

## **ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Выступая фокусом инновационных изменений, язык газеты, язык радио, телеречь и все другие «языки» в настоящее время занимают место законодателей речевой моды, творцов и ретрансляторов коммуникативных стереотипов. Знаковая для массовой коммуникации двувекторная ориентация (с одной стороны, на книжность, а с другой – на разговорность) приводит к смешению и совмещению полярных языковых начал. По-видимому, ни одна другая сфера бытования языка не претерпела столь радикальных трансформаций, как массовая коммуникация.

Широкое понимание языковой метафоры, включающее и узуальные, и окказиональные метафорические употребления, обусловлено представлениями об общности познавательных механизмов, являющихся базой для производства метафор: «Практически любая языковая узуальная метафора способна задать модель метафорического уподобления, определить возможные направления смыслового развития так называемых авторских, окказиональных метафор» [1, с. 27].

Для нас особый интерес представляет рассмотрение новостных текстов в современных СМИ с точки зрения использования в них метафор как инструмента формирования языковой картины мира.

Дж. Лакофф и М. Джонсон убедительно показали, что «метафора проникает в повседневную жизнь, причем не только в язык, но и в мышление и действие» [2, с. 387].

Таким образом, метафоры создают представления об абстрактных понятиях, естественно и глубоко пронизывая наше мышление, понимаются «как самоочевидные, как прямые описания явлений внутреннего мира» [2, с. 412], но при этом метафоры определяют способ мышления, познания явлений, управляют поведением носителей языка.

Обратим внимание, что А. Н. Баранов также выделяет в нашем общественном сознании отчетливо противопоставленные «два ценностных полюса, на одном из которых находятся категории справедливости и равенства, а на другом концепт свободы» [3, с. 167]. «Доминирующее положение справедливости объясняется живучестью мифологем образа врага, порядка, веры в субъекта распределения, патернализм» [3, с. 177]. Мифологемы выражаются в текстах с помощью метафор.

В частности, Дж. Лакофф и М. Джонсон в книге «Метафоры, которыми мы живем» пишут, что метафоры являются базовым принципом миро моделирования, пронизывают жизнь человека и проявляются в языке, мышлении и действии. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути <...> действие метафоры не ограничивается одной лишь сферой языка, то есть сферой слов: сами процессы мышления

человека в значительной степени метафоричны <...> Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека» [2, с. 387]. К примеру, поскольку в англоязычной культуре спор мыслится как война (нападать на слабые места в аргументации, критические замечания бьют точно в цель, атаковать противника в споре, стратегия спора и пр.), постольку и поведение во время спора напоминает военные действия. Спор понимается, упорядочивается и осуществляется как война, потому что о нем говорят в терминах войны [2, с. 389].

Таким образом, «метафорические выражения языка не только отражают и эксплицируют метафорическое восприятие действительности, но и во многом формируют его, поэтому изучение метафорических переносов в рамках различных сфер позволяет проникнуть в структуры человеческого мышления и понять, каким образом мы представляем себе окружающий мир и свое место в нем» [4, с. 97].

Поэтому исследование метафор дает некоторое представление о процессах мышления и о формировании языковой картины мира: «В метафоре стали видеть ключ к пониманию основ мышления и процессов создания не только национально-специфического видения мира, но и его универсального образа» [5, с. 6].

Как отмечает А. П. Чудинов, «создаваемая человеком метафорическая картина мира в значительной степени антропоцентрична: как Бог создал человека по своему образу, так и человек метафорически создает (концептуализирует) действительность в виде некоего подобия своего тела и составляющих его органов, своих физиологических и иных действий, потребностей, своих генетических и иных связей с собственными родственниками» [6, с. 77].

И. А. Стернин в своем исследовании выделяет следующие цели речевого воздействия: информационная; предметная; коммуникативная [7, с. 51].

По мнению Г. Я. Солганика, язык СМИ стал главным фактором развития литературного языка [8, с. 266]. Заданная цель, пожалуй, не всегда осознаваема субъектом речи, но не в случаях создания публичного письменного текста [9, с. 34]. Печатные СМИ всегда является инструментом воздействия на читателя, а следовательно – на общественное мнение.

В соответствии с законом Шпербера, который гласит, что «если в данное время какой-либо комплекс идей имеет большое значение в жизни данного общества и одно слово из этого круга идей изменило значение, то другие слова того же семантического поля следуют за этим словом» [10, с. 455], антропоморфные метафоры в материалах СМИ образуют обширные мотивационные системы.

Н. Д. Арутюнова описывает метафору как четырехкомпонентное образование. Она состоит из: 1) категория или контекст; 2) объект внутри конкретной категории; 3) процесс, каким этот объект осуществляет функцию; 4) приложения этого процесса к реальным ситуациям или пересечения с ними [11, с. 135].

Но по смысловому направлению мы можем выделить: физиологическую метафору (она является традиционной для публицистических текстов); военную

метафору; тесно связанную с физиологической медицинскую метафору; спортивную метафору; немногочисленную и природоморфную метафору.

В современных материалах о культуре высокий прагматический потенциал демонстрируют военные метафоры, характеризующие обыденную жизнь человека. При этом практически все они задают концептуальный вектор преодоления и имеют положительные коннотации, ассоциируясь с успешным решением проблем жизни. В текстах находят применение и относительно малопродуктивные, но важные для характеристики дискурса и углубляющие представление о нем социальные метафоры (в том числе спортивные), метафоры родства, природоморфные и артефактные метафоры.

Взаимодействие в дискурсе различных метафорических моделей обогащает язык массмедиа новыми смыслами, эмоциями и оценками. Вместе с тем доминирование антропоморфных метафорических моделей приближает описываемую реальность к читателю и формирует в его сознании антропоцентричную языковую картину мира.

## Литература

1. *Резанова, З. И.* Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: ключевые концепты : в 2 ч. / З. И. Резанова, Н. А. Мишанкина, Д. А. Катунин. – Воронеж : РИЦ ЕФ ВГУ, 2003. – Ч. 1. – 500 с.
2. *Лакофф, Дж.* Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры : сб. ; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой. – М. : Прогресс. – С. 387. – 415.
3. *Баранов, А. Н.* Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания А. Н. Баранов // Язык и социальное познание. – М., 1990. – С. 166–176.
4. *Дебердеева, Е. Е.* Роль метафоры в формировании языковой картины мира в русской и английской лингвокультурах / Е. Е. Дебердеева // Вестн. ТГПИ. – 2011. – № 1. – С. 97–101.
5. *Арутюнова, Н. Д.* Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры : сб. ; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой. – М., 1990. – С. 2–32.
6. *Чудинов, А. П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.
7. *Стернин, И. А.* Основы речевого воздействия : учеб. изд. / И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2012. – 178 с.
8. *Солганик, Г. Я.* О современной языковой ситуации / Г. Я. Солганик // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах. – М., 2010. – С. 266.
9. *Кара-Мурза, С. Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо-Пресс, 2001. – 450 с.
10. *Гак, В. Г.* Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М. : Яз. рус. культуры, 1998. – 768 с.
11. *Арутюнова, Н. Д.* Дискурс Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С. 136–137.