

УДК 811.161.081'42

Кравець Л. В.

МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ КАРТИНИ СВІТУ У МОВІ ЗМІ

У статті розглянуто концептуальні метафори, зафіксовані у мові засобів масової інформації. Виділено їх основні типи, та охарактеризована їх роль у творенні картини світу. З'ясовано поняття «картина світу», та акцентовано на його впливі на життя людини і соціуму.

Ключові слова: концептуальна метафора, картина світу, мова засобів масової інформації.

Кравець Л. В. Метафора как средство создания картины мира в языке сми. – Статья.

В статье рассмотрены концептуальные метафоры, зафиксированные в языке средств массовой информации. Выделены их основные типы, и охарактеризована их роль в создании картины мира. Раскрыто понятие «картина мира», и сделан акцент на его влиянии на жизнь человека и социума.

Ключевые слова: концептуальная метафора, картина мира, язык средств массовой информации.

Kravets L. V. Metaphor as a means of creating a picture of the world in the language of the media. – Article.

The article describes conceptual metaphors in the language of the mass media. Their main types are singled out and the role in creating a picture of the world is characterized. The concept of "picture of the world" is disclosed and its influence on the life of man and society is accentuated.

Key words: conceptual metaphor; world view; language of the media.

У сучасній медіастилістиці та теорії комунікації поняття «картина світу» – одне з ключових, оскільки відображає систематизовані й цілісні уявлення, знання й думки окремої людини або людської спільноти про саму людину, її життя, довкілля, світобудову загалом, сформовані у процесі пізнання. Більшість сучасних учених трактують це поняття як цілісний глобальний образ світу, що лежить в основі світогляду людини (Ю. Апресян, Н. Гуйванюк, Н. Дарчук, С. Єрмоленко, В. Жайворонок, В. Карасик, О. Кубрякова, Л. Мацько, А. Мойсієнко, Н. Молотаєва-Слухай, В. Постовалава, Г. Почепцов, В. Сімонок, Л. Ставицька, Л. Струганець, В. Телія, Л. Шевченко та ін.). Картина світу визначає норми поведінки, виражає систему цінностей, спрямовує подальше сприйняття довкілля та формування уявлень про ідеальну чи допустиму будову суспільства. «Картина світу, – наголошує Г.Г. Почепцов, – не менш важлива, ніж сам світ, оскільки його будують відповідно до наявної картини світу. Боротьба ідеологій і релігій ведеться саме за картину світу. Сьогодні світ просто замінив інструментарій цієї боротьби, перейшовши від інструментарію жорсткої сили до інструментарію сили м'якої. Проте навіть м'яка сила не відмінняє феномен жорсткості цієї боротьби» [2]. Утримання або формування певної конкурентоздатної картини світу особливо актуальне для пропаганди, здійснюваної через засоби масової інформації і спрямованої на коригування поведінки. Одним із найбільш ефективних інструментів у цьому процесі є метафора.

Сучасні дослідники розглядають метафору як найпотужніший лінгвоментальний інструмент, за допомогою якого людина пізнає, оцінює, моделює і перетворює дійсність (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Ф.-Р. Анкерсміт, М. Тернер, Ж. Фоконьє, А. Баранов). Загальнознаними нині є властивості метафори, зокрема концептуальної, закріплювати в мовній формі і виражати характерні ознаки позначуваного, концентрувати досвід попередніх поколінь, вказувати орієнтири і задавати коридор осмислення дійсності. Доведено, що метафора здатна впливати на емоції, мислення, поведінку людей, збуджуючи асоціативні ланцюги та актуалізуючи подібні образи (Х. Ортега-і-Гасет, Дж. Лакофф, М. Джонсон). У сучасних публікаціях автори на матеріалі політичних, культурологічних,

рекламних та інших текстів висвітлюють розуміння механізму метафори; з'ясовують причини її появи; виявляють, якою мірою в ній відображені соціальні процеси, психологія маси й окремого індивіда; простежують, як метафори впливають на настрої в суспільстві (Г. Воробйова, Х. Дацишин, Т. Карвер, Дж. Пікало, Д. Стенвол, А. Чудінов та ін.).

Мета цієї статті – виявити основні типи концептуальних метафор у мові засобів масової інформації та з'ясувати їх роль у формуванні картини світу.

Образ світу формується в процесі взаємодії людини з довкіллям як результат її багатогранної духовної і фізичної діяльності і є не тільки знанням про різні об'єкти пізнання, а й чуттєво-емоційною інтерпретацією їх. Це суб'єктивний образ об'єктивної реальності. Тому вчені говорять про наявність індивідуальних картин світу, в кожній з яких відображуються риси характеру її носія, його природні здібності, період життя, рівень розвитку, професійна діяльність тощо (С. Єрмоленко, О. Корнілов, І. Бехта). Водночас різні індивідуальні картини світу містять спільні елементи, які сприяють взаєморозумінню людей. Ці спільні елементи пов'язані з національністю, віросповіданням, належністю до певної соціальної групи, культурним вихованням. Індивідуальні картини світу динамічні: вони змінюються упродовж життя людини. Повнота індивідуальної картини світу залежить від активності суб'єкта, інтенсивності його духовних пошуків та особливостей сприйняття і трансформації досвіду світорозуміння, набутого попередніми поколіннями. Існуючи у свідомості людини, картина світу може втілюватись у мові, різних формах людської поведінки, матеріально-чуттєвій практиці, продуктах культури тощо. Індивідуальна картина світу, реалізована в певній формі, може істотно впливати на загальну картину світу, навіть призводити до кардинальних змін у ній.

Крім індивідуальної картини світу, існує також національна картина світу, в якій знівельовані нюанси індивідуального світосприйняття і обов'язково наявні національно-специфічні та універсальні ознаки. Національна картина світу – це не сума індивідуальних картин, а набагато складніше утворення, в основі якого лежать архаїчні елементи, які істотно впливають на всю структуру і процеси, що протікають у ній.

На це вказували з різних позицій свого часу К. Юнг, О. Шпенглер, А. Тойнбі, Л. Гумільов, Л. Данилевський тощо. У національній картині світу взаємодіють загальнолюдські, національні й особистісні уявлення про навколишнє середовище. Участь у формуванні національної картини світу окремих особистостей зумовлює її подвійну природу як явища індивідуального і соціального водночас. Загальнолюдські уявлення про світ сприяють тісному зв'язку і цілісності знань і поведінки людей у суспільстві, роблять картину світу ефективним засобом соціальної інтеграції, універсальним посередником у міжкультурній комунікації.

Відповідно до форм суспільної свідомості, виділяють також міфологічну, релігійну, мистецьку, філософську, наукову цілісні картини світу, кожна з яких відображує дійсність через свою призму, але жодна з цих картин не може замінити інші. Фрагменти світу відображаються у локальних картинах світу, якими є фізична, хімічна, біологічна, геологічна, технічна, соціологічна, системна, кібернетична, інформаційна, екологічна, математична та ін. [5, с. 33].

Дослідники (Ю. Апресян, В. Карасик, О. Кубрякова, В. Маслова, В. Телія, А. Уфимцева) констатують також існування картини світу, яка протистоїть науковій. Наївна картина світу постала на основі практичного знання і, з погляду істинності, не поступається науковій. Вона більше пристосована до повсякденного життя людини, але не менш складна і водночас цікава, ніж наукова. У наївній картині світу вчені виділяють наївну біологію, наївну геометрію, наївну фізику, наївну етику тощо. Наївна картина світу, як і всі інші картини світу, тісно пов'язана з панівним світоглядом певної історичної епохи і водночас є засобом формування цього світогляду [5, с. 117].

Справжній цілісний і глобальний образ світу творять усі перераховані картини світу разом, тому що «об'єктом загальної картини світу є світ в цілому, вся об'єктивна реальність, а не окрема частина чи аспект дійсності» [5, с. 37]. Геокліматичні умови проживання, відповідний тип господарювання, етнічне середовище, історія народу, його вірування і традиції, культура відображаються в картині світу, яку певною мірою репрезентує мова.

Картина світу динамічна і змінюється з розвитком суспільства. На її динаміку в сучасному світі впливає багато чинників, серед яких найпомітнішою є пропаганда. У результаті соціальних катаклізмів (воєн, революцій) під впливом пропаганди одну картину світу може змінювати інша. «Пропаганда, – зазначає Г. Почепцов, – зайнята створенням власної моделі світу, користуючись інструментарієм не тільки журналістики, але й літератури і мистецтва, кіно і телебачення. Всі вони покликані різко посилювати «наш» світ, на відміну від «чужого», а ще наше майбутнє і наше минуле. «Наш» світ завжди має бути не тільки правильнішим, але й справедливішим за «чужий» [3].

Пропаганда задає логіку цих трьох світів минулого, теперішнього і майбутнього, створюючи «причинно-наслідкові переходи між ними» [3].

Метафоричний опис – це своєрідний спосіб сприйняття і перетворення позамовної дійсності у світ культури, упорядкований, організований та інтерпретований відповідно до духовних потреб певної соціальної спільноти. Як мовний, когнітивний і культурний феномен метафора є безпосереднім

учасником еволюційних процесів, реагуючи на них і формою, і змістом. Дослідники помітили, що зміна концептуальної метафори безпосередньо пов'язана зі зміною культурної парадигми та картини світу (Н. Арутюнова, С. Гусев, О. Фрейденберг). Спираючись на теорію загальнолюдських протоуявлень К.-Г. Юнга, дослідження О. Фрейденберг, С. Гусева, С. Єрмоленко, В. Жайворонка, Г. Почепцова, А. Мойсієнка, Н. Молотасової-Слухай, Л. Ставицької, А. Чудінова, а також керуючись власними спостереженнями, можемо стверджувати, що типи концептуальних метафор, які функціонували на попередніх етапах розвитку культури, не зникають із картини світу, а продовжують функціонувати в усталеній формі або трансформованій, реалізуючи інший зміст.

У концептуальній метафорі закріплене колективне бачення світу, оскільки схожі знання про світ породжують схожі асоціації (В. Телія, Г. Складарська). Концептуальна метафора активізує колективну пам'ять, зберігає певну картину світу, тому вона – ефективний інструмент пропаганди, для якої важливо утримувати власну модель світу. Пропаганда спирається на наявні у свідомості людей концептуальні метафори, прагнучи закріпити наявну картину світу або скоригувати її. Концептуальна метафора динамічна, вона може змінювати зміст під впливом контекстуального оточення, зберігаючи форму, що також використовує пропаганда в процесі формування нової картини світу. Так, архетипна концептуальна *метафора родинності* була ключовою у мові засобів масової інформації та у мистецтві часів соціалізму. За цією моделлю державу аналогізували із сім'єю; столицю СРСР – із матір'ю; союзні республіки – із сестрами, народи – із братами. Членами єдиної родини зображували регіони та громадян країни. Як єдину сім'ю осмислювали також Україну.

Метафора родинності мала потужний вплив на читача, слухача. Вона структурувала розуміння людиною держави, а відповідно, визначала взаємодію «людина – держава». Оскільки донорською зоною цієї метафори була найбільша цінність людини – *сім'я*, – і реципієнтну зону *держава* осмислювали як таку саму цінність. На реципієнтну зону проектували і такі властивості сім'ї, як наявність певної ієрархії, взаємних зобов'язань та моральної відповідальності. Із сім'єю пов'язані найінтимніші почуття та емоції кожної людини, що й визначило інтенсивність впливу цієї метафори.

Зміна політичної системи супроводиться руйнуванням картини світу попередньої епохи, відповідно, метафора родинності як радянська ідеологема зазнала різнопланової реінтерпретації у мові сучасних політиків і журналістів. «Україна, не вагаючись, може сказати Росії – своєму *молодшому братові*, що тій варто вчитися в українців політичної культури. Бачу, дехто посміхається, мовляв, «*молодшому братові*? Для всіх, хто знає історію, Росія – *молодий брат* України», «Тепер у Росії залишається тільки один вибір: брати приклад зі свого *старшого брата*» (З. Бжезінська, ж. «Український тижень», 09.11.2007 р.); «Агресія в Україні робить з Росії *молодшого брата Китаю*» (Дж. Гербст, радіо «Свобода», 13.09.2016 р.), «<...> спонукання до того, аби наша держава визнала себе «*молодим братом*» або *сестрою*, тобто насадження ідеології васалізму, не може призвести до порозуміння<...>» (ж. «Україна», № 4, 2002). Усталена форма метафори актуалізує радянський зміст, оскільки на пострадянському

просторі на нього сформована автоматична реакція населення, але контекст сприяє висвітленню інших значень. У такий спосіб відбувається руйнування одного стереотипу і формування іншого.

Актуальною метафора родинності виявилася за часів президенства В. Януковича, найближче політичне та бізнесове оточення якого називали «сім'єю». За таких умов метафора реалізує значення «олігархічний клан» і має виразно негативне забарвлення.

З метафорою родинності часто узгоджується *архітектурна метафора*, яка також має значну силу впливу, оскільки актуалізує концепти, співвідносні з важливою для кожної людини територією безпеки і комфорту, «свого» простору. Метафора відкриває широке поле для мислення й уяви людини, що пов'язано із добрим знанням структури донорської зони та її розгалуженістю. Відомо, що існують різні види споруд, які складаються як із однотипних, так і нетипових архітектурно-конструктивних елементів, мають різне планування і призначення, їх можна будувати і перебудовувати, а також руйнувати. Такі властивості донорської зони забезпечують різні, часом діаметрально протилежні інтерпретації реципієнтної зони. Моделювання держави як споруди цілком традиційне в суспільно-політичній сфері. З новою спорудою аналізували державницьке майбутнє України на початку ХХ ст.: «І ми, Українська Центральна рада, вволили волю свого народу, взяли на себе великий тягар будови нового життя і приступили до тієї великої роботи» (І Універсал); «закласти міцні підвалини нового життя, народ буде будувати великий будинок будуччини» (із матеріалів Українського з'їзду в Чернігові). Архітектурна метафора показова для мови засобів масової інформації радянської доби, але найчастіше вона у 1985–1990 рр., оскільки відіграє ключову роль у трансформації картини світу. «23 квітня 1985 р. Генеральний секретар ЦК КПРС Михайло Горбачов, виступаючи на пленумі ЦК, уперше заявив про «необхідність перебудови господарського механізму країни. Через кілька тижнів, під час поїздки до Ленінграда, Горбачов на зустрічах із трудящими вже говорив про те, що «кожному необхідно перебудовуватися, змінювати стиль мислення» (Лозунг «Перебудову почни з себе» незабаром став надзвичайно популярним)» (газ. «День», 25.04.2005 р.). У згаданий період (зокрема, в липні 1989 р.) з'являється ще одна концептуальна метафора «загальноєвропейський дім», потрактована як сигнал про закінчення холодної війни. У мові засобів масової інформації вона розгортається та узгоджується з родинною метафорою, що зумовлено близькістю донорських зон обох метафор: «Через майже 25 років після горбачовських слів про «загальноєвропейський дім» Путін, мабуть, хоче стати руйнівником загальноєвропейської родини» (Б. Келлер, газета «День», 24.12.2013 р.). Такий прийом збільшує впливову силу тексту, сприяє цьому також образність, створена метафорами. Архітектурна метафора продовжує функціонувати в мові сучасних засобів масової, проте частотність її знизилась.

Важливими для формування та утримання картини світу в радянський час були концептуальні *метафори механізму* та *мілітарна*, які стали ідеологемами. А. Чудінов зазначає, що, за даними спеціальних досліджень, у радянській публіцистиці 1930–1950-х рр. особливу популярність мали метафори з донорськими зонами *війна* і *механізм*: «У свідомість суспільства наполегливо укорінювали уявлення про те, що радянська

людина – це *озброєний* комуністичною теорією *гвинтик у настроюваному інженерами людських душ механізмі*, який призначений для *боїв і походів*. Під час управління цим *механізмом* партійний *апарат* повинен міцно тримати *кермо*, правильно використовувати політичні *важелі* і *приводні паси*, вчасно *натискати на педалі* і знати *потайні пружини*» [6]. Мілітарна метафора в мові сучасних засобів масової інформації зберігає високу частотність: *газова війна, передвиборчі баталії, мобілізувати можливості, армія чиновництва, гвардія депутатського корпусу, широкий арсенал засобів, уряд пішов в атаку, політичний маневр* тощо. Її вживання не актуалізує радянську картину світу і здебільшого не нав'язує конфронтаційні стереотипи, а профілює гостроту та масштаби висвітлюваної проблеми.

Метафора механізму в мові сучасних засобів масової інформації пасивізована, що пов'язуємо не тільки з її ідеологічною маркованістю, а й із деактуалізацією механістичної картини світу. Розвиток комп'ютерних технологій, утвердження нової наукової картини світу сприяли активному вживанню в розмовній мові *комп'ютерної метафори*, яка моделює діяльність людини, процеси мислення і пізнання за аналогією до роботи комп'ютера: мій мозок завис. Здається в нього автозаміна спрацювала, у мене на планшеті таке буває; Скоріш за все то у мене в голові загнуло (із соцмережі). Наявність її окремих різновидів фіксуємо і в мові засобів масової інформації: «Тому що зараз з Росією в принципі неможливо перезавантажити відносини, якщо зважати на її абсолютно агресивну політику» (радіо «Свобода», 12.08.2016 р.), «Для повного перезавантаження влади потрібні нові політики» (Zik, 15.03.2017 р.). «Не ситуативно вплинути на суспільство, а «ввімкнути» мізки», тоді вони зміняться» (журнал «Віче», № 17, 2015 р.). Ця метафора засвідчує детермінованість сучасної картини тенденціями глобалізованого інформаційного суспільства, водночас вона дещо спрощено висвітлює складні процеси у внутрішньому світі людини та в житті суспільства. Кваліфікуємо це як один із виявів нової принципово спрощеної масової свідомості, сформованої маскультурою, інтернетом, масмедіа та характерної для сьогодення.

Складне соціально-політичне й економічне становище в Україні, численні нерозв'язані проблеми зумовили широке вживання *морбальної метафори*, яка виражає різко негативну оцінку описуваного, профілює глибокі проблеми в країні: «*Хворий організм української економіки потребує лікування. Успішне лікування неможливе без гігієни державної політики – недопущення рішень, які перешкоджають чесній конкуренції та розбалансують економіку*» (VoxUkraine, 27.02.2015 р.); «*Дійсно, епідемія корупції настільки руйнівна, що ставить під загрозу саме існування держави як такої*» (VoxUkraine, 14.12.2014р.); «*Чи реанімують сьогодні депутати податкову міліцію?*» (Цензор.Нет, 09.02.2017 р.). Ця метафора характеризує мову засобів масової інформації в переломні періоди розвитку суспільства: *коричнева чума, фашистська чума, червона чума, червона зараза, шокова терапія, економічний колапс, масова дебілізація* тощо. Вона має значний експресивний потенціал та велику силу впливу, вживається з метою формування картини світу і її збереження.

Створення гумористичного, іронічного або сатиричного колориту описуваного забезпечує *мистецька* (театральна, кінематографічна, музична,

циркова та ін.) *метафора*, яка також належить до частотних у мові засобів масової інформації: «Перший сезон серіалу «Американські політичні гірки», присвячений виборам, не лише протримав спостерігачів з усього світу в напрузі до останнього моменту, а й за його несподіваним фіналом обіцяє не менш непередбачуваний і захопливий розвиток сюжету в наступних сезонах» (газета «ZN.UA», 25.10.2016 р.), «Це судилище – політична вистава для народу, із безперервної послідовності режисованих політичних вистав, котрі владі конче необхідні, коли не вистачає для плебса хліба» («Цензор.Нет», 29.03.2017 р.). Мистецькі метафори мають виразне оцінне забарвлення, тому їх вживають також із метою сформувати в читача позитивне або негативне ставлення до описуваного.

Метафора працює у віртуальному просторі, але спрямована на когнітивну сферу людини. «Віртуальне, –

за словами Г. Почепцова, – загалом більш серйозно керує реальним, ніж нам це здається. І це не тільки релігія або ідеологія, які утримують потрібну їм структуру світу навіть за допомогою воєн. Це і наше повсякденне життя, оскільки картина світу керує навіть нашим сприйняттям, змушуючи бачити в світі те, що є в цій картині» [4]. Метафора формує й зберігає картину світу, оскільки є основним способом творення нових концептів. Вона впливає на процеси мислення, активізуючи їх та спрямовуючи у певне русло, допомагає конструювати нову реальність. Дослідження метафори дає змогу розкрити важливі особливості менталітету етносу, виявити механізми, які визначають напрям його розвитку, окреслити основні тенденції цього розвитку, а також з'ясувати закономірності переінтерпретації культурних кодів та передбачити можливі наслідки цього процесу.

Література

1. Мамич М.В. Вербальний контент журналу «Жінка» в аспекті лінгвокультурології та медіастилістики / М.В. Мамич. – Одеса: «Астропринт», 2015. – 525 с.
2. Почепцов Г.Г. Методы создания / разрушения чужого мнения и картины мира / Г.Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/>
3. Почепцов Г.Г. Феномен советской пропаганды / Г.Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua>.
4. Почепцов Г.Г. Государственный контроль сакрального: от пространства и времени до коммуникаций / Г.Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua>.
5. Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др.; Отв. ред. Б.А. Серебренников; АН СССР, Ин-т языкознания. – М.: Наука, 1988. – 215 с. – С. 12–13.
6. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) / А.П. Чудинов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm>