

МАРИЯ СЕРГЕЕВНА МОСЯГИНА

кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии факультета иностранных языков Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (Саранск, Российская Федерация)
ORCID 0000-0002-7481-8978; mmashamos@yandex.ru

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация. Анализируется метафорическое отображение идентичности в заголовках англоязычного медиадискурса, особое внимание уделяется метафорическим моделям с доменом цели IDENTITY. Актуальность темы обусловлена растущим интересом к изучению медиа как мощного инструмента формирования общественного сознания и конструирования социально значимых концептов, таких как идентичность. Целью исследования является выявление и систематизация метафорических моделей, используемых для представления идентичности в заголовках англоязычных медиа. Применяются методы когнитивного анализа и лингвистической интерпретации медиатекстов. Исследовательский корпус включает 47 заголовков из ведущих англоязычных изданий, отобранных на основе их популярности и влияния (The Guardian и The Independent). Результаты исследования показывают, что идентичность часто метафорически представляется через образы маски, путешествия, потери, здания и территории, что отражает динамичный и многослойный характер данного концепта в медиадискурсе. Основные выводы заключаются в том, что метафоры играют ключевую роль в формировании восприятия идентичности читателями, в рамках медиадискурса активно используются метафорические модели для манипуляции общественным мнением. Данное исследование вносит вклад в лингвистику медиадискурса и когнитивную лингвистику, углубляя понимание роли метафоры в современном медиапространстве.

Ключевые слова: метафора, метафорическая модель, исходный домен, целевой домен, идентичность, медиадискурс

Для цитирования: Мосягина М. С. Метафорическое представление идентичности в заголовках англоязычного медиадискурса // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2025. Т. 47, № 1. С. 73–79. DOI: 10.15393/uchz.art.2025.1131

ВВЕДЕНИЕ

Метафорический принцип моделирования мира представляет собой центральный компонент когнитивной лингвистики, открывающий уникальные горизонты для осмысления того, как человеческий разум понимает и интерпретирует окружающую действительность. В рамках данного подхода подчеркивается роль метафор в формировании концептуальных структур, которые лежат в основе понимания реальности. По мнению профессора Рэймонда Гиббса, метафорическое мышление является неотъемлемой частью познания и существенно влияет на то, как человек понимает и взаимодействует с миром [9: 9]. Метафоры позволяют переносить свойства одного понятия на другое, создавая новые способы видения и понимания окружающей действительности. Они воздействуют на воспри-

ятие благодаря точности сравнений и глубине ассоциаций [4: 57].

Метафора как средство познания и коммуникации не только структурирует мышление [6: 198], [16: 27], но и отражает этнические и культурные особенности народов [3], что свидетельствует о культурном аспекте метафорического мышления. Различные культуры интерпретируют одни и те же объекты действительности по-разному, создавая уникальные метафорические образы, которые отражают их исторический, социальный и культурный контекст [12: 101].

Согласно концепции Дж. Лакоффа и М. Джонсона [13], концептуальные метафоры представляют собой системные соответствия между двумя концептуальными областями – исходными (source) и целевыми (target) доменами. Соответственно, метафора формируется как продукт вза-

имодействия двух ментальных пространств [2: 2579]. Одна концептуальная область (источник) структурирует или организует другую концептуальную область (цель), что позволяет понимать и описывать абстрактные или сложные концепты через более конкретные и знакомые области опыта.

Одним из распространенных и значимых целевых доменов в медиадискурсе является IDENTITY. Данный домен охватывает широкий спектр понятий и представлений, связанных с личной и коллективной самобытностью, культурными и национальными принадлежностями. Идентичность как концепт часто становится объектом метафоризации, поскольку она представляет собой сложное и многогранное явление, требующее осмысления через более конкретные и понятные образы.

Медиадискурс как один из основных каналов массовой информации и коммуникации играет ключевую роль в распространении и закреплении метафорических представлений [5], [7], [8]. Средства массовой информации не только транслируют культурные метафоры, но и активно участвуют в их формировании и адаптации, в связи с чем метафоры становятся частью повседневного языка и мышления, оказывая влияние на восприятие реальности [10], [15]. В рамках современного медиадискурса метафоры действуют как когнитивные инструменты, способствующие трансформации абстрактных идей в конкретные образы, что облегчает их восприятие и интерпретацию для широкой аудитории. В контексте медиадискурса метафоры играют ключевую роль в конструировании социальных идентичностей. Метафоры в дискурсе СМИ служат инструментами, которые влияют на формирование идентичностей и стереотипов в общественном сознании [17: 17]. Идентичность включает в себя множество аспектов, таких как личностная, социальная, культурная и национальная идентификация. В условиях глобализации и культурных изменений идентичность становится ключевой темой в медиадискурсе, отражая напряжение между традициями и современными вызовами.

Для анализа метафорических средств воспроизводства идентичности в британском медиадискурсе были отобраны 47 заголовков ведущих британских газет за период с 2020 по 2024 год. Заголовки статей как наиболее концентрированные формы журналистского текста являются мощным инструментом воздействия на общественное сознание. Заголовки, содержащие метафоры, чаще привлекают внимание и вызывают инте-

рес, что подталкивает к дальнейшему прочтению статьи [14: 1650]. Данный факт объясняется тем, что метафоры в тексте заголовка создают сильные когнитивные образы, которые быстро воспринимаются и запоминаются читателями. Источниками данных стали ведущие британские газеты – The Guardian¹ и The Independent². Методология исследования включает анализ метафорических моделей с использованием методов когнитивного анализа и лингвистической интерпретации медиатекстов. Особое внимание уделено выявлению доминирующих метафорических моделей и их влияния на восприятие идентичности.

* * *

В заголовках британских СМИ используются различные метафорические модели для представления идентичности, каждая из которых выполняет специфические функции в контексте медиадискурса и конструирует определенные образы идентичности. Метафоры в заголовках вызывают эмоциональный отклик, что делает их особенно эффективными в привлечении внимания аудитории [11]. Идентичность выступает как конечный результат метафорического процесса, который может быть описан через различные образы и концепты.

Одной из самых распространенных метафорических проекций идентичности является модель IDENTITY IS A MASK, которая используется в медиадискурсе для описания явлений, связанных с личной и коллективной идентичностью. Данная метафора подразумевает, что идентичность может быть скрыта или изменена в зависимости от контекста и что внешнее проявление личности или группы не всегда отражает их истинную сущность. Метафоризация маски используется, чтобы подчеркнуть, что многие молодые люди в Британии скрывают свою настоящую идентичность, тем самым отмечается существование двух уровней идентичности: внешнего, который видят окружающие, и внутреннего, который может быть скрыт. Метафоризация маски в заголовке «*Behind the shell: the hidden identities of Britain's youth*» осуществляется через использование лексемы *shell*, которая символизирует внешнюю защиту / оболочку, скрывающую истинные идентичности молодежи Британии. В этом контексте маска – символ давления общества и ожидания, которые заставляют молодежь скрывать свои настоящие чувства и убеждения. Подобную идею передает заголовок «*Alter egos: the new faces of identity in the digital age*», акцентирующий внимание на двойственности людей в цифровую эпоху и конфликте между внешним образом и внутренним «я», что особенно

актуально в условиях современного общества, где социальные сети и публичный имидж играют большое значение. Лексема *unveil* помогает построить метафорическую модель, обозначая акт раскрытия истины или истинной сущности: «*Unveil the true self and find a journey into authenticity*». В заголовке эффективно используется метафорический образ для передачи идеи снятия маски для раскрытия истинного «я» и освобождения от внешних фасадов для достижения подлинности и аутентичности.

Культурные идентичности также могут быть скрыты под влиянием стереотипов и предвзятых мнений. В заголовке «*Camouflaged cultural identities: the face of modern Britain*» метафоризация осуществляется через использование лексемы *camouflaged*, которая символизирует скрытие или маскировку. Это помогает создать метафорическую модель, в которой культурные идентичности представлены как скрытые или замаскированные, что затрудняет их распознавание в современном обществе. В рамках данной метафорической модели национальная идентичность рассматривается через призму «фасада», где национализм выступает в роли внешней оболочки или маски, представляющей определенные идеалы и ценности: «*The facade of nationalism*».

Политические лидеры и знаменитости носят маски для создания определенного имиджа. Заголовок «*How leaders cover their public identities*» затрагивает тему подлинности и искренности политических лидеров. Метафорический образ вербализован с помощью лексемы *cover* и обозначает процесс скрытия или маскировки истинной сущности лидеров. Некоторые авторы проводят аналогию, чтобы подчеркнуть, что знаменитости, подобно актерам, используют свои публичные образы как маскировку (*disguise*). Это сравнение помогает читателю понять, что за внешним блеском и тщательно созданными публичными образами может скрываться личность, далекая от идеализированного представления. Заголовок «*The disguise of fame: how celebrities use public personas to hide their true selves*» обращает внимание на использование знаменитостями искусственных образов для формирования и поддержания публичного имиджа перед своими поклонниками.

Таким образом, идентичность рассматривается как маска, которую можно надевать и снимать, что подчеркивает многообразие и изменчивость личностных и социальных ролей.

Метафорическая модель *IDENTITY IS A JOURNEY* представляет идентичность как про-

цесс, подразумевая движение, развитие и исследование. Посредством метафоризации подчеркивается, что идентичность не является статичной и неизменной, а представляет собой динамичный процесс, включающий различные этапы и трансформации.

Заголовок «*The adventure of self-discovery: how identity evolves over time*» посредством метафоризации акцентирует внимание на процессе самопознания как путешествии и вызывает ассоциации с самосовершенствованием, подчеркивая, что идентичность не является статичной, а развивается через опыт и самоисследование.

Посредством метафорического представления национальная идентичность может быть представлена как долгий и сложный путь: «*The long exploration of national identity*», «*Cultural crossroads: navigating identity of modern Britain*», «*From heritage to horizons: tracing the national identity*». Метафоры служат для передачи идеи о том, что формирование национальной идентичности представляет собой трудный и продолжительный процесс. Лексемы *exploration*, *crossroad* и *trace*, используемые для описания пути, по которому движется человек или сообщество, помогают читателям представить и понять, как национальная идентичность формируется, изменяется и развивается.

Национальная идентичность трансформируется, опираясь на прошлое и устремляясь в будущее. Британская идентичность находится в состоянии постоянного движения и эволюции, отражая изменения в социальной, культурной и политической сферах, что отражено в заголовке «*Identity in transit: exploring the evolving British experience*».

Метафорическая модель *IDENTITY IS LOSS* предлагает интересный и многослойный подход к пониманию концепта идентичности. В этой модели идентичность рассматривается через призму потери, что позволяет исследовать, как изменения, утраты и трансформации влияют на ощущение собственного «я» и коллективной идентичности. Потеря часто описывается через метафоры пустоты, отсутствия или исчезновения, что позволяет представить идентичность как нечто, что может быть утрачено или разрушено: «*Morrissey blames immigration for 'disappearance' of British identity*». Идентичность может быть утрачена вследствие определенных социальных и политических процессов, в вышеприведенном заголовке певец Моррисси обвиняет иммиграцию в исчезновении британской идентичности. Он утверждает, что из-за роста мультикультурализма Великобритания утрачивает свои национальные особенности.

Метафорика крушения может передавать идею о том, что отсутствие языка как ключевого элемента, поддерживающего идентичность, приводит к ее утрате: «*The downfall of indigenous languages and its impact on community identity*». Метафорическое представление используется для выражения неразрывной связи между коренными языками и культурной идентичностью, подчеркивая, что утрата языка ведет к утрате культурной самобытности.

Заголовок «*Britain's identity crisis: what we've lost out*» метафорически описывает состояние национальной идентичности Британии через призму потери, используя лексему *lose out* и напрямую вербализуя концепт утраты, подчеркивая значимость и тяжесть утраты культурных и социальных аспектов, составляющих идентичность. Посредством метафорической проекции удастся подчеркнуть важность проблемы и обратить внимание на необходимость сохранения национальной идентичности.

Метафорика утраты выражает идеи распада национальной идентичности, но одновременно акцентирует внимание на необходимости противоположного процесса – поиска и восстановления национальной сплоченности: «*Dissolution of identity: the quest for national cohesion*». Идентичность представляется как нечто, что можно и необходимо вернуть, это демонстрирует ее значимость и ценность. Метафорическая проекция помогает создать комплексное восприятие проблемы.

Заголовок «*The theft of cultural identity in the modern world*» представляет идентичность как объект, который можно украсть, что подчеркивает ее уязвимость и ценность, а также обращает внимание на внешние угрозы, способные привести к ее утрате.

Метафорическая модель IDENTITY IS A BUILDING часто используется в англоязычном медиадискурсе для описания идентичности как структуры, которую можно строить, укреплять или разрушать. Лексема *land* может метафорически использоваться для обозначения здания или территории, представляя собой физическое пространство, принадлежащее нации или сообществу: «*A land divided: the fragmentation of British identity in the Brexit era*». Посредством символической проекции³ описывается разделенность британского общества в период Брекзита. Разногласия вокруг Брекзита интерпретируются как раскол внутри здания, что подчеркивает разрушение единства национальной идентичности.

Лексемы *foundation* и *pillars* широко используются для метафорического представления

идентичности как здания, формируя образы стабильности, устойчивости и поддержки. В заголовках «*Brexit and the crumbling foundation of British identity*», «*How Brexit undermined the pillars of British identity*» британская идентичность, которая была разрушена Брекзитом, представляется метафорически. В рамках рассматриваемой метафорической модели здание символизирует устойчивую и цельную идентичность, которая подверглась сильным изменениям и разрушениям из-за политических событий.

Метафорическая модель IDENTITY IS A BUILDING находит экспликацию в медиадискурсе через лексему *cornerstone* (краеугольный камень), которая репрезентует фундаментальные элементы, на которых строится национальная идентичность: «*The cornerstone of British identity shaken by Brexit*». Данная метафора подчеркивает важность базовых ценностей и традиций для британской идентичности.

Заголовок «*Finding a home for your identity*» реализует метафорическую проекцию IDENTITY IS A BUILDING, где дом метафорически представляет собой пространство, необходимое для развития и укоренения идентичности. Метафорика дома вызывает у читателей ассоциации с безопасностью и принадлежностью, подчеркивая важность нахождения комфортного и поддерживающего окружения для своей идентичности.

Использование метафорической проекции помогает читателям визуализировать и лучше понять абстрактные концепции, связанные с идентичностью. Это особенно важно в контексте политических и социальных изменений, когда идентичность нации или группы людей находится под угрозой или в процессе трансформации.

Метафорические модели не существуют изолированно и могут накладываться друг на друга [1: 53]. Так, идентичность может переосмыслиться посредством метафорики территории и ее объектов в рамках модели IDENTITY IS A TERRITORY. В обеих моделях (IDENTITY IS A BUILDING и IDENTITY IS A TERRITORY) идентичность представлена через концепцию пространства, подчеркнута необходимость его защиты и развития.

Культурная идентичность может быть представлена как некая территория, имеющая свои границы, которые можно исследовать и расширять: «*Exploring the boundaries of cultural identity*». Лексема *boundary* в форме множественного числа помогает построить метафорическую модель, представляя идентичность как территорию с четко очерченными границами.

Метафоризация заголовка «*Redefining the ground of national identity in a changing world*» заключается в представлении национальной идентичности как физической почвы или основы. Лексема *ground* помогает перенести концепт идентичности в плоскость осязаемой территории, что делает абстрактное понятие более конкретным и визуально понятным.

Таким образом, лексемы служат средствами вербализации метафорических моделей идентичности, выполняют ключевую роль в их интерпретации и способствуют формированию наглядного представления абстрактных концепций. В таблице представлены лексемы, которые отражают различные аспекты выявленных метафорических моделей и обеспечивают реализацию метафорических проекций идентичности, способствуя более глубокому осмыслению и интерпретации домена цели.

Метафорические модели и лексемы, вербализующие домен цели IDENTITY
Metaphorical models and lexemes verbalizing the target domain IDENTITY

Метафорическая модель	Лексемы, вербализующие домен цели
IDENTITY IS A MASK	disguise, facade, unveil, cover, camouflage, shell, alter ego
IDENTITY IS A JOURNEY	adventure, path, exploration, expedition, crossroad, trace, transit, quest, road
IDENTITY IS LOSS	disappearance, downfall, lose out, dissolution, theft, decline
IDENTITY IS A BUILDING	home, house, foundation, heart, pillars, cornerstone, walls
IDENTITY IS A TERRITORY	territory, land, domain, realm, ground, boundaries

ВЫВОДЫ

В результате проведенного анализа заголовков британских газет за 2020–2024 годы были выделены различные метафорические модели для описания идентичности, каждая из которых помогает представить это сложное понятие через понятные и знакомые образы. Наиболее частотными являются пять основных метафорических моделей: IDENTITY IS A MASK, IDENTITY IS A JOURNEY, IDENTITY IS LOSS, IDENTITY IS A BUILDING и IDENTITY IS A TERRITORY, используемых для представления идентичности в медиадискурсе.

Метафоры, отмеченные в заголовках газет, существенно влияют на восприятие читателями концепта идентичности. Они помогают структурировать сложные абстрактные идеи в более понятные и доступные образы, что способствует лучшему пониманию и эмоциональному отклику.

Метафоры могут акцентировать внимание на различных аспектах идентичности – ее динамичности, вариативности, изменчивости, важности и развитии. Наличие разнообразных метафорических моделей свидетельствует о том, что идентичность не является статичной, а представляет собой динамичный и изменчивый процесс, который развивается под воздействием различных факторов. Кроме того, данное многообразие концептуальных метафор, вербализирующих идентичность, свидетельствует об отсутствии однопланового осмысления концепта идентичности.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ The Guardian. 2020–2024 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения 01.05.2024).
- ² The Independent. 2020–2024 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/> (дата обращения 01.05.2024).
- ³ Символическая проекция передает схожий принцип переноса значений и ассоциаций, где образ «разделенной земли» служит символом общественного раскола. Великобритания представляется не только как территория, но и как единство, подвергшееся разделению, что акцентирует внимание на политических и социальных противоречиях, вызванных Брекзитом, а также на утрате целостности национальной идентичности, передавая внутреннее напряжение в обществе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Буданова А. А. Метафора как средство осмысления и вербализации кризисных межличностных отношений в современной англоязычной культуре // Этнопсихоллингвистика. 2021. № 1 (4). С. 46–64. DOI: 10.31249/epl/2021.01.03
2. Дубровская В. В., Кабанова И. Н., Ромашкина Т. С. Метафорические модели, репрезентирующие концепт ЛЮБОВЬ в английском и испанском песенном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. № 16 (8). С. 2577–2582. DOI: 10.30853/phil20230404
3. Козлова Л. А. Национально-культурная специфика метафоры и способы ее манифестации в тексте // Филология и человек. 2015. № 1. С. 36–46.
4. Малагин Д. В., Курбанов И. А. Метафорическое моделирование образа президента США Джо Байдена в англоязычном политическом медиадискурсе // Вестник Северного (Арктического) федераль-

- ного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2023. № 23 (6). С. 55–65. DOI: 10.37482/2687-1505-V305
5. Berger A. A. *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications, Inc., 2020. 488 p.
 6. Bowdle B. F., Gentner D. The career of metaphor // *Psychological Review*. 2005. № 112 (1). P. 193–216. DOI: 10.1037/0033-295x.112.1.193
 7. Carston R. Metaphor and the literal/nonliteral distinction // *Cambridge handbook of pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. P. 469–492. DOI: 10.1017/CBO9781139022453.025
 8. Fortner R. S., Fackler P. M. *The handbook of media and mass communication theory*. John Wiley & Sons, Inc., 2014. 1008 p.
 9. Gibbs R. W. *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 550 p. DOI: 10.1017/CBO9780511816802
 10. Glucksberg S. Beyond literal meanings: The psychology of allusion // *Psychological Science*. 1991. № 2. P. 146–152. DOI: 10.1111/j.1467-9280.1991.tb00122.x
 11. Joseph R., Liu T., Ng A. B., See S., Rai S. NewsMet: A ‘do it all’ dataset of contemporary metaphors in news headlines // *Findings of the Association for Computational Linguistics: EACL 2023*. Stroudsburg, 2023. P. 10090–10104. DOI: 10.18653/v1/2023.findings-acl.641
 12. Kövecses Z. *Metaphor and emotion: Language, culture, and body in human feeling*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 242 p.
 13. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 256 p. DOI: 10.7208/chicago/9780226470993.001.0001
 14. Mousoulidou M., Taxitari L., Christodoulou A. Social media news headlines and their influence on well-being: Emotional states, emotion regulation, and resilience // *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*. 2024. № 14 (1). P. 1647–1665. DOI: 10.3390/ejihpe14060109
 15. Semino E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 244 p.
 16. Steen G. J. The contemporary theory of metaphor – now new and improved! // *Review of Cognitive Linguistics* (published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association). 2011. № 9 (1). P. 26–64. DOI: 10.1075/rc1.9.1.03ste
 17. Van Dijk T. A. Discourse, ideology and context // *Folia Linguistica*. 2006. № 35 (1-2). P. 11–40. DOI: 10.1515/flin.2001.35.1-2.11

Поступила в редакцию 08.07.2024; принята к публикации 02.12.2024

Original article

Maria S. Mosyagina, Cand. Sc. (Philology), Associate Professor, Ogarev National Research Mordovia State University (Saransk, Russian Federation)
ORCID 0000-0002-7481-8978; mmashamos@yandex.ru

METAPHORICAL REPRESENTATION OF IDENTITY IN THE HEADLINES OF ENGLISH-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE

Abstract. This study analyses the metaphorical representation of identity in the headlines of English-language media discourse, with particular emphasis on metaphorical models with the target domain IDENTITY. The relevance of the topic is driven by the growing interest in studying media as a powerful tool for shaping public consciousness and constructing socially significant concepts, such as identity. The aim of the research is to identify and systematize the metaphorical models used to represent identity in the headlines of English-language media. Cognitive analysis and linguistic interpretation of media texts are employed in this study. The research corpus includes 47 headlines from leading English-language publications (*The Guardian* and *The Independent*), selected based on their popularity and influence. The findings of the study show that identity is often metaphorically represented through images of a mask, journey, loss, building, and territory, reflecting the dynamic and multi-layered nature of this concept in media discourse. The main conclusions are that metaphors play a key role in shaping readers’ perception of identity and that media discourse actively uses these metaphorical models to manipulate public opinion. This study makes a contribution to media discourse linguistics and cognitive linguistics, deepening the understanding of the role of metaphor in contemporary media space.

Key words: metaphor, metaphorical model, source domain, target domain, identity, media discourse

For citation: Mosyagina, M. S. Metaphorical representation of identity in the headlines of English-language media discourse. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2025;47(1):73–79. DOI: 10.15393/uchz.art.2025.1131

REFERENCES

1. Budanova, A. A. Metaphor as a means of conceptualizing of problematic interpersonal relations in modern English-speaking culture. *Ethnopsycholinguistics*. 2021;(4):46–64. DOI: 10.31249/epl/2021.01.03 (In Russ.)

2. Dubrovskaya, V. V., Kabanova, I. N., Romashkina, T. S. Metaphoric models representing the LOVE concept in the English and Spanish song discourse. *Philology. Theory & Practice*. 2023;16(8):2577–2582. DOI: 10.30853/phil20230404 (In Russ.)
3. Kozlova, L. A. The national-cultural specificity of metaphor and the means of its manifestation in the text. *Philology & Human*. 2015;1:36–46. (In Russ.)
4. Malagin, D. V., Kurbanov, I. A. Metaphorical representation of the image of US president Joe Biden in the English-language political media discourse. *Vestnik of Northern (Arctic) Federal University. Series "Humanitarian and Social Sciences"*. 2023;23(6):55–65. DOI: 10.37482/2687-1505-V305 (In Russ.)
5. Berger, A. A. Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. SAGE Publications, Inc., 2020. 488 p.
6. Bowdle, B. F., Gentner, D. The career of metaphor. *Psychological Review*. 2005;112(1):193–216. DOI: 10.1037/0033-295x.112.1.193
7. Carston, R. Metaphor and the literal/nonliteral distinction. *Cambridge handbook of pragmatics*. Cambridge, 2012. P. 469–492. DOI: 10.1017/CBO9781139022453.025
8. Fortner, R. S., Fackler, P. M. The handbook of media and mass communication theory. John Wiley & Sons, Inc., 2014. 1008 p.
9. Gibbs, R. W. The Cambridge handbook of metaphor and thought. Cambridge, 2008. 550 p. DOI: 10.1017/CBO9780511816802
10. Glucksberg, S. Beyond literal meanings: The psychology of allusion. *Psychological Science*. 1991;2:146–152. DOI: 10.1111/j.1467-9280.1991.tb00122.x
11. Joseph, R., Liu, T., Ng, A. B., See, S., Rai, S. NewsMet: A ‘do it all’ dataset of contemporary metaphors in news headlines. *Findings of the Association for Computational Linguistics: EACL 2023*. Stroudsburg, 2023. P. 10090–10104. DOI: 10.18653/v1/2023.findings-acl.641
12. Kövecses, Z. Metaphor and emotion: Language, culture, and body in human feeling. Cambridge, 2000. 242 p.
13. Lakoff, G., Johnson, M. Metaphors we live by. Chicago, 1980. 256 p. DOI: 10.7208/chicago/9780226470993.001.0001
14. Mousoulidou, M., Taxitari, L., Christodoulou, A. Social media news headlines and their influence on well-being: Emotional states, emotion regulation, and resilience. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*. 2024;14(1):1647–1665. DOI: 10.3390/ejihpe14060109
15. Semino, E. Metaphor in discourse. Cambridge, 2008. 244 p.
16. Steen, G. J. The contemporary theory of metaphor – now new and improved! *Review of Cognitive Linguistics (published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association)*. 2011;9(1):26–64. DOI: 10.1075/rcl.9.1.03ste
17. Van Dijk, T. A. Discourse, ideology and context. *Folia Linguistica*. 2006;35(1-2):11–40. DOI: 10.1515/flin.2001.35.1-2.11

Received: 8 July 2024; accepted: 2 December 2024