

МЕТАФОРА В ЗАГОЛОВКАХ СТАТЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЙ)

Матиевская Дарья Юрьевна

преподаватель кафедры теоретической и прикладной лингвистики
учреждения образования “Могилевский государственный университет
имени А. А. Кулешова”
(г. Могилев, Беларусь)

Основные сведения об экологической ситуации в мире общество получает из различных средств массовой информации: газет, журналов, радио, телевидения. При этом важнейшую роль в экологической пропаганде продолжают играть традиционные, печатные СМИ. Современное общество остро

нуждается в достоверной экологической информации, чтобы быть готовым к различным экологическим рискам. Сегодня важно обозначить роль СМИ в освещении и интерпретации экологических проблем, определить степень их включенности в процесс формирования и реализации экологической политики.

В настоящее время проблемы экологии приобрели планетарный масштаб, и, конечно, СМИ не могут остаться от этого в стороне. Формируя общественное мнение, именно журналисты могут повлиять на отношение к окружающей среде, но необходимо принять во внимание тот факт, что кроме демонстрации обеспокоенности состоянием окружающей среды, необходимо показывать позитивные явления в охране природы и находить решения экологических проблем.

Анализ современных журналистских текстов на экологическую тему показывает, что большинство из них написаны в форме информационно-новостных жанров: заметка, отчет, статья-справка. Журналисты ограничиваются лишь сообщением о факте, явлении, событии и иногда – их комментированием. Понятно, что такой подход может значительно снизить эффективность материалов. Однако яркие заголовки способны привлечь внимание читателя и вызвать у них особые чувства.

Заголовок как первый элемент публицистического текста не только дает читателю общее представление о содержании журналистской статьи, но и нередко заключает в себе основную мысль автора и воздействует на ее восприятие читателем [4]. Стремление выразить мысль броско, экспрессивно связано с использованием экспрессивной лексики и поиском метких оценок, требующих необычных лексических сочетаний, образного употребления слов. Это проявляется прежде всего в новизне значений, возникающей благодаря расширению лексической сочетаемости слов.

Новые значения проявляются в метафорических заголовках газетных статей, где метафоры, помимо формирования вторичных номинаций, обладают способностью отражать актуальные процессы в обществе. В языке средств массовой информации наиболее ярко прослеживаются такие черты метафорического переноса, как эмоциональность, экспрессивность, оценочность [4].

Главным источником метафоризации при описании экологических проблем и природных явлений является «Война», поэтому основная метафорическая модель – это военная (или милитарная) метафора, которая относится к понятийной сфере-источнику «Социум» [4]. Рассматривая сообщения в прессе об экологических проблемах, мы обнаруживаем, что взаимоотношения человека, общества и природы в большинстве случаев метафорически концептуализируются как борьба или даже война.

Военные метафоры отражают наиболее эффективный путь решения проблем современного общества. Исследования военной метафорики в прессе показывают, что метафоры войны и борьбы являются неотъемлемой частью ежедневных сообщений в прессе, они встречаются практически во всех рубриках газет и журналов.

В основе военной метафоры лежит схематическое представление физического опыта человека о силе и столкновении с противником, с помощью которого раскрывается сфера-цель метафорического переноса. Наряду с этим опытом существует и культурное представление о войне, которое различными средствами косвенно способствует расширению нашего опыта. Таким образом, мы выделили следующие фреймы, формирующие данную метафорическую модель: «Война и ее разновидности», «Организация военной службы», «Военные действия», «Виды вооружения и его использование», «Ранение, смерть».

Фрейм «Война и ее разновидности» характеризуется различными видами социального взаимодействия для решения экологических проблем, которые метафорически сравниваются с разновидностями войны, например: «Современные *газовые войны*» [5], «*Война с птицами*: бестолково и вредно» [1], «*Climate Conflict of Interest?*» [7].

Рассматривая фрейм «Организация военной службы», следует отметить, что всякое объединение людей, действующих совместно для решения какой-либо задачи или проблемы, в языке СМИ часто обозначается как армия, взвод, дружина, отряд, дозор («*Космический дозор*» [5], «*Lichen Legion*» [7]).

Метафоры фрейма «Военные действия» могут обозначать любые действия, производимые интенсивно, целеустремленно, решительно для решения какой-либо проблемной ситуации. В подобных случаях могут использоваться концепты *сражение, бой, битва, наступление* и др. Например, «*Норвежский штурм Арктики*» [3], «*Наступление на водное богатство России*» [1], «*Мир готовится вступить в решающий бой с глобальным потеплением климата*» [2], «*В Женеве готовится план битвы с глобальным потеплением*» [2], «*На повестке дня – борьба с изменением климата*» [2], «*Начался новый этап борьбы за каспийские углеводороды*» [2], «*Волгоградская битва за водные ресурсы*» [2], «*Battling the Big Three*» [7], «*Combating Asian Carp*» [7], «*Poisonous Shrooms Battle Cancer*» [7].

Фрейм «Виды вооружения и его использование». Участники таких боев могут применять любые виды вооружения и средства для ведения боя. Это может быть *бомба*, например: «*Газовая бомба Антарктиды*» [5], «*Климатическая бомба может рвануть в 2040 году*» [2], или другие виды оружия («*Глобальное потепление как боевое оружие*» [2], «*Ivy's Powerful Grasp Could Lead*

to Better Medical Adhesives, Stronger *Battle Armor*» [6], «‘Phage’ Fishing Yields New *Weapon Against Antibiotic Resistance*» [6]).

Помимо собственно оружия, в прессе широко метафорически концептуализируются способы его использования: *огонь, выстрел, взрыв* и др. Это можно заметить в следующих заголовках: «*Огонь* на поражение» [5], «*Выстрел* в климат» [2], «Как защитить Арктику от теплового удара» [2], «Сегодняшняя близорукость власти обернется *взрывом* климатической бомбы» [2], «Мы *вооружены* прогнозом и можем использовать наши знания на благо региона» [2], «*Bats Under Fire*» [7].

В рамках фрейма «Ранение, смерть» неудачи в решении той или иной проблемной ситуации, невозможность достичь положительного часто метафорически обозначаются концептами *смерть, убийство*, и др. Например: «В Воронеже *убивают* экологичный транспорт» [1], «Спасение планеты *не убьет* экономику» [2], «*Something Is Killing Asian Carp*» [7], «*Diversity Defeats Disease*» [7].

Влияние СМИ на создание метафорических репрезентаций экологических ситуаций нельзя недооценивать. Сегодня средства массовой информации практически ежедневно сообщают о природных катастрофах, последствия которых сравнимы с потерями в результате военных конфликтов. Милитарная метафора навязывает обществу военные способы решения проблем, ограничивает поиск вариантов социального развития и решения конкретных проблем. Активное использование военной метафоры отражает особенности национального самосознания общества, имеющиеся в нем направления тревожности, опасности и агрессивности, а также предрасположенность к решительным действиям.

Литература

1. Берегиня [Электронный ресурс]. – 2010–2016. – Режим доступа: <http://www.seu.ru/members/bereginya>. – Дата доступа: 01.03.2016.
2. Зеленый мир [Электронный ресурс]. – 2010–2016. – Режим доступа: <http://zmdosic.ru>. – Дата доступа: 23.02.2016.
3. Деловой экологический журнал [Электронный ресурс]. – 2003–2016. – Режим доступа: http://www.ecomagazine.ru/index.php?magaz_arch. – Дата доступа: 01.03.2016.
4. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) [Электронный ресурс] / А. П. Чудинов. – 2001. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#20>. – Дата доступа: 30.04.2016.
5. Гео. Неопознанный мир: Земля [Электронный ресурс]. – 2010–2016. – Режим доступа: <http://www.geo.ru/ekologiya>. – Дата доступа: 10.02.2016.
6. Science Daily [Electronic resource]. – 2012–2016. – Mode of access: <https://www.sciencedaily.com/>. – Date of access: 02.02.2016.
7. The Scientist [Electronic resource]. – 2012–2016. – Mode of access: <http://www.the-scientist.com/?articles.list/tagNo/7/tags/ecology/>. – Date of access: 30.01.2016.