# **III Открытый международный конкурс инициативных научно-исследовательских проектов “High Goals – 2021”**

Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТАФОР В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

Иванова Д. С.

Научный руководитель

канд. филол. наук,

доцент Николаева Е. В.

Чебоксары 2021 г.

**Содержание**

Введение 3-4

1.Теоретическое представление понятия “метафора”5

1.1 Функционирование и речевое воздействие метафоры в СМИ6

2. Особенности функционирования метафор в англоязычных СМИ7-10

Заключение 11

Список литературы 12

**Введение**

Данная работа посвящена исследованию использования метафор в средствах массовой информации. Метафоры окружают нас повсюду. Их можно встретить в художественной литературе, в речи влиятельных людей, на страницах различных печатных изданий. Метафора используется в различных сферах человеческой жизни, таких как спорт, политика, искусство, медицина и т.д. Она делает язык ярким, живым и особенным. Каждый язык богат своими, отличными от других языков метафорами. С помощью нее мы можем в полной мере анализировать изучаемые языки, понимать менталитет и культуру их народов.

**Актуальность** данного исследования обусловлена значимой ролью метафоры в современных средствах массовой информации. Ее значимость выражается в речевом воздействии на читателя. В настоящее время существует много различных газет, журналов, новостных телеканалов и сайтов в сети интернет. Их главная задача — воздействие на своего читателя. Для этого они используют различные средства речевой выразительности. Особое место среди них занимает метафора, так как она добавляет в текст образность.

**Целью** исследования является рассмотрения использования метафоры в современных СМИ.

Тем самым были поставлены следующие **задачи:**

1. Сравнить понятие “метафора” в различных словарях
2. Исследовать метафоры на функцию речевого воздействия
3. Проанализировать статьи на сайтах газет и телеканалов на наличие метафор
4. Рассмотреть найденные метафоры

**Объектом** исследования является метафора в СМИ.

**Предметом** данного исследования является рассмотрение метафоры, как средства речевого воздействия.

В качестве **материалов** были использованы англоязычные газеты и телеканалы “BBC News”, “CCN” и “Daily Mail”.

BBC News — британский общественный информационный телеканал в составе BBC News, новостного подразделения компании «BBC». Канал был открыт девятого ноября 1997 года и назывался “BBC News 24”. Двадцать второго февраля 2006 года он был награжден как “лучший новостной канал года”.

CNN (*Cable News Network*) — американский телеканал, который был создан Тедом Тёрнером 1 июня 1980 года. Является подразделением компании “Turner Broadcasting System”, которой владеет “Warner Media”. Компания CNN первой в мире предложила концепцию 24-часового вещания новостей.

Daily Mail — массовая британская ежедневная газета, которая выпускается с 1896 года. “Daily Mail” вторая газета после “The Sun” по величине тиража в Великобритании.

**1. Теоретическое представление понятия “метафора”**

Первое определение слова “метафора” появилось еще в Древней Греции. Дал его великий философ, ученик Платона и воспитатель Александра Македонского — Аристотель. Его толкование является весьма специфичным для нашего времени. Аристотель объясняет термин следующим образом: «Метафора — это несвойственное имя, которое переносится с вида на род, или с рода на вид, или с вида на вид, или с рода на род». Однако существует еще множество современных определений данного понятия.

Рассмотрим “Толковый словарь русского языка” Ушакова: “метафора — троп, оборот речи, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе какой-нибудь аналогии, сходства” [3]. Кембриджский словарь дает следующее истолкование: “выражение, часто встречающееся в литературе, которое описывает человека или объект, ссылаясь на то, что оно имеет характеристики, аналогичные этому человеку или объекту” [5]. Каждый словарь имеет свое определение данного слова, однако все они выделяют главный признак — сходство с чем-либо. Также метафора — это образное мышление, иносказание. Человек с помощью метафоры учится понимать различные структурные уровни, учится переводить с одного языка на язык различных видов опыта. Однако это происходит не из-за прямого значения слов и выражений, а из-за способности видеть в предметах и явлениях различные сходства и аналогии. Ортега-и-Гассет высказывался, что “метафора удлиняет руку интеллекта”. “Понимание (как и создание) метафоры есть результат творческого усилия: оно столь же мало подчинено правилам. ...Для создания метафор не существует инструкций, нет справочников и определения того, что она “означает” или “о чем сообщает”. Метафора опознается только благодаря присутствию в ней художественного начала. Она с необходимостью предполагает ту или иную степень артистизма” [2].

**1.1 Функционирование и речевое воздействие метафоры в СМИ**

Высказывание всегда содержит в себе информацию и с помощью нее различными способами воздействует на читателя. Субъект речи не всегда осознает это воздействие, однако подвергается ему. Задача СМИ — влиять на своего читателя и тем самым формировать общественное мнение.

Метафора помогает нам проще сознавать и понимать реальность, так как является одним из средств ее представления. Она способствует выстраиванию взаимосвязи между двумя или более предметами и явлениями. Метафора дает возможность соединять и сравнивать различные друг от друга предметы. Она используется для урегулирования споров, создания более дружелюбной атмосферы, так как для того, что кажется грубым и невежливым в прямом значении можно подобрать подходящую метафору. Таким же образом можно и усугубить ситуацию.

Существуют метафоры психологической манипуляции, которые имеют встроенные в себя внушения и команды. Они оказывают незаметное и эффективное влияние на психику человека. Е.Л. Доценко выделяет три главных признака данной метафоры: идея “прибирания к рукам”, условие сохранения иллюзии самостоятельности решений и искусность манипулятора в выполнении приемов воздействия [1]. В газетном тексте метафора, как термин четко выражает смысл предмета и выделяет главную информацию всего высказывания. Анализирование и понятие нового и неизвестного происходит только через знакомое и привычное, а верное языковое отражение неизведанного возможно лишь при сочетании знакомых слов и выражений, заключенных в новые контексты. Метафора содержит в себе ценный принцип в терминообразовании, весьма важный для публицистического стиля — принцип языковой экономии. Именно это придает высказыванию лаконичность и емкое содержание, которое немаловажно для газетного и журнального текста.

**2. Особенности функционирования метафор в англоязычных СМИ**

Начнем исследование с американского телеканала “CNN”. Наше внимание привлекла статья: *“Tang! The space-age drink that's still a worldwide staple”.*

В предложении *“the beverage always will be connected to the golden era of midcentury space exploration, but NASA actually did not invent Tang”* содержится метафора *“golden era”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “golden - золотой” обозначает ценность, важность и значимость конкретного промежутка времени.

Следующее предложение: *“It’s selling point that the powedered mix was shelf-stable, and it was promoted as a healthier and more convenient alternative to fresh orange juice”.* Здесь метафорой является выражение *“selling point”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойств и формы. Существительное “point - точка” обозначает место, территорию, где продавался данный напиток.

Предложение *“whether you’re jonesing for a blast from the past or looking for something new to experiment with, grab a canister of Tang and make these fun and slightly retro recipes”* содержит функциональную метафору “*blast from the past”*, метафорический перенос которой осуществляется на основе сходства функции. Существительное “blast - взрыв” в данном контексте обозначает очень яркое и запоминающееся воспоминание.

В предложении *“this nostalgic dessert has graced the tables of many a church potluck and community picnic since the 1960’s, and its retro charm endures”* содержится две метафоры: “*nostalgic dessert”* и *“retro charm”.* Метафорический перенос обеих метафор осуществляется на основе сходства свойств. Прилагательное “nostalgic - ностальгический” и “retro - ретро” в данном контексте относятся к определенному промежутку времени.

Далее рассмотрим предложение *“the addition of the fruity drink actually makes sence for this sauce, enhancing the sweet and sticky aspects that make the dish a Chinese American classic”*. В нем содержится метафора *“sweet and sticky aspects”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойств. Прилагательные “sweet and sticky - сладкий и липкий” в данном контексте подчеркивают выделяющиеся и отличающиеся черты.

Следующая статья взята из британской ежедневной газеты Daily Mail.Заголовок статьи:*“EDEN CONFIDENTIAL: New haul of Princess Diana revelations return to haunt Charles as Netflix documentary makers plan based on unheard audio recordings she made”.*

Предложение *“Netflix was accused of trolling the Royal Family after a ‘sinister’ post on its offical social media account prompted a wave of online hate for Prince Charles and Camilla”* содержит в себе две метафоры: “*sinister post”* и *“wave of online hate”.* Метафорический перенос в метафоре “sinister post” осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “sinister - зловещий” обозначает отрицательную окраску данного поста. Метафорический перенос следующей метафоры осуществляется на основе сходства функции. Существительное “wave - волна” в данном контексте обозначает большое количество негативной информации.

Следующее предложение *“now, the heir to the throne and his wife should prepare to don tin hats again because, I can reveal, the documentary makers are planning to release a new film with more damaging revelations, based on unheard audio recordings made by Diana”* также содержит две метафоры: *“to don tin hats”* и *“damaging revelations”.* Метафорический перенос метафоры *“to don tin hats”* осуществляется на основе сходства действия. Данное выражение обозначает принять оборонительную, защитную позицию. Метафорический перенос следующей метафоры осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “damaging - разрушительный” в данном контексте означает откровения, которые поведут за собой негативные последствия.

В предложении *“it was re-released last year by Netflix, which used it to justify controversial scenes in The Crown”* содержится метафора “*controversial scenes”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “controversial - скандальный” означает эмоционально окрашенные (в негативном смысле) фрагменты.

В следующем предложении *“viewers of the haunting documentary wached archive royal footage as Diana’s voice was heard making stark revelations such as how she tried to bring on a miscarriage by throwing herself down stairs while pregnant with Prince William, and how Charles allegedly wished that Prince Harry had been a girl”* содержится метафора *“stark revelations”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “stark - резкий” означает внезапные, вызывающие удивление откровения.

Предложение *“we called it the seven pillars of Diana’s life”* содержит в себе функциональную метафору “*pillars of Diana’s life”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства функции. Существительное “pillars - столпы” обозначает основу, ядро жизни Дианы.

Далее рассмотрим статью из телеканала “BBC News”. В заголовке статьи *“they are**killing our forest, Brazilian tribe warns”* мы можем увидеть метафору “to *kill a forest”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства действия. Глагол “to kill - убивать” в данном контексте означает вырубать и опустошать леса.

В предложении *“i had expected a yawing cultural chasm would make connecting with them difficult”* содержится метафора “*cultural chasm”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства и функции. Существительное “chasm - пропасть”в данном контекстеозначает разницу между двумя культурами.

Предложение *“after all, some of the older tribespeople had grown up in the Amazon rainforest without ever having contact with the outside world”* содержит в себе метафору “*outside world”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства и функции. Существительное “world - мир” в данном контексте означает цивилизованную среду.

Следующее предложение *“the Awa found my bumbling incomprehension about the ways of the jungle hilarious”* содержит в себе метафору “*bumbling incomprehension”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства свойства. Прилагательное “bumbling - неуклюжий” в данном контексте означает малое знание о повседневной жизни племени и законах джунглей.

В предложении *“each mishap prompted a new gale of laughter from my hosts”* содержится функциональная метафора *“gale of laughter”.* Метафорический перенос осуществляется на основе сходства функций. Существительное “gale - взрыв” в данном контексте означает внезапный, громкий смех.

**Заключение**

На основании данного исследования мы можем сделать вывод, что метафора широко используется в системе англоязычных СМИ. В ходе исследования была проанализирована одна британская газета и два англоязычных телеканала. В статье газеты “Daily Mail” было выявлено шесть метафор, в статьях телеканалов ”CNN” и “BBC News” — по пять. Метафорический перенос осуществляется преимущественно на основе сходства свойства (одиннадцать метафор), сходства функции (шесть), действия (две) и формы (одна). Таким образом, метафора является одной из важных частей публицистического текста, которая придает ему выразительность и индивидуальную стилистическую окраску. Также в ходе исследования мы выяснили, что метафоры могут содержаться не только в тексте статьи, но и в заголовках и существовать не автономно друг от друга, а выстраивать между собой взаимосвязь. Кроме того, в нашей работе мы рассмотрели речевое воздействие метафоры на объект публицистической деятельности. Метафора, в качестве термина способна передавать более ясный смысл предметов и явлений, она помогает проще усваивать новую информацию. С помощью нее газетным текстам проще сосредоточить внимание читателя.

**Список литературы**

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. - 344 с.
2. Дэвидсон Д. Что означают метафоры/ Теория метафоры. - М. : Прогресс, 1990. - С.173-194.
3. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940.
4. BBC News [Электронный ресурс]. URL: https://www.bbc.com/news/world-latin-america-56847952
5. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. [Электронный ресурс]. URL: http://dictionary.cambridge.org
6. CNN [Электронный ресурс]. URL: https://edition.cnn.com/2021/05/01/world/tang-space-age-scn-wellness/index.html
7. Daily mail [Электронный ресурс]. URL: https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-9531093/EDEN-CONFIDENTIAL-New-haul-Diana-revelations-return-haunt-Charles.html