

UDC 81'2/44

DOI: 10.34671/SCH.SVB.2020.0403.0017

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЧУДЕСНОЕ» В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

© 2020

AuthorID: 622096

SPIN: 2549-5890

**Никитина Юлия Анатольевна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур»  
*Тольяттинский государственный университет*  
(445020, Россия, Тольятти, улица Белорусская, 14, e-mail: julia-722598@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье анализируется такое лингво-когнитивное явление, как концепт в преломлении газетного дискурса, если быть более точным функционирование концепта «чудесное» на примере газетных заголовков. Приводятся результаты сравнительно-сопоставительного анализа когнитивных признаков и вербализации исследуемого концепта в русской и английской культурологических традициях на примере современных российских и британских СМИ. Нет неизменных концептов. С течением времени их содержание и структура меняются, коррелируя с изменениями реалий окружающей нас действительности. Быстрее всего на эти изменения реагируют СМИ прежде всего заголовками. Лишившись в жизни веры в чудеса, да и самих «чудесных явлений» (религия для многих стала просто ритуалом, полет в космос – рядовое для науки событие, создание вакцины от коронавируса – само собой ожидаемое событие), используя данное прилагательное и его синонимы для описания заурядных явлений, ничего общего с чудом не имеющих, мы нивелировали его значение. И вполне понятно, что в заголовках газет, особенно британских, как показало исследование, основной номинант данного концепта, лексема «чудо / чудесное» практически не вербализуется. Данные результаты могут указывать на изменение картина мира представителей русской и английской культур.

**Ключевые слова:** концепт, лингвокультурный концепт, когнитивный признак, вербализация концепта, функционирование концепта, культурология, культурологическое направление, картина мира, дискурс, газетный дискурс, заголовки, чудесное, лексема.

**FUNCTIONING AND VERBALIZATION OF THE CONCEPT «MIRACULOUS» IN THE NEWSPAPER DISCOURSE IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES**

© 2020

**Nikitina Julia Anatolyevna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor, associate professor of theory and methods of teaching foreign languages and cultures department  
*Togliatti State University*

(445020, Russia, Togliatti, Belorusskaya str, 14, e-mail: julia-722598@yandex.ru)

**Abstract.** The article analyzes such a linguistic-cognitive phenomenon as a concept pertaining to the newspaper discourse, to be more precise, the functioning of the concept «miraculous» in newspaper headlines. The results of comparative analysis of cognitive features and verbalization of the concept under study in the Russian and English cultural traditions in the frame of modern Russian and British media are presented. There are no fixed concepts. Over time, their content and structure change, correlating with changes in the reality. The media reflect most quickly to these changes, primarily by headlines. Having lost faith in miracles and the “miraculous phenomena” (religion for many people has become just a ritual, space flights have turned into ordinary events for science, the creation of a vaccine against coronavirus is an expected event) and using this adjective and its synonyms to describe ordinary phenomena that have nothing to do with a miracle, we have leveled its meaning. And it is quite clear that in the headlines of newspapers, especially British ones, as the study showed, the main nominee of this concept, the lexeme «miracle / miraculous» is almost not verbalized. These results may indicate a change in the world picture of representatives of the Russian and English cultures.

**Keywords:** concept, linguocultural concept, cognitive feature, verbalization of the concept, functioning of the concept, cultural studies, cultural direction, mental picture, discourse, newspaper discourse, headline, miracle, miraculous, lexeme.

**ВВЕДЕНИЕ**

Рассматривая концепт, как «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [1, с. 34], не стоит забывать, что на содержание и структуру концепта большое влияние оказывает среда, в которой он функционирует, в данном случае мы говорим о газетном дискурсе, который отличается от дискурса художественных произведений, научного или бытового, в виду своих целей и задач. Как известно, цель средств массовой информации, а соответственно и газетного дискурса, с одной стороны, проинформировать о событии, с другой, навязать свой взгляд, тем самым сформировать у читателей, слушателей и зрителей определенное о нем мнение. Можно предположить, что репрезентация концепта в газетном дискурсе и особенности его вербализации будут зависеть от тех задач, которые решают СМИ.

За последние 10-15 лет исследователи продемонстри-

ровали широкое разнообразие в анализе функционирования универсальных эмоциональных концептов, начиная концептами «любовь», «ненависть», «страх», «свобода», «язык» [2], «чистота и грязь» [3] и многие другие, и заканчивая весьма специфическими, например, «очковтирательство» [4], и т.д. Предпринимались попытки проведения сравнительного анализа функционирования концептов в разных культурных традициях [5, 6, 7], его гендерных аспектов [8], особенности вербализации и воплощения концептов в рамках разных дискурсов [9, 10, 11], привлечение знаний других наук для его изучения [12, 13], а также рассмотрения концепта как средства формирования умений и навыков различных видов речевой деятельности и межкультурной компетенции [14]. Концепт «чудесное» тоже рассматривался с разных точек зрения [15, 16], однако не получил всестороннего изучения в рамках газетного дискурса, позволяющего заполнить все лакуны и ответить на все вопросы, касающиеся его функционирования и репрезентации.

**МЕТОДОЛОГИЯ**

Цель настоящей работы – осуществить дескрипцию когнитивных признаков концепта «чудесное», вербализуемых в газетном дискурсе при сравнительном анализе заголовков российских и британских газет. Для выполнения поставленной цели потребовалось применение

таких методов, как:

- метод сплошной выборки для отбора языковых средств, репрезентирующих концепт «чудесное»<sup>4</sup>
- метод когнитивного анализа для выявления когнитивных признаков концепта «чудесное»<sup>4</sup>
- сравнительный метод для сопоставления функционирования концепта «чудесное» в русскоязычном и англоязычном газетном дискурсах.

Концепт «чудесное» рассматривается с точки зрения лингвистики, лингвокультурологии, дискурса. Данная работа опирается на два основных направления изучения: лингвокогнитивный и лингвокультурологический, поскольку представляет и «способы языковой объективации переживаемого опыта» и объясняет «этнокультурную специфику осмысления такого опыта» [17, с. 4].

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

Изучение словарных дефиниций в лексикографических источниках позволяет определить основные когнитивные признаки изучаемого концепта. «Чудо» — это:

- всякое явление, кое мы не умеем объяснить, по известным нам законам природы; диво, необычайная вещь или явление, случай. неожиданная и противная предвидимой возможности, едва (В. Даль) [18];
- в религиозных и мифологических представлениях — явление, противоречащее законам природы и не объяснимое ими, но возможное вследствие вмешательства потусторонней силы (Ушаков) [19];
- выражение крайнего удивления, недоверия; нечто небывалое, сверхъестественное; нечто поразительное, удивляющее своей необычайностью; необыкновенный, выдающийся среди себе подобных (Ожегов) [20];
- явление, противоречащее законам природы и не объяснимое ими, но возможное — по суеверным представлениям — вследствие вмешательства потусторонней силы; нечто небывалое, сверхъестественное, фантастическое; предмет, явление, действие, вызывающее общее удивление своею необычайностью; высшее, поразительное проявление чего-л.; сказочное существо (обычно с определением); шутовское обращение к кому- (Ефремова) [21].

Анализируя данные определения, можно утверждать, что основной характеристикой чуда является его необъяснимость с точки зрения законов природы, которые опраделелил и объяснил человек. Это является основополагающей характеристикой концепта «чудесное» и его первостепенным когнитивным признаком. Другим когнитивным признаком данного концепта является «нечто поразительное, удивляющее своей необычайностью; необыкновенный, выдающийся среди себе подобных». Задачей нашего исследования является доказать высокую воспроизводимость указанных когнитивных признаков концепта «чудесное» в рамках сравнительного анализа на материале русских и английских газетных заголовков.

Русские лексикографические источники дают синонимы данного прилагательного: неестественный, удивительный, чудный; упоительный, мистический, поразительный, потрясающий, изумительный, кайфовый, знатный, шикарнный, сказочный, золотой, отличный, чудодейственный, ни с чем не сравнимый, офигенный, роскошный, экстазный, ништяковый, небывалый, не знающий себе равных, восхитительный, непревзойденный, фантастический, прекрасный, замечательный, ништячный, умереть и не встать, бесподобный, магический, великолепный, чарующий, очаровательный, пречудесный, необычный, дивный, превосходный, офигительный, нет слов, волшебный, чинный, божественный, сверхъестественный, не имеющий себе равных, расчудесный, исключительный, несравненный, ни в сказке сказать, ни пером описать, чудотворный [22]. Среди представленных синонимов встречаются как лексемы сниженного регистра: кайфовый, офигенный, ништяковый и т.д., так и возвышенного уровня, например, чудный, упоительный, чарующий, однако в заголовках практически не

встречается их разнообразие, чаще всего можно встретить такие дескрипторы, как удивительный, поразительный, несравненный.

Проанализировав отобранные примеры заголовков на русском языке ведущих российских изданий («Комсомольская правда» [23], «Московский комсомолец» [24], «Коммерсант» [25], «Правда» [26], «Российская газета» [27] за период с 1 июля по 12 июля 2020 года мы пришли к выводу, что только один заголовок отражает когнитивный признак сверхъестественности, однако его проявление связано с неординарной драматической ситуацией в истории нашей страны — Великой Отечественной войны: *Экономическое чудо 1942-1945 годов: Цена и ценности. Его мог сотворить только народ, решившийся быть за пределами своих сил* (Яков Миркин, 01.05.20, Российская газета, РГ-неделя. Родина). Данный заголовок несет абсолютно положительную коннотацию.

Еще один пример, репрезентирующий данный когнитивный признак, имеет отрицательную коннотацию, поскольку иллюстрирует скептицизм по поводу проведения голосования по поправкам к конституции Российской Федерации:

- *Мы увидим чудо чудное* (Леонид Волков, 02.06.20, Newsru.com).

Несколько отобранных примеров в той или иной степени носят отрицательную эмоциональную окраску и когнитивный признак «удивления, недоверия»:

- *Народ изумился* (Дмитрий Тихонов, №56 (30988) 10—13 июля 2020 года, Правда);

- *Чудны дела их!* (№53 (30985) 3—6 июля 2020 года, Правда);

- *Первый в истории ледовый «Оскар» удивил еще до начала* (Ирина Степанцева, 09.07.20, Московский комсомолец).

В некоторых заголовках проявляется нечто фантастическое и «чудо» / «чудесное» трансформируется в нечто загадочное, таинственное, скрытое, секретное, но с той же отрицательной коннотацией:

- *Расшифрован таинственный текст, который не смогли прочитать ученые* (Денис Передельский, 26.02.20, Российская газета, РГ-неделя. Родина);

- *О таинственном вирусе советские газеты писали еще 40 лет назад. «Комсомолка» разбиралась в истории, которая сначала показалась нам фейком* (Андрей Абрамов, 26.03.20, Комсомольская правда);

- *Новый поворот загадочной трагедии на перевале Дятлова: родные погибших возмущены* (Светлана Самодолова, 12.07.20, Московский Комсомолец);

- *Российянин Петр Ян раскрыл секрет своего чемпионства в UFC* (12.07.20, Московский комсомолец);

- *Загадочная смертоносная пневмония в Казахстане напугала китайцев: хуже коронавируса* (Фариза Бацазова, 12.07.20, Московский комсомолец);

- *Секретная миссия «лубянского стрелка»: кто зомбирова Манюрова перед атакой на ФСБ* (Лев Сперанский, 12.07.20, Московский комсомолец);

- *В Москве открылась выставка, воплотившая мечту знаменитого коллекционера Костаки* (Мария Москвичева, 11.07.20, Московский комсомолец);

- *Загадочная гибель слонов* (№53 (30985) 3—6 июля 2020 года, Правда).

Обратимся теперь к рассмотрению исследуемого концепта в английском языке. Английское существительное *miracle* означает «1) событие, которое не может быть объяснено законами природы, и считается актом божьим; 2) удачное событие, которое в обычных условиях невозможно; 3) выдающееся достижение или пример чего-либо» В знаменитом словаре Macmillan English Dictionary для продвинутых изучающих язык данное прилагательное имеет только одно значение: «очень удачное или неожиданное» [28, с. 956].

Тематическое уточнение слова «miraculous» (чудесное, волшебное) в английском языке таково: *amazing*

(удивительный), *astonishing* (изумительный), *astounding* (поразительный), *awesome* (потрясающий, устрашающий, впечатляющий), *extraordinary* (необычный, чрезвычайный, экстренный), *freakish* (причудливый, странный, чудаковатый), *incredible* (невероятный, неправдоподобный), *inexplicable* (необъяснимый, непонятный, неизяснимый, непостижимый), *magical* (магический, волшебный), *marvelous* (чудесный, изумительный, удивительный), *monstrous* (чудовищный, ужасный), *phenomenal* (феноменальный, необыкновенный), *spectacular* (впечатляющий, потрясающий, грандиозный), *strange* (странный, чудной, необыкновенный, удивительный), *superhuman* (сверхчеловеческий, нечеловеческий, сверхъестественный), *supernatural* (сверхъестественный, неземной), *unbelievable* (немыслимый, невообразимый, непостижимый), *unreal* (ненастоящий, нереальный, ирреальный), *wondrous* (чудесный, дивный, удивительный, поразительный, изумительный, чудный), *anomalous* (аномальный, необычный), *fabulous* (потрясающий, сказочный, невероятный), *preternatural* (противоестественный), *prodigious* (удивительный, поразительный, чудовищный), *staggering* (ошеломляющий, потрясающий), *stupefying* (ошеломляющий, одурманивающий, дурманящий), *stupendous* (изумительный, удивительный, потрясающий, чудовищный), *superior* (превосходный, исключительный, отличный, непревзойденный), *supernatural* (сверхъестественное), *thaumaturgic* (чудотворный), *the utmost* (пределный, максимальный), *unaccountable* (необъяснимый, непонятный, непостижимый), *unearthly* (таинственный), *unimaginable* (невообразимый, невероятный, немыслимый), *wonderworking* (чудотворный) [29]. Как видим, среди синонимических рядов, как и в русском языке, присутствуют лексемы всех слоев языка:

- нейтрального слоя: *strange*, *wondrous*;

- возвышенного: *unearthly*, *wonderworking*, *prodigious*;

- сниженного: *freakish*.

Среди отобранных заголовков на английском языке из британских изданий «Daily Star» [30], «Daily Mail» [31], «Express» [32] только один пример вербализировал «чудо» с когнитивным признаком «удачного события» и имел положительную коннотацию: Newspaper headlines: *Tory 'meltdown' and 'miracle' at Anfield* (08.05.19 by BBC News Staff).

Все остальные примеры содержат синонимы рассматриваемого прилагательного, описывающие либо удивительное событие:

- *OnePlus Nord release date scheduled for this month with an incredibly unique launch event* (Aaron Brown, 12.07.20, Express. Home of daily and Sunday Express);

- *Zebras crossing! Incredible optical illusion leaves people divided over which animal is looking at the camera – but can YOU tell?* (Claire Toureille, 12.07.20, Mailonline);

- *Spectacular moment Comet Neowise streaks across the night sky over Stonehenge as stargazers enjoy 'once-in-lifetime' close-up glimpse of it zooming through the solar system* (Georgia Simcox, 12.07.20, Mailonline);

либо какое-либо достижение, причем в отобранных примерах данные достижения характеризуются внешними проявлениями, в основном в виде потери веса, хорошей фигуры, организации дня рождения и т.д.:

- *Melania Trump and Ivanka both made surprising change when Donald became President* (Sarra Gray, 12.07.20, Express. Home of daily and Sunday Express);

- *Demi Rose sends temperatures soaring as she showcases her incredible curves in a VERY skimpy striped bikini for new sizzling snap* (Jack Newman, 11.07.20, Mailonline);

- *Love Island's Anna Vakili flaunts her incredible curves as she slips into skimpy black lingerie for a racy video* (Raven Saunt, 11.07.20, Mailonline);

- *Inside EastEnders star Lacey Turner's incredible first birthday party for daughter Dusty* (Lewis Knight, 12.07.20, Mirror);

- *Makeup-free Lara Bingle shows off incredible post-*

*baby body in stunning self-portraits following the 'secret birth' of third son with actor husband Sam Worthington* (Candice Jackson, 12.07.20, Daily Mail Australia);

- *Gogglebox vicar Kate Bottley reveals her stunning lockdown makeover in a bright pink maxi dress... but urges fans NOT to discuss her weight* (Niomi Harris, 11.07.20, Mailonline);

- *Emily Atack shows off stunning weight loss with leggy display in green mini dress* (Lewis Knight, 12.07.20, Mirror);

- *Phillip Schofield's daughter Molly celebrates her birthday weekend at home with an amazing balloon wall made by her sister Ruby* (Charlotte Dean, 11.07.20, Mailonline).

Один пример не вписывается в систему когнитивных признаков концепта «чудесное», поскольку имеет абсолютно другое лексическое и стилистическое значение и употреблено для гиперболизации ситуации, а именно степени, испытываемой человеком боли: *Kate Garraway in 'unimaginable pain' as husband Derek Draper remains in hospital* (Isobel Hine, 12.07.20, Daily Star)

#### ВЫВОДЫ

Подводя итог проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что лексема чудо / чудесное не является в настоящее время ключевым номинантом концепта «чудесное» ни в русском, ни в английском языках, если говорить о газетном дискурсе. По мнению Е.Э. Эгильского «...современная информация о чудесном построена таким образом, что содержит в себе и обоснование своей истинности, и обоснование существования «иной реальности» вообще, и обоснование законности, приемлемости и даже необходимости подобного мировоззрения» [33, с.46]. Однако, данное наблюдение характерно в большей степени для художественной и научной литературы, а не для текстов газетного и публицистического стилей: в заголовках газетных статей концепт «чудесное» крайне редко вербализируется соответствующей лексемой. В русскоязычных заголовках «от чуда остается тайна», в англоязычных – проявляется невозможное, но только относительно внешних характеристик.

Можно сделать вывод, что «иная реальность» либо не существует (нет проявления или воплощения чего-то действительно волшебного, чудесного, необъяснимого в окружающей нас действительности), либо присущие ей характеристики трансформировались в нечто менее значимое и используются для гиперболизации чего-то далекого от действительно «чудесного». Не смотря на достаточно четкую структуру и дискурсивную обусловленность «возможно дискурсивное варьирование концептуального содержания в рамках одного концепта: расширение и сужение концептуального содержания в зависимости от сферы функционирования концепта» [34, с. 374], что и было доказано данным исследованием.

Тем не менее свою цель газетные заголовки как на русском, так и на английском языке достигли, а именно привлекли внимание читателя [35, 36, 37]. Кроме этого, англоязычных заголовков, вербализирующих концепт «чудесное» значительно больше, чем русскоязычных, но как уже указывалось, характеризуют они внешние признаки, это говорит об изменениях в структуре каротины мира представителей русской и английской культур, о практически полном исчезновении чуда и веры в него, его нивелирования, в частности в рамках газетного дискурса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. Москва: АСТ: Восток – Запад, 2007. С. 34.
2. Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. Том 1. Волгоград: Парадигма, 2005. 352 с.
3. Карасик В.И. Концепт как единица лингвокультурного кода // Теория языка. 2009. С. 4-11.
4. В.И. Карасик Концепт как индикатор эпохи («Очковительство») // Политическая лингвистика. № 4(30). 2009. С.9-13.
5. Мельникова О.А. Сравнение эмоциональных концептов разных лингвокультур (на примере эмоционального концепта страха) //

В сборнике: *Культура. Литература. Язык. материалы конференции «Чтения Ушинского»*. Под редакцией М.Ю. Егорова. 2015. С. 245-247.

// Электронный научный журнал. 2016. № 10-1 (13). С. 218-220.

6. Плахова О.А., Ли А.В. Вербализация понятийного слоя концепта «love / любовь» в текстах песен Луи Армстронга // *Научный вектор Балкан*. 2020. Т. 4. № 2 (8). С. 33-36.

The article was received by the editors 29.06.2020  
The article was accepted for publication 27.08.2020

7. Айдарбекова А.С. Предметные признаки в структурах русского концепта «душа» и казахского концепта «жан» // *Молодой ученый*. 2015. № 9 (89). С. 1329-1332.

8. Карчаева С.Х., Мукова М.Н., Апишева Д.С. Гендерные концепты как базовые концепты культуры и объективация их ценностных составляющих // *Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета*. 2015. № 2. С. 199-203.

9. Деева Н.В. Метафора и сравнение в репрезентации абстрактных концептов (на материале русского и польского концептов «жизнь» и «życie») // *Евразийский союз ученых*. 2015. № 6-4 (15). С. 108-111.

10. Красильникова Е.П. Репрезентация концепта «гордость» в газетном дискурсе // В сборнике: *Документ как текст культуры. сборник научных трудов*. Тула, 2017. С. 28-31.

11. Ибатуллина Н.С. Концепт «human rights» и его вербализация в юридическом дискурсе Великобритании (на материале газетных статей правового характера) // *Вестник Тверского государственного университета*. Серия: Филология. 2016. № 4. С. 97-102.

12. Латыпов Р.А. Об использовании экологической теории в исследовании концептов и сочетаний концептов // В сборнике: *НАУЧНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ*. сборник статей международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 70-74.

13. Балашова Л.В. Место метафоры в репрезентации концептов (на материале концепта «сосед») // *Известия Саратовского университета*. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2017. Т. 17. № 2. С. 131-136.

14. Макарова Т.Г. Анализ концепта как средство формирования межкультурной компетенции студентов неязыковых вузов (на примере концепта «Freedom») // *Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова*. 2015. Т. 18. № 2. С. 133-134.

15. В.И. Карасик. Концепт как единица лингвокультурного кода // *Современная теория языка*. Известия ВГПУ. С. 4-11.

16. Колосков А.Н. «Чудесные вещи» в литературе / литература «чудесная вещь» // *Studia Culturae*. 2019. № 42. С. 208-224.

17. Абышева Е.М. Концептосфера чудесного в сказках Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» и «Алиса в Зазеркалье» // *Гуманитарные и социальные науки*. 2018. № 2. С. 117-126.

18. Словари и энциклопедии на Академике. Толковый словарь Даля // URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc2p/375894> (дата обращения 11.07.20)

19. Словари и энциклопедии на Академике. Толковый словарь Ушакова // URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1089370> (дата обращения 11.07.20)

20. Словари и энциклопедии на Академике. Толковый словарь Ожегова // URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/267930> (дата обращения 11.07.20)

21. Толковый словарь Ефремовой // URL: <https://gifo.me/dict/efremova/chudo> (дата обращения 11.07.20)

22. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. / Под ред. Н. Абрамова. М.: Русские словари, 1999. // URL: <https://www.litmir.me/br/?b=179472&p=1> (дата обращения 10.07.20)

23. Комсомольская правда // URL: <https://www.kp.ru/> (дата обращения 12.07.20)

24. Московский комсомолец // URL: <https://www.mk.ru/> (дата обращения 12.07.20)

25. Коммерсант // URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения 12.07.20)

26. Правда // URL: <https://gazeta-pravda.ru/> (дата обращения 12.07.20)

27. Российская газета // URL: <https://rg.ru/> (дата обращения 12.07.20)

28. Macmillan English Dictionary for advanced learners. Second Edition. Oxford. 2007. 1728pp.

29. Dictionary.com // URL: <https://www.thesaurus.com/browse/miraculous>

30. Daily Star // URL: <https://www.thedailystar.net/> (дата обращения 12.07.20)

31. Daily Mail // URL: <https://www.dailymail.co.uk/> (дата обращения 12.07.20)

32. Express // URL: <https://www.express.co.uk/> (дата обращения 12.07.20)

33. Е.Э. Эгильский. Легализация «чудесного» в современной культуре // *Философия*. Ростовский государственный педагогический университет. 2004. С. 46-52.

34. Смирнова Е.Е. Концепт «истина» в советском публицистическом дискурсе: к проблеме дискурсивного варьирования концептов // *МИР НАУКИ, КУЛЬТУРЫ, ОБРАЗОВАНИЯ*. № 5 (54) 2015. С. 372-375.

35. Алборова И.И., Цараева Л.А. Продуктивные метафорические модели в российском публицистическом дискурсе (на материале газетных заголовков) // *Современные тенденции развития науки и технологий*. 2016. № 6-5. С. 134-136.

36. Южакова Ю.В., Полякова Л.С., Суворова Е.В. Прагматический аспект заголовков англоязычных медиатекстов // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 181-184.

37. Погорелова С.Д., Яковлева А.С. Оценка в газетных заголовках