

Роль метафоры в заголовках интернет – портала Ratel.kz

Научный руководитель – Григорьева Ольга Николаевна

Ашимова Арайлым

Студент (магистр)

Казахстанский филиал МГУ имени М.В.Ломоносова, Кафедра филологии, Астана,
Казахстан

E-mail: Arailymnk@gmail.com

Ашимова Арайлым

Студент - магистрант

Казахстанский филиал МГУ им. М.В. Ломоносова

Нур-Султан, Казахстан

<mailto:Arailymnk@gmail.com>

В эпоху информационных технологий и полной трансформации медиа как способа передачи информации в этой статье будет рассмотрено, как именно метафора помогает привлечь и удержать внимание собственной аудитории. В настоящее время наблюдается активная конкуренция за читателя между новостями на бумажном носителе и во всемирной паутине. Среди терабайт и миллиардов информационных блоков вокруг человека успех обоих каналов зависит от способности журналиста не только собирать и обрабатывать информацию, но и от его умения четко обозначать свой текст [Исаев 2017, 27]. Яркость и точность заголовка особенно важны, потому что заголовок - это первое, на что обращает внимание читатель. Наряду с этим, заголовки направляют читателя к содержанию статьи, помогая ему решить, читать дальше или нет [Лазарева, Бессарабова, Гудков].

Как было сказано ранее, возможность чтения зависит от эффективности заголовка. В целях повышения эффективности метафора давно стала и до сегодняшнего дня является универсальным языковым инструментом. Помимо повышения кликабельности и визуального оформления текста, метафора в заголовке также отражает позицию автора в отношении предмета статьи [Гудков 1994, 33]. Третьей и не очень очевидной функцией заголовка называют необходимость передать скрытое сообщения и по возможности избежать порицания [Там же, 40].

Материалом исследования стали заголовки, отобранные путем непрерывной выборки в интернет-газете Ratel.kz. Информация на сайте предназначена для широкого круга читателей. Статьи здесь публикуются по нескольким темам и, по причине и как следствие хорошей репутации редакторов, часто получают комментарии авторитетных экспертов из разных областей знания, таких как экономика, политология, социология и др. Выбор этой платформы объясняется прежде всего доминирующей ролью Интернета в современном обществе. Еще одним критерием отбора была высокая компетентность и большой опыт журналистов этой прессы.

Анализ множества заголовков на Ratel.kz показал, что редакторы фокусируются на моральных ценностях и формировании моральных ориентиров для читателей. Например, статья под названием «Депутат Валеев притупил свое чувство долга» приравнивает чувство долга к мощному инструменту, подобному мечу или ножу. Использование этой конструкции подразумевает, что депутат Валеев потерял свою власть («притупил»).

Другим примером является комментарий Герольда Бергера под названием «Они хотят уничтожить Кок-Жайляу». Глагол «уничтожить» относится к стилистически сильно окрашенным словам, который словарь Ожегова объясняет, как «свершать враждебное действие, направленное на физическое устранение». Позиция автора однозначна: он определяет позицию властей, которые дали разрешение на вырубку зеленых насаждений в природном объекте, как «вражескую» по отношению к природе.

Исследователи давно обратили внимание на свойство метафоры как подсказывать, так и толковать. Операции по обработке знаний, их преобразованию, хранению и передаче также связаны с метафорой. Заголовок создается с целью предоставить начальную информацию о тексте. В названии может указываться тема и оценка представленного материала. Но главная функция заголовка в современной прессе - это привлечь внимание читателя к публикации. В целом, одной из основных целей «качественных» публикаций является направленное влияние на читателя в условиях формирования его политических предпочтений. Заголовки газеты «Ratel» пытаются сформировать правильное отношение людей к общественной жизни и конкретным делам, представляющим интерес для общества. Журналисты активно используют метафору в качестве универсального средства оказания влияния на читателя и не только ориентируются в этих событиях, но и влияют на морально-идеологическую картину мира читателя.

Литература:

- Исаев А.Ю. *Метафора в заголовках англоязычных онлайн-публикаций: прагматический аспект // Культура и цивилизация.*, 2017.
- Лазарева Е.А. *Заголовок в тексте.* Свердловск., 1989.
- Бессарабова Н. Д. *Графические и выразительные возможности метафор в газетной и публицистической речи / Н. Д. Бессарабова.* - М., 1985.
- Гудков Л.Д. *Метафора и рациональность / Л.Д. Гудков.* - М., 1994.