

УДК 070.19:316.774

https://doi.org/10.33619/2414-2948/107/62

## МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В СМИ

©*Кабатай кызы А., ORCID: 0000-0002-1223-0888, канд. филол. наук, Кыргызский государственный университет им. И. Арабаева, г. Бишкек, Кыргызстан, kabatay@mail.ru*

## METAPHOR AS A MEANS OF EXPRESSION IN THE MEDIA

©*Kabatay kyzy A., ORCID: 0000-0002-1223-0888, Ph.D., I. Arabaev Kyrgyz State University, Bishkek, Kyrgyzstan, kabatay@mail.ru*

*Аннотация.* Рассматривается роль метафоры как средства выразительности в средствах массовой информации (СМИ). Анализируются примеры метафор из кыргызстанских газет, в частности из издания «Слово Кыргызстана», с акцентом на их эмоциональное воздействие и способность создавать яркие образы. На основе теоретических подходов к изучению метафор в медиатексте выявлены основные функции метафорических выражений, способствующие более глубокому восприятию информации. Особое внимание уделено роли метафоры в освещении социально-политических и экономических вопросов, а также культурных процессов.

*Abstract.* This article examines the role of metaphor as a means of expressiveness in mass media (MM). It analyzes examples of metaphors from Kyrgyz newspapers, particularly from the publication “Slovo Kyrgyzstana”, emphasizing their emotional impact and ability to create vivid imagery. Based on theoretical approaches to the study of metaphors in media texts, the main functions of metaphorical expressions that contribute to a deeper perception of information are identified. Special attention is given to the role of metaphor in addressing socio-political and economic issues, as well as cultural processes.

*Ключевые слова:* метафора, выразительность, медиатекст, средства массовой информации.

*Keywords:* metaphor, expressiveness, media text, mass media.

Язык современных средств массовой информации отличается активным использованием различных выразительных приемов, среди которых особое место занимает метафора. Большой энциклопедический словарь дает следующее определение метафоре: метафора — это средство выразительности, которое основано на переносе смысла с одного предмета на другой, что создает образность и выразительность в языке [1].

В более широком смысле термин «метафора» может применяться ко всем случаям использования слов в переносном значении. В современной науке выделяют три основных подхода к интерпретации метафоры. А. Вежбицкая определяет метафору как укороченное сравнение [2] и как совокупность общеизвестных ассоциаций [3].

Третий подход, представленный МакКормаком, Д. Лакоффом и М. Джонсоном, объединяет первые два и трактует метафору как «эволюционно познавательный процесс» [4], помогающий осмыслять абстрактные концепции через более конкретные.

Мы придерживаемся третьей точки зрения, предложенной МакКормаком, Лакоффом и Джонсоном, поскольку она наиболее полно отражает сложность метафорического

восприятия. Этот подход объединяет элементы укороченного сравнения и общеизвестных ассоциаций, подчеркивая, что метафоры не просто образы, а важные когнитивные инструменты, позволяющие понимать абстрактные концепции через конкретные примеры. Такая интерпретация позволяет более глубоко осмыслить влияние метафор на наше восприятие мира, что особенно актуально в контексте средств массовой информации.

Использование метафоры зависит от контекста, в котором она применяется. В художественной литературе метафора в первую очередь выполняет эстетическую функцию, служа «украшением словесного искусства». В то время как в современных СМИ ее основная роль заключается в воздействии на целевую аудиторию через речевые приемы.

Т. Г. Добросклонская рассматривает медиатекст как особый тип текста, отличающийся высокой степенью образности и когнитивной насыщенности. В своих работах она подчеркивает, что метафора играет ключевую роль в медиатексте, выполняя не только стилистическую, но и когнитивную функцию. Метафора помогает осмысливать сложные явления и концепции, используя понятные и знакомые образы, что упрощает восприятие информации [5].

По мнению, О. Н. Селивановой метафора выполняет функцию «концептуальной интеграции», где понятия из одной сферы переносятся на другую, усиливая эмоциональное восприятие [6].

В газете «Слово Кыргызстана» метафоры активно применяются для описания различных аспектов общественной жизни. Анализ материалов газеты за 2024 г выявил множество примеров использования метафор, направленных на акцентуацию социально-политических, экономических и культурных проблем. Так, например, в статье «Политический ландшафт Кыргызстана: между бурями и затишьем» от 10 января 2024 г используются метафоры «бури» и «затишье», чтобы описать нестабильность политической ситуации. Эти образы помогают читателям почувствовать напряжение и неопределенность, которые присутствуют в политической сфере страны. Также часто встречается метафора «политическая арена», создающая ассоциацию с борьбой и соревнованием, как это видно в статье «Арена властных игр: борьба за влияние» от 18 февраля 2024 г. (<https://slovo.kg/>)

В статье «Экономика на качелях: от кризиса к восстановлению» от 3 марта 2024 г используется метафора «качели», чтобы показать колебания в экономическом состоянии страны. Такой образ делает понятной сложную динамику экономических изменений, что помогает читателям лучше понять суть проблем. Кроме того, в материале «Финансовый лед тает: новые реформы пробуждают рынок» от 20 мая 2024 г, метафора «лед тает» используется для передачи идеи о постепенном выходе из экономического застоя (<https://slovo.kg/>).

В другой публикации под названием «Традиции под давлением глобализации: куда исчезает наше наследие?» от 28 июля 2024 г. метафора «под давлением» подчеркивает угрозу, которую глобализация представляет для сохранения культурного наследия. Метафора «исчезновение наследия» усиливает тревожный тон статьи, заставляя читателя задуматься о будущем национальной культуры.

В материале «Образование как фундамент развития: время закладывать новые кирпичи» от 15 сентября 2024 г. используется метафора «фундамент», подчеркивающая важность образования для развития страны. Метафора «закладывать кирпичи» также добавляет элемент действия, подразумевая необходимость активных реформ в образовательной системе (<https://slovo.kg/>).

Метафоры также помогают создавать «фреймы», которые определяют, как та или иная проблема представляется в СМИ. Р. М. Entman подчеркивает, что фреймирование играет

важную роль в структурировании общественного мнения, направляя внимание аудитории на определенные аспекты события [7].

Таким образом, метафоры могут служить инструментом управления восприятием, предлагая аудитории специфические способы осмысления новостей. В статье газеты «Слово Кыргызстана» «Игры искусственного разума» анализируется развитие технологий ИИ, и метафора «игры» подчеркивает элементы конкуренции и неопределенности, связанные с этой темой. Здесь метафора функционирует как средство создания фрейма, в котором технологические процессы представляются как нечто подобное соревновательным играм, где есть победители и проигравшие. Это помогает читателям воспринимать развитие ИИ не как абстрактный технологический процесс, а как состязание, в котором ведется борьба за лидерство и контроль (<https://slovo.kg/>).

Подобный подход соотносится с идеей Лакоффа и Джонсона о «концептуальной метафоре», которая переносит элементы одного опыта (игра) на другой (развитие технологий), помогая осмысливать происходящее через знакомые концепции [8]. Например, фраза «ИИ играет по своим правилам» указывает на то, что искусственный интеллект может действовать непредсказуемо, что вызывает у аудитории ассоциации с опасностью и неопределенностью.

В статье «Турецкие крылья Кыргызстана» используется метафора «крылья» для описания экономической и культурной поддержки со стороны Турции. Метафора позволяет представить экономические связи между странами в виде образа полета, символизирующего подъем и прогресс. Использование таких метафорических образов направляет внимание читателей на позитивные аспекты сотрудничества, создавая образ Турции как «опоры» для Кыргызстана. Данный образ также можно рассматривать через призму теории «сценарных фреймов» [9], где метафора «крылья» формирует фрейм поддержки, направляя внимание аудитории на успешное развитие, в отличие от фреймов проблематизации или конфликта. Это помогает подчеркнуть важность сотрудничества и усилить положительный контекст экономических связей.

В статье «Хоровод нововведений» метафора «хоровод» используется для передачи динамики технологических изменений и реформ в стране. Образ хоровода создает ощущение непрерывного движения и взаимодействия различных элементов, что подчеркивает сложность и многосоставность процесса модернизации. Использование этой метафоры делает статью более живой и динамичной, помогая передать читателям атмосферу перемен. Метафора «хоровод» также выполняет функцию структурирования текста, направляя внимание на последовательность изменений и создавая у читателей ощущение включенности в этот процесс. Это соответствует подходу к метафорам как к «организующим принципам», предложенному [10], где метафоры помогают структурировать информацию и представлять ее в определенном порядке.

Одной из важной особенностей СМИ является их способность оперативно реагировать на изменения в обществе, что отражается в отборе и интерпретации материалов. Т. Г. Добросклонская подчеркивает, что с изменением общественных и идеологических структур неизбежно меняются способы отражения и интерпретации. Чем больше социокультурных и идеологических изменений в обществе, тем активнее динамика СМИ [5].

Вот несколько примеров из газеты «Слово Кыргызстана», иллюстрирующих оперативное реагирование СМИ на изменения в обществе. В статье «Новые вызовы для экономики» используется метафора «экономика на перекрестке». Она подчеркивает неопределенность и важные решения, которые необходимо принимать в условиях экономических изменений. В другом материале под названием «Образование в эпоху

цифровизации» метафора «цифровой мост» акцентирует внимание на необходимости соединения традиционного и нового подходов в образовании. Метафора «молодежь — это парус страны» в статье «Социальные перемены и молодежь» обозначает потенциал молодых людей в управлении курсом будущего общества (<https://slovo.kg/>). Эти примеры демонстрируют, как газета реагирует на актуальные вопросы и отражает социокультурные изменения.

Таким образом, метафоры делают тексты более наглядными и эмоционально насыщенными, помогая читателям сформировать четкое представление о предметах обсуждения. Метафоры в журналистике являются неотъемлемой частью создания выразительного текста.

Примеры из газеты «Слово Кыргызстана» показывают, что метафоры активно используются для привлечения внимания к важным социальным и политическим вопросам, способствуя более глубокому восприятию информации. Метафора не только украшает текст, но и выполняет когнитивные функции, помогая осмысливать сложные явления через доступные образы.

#### *Список литературы:*

1. Большой энциклопедический словарь. Большая Российская Энциклопедия. М., 1998. 1434 с.
2. Вежбицкая А. Сравнение — градация — метафора // Теория метафоры. М., 1990. С. 133-152.
3. Блэк, М., Дэвидсон, Д., Скляревская, Г. Н. Метафора как набор ассоциаций // Метафора в языке и культуре. М.: Наука, 1990. 300 с.
4. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. University of Chicago press, 2008.
5. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной медиаречи. М.: КРАСАНД, 2010.
6. Селиванова О. Н. Стилистика медиатекста. СПб: Питер, 2018. 312 с.
7. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // *Journal of communication*. 1993. V. 43. №4. P. 51-58.
8. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: УРСС, 2004. 252 с.
9. Fillmore C. J. Frames and the semantics of understanding. In: *Conceptual Perspectives on Language and Thought: Interactional Approaches* (pp. 11-49). Cambridge University Press. 1985.
10. Lakoff, G. (1993). *The Contemporary Theory of Metaphor*. В: *Metaphor and Thought: A Reader* (стр. 202-251).

#### *References:*

1. Bol'shoi entsiklopedicheskii slovar' (1998). Bol'shaya Rossiiskaya Entsiklopediya. Moscow. (in Russian).
2. Vezhbitskaya, A. (1990). Sravnenie — gradatsiya — metafora. In *Teoriya metafory*. Moscow. 133-152. (in Russian).
3. Blek, M., Devidson, D., & Sklyarevskaya, G. N. 1990. Metafora kak nabor assotsiatsii // *Metafora v yazyke i kul'ture*. Moscow. (in Russian).
4. Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago press.
5. Dobrosklonskaya, T. G. (2010). *Voprosy izucheniya mediatekstov: Opyt issledovaniya sovremennoi mediarechi*. Moscow. (in Russian).
6. Selivanova, O. N. (2018). *Stilistika mediateksta*. St. Petersburg. (in Russian).

7. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
8. Lakoff, D., & Dzhonson, M. (2004). *Metafory, kotorymi my zhivem*. Moscow. (in Russian).
9. Fillmore, C. (1985). Frames and the semantics of understanding. *Quaderni di semantica*, 6, 222-254.
10. Lakoff, G. (1993). *The Contemporary Theory of Metaphor*. В: *Metaphor and Thought: A Reader* (стр. 202-251).

Работа поступила  
в редакцию 12.09.2024 г.

Принята к публикации  
18.09.2024 г.

---

Ссылка для цитирования:

Кабатай кызы А. Метафора как средство выразительности в СМИ // Бюллетень науки и практики. 2024. Т. 10. №10. С. 481-485. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/107/62>

Cite as (APA):

Kabatai kyzy, A. (2024). Metaphor as a Means of Expression in the Media. *Bulletin of Science and Practice*, 10(10), 481-485. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/107/62>