

УДК 81'373.612.2:070(045)

Лесик І. В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Муковська Ю. О.,
студентка,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки

КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНІ ФУНКЦІЇ МЕТАФОРИ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

У сучасному медіадискурсі метафора розглядається не лише як стилістичний прийом, а як потужний когнітивний інструмент, що формує уявлення про реальність і впливає на суспільну свідомість. Через метафоризацію медіа не просто передають факти, а створюють цілісні образи світу, які визначають, як саме реципієнт сприймає події та соціальні явища [1, с. 108].

Метафора у медіадискурсі виконує функцію концептуального структурування, допомагаючи осмислювати складні явища через знайомі моделі. Завдяки цьому аудиторія сприймає абстрактне як конкретне, часто не замислюючись над глибинним змістом. Наприклад, метафора *migration is a flood* не лише описує потік мігрантів, а й викликає емоції тривоги й небезпеки, задаючи певну оцінку події [4, с. 45].

Варто зазначити, що велике значення має саме емоційний вплив метафори. Через образність вона активує емоції сильніше, ніж раціональні описи. Наприклад, *economic storm* створює відчуття хаосу та непередбачуваності, підсилюючи драматизм повідомлення. У такий спосіб медіа здатні керувати громадськими настроями, формуючи потрібну реакцію [3, с. 462].

Крім пояснювальної ролі, метафора виконує функцію управління увагою – вона підкреслює одні аспекти явища, замовчуючи інші. Так, зображення війни як *surgical operation* створює ілюзію точності й

безпомилковості, відсуваючи на другий план руйнування та жертви. У цьому полягає її здатність до маніпуляції, особливо у політичних чи офіційних медіа [2, с. 102]. Водночас метафори у медіадискурсі формують альтернативні концептуальні реальності: вислів *the internet is a jungle of information* задає рамку сприйняття, у якій користувач постає як дослідник, змушений орієнтуватися в хаосі. Таке метафоричне структурування впливає на інтерпретацію подій і вибудовує певний когнітивний порядок.

Важливою є також ідеологічна функція метафори. Вона не просто передає смисли, а й легітимізує їх, роблячи певну інтерпретацію природною або очевидною. Наприклад, образ *the West as a guardian of democracy* підкріплює усталений політичний наратив. Через це метафора стає механізмом підтримки ідеологічних систем і засобом впливу на суспільні переконання [3, с. 465].

Ще одна її функція – формування колективної ідентичності. Метафори типу *civilised world vs. terrorist threat* або *the axis of evil* розділяють світ на «своїх» і «чужих», створюючи уявлення про боротьбу протилежних цінностей. Це не лише визначає емоційне ставлення аудиторії, а й програмує її позицію щодо події [1, с. 110].

Слід також зауважити, що ефективність метафори зумовлена її впливом на підсвідомому рівні. Іншими словами, люди рідко усвідомлюють, що сприймають реальність через метафоричні рамки. Вона не просто пропонує оцінку, а радше нав'язує її. Тому, цілком логічно, що метафора – надзвичайно потужний інструмент маніпуляції, який формує суспільну думку майже непомітно [4, с. 46].

З огляду на це, метафора також сприяє «ідеологічній економії», тобто спрощує складні соціальні процеси до зрозумілих, але однобоких схем. Наприклад, війна як *sacred mission* чи *hunt for terrorists* виправдовує насильство, надаючи йому морального сенсу. У цьому контексті вона виступає знаряддям політичного впливу, оскільки, фактично, спрощує неоднозначну реальність до прийнятної для масового сприйняття моделі [2, с. 106].

Відповідно, медіаметафора виконує й регулятивну функцію: вона не лише описує події, але й визначає, як їх треба інтерпретувати. Через це формується когнітивна рамка, у межах якої реципієнт сприймає інформацію, що, у свою чергу, впливає на його ціннісні орієнтири та способи мислення [1, с. 113].

Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок, що метафора в медіадискурсі – це потужна когнітивна стратегія, яка поєднує мову, мислення та соціальні установки. Вона має здатність не лише

відображати, а й моделювати реальність, перетворюючи слова на інструменти впливу, переконання й управління суспільною свідомістю.

Література

1. Василенко А. Р., Станкевич Л. П. Теоретичні аспекти метафори як засобу впливу в мас-медійному дискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2022. Т. 33, № 5. С. 108–114.
2. Лукашенко М. В. Образи та метафори соціальності у філософії. *Мультиверсум. Філософський альманах*. 2017. № 34. С. 100–109.
3. Слободян М. В. Метафоризація як когнітивний процес. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2011. № 24. С. 460–467.
4. Одинецька Л. В. Роль метафори в засобах масової інформації. *Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій* : зб. наук. праць НПУ ім. М. П. Драгоманова. К., 2017. Вип. VI. С. 44–48.