LABOUR BEHAVIOUR OF A PERSON IN LEXICAL AND PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION

Aydarova Alsou Mirzayanovna,
Candidate of Philology, lecture of department of philology
Naberezhnye Chelny instititue of Kazan federal university
Naberezhnye Chelny, Russia

Abstract. The article is devoted to the study of the peculiarities of human labor behavior through the prism of vocabulary, phraseology, and paremiology based on materials from the Russian, Tatar, and English languages. The article examines key concepts reflecting labor activity and human attitudes towards work. Special attention is paid to the national-cultural specifics of labor perception, as well as similarities and differences in lexical composition and fixed expressions related to human labor behavior.

Key words: concept, human behavior, labor, verb of behavior, phraseological unit, proverb, axiology.

РОЛЬ МЕТАФОРИЧЕСКИХ ЛИНГВОКОНСТРУКТОВ В КОГНИТИВНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТА

Алхазова Офелия Икрам-кызы
магистр, независимый исследователь
г. Белгород, Россия

Аннотация. В статье рассматривается влияние метафорических лингвоконструктов на когнитивную интерпретацию текста. В контексте когнитивной лингвистики метафоры рассматриваются не только как стилистический прием, но и как ключевой механизм концептуализации мира и смысловой организации информации. Анализируются концепции метафорического переноса, фреймов, когнитивных сценариев и ментальных моделей, а также их роль в интерпретации литературных и медиатекстов. Исследуются способы, с помощью которых метафоры формируют читательские ожидания, управляют процессами понимания и создают когнитивные барьеры.

Ключевые слова: когнитивная интерпретация, метафора, концептуальные метафоры, фреймы, когнитивные сценарии, текстовый анализ.

Современная когнитивная лингвистика рассматривает метафору не просто как средство художественной выразительности, но как инструмент концептуализации и структурирования знания. Согласно Лакоффу и Джонсону [Лакофф, 2004, с. 24], метафоры влияют на мышление и определяют восприятие окружающего мира. Они формируют способы понимания информации, предопределяя когнитивные сценарии и интерпретационные модели текста.

Метафора является ключевым механизмом когнитивной обработки информации, поскольку: – задает фреймовую структуру понимания [Fillmore, 2001, с. 112]; – активирует существующие когнитивные сценарии [Schank & Abelson, 1977, с. 89]; – влияет на интерпретацию нового знания через механизм переноса [Lakoff, 1993, с. 58]; – формирует когнитивные модели реальности [Johnson-Laird, 1983, с. 76].

Целью данной статьи является анализ роли метафорических лингвоконструктов в когнитивной интерпретации текста, а также исследование их влияния на процессы понимания, структурирования информации и смысловую организацию дискурса.

Основная идея когнитивной концепции метафоры заключается в том, что язык отражает не просто отдельные образы, но целые когнитивные структуры. Согласно теории концептуальных метафор [Lakoff, 1980, с. 41], метафоры связывают абстрактные понятия с конкретными образами, облегчая их понимание.

Фреймовая теория Чарльза Филлмора [Fillmore, 2001, с. 134] показывает, что любая метафора активирует определенную когнитивную схему. Например, фрейм *"война"* часто используется в политической и экономической риторике: *"борьба с инфляцией"*, *"битва за клиентов"*, *"фронт борьбы с пандемией"*.

Сценарии [Schank & Abelson, 1977, с. 97] представляют собой последовательности действий, которые мы ожидаем в определенной ситуации. В литературе и медиатекстах сценарии используются для предсказуемости событий: если в тексте появляется фрейм *"война"*, читатель ожидает конфронтацию и противостояние.

Метафорические лингвоконструкты выполняют несколько ключевых функций в когнитивной интерпретации текста. Они не только структурируют информацию и управляют читательским восприятием, но и выполняют роль когнитивных фильтров, влияя на интерпретацию реальности. Рассмотрим основные функции метафор в тексте более детально.

Метафоры помогают организовать текст и создают связи между различными понятиями. Они обеспечивают структурную целостность сообщения, делая его более понятным и запоминающимся.

- **Пространственные метафоры** используются для концептуализации сложных идей: "верхний уровень анализа", "глубокие знания", "основы науки", "идти по пути прогресса", "стоять на распутье". Эти выражения придают абстрактным концепциям физическую наглядность, что облегчает их восприятие.
- **Временные метафоры** помогают упорядочить события: *"прошлое – это тень настоящего"*, *"будущее нам улыбается"*, *"он шагает в завтрашний день"*. Такой способ представления информации формирует у читателя четкие временные ориентиры и влияет на его интерпретацию событий.
- **Технологические метафоры** играют важную роль в научных текстах и современных медиадискурсах: *"перезагрузить систему управления"*, *"настроить процесс"*, *"дать сбой"*. Такие метафоры придают тексту динамичность, а также способствуют переносу значений из сферы технологий в другие области знания.

Метафорические конструкции задают определенный ракурс восприятия текста, влияя на эмоциональную и логическую оценку информации. Они могут усиливать или смягчать восприятие, создавая у читателя определенные ассоциации. Метафоры могут вызывать эмоциональную реакцию, усиливая

драматизм или, наоборот, сглаживая негативные аспекты. Например: *"экономика страны рухнула"* (катастрофический сценарий); *"рынок переживает турбулентность"* (более нейтральный образ).

В политическом дискурсе метафоры могут формировать общественное мнение, например: *"борьба с бедностью"* – предполагает активные действия, *"смягчение последствий бедности"* – указывает на пассивную стратегию.

Таким образом, подбор метафор определяет, какие смыслы и ценностные ориентации будут доминировать в сознании читателя.

Некоторые метафоры усиливают важность отдельных элементов текста. Например: *"научный прорыв"*, *"революция в медицине"* – создают ощущение значительного прогресса; *"экологическая катастрофа"*, *"тайфун кризиса"* – подчеркивают масштабность проблемы.

Такие метафоры управляют восприятием текста, направляя внимание читателя в нужное русло.

Некоторые метафоры не только облегчают восприятие информации, но и могут ограничивать его, создавая когнитивные барьеры, которые мешают альтернативным интерпретациям.

- **Абстрагирование реальности**. Например, в последние десятилетия широко используется метафора **«зелёный переход»** (*Green Transition*), обозначающая глобальный процесс перехода к экологически чистым технологиям и устойчивому развитию. Эта метафора абстрагирует и упрощает сложные процессы экономической трансформации, климатической политики и изменения энергетических рынков, представляя их как нечто плавное, естественное и неизбежное.

- **Стереотипизация мышления**. В политическом дискурсе часто встречаются метафоры, формирующие предвзятое отношение к группам людей: *"волна мигрантов накрыла Европу"*, *"вирус радикализма"*. Эти образы могут закреплять негативные стереотипы и ограничивать объективное восприятие явлений.

- **Манипуляция общественным мнением**. Например, термин *"коллатеральный ущерб"* в военной риторике заменяет выражение *"гибель мирных жителей"*, создавая менее эмоционально нагруженное восприятие событий. Таким образом, выбор метафор определяет, какие концепции будут доминировать в общественном сознании.

Метафорические конструкции позволяют объяснить сложные концепции через знакомые образы, что особенно важно в научных и образовательных текстах.

- **Биологические метафоры** в экономике и политике: *"здоровая экономика"*, *"инфляция как вирус"*, *"фирма адаптируется к рыночным условиям"*.

- **Военные метафоры** в науке и технологиях: *"атака вирусов"*, *"борьба с климатическими изменениями"*, *"фронт исследований"*.

Такие образы помогают людям быстрее усваивать новые знания, поскольку они переносят понятия из одной области в другую, уже знакомую для читателя.

Метафоры делают текст более выразительным, вызывая в воображении читателя конкретные образы. Это особенно важно в литературе, журналистике и рекламе.

- **Художественная литература** активно использует метафоры для создания атмосферы: *"сердце сжимается от боли"*, *"звезды рассыпались по небу"*.
- **Реклама** использует метафоры для создания запоминающихся слоганов: *"Red Bull окрыляет"*, *"Samsung – это окно в будущее"*.

Благодаря метафорам текст становится не просто информативным, но и эмоционально вовлекающим.

Итак, метафоры играют не просто декоративную роль в языке, а являются мощным инструментом когнитивной обработки информации, влияющим на мышление и мировоззрение читателя.

В литературных произведениях метафоры формируют образность и концептуальное пространство текста. В *1984* Джорджа Оруэлла ключевая метафора *"Большой брат наблюдает за тобой"* создает ощущение тотального контроля, формируя у читателя соответствующий фрейм восприятия.

В СМИ метафоры активно используются для эмоционального воздействия. Например: *"Цены взлетели"*, *"рынок рухнул"* (пространственные метафоры, влияющие на восприятие экономических процессов); *"Терроризм – это рак общества"* (медицинская метафора, предполагающая радикальное лечение проблемы).

Метафорические лингвоконструкты играют ключевую роль в когнитивной интерпретации текста. Они формируют концептуальные модели, управляют смысловой организацией информации и влияют на читательское восприятие.

Основные выводы исследования:

- Метафоры активируют фреймы и когнитивные сценарии, облегчая понимание текста.
- Они управляют интерпретацией информации, влияя на ее восприятие.
- В медиатекстах метафоры используются для манипуляции общественным мнением.
- В художественной литературе метафоры создают образную систему произведения.

Будущие исследования могут быть посвящены анализу влияния культурных факторов на метафорические модели, а также изучению динамики изменения концептуальных метафор в различных дискурсивных практиках.

Список литературы

Карасик В.И. Когнитивный сценарий как структурированная сеть когнитивных категорий и событий // Проблемы когнитивной лингвистики. – 2013. – № 67. – С. 15–29.

Козлова Т.А. Когнитивные стратегии восприятия текста и их влияние на интерпретацию // Проблемы когнитивной лингвистики. – 2019. – № 3. – С. 56-72.

Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

Огнева Е.А. Текстовый когнитивный сценарий как формат знания // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 4 (51). – С. 544-548.

Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / пер. с англ. – Логос, 2001. – № 2. – С. 112-134.

Fillmore C.J. Frames and the Semantics of Understanding // Cognitive Linguistics Today: Proc. of the 10th International Cognitive Linguistics Conference. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2001. – P. 294-318.

Johnson-Laird P.N. Mental Models. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 513 p.

Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought / Ed. by A. Ortony. – 2nd ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 202-251.

Orwell G. 1984. – London: Penguin Books, 2018. – 336 p.

Schank R.C., Abelson R.P. Scripts, Plans, Goals, and Understanding. – Hillsdale: Erlbaum, 1977. – P. 23-45.

THE ROLE OF METAPHORICAL LINGUOCONSTRUCTS IN COGNITIVE TEXT INTERPRETATION

Alkhazova Ofeliya Ikram-kizi
Master's Degree, Independent Researcher
Belgorod, Russia

Abstract. The article examines the influence of metaphorical linguistic constructs on the cognitive interpretation of a text. In the context of cognitive linguistics, metaphors are considered not only as a stylistic device but also as a key mechanism for conceptualizing the world and organizing information meaningfully. The study analyzes the concepts of metaphorical transfer, frames, cognitive scripts, and mental models, as well as their role in interpreting literary and media texts. It explores how metaphors shape reader expectations, guide comprehension processes, and create cognitive barriers.

Key words: Cognitive interpretation, metaphor, conceptual metaphors, frames, cognitive scripts, text analysis.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА LONELINESS В ТЕКСТАХ ГРУППЫ COLDPLAY

Буревестник Ульяна Игоревна,
аспирант Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина, г. Тамбов, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются средства репрезентации концепта LONELINESS в текстах британской рок-группы Coldplay. Актуальность исследования обусловлена необходимостью расширения знаний о взаимосвязи языка и культуры, а также особенностей восприятия реальности через музыкальные тексты. В работе используется междисциплинарный подход, позволяющий сочетать лексикографические исследования и контекстуально-концептуальный анализ.

Ключевые слова: концепт LONELINESS, репрезентация концепта, рок-дискурс, рок-группа Coldplay.