Сб. матер. Междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире». – М. : Ф-т журн. МГУ, 2010. С.403-404;

КРИЗИС КАК МЕТАФОРА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Воронцова Т.А.

Удмуртский государственный университет

За последний год одной из наиболее обсуждаемых тем в обществе стал финансовый кризис. Безусловно, эта тема является едва ли не основной и для современных СМИ. Восприятие кризиса как социального и экономического явления обычным человеком в значительной степени зависит от того, как это явление репрезентируют средства массовой информации. В немалой степени это определяется языковыми и речевыми способами представления события или явления.

Как известно, одним из наиболее мощных средств речевого воздействия является метафора. Это обусловлено тем, что метафора способна не только «визуализировать» отдельные стороны предмета или явления, но и «встраивать» некие дополнительные смыслы в сознание адресата. Как правило, это происходит при активном использовании одних и тех же когнитивных метафорических моделей (например, известная устойчивая модель *политика – театр, политики – актеры*).

В языке СМИ кризис метафоризируется преимущественно в рамках двух когнитивных сфер: это «природная» метафора и «персонифицированная» метафора.

В сфере «природной» метафоры наиболее распространенной является модель *кризис – стихийное бедствие, природный катаклизм (шторм) с разрушительными последствиями*: лавина, волна, второй (третий) вал кризиса; *кризис надвигается, грянул, бушевал, захлестнул, подорвал, снес, разрушил* и т.д.

Не менее распространенной является модель *кризис – яма, пропасть, омут, болото*: *пропасть кризиса, дно кризиса, погружаться в кризис, тонуть в кризисе, увязнуть в кризисе, выкарабкиваться из кризиса* и т.д.

Широко представлена в современных СМИ модель *кризис – хищник, дикий зверь*: *оскал кризиса, кризис терзает, сожрал* и т.п.

«Персонифицированная» метафора представлена моделью *кризис – руководитель*. Данная модель реализуется преимущественно при помощи официально-деловых клише: *кризис вмешался, указал на недостатки, внес коррективы, изменил планы, урезал (заморозил) зарплату, оставил без работы, отнял работу* и т.п.

Рассмотренные группы метафор актуализируют, на первый взгляд, противоположные смыслы: 1) кризис – опасная, неуправляемая, непредсказуемая стихия; 2) кризис – управляющая сила, лицо, совершающее некие волевые действия.

Однако воздействующий эффект в том и в другом случае практически одинаков: в сознании адресата кризис предстает как явление, перед которым обычный рядовой человек бессилен и беспомощен.