандемии передаётся в китайских СМИ метафорой зимы, в российских СМИ не обнаружено подобного: **没有一个冬天不可逾越**. (Нет непреодолимой зимы, 新华网, 08.01.2021)

3.4 Метафора экзамена

Метафора экзамена является продуктивной в китайских СМИ и не представлена в российском медиадискурсе. Ситуация борьбы с коронавирусной инфекцией представляется простым и распространённым явлением – экзаменом, действия человека – ответы на экзаменационные вопросы, окончание пандемии – отличный результат экзамена:

“新冠”疫情真是一场系统的全科大考。(Эпидемия коронавируса на самом деле представляет собой **системный общий экзамен**, *北京日报*, 13.04.2020).

全球战疫“大考”，中国这样书写答卷! («**Большой экзамен**» глобальной эпидемии войны, Китай написал ответ вот так!, *中国日报网*, 16.05.2020).

这份答卷上写着“人民至上”——抗疫先进人物群像 (В этом [экзаменационном] **листе ответов** написано «Люди на первом месте» – групповой портрет передовых деятелей в борьбе с эпидемией, *中国青年报*, 18.11.2020).

疫情大考，中国青年交出过硬答卷。(На **экзамене** по эпидемии китайская молодежь сдала **листы с отличными ответами**, *中国青年报*, 01.05.2020).

3.5 Религиозная метафора

Религиозная метафора представляет явления как действия неких высших сил, сферой-источником являются области, описывающие духовную жизнь человека. В китайском медиадискурсе реализуется оппозиция дьявол – ангел, метафорический образ врача-ангела традиционно связан с защитой и покровительством, белый халат – белые крылья ангела, болезнь метафоризируется в образе черта или дьявола:

是天使也是战士，她在病区与死神“拔河” (**Ангел** и воин, она перетягивает канат со смертью в палате, *中国军网-解放军报*, 21.03.2020).

白衣天使用爱守护生命 (**Ангел** в белом защищает жизнь любовь, *陕西日报*, 12.05.2022).

疫情是魔鬼，我们不能让魔鬼藏匿。(Эпидемия – это **дьявол**, которому мы не можем позволить спрятаться, *央广网*, 30.01.2020).

Религиозная метафора в российских СМИ связана с представлениями о конце света, также отражает признаки катастрофического мышления, идею неизбежности происходящего. Метафора представлена единицами *апокалипсис* и *конец света*:

Вдумайтесь в **апокалиптические цифры**: «госпитализированы могут быть 7,9 миллиона»! (*kr.ru*, 08.04.2020).

В самой населенной стране мира **мини-апокалипсис**. (*kr.ru*, 12.03.2020).

В Китае массово делают и делали тесты на ковид. Если результат положительный – пациент попадает в статистику. А то, что он переносит болезнь бессимптомно или в совсем легкой форме – европейцы и американцы, кричащие об **апокалипсисе** в КНР, в расчет не берут (*kr.ru*, 27.12.2022).

О начале коронавирусного **конца света** в Китае сообщают мировые СМИ. (*kr.ru*, 25.12.2022).

Заключение

Высококачественной метафорической моделью в рамках дискурса СМИ о пандемии коронавируса в российских и китайских СМИ является милитарная метафора. Военная метафора в рецепции пандемии коронавирусной инфекции отражает межкультурную тематическую общность перед лицом глобальной угрозы. Традиционно представлены слоты данной модели, описывающие участников и места боевых действий, орудия и сооружения.

Представление о пандемии коронавируса как о явлении стихийном и не поддающемся влиянию человека реализовано природной метафорой, в российских СМИ преобладает метафора воды, а в китайских – метафора пожара или огня. Природная и религиозная метафорические модели отображают признаки катастрофического мышления в российском медиадискурсе, спортивная метафора в китайских СМИ напротив призвана поднять боевой дух населения, вселить уверенность в благополучном для человечества исходе.

Метафора шахматной игры является уникальной и не встречается в российских СМИ, продуктивная метафора экзамена в китайских СМИ также не реализована в российском медиадискурсе.

Финансирование

Эта статья является результатом работы Ассоциации переводчиков провинции Цзилинь, 2021 – «Исследование по подготовке русско-английских двуязычных экономических и торговых переводчиков на фоне открытия провинции Цзилинь», номер проекта: JIFY2021ZD005.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Funding

This article is the result of 2021 Jilin Translation Association Project – «Research on Cultivation of Russian-English Bilingual Economic and Trade Translators under the Background of Opening Jilin Province», Project number: JIFY2021ZD005.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Цзя Ган. Исследование военной метафоры в новостных заголовках / Цзя Ган // Журнал Университета Уи. — 2021. — № 11. — Вып. 40. — С. 30-34.
2. Будаев Э.В. Метафоры природы как средство концептуализации COVID-19 в СМИ Великобритании и США. / Э.В. Будаев // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. — 2022. — 2. — с. 26-38.
3. Будаев Э.В. Милитарные метафоры как средство концептуализации белорусской милиции в российских СМИ. / Э.В. Будаев // Политическая лингвистика. — 2022. — 4 (94). — с. 12 - 20.
4. Вепрева И.Т. Национальная специфика социальной рекламы о коронавирусе в России и Китае / И.Т. Вепрева // *Quaestio Rossica*. — 2022. — Т. 10, № 1. — с. 35 - 52.
5. Виданов Е.Ю. Неологизмы коронавирусной эпохи в русском и китайском языках. / Е.Ю. Виданов // Ежегодный научно-методический альманах. — 2022. — 1. — с. 119-123.
6. Ерофеева И.П. Пандемия коронавируса в концептуальной сфере медиадискурса России и Китая: стратегия выживания / И.П. Ерофеева // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10. — № 1. — с. 78-93.
7. Калинин О.И. Дискурсивная метафора коронавируса в СМИ КНР. / О.И. Калинин // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2020. — 8(837). — с. 26-37.
8. Макаева У.А. Особенности моделирования газетно-политической метафоры в период распространения коронавирусной инфекции (на материале китайского языка) / У.А. Макаева // Наука, образование, молодежь: горизонты развития : Материалы II Национальной научно-практической конференции, Керчь, 19 марта 2022 года ; под ред. Е.П. Масюткин [и др.] — 2022: Керчь: Керченский государственный морской технологический университет, 2022. — с. 171-179.
9. Мартыненко И.В. Коронавирус в повестке дня информационных агентств РИА «Новости» и Reuters / И.В. Мартыненко // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 2. — с. 338–350.
10. Орлова Е.Л. Метафоризация коронавируса в немецком политическом дискурсе. / Е.Л. Орлова // Проблемы и перспективы развития отечественных и зарубежных гуманитарных наук: Материалы международного круглого стола, посвященного памяти и 70-летию доктора филологических наук, профессора Людмилы Владимировны Шулуновой, Улан-Удэ, 16 февраля 2021 года; под ред. Г.С. Доржиева — 2021: Улан-Удэ: Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, 2021. — с. 58-62.
11. Филиппов В.Н. Трансформация информационно-коммуникационных стратегий коммерческих структур в период постпандемии и экономической турбулентности / В.Н. Филиппов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 2. — с. 351–365..
12. Фэй Цзюньхуэй Концептуальная метафора в китайском политическом дискурсе о борьбе с эпидемией COVID-19. / Цзюньхуэй Фэй // Политическая лингвистика. — 2021. — № 3 (87). — с. 217-222.
13. Цзяо М. Коллективизм в контролируемом китайской властью языковом ландшафте в период эпидемии коронавируса - на примере противоэпидемических директивных лозунгов. / М. Цзяо // Политическая лингвистика. — 2022. — № 4(94). — с. 143-153.
14. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А.П. Чудинов — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2003. — 248 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Jia Gang. Issledovanie voennoj metafory v novostnyh zagolovkah [A Study on the War Metaphor of News Headlines] // *ZHurnal Universiteta Ui* [Journal of Wuyi University]. — 2021. — No. 11. — Vol. 40. — p. 30-34. [in Russian]
2. Budaev E'.V. Metafory' prirody' kak sredstvo konceptualizacii COVID-19 v SMI Velikobritanii i SShA [Metaphors of Nature as a Means of Conceptualizing COVID-19 in the UK and US Media]. / E'.V. Budaev // *Ucheny'e zapiski NTGSPi*. Seriya: Istoriya i filologiya [Scientific Notes of the NTGSPA. Series: History and Philology]. — 2022. — 2. — p. 26-38. [in Russian]
3. Budaev E'.V. Military'e metafory' kak sredstvo konceptualizacii belorusskoj milicii v rossijskix SMI [Military Metaphors as a Means of Conceptualizing the Belarusian Militia in the Russian Media]. / E'.V. Budaev // *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. — 2022. — 4 (94). — p. 12 - 20. [in Russian]
4. Vepreva I.T. Natsionalnaya spetsifika sotsialnoi reklami o koronavirusе v Rossii i Kitae [National Specifics of Social Advertising about Coronavirus in Russia and China] / I.T. Vepreva // *Quaestio Rossica* [Quaestio Rossica]. — 2022. — Vol. 10, № 1. — p. 35 - 52. [in Russian]
5. Vidanov E.Yu. Neologizmy' koronavirusnoj e'poxi v russkom i kitajskom yazykax [Neologisms of the Coronavirus Era in Russian and Chinese]. / E.Yu. Vidanov // *Ezhegodny'j nauchno-metodicheskij al'manax* [Annual Scientific and Methodological Almanac]. — 2022. — 1. — p. 119-123. [in Russian]
6. Yerofeeva I.P. Pandemiya koronavirusa v kontseptualnoi sfere mediadiskursa Rossii i Kitaya: strategiya vizhivaniya [The Coronavirus Pandemic in the Conceptual Sphere of the Media Discourse of Russia and China: Survival Strategy] / I.P. Yerofeeva // *Voprosi teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of Theory and Practice of Journalism]. — 2021. — Vol. 10. — № 1. — p. 78-93. [in Russian]
7. Kalinin O.I. Diskursivnaya metafora koronavirusa v SMI KNR [The Discursive Metaphor of Coronavirus in the Chinese Media]. / O.I. Kalinin // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarny'e nauki* [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities]. — 2020. — 8(837). — p. 26-37. [in Russian]
8. Makaeva U.A. Osobennosti modelirovaniya gazetno-politicheskoi metafori v period rasprostraneniya koronavirusnoi infektsii (na materiale kitajskogo yazika) [Features of Modeling a Newspaper-political Metaphor during the Spread of Coronavirus Infection (based on the material of the Chinese language)] / U.A. Makaeva // *Science, Education, Youth: Development Horizons : Materials of the II National Scientific and Practical Conference, Kerch, March 19, 2022; edited by*

Ye.P. Masyutkin [et al.] — 2022: Kerch: Kerchenskii gosudarstvennii morskoi tekhnologicheskii universitet, 2022. — p. 171-179. [in Russian]

9. Martinenko I.V. Koronavirus v povestke dnya informatsionnikh agentstv RIA «Novosti» i Reuters [Coronavirus on the Agenda of RIA Novosti and Reuters News Agencies] / I.V. Martinenko // Voprosi teorii i praktiki zhurnalistiki [Questions of Theory and Practice of Journalism]. — 2021. — Vol. 10, № 2. — p. 338–350. [in Russian]

10. Orlova E.L. Metaforizatsiya koronavirusa v nemeckom politicheskom diskurse [Metaphorization of Coronavirus in German Political Discourse]. / E.L. Orlova // Problems and Prospects of Development of Domestic and Foreign Humanities: Materials of the international round table dedicated to the memory and 70th anniversary of Doctor of Philology, Professor Lyudmila Vladimirovna Shulunova, Ulan-Ude, February 16, 2021; edited by G.S. Dorzhieva — 2021: Ulan-Ude': Buryatskij gosudarstvennyj universitet imeni Dorzhi Banzarova, 2021. — p. 58-62. [in Russian]

11. Filippov V.N. Transformatsiya informatsionno-kommunikatsionnikh strategii kommercheskikh struktur v period postpandemii i ekonomicheskoi turbulentnosti [Transformation of Information and Communication Strategies of Commercial Structures in the period of Post-pandemic and Economic Turbulence] / V.N. Filippov // Voprosi teorii i praktiki zhurnalistiki [Questions of Theory and Practice of Journalism]. — 2021. — Vol. 10, № 2. — p. 351–365.. [in Russian]

12. Fe'j Czzyun'xue'j Konceptual'naya metafora v kitajskom politicheskom diskurse o bor'be s e'pidemiej COVID-19 [A Conceptual Metaphor in Chinese Political Discourse on the Fight against the COVID-19 Epidemic]. / Czzyun'xue'j Fe'j // Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]. — 2021. — № 3 (87). — p. 217-222. [in Russian]

13. Czzyao M. Kollektivizm v kontroliruemom kitajskoj vlast'yu yazy'kovom landshafte v period e'pidemii koronavirusa - na primere protivoe'pidemicheskix direktivny'x lozungov [Collectivism in the Language Landscape Controlled by the Chinese Authorities during the Coronavirus Epidemic – on the Example of Anti-epidemic Directive Slogans]. / M. Czzyao // Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]. — 2022. — № 4(94). — p. 143-153. [in Russian]

14. Chudinov A.P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoi kommunikacii [Metaphorical Mosaic in Modern Political Communication] / A.P. Chudinov — Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t. , 2003. — 248 p. [in Russian]