



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 8 / 2025, Iss. 8 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 81`23

## Индивидуально-авторский метафорический образ в современных СМИ: когнитивно-эмоциональный аспект

<sup>1</sup> Кузнецова В.Ю., <sup>1</sup> Романова В.В.

<sup>1</sup> Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ

**Аннотация:** данная статья посвящена анализу индивидуально-авторских образов, присутствующих в языке современных англоязычных онлайн СМИ. Авторами статьи делается попытка проанализировать мотивированность обращения к подобным образам и определить эмоциональный отклик, который они вызывают у аудитории (по шкале эмоционального воздействия). В статье представлены примеры из материалов, опубликованных в период с марта по май 2025 год, и посвященных политическому курсу США.

Представленные наблюдения могут внести вклад в развитие концепции информационной войны и роли метафорических образов как инструмента «мягкой» силы.

**Ключевые слова:** метафора, воздействие, шкала эмоционального воздействия, интенции

**Для цитирования:** Кузнецова В.Ю., Романова В.В. Индивидуально-авторский метафорический образ в современных СМИ: когнитивно-эмоциональный аспект // Современный ученый. 2025. № 8. С. 103 – 108.

Поступила в редакцию: 29 марта 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 27 мая 2025 г.; Принята к публикации: 18 июля 2025 г.

## Individual-authorial metaphorical image in modern media: cognitive and emotional aspects

<sup>1</sup> Kuznetsova V.Yu., <sup>1</sup> Romanova V.V.

<sup>1</sup> Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation

**Abstract:** this article is devoted to the analysis of individual-authorial images present in the language of modern English-language online media. The authors of the article attempt to analyze the motivation for turning to such images and determine the emotional response they cause in the audience, according to the emotional impact scale. The article presents examples from articles published between March and May 2025, devoted to US policy.

The presented observations can contribute to the development of the concept of information warfare and the role of metaphorical images as a tool of soft power.

**Keywords:** metaphor, impact, emotional impact scale, intentions

**For citation:** Kuznetsova V.Yu., Romanova V.V. Individual-authorial metaphorical image in modern media: cognitive and emotional aspects. Modern Scientist. 2025. 8. P. 103 – 108.

The article was submitted: March 29, 2025; Approved after reviewing: May 27, 2025; Accepted for publication: July 18, 2025.

## Введение

Не секрет, что метафора и метафорические образы являются мощным средством, позволяющим трансформировать абстрактные идеи в образы, которые могут вызвать определенные ассоциации и эмоции. В современной журналистике метафорические образы используются не только и не столько для украшения текста или передачи авторского идиостиля, но и для глубокого осмысления актуальных событий, направляя читателя и формируя у него определенное отношение к той или иной информации. Данной позиции придерживаются многие исследователи, например, О.И. Калинин (метафора как инструмент информационной войны/ инструмент мягкой силы) [3, 4, 5], Т.Г. Попова (метафора как средство воздействия) [6], Н.В. Иванов (концепция семиогенеза/ символизации) [2], В.Ю. Барбазюк (концепция смысловой эволюции метафоры) [1], Е.Б. Рябых (концепция идентификации авторских метафор) [7] и т.д.

Действительно, метафоры оказывают огромное влияние на формирование общественного мнения и восприятие информации. Они делают абстрактные концепты более доступными и зримо понятными. Используя метафоры, журналисты могут не просто передать информацию, но и инициировать эмоциональный отклик. Подтверждение данного тезиса можно найти и в исследованиях О.И. Калинина, который пишет о том, что «креативная метафора, являясь «маленькой головоломкой», увеличивают эмоциональную привлекательность сообщения и возбуждают воображение реципиента, тем самым улучшая эмоциональное восприятие речевого сообщения» [3, с. 469].

Актуальность темы обусловлена тем, что сегодня не так много исследований, анализирующих индивидуально-авторские метафорические образы в современных онлайн СМИ, тем не менее, анализ подобных явлений в языке может в значительной степени расширить концепцию информационной войны и «мягких» средств воздействия на аудиторию.

Цель данной статьи выявить индивидуально-авторские образы, встречающиеся в языке современных англоязычных онлайн СМИ, определить цель и обоснованность их использования, оценить их возможное влияние на аудиторию по шкале эмоционального воздействия на аудиторию.

В качестве метода исследования был выбран метод семантического анализа.

Теоретическая значимость проводимого исследования состоит в том, что его результаты могут послужить материалом для дальнейших исследований способов создания метафорических образов,

которые не столь подробно описаны в существующих работах по данной теме.

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что анализируемые примеры могут быть использованы в образовательных целях при изучении лексических средств манипулирования.

## Материалы и методы исследований

Как отмечалось выше, в современной журналистике метафорические образы являются инструментом для создания ярких образов, которые делают новости более запоминающимися и интересными. Действительно, журналистам часто приходится объяснять сложные политические, экономические ситуации и процессы. За счет обращения к метафорическим образам они (журналисты) делают передаваемую информацию более понятной и в тоже самое время передают палитру смыслов, которая лежит за каждым конкретным образом. Прибегая к конвенциональной метафоре, автор статьи формирует более традиционную базу для размышлений над сложными проблемами или ситуациями и снижает уровень когнитивной нагрузки. Обращаясь же к «новым» образам, автор заставляет читателя соотносить разные элементы, находить смысловые связи, что усложняет процесс восприятия, но и позволяет выйти на скрытые ассоциативные связи. «Новые метафоры позволяют увеличить эмоциональную привлекательность сообщения и возбудить воображение реципиента речевого сообщения, тем самым улучшая эмоциональное восприятие речевого сообщения» [5, с. 13]. Например, индивидуально-авторский образ “the economy is «brain-dead»” позволяет понять состояние экономики, не углубляясь в сухие статистические данные. Помимо формирования определенного отношения к ситуации, создается и определенный эмоциональный эффект – т.е. страх, что экономика находится в тяжелом положении и стоит ожидать негативные последствия. Таким образом, у аудитории формируется не только негативное отношение к ситуации, конкретному политическому курсу, но и страхи, связанные с будущим, угроза стабильности. Даже такой небольшой образ может оказать достаточно эмоциональный эффект.

Рассмотрим несколько примеров и попробуем разобраться какого эффекта могут добиться авторы данных материалов на аудиторию и оценим силу их эмоционального воздействия на аудиторию.

*Trumpism is becoming more pragmatic, argues Reihan Salam [9] // «Трампизм» становится более прагматичным, утверждает Рейхан Салам*

Индивидуально-авторский образ «Trumpism» интересен с точки зрения коннотации. Обращаясь к данному образу, автор статьи пытается одним словом представить новый политический курс США, основанный на нестандартных жестких взглядах Трампа. Окончание -ism делает автоматические отсылки к другим идеологиям, например, марксизм, консерватизм, либерализм, протекционизм, национализм. С большой уверенностью можно сказать, что данный образ найдет эмоциональный отклик у аудитории и вызовет определенный эмоциональный эффект: для сторонников Трампа – позитивный эффект по шкале эмоционального воздействия, т.к. это своего рода признание нового политического курса, у противников же Трампа это вызовет отторжение (негативный эмоциональный эффект), т.к. будет ассоциироваться с конкретными политическими действиями и навязыванием идеологии.

Не менее интересен и следующий пример.

*Can the good ship Europe weather the **Trumpnado**? [8] // Сможет ли славный корабль Европа выдержать «Трампнадо»?*

Автор использует индивидуально-авторский образ «Trumpnado» (Трампнадо). Данный образ очень яркий и запоминающийся, т.к. вызывает определенные ассоциации. Трампа сравнивают с торнадо (частотное природное явление в Америке), который решил снести все политические связи с Европой. В данном образе чувствуются нотки сарказма. Автор статьи как бы намекает, что внешняя политика Трампа хаотична и может нанести серьезный ущерб. Подобные образы формируют негативное отношение к политическому курсу президента США. Интересен и контекст употребления данной фразы – в предложении формируется виртуальная микроситуация. Европа предстает как корабль, который должен столкнуться с торнадо и попытаться удержаться на плаву.

Рассмотрим еще один пример.

*Europe finds itself in the **midst of a perfect storm** [8] // Европа оказалась в эпицентре идеального шторма.*

Данный пример является образцом развернутого индивидуально-авторского образа. Европа предстает кораблем, попавшим в шторм. В данном случае речь идет о том, что Европа оказалась в тяжелой ситуации из-за неблагоприятных факторов. Подобный развернутый образ очень хорошо показывает текущие политические отношения между США и Европой. Стоит отметить, что несмотря на образность данного предложения, даже неподготовленный читатель поймет его саркастический смысл. Автор формирует отрицательное

отношение к Европе, которая должна выстоять перед напором Трампа.

Обратимся к четвертому примеру.

*Пример 4.*

*Not only is its economy facing stiff headwinds; voters are **routinely tossing their leaders overboard**, and **war on the continent has rocked the boat for three years now** [8] // Ее экономика не только сталкивается с сильными встречными ветрами; избиратели регулярно выбрасывают своих лидеров за борт, а война на континенте раскачивает лодку уже три года.*

Данный пример требует отдельного рассмотрения. Автор статьи выбрал «морскую» тематику для описания экономического кризиса в Европе. Представленные индивидуально-авторские образы ярко показывают, что европейская экономика уже три года находится в тяжелой ситуации, что вызывает недовольство людей. Интересно, что вся статья пронизана морскими образами, что создает тематически связанный виртуальный микросюжет. Соответственно, образность становится частью авторского идиостиля. Говоря об эмоциональной шкале, можно предположить, что данные образы в значительной степени влияют на сознание читателей и формируют у них ощущение неопределенности и нестабильности.

Интересно, что данный образ получает развитие и в следующем предложении:

*Пример 5*

*A **superstorm of uncertain severity** – call it the **Trumpnado** – seems to be headed straight in this **rickety craft's direction** [8] // Супершторм неопределенной силы – назовем его Трампнадо – кажется, движется прямо в направлении этого шаткого судна.*

В данном примере автор продолжает развивать образность, тем не менее, он выделяет образный центр – Трампнадо – т.е. политическая сила, которая поставила четкие цели и идет к ним, сметая все преграды на своем пути. Европа же расколота и не может противостоять этой политической силе.

Образы подобраны очень удачно и рассчитаны на широкую аудиторию. Даже если читатель и не в курсе глобальных политических сдвигов, то он все равно поймет, какая сторона доминирует. Образы лишь только больше подчеркивают мощь одной стороны и слабость другой.

Проанализируем еще один пример.

*Пример 6.*

*Tariffers v traders: the new **contest for Donald Trump's ear** [10] // Тарифщики против торговцев: кто получит право шептать Трампу на ухо?*

В представленном выше примере автор обращается к развернутому образу. Интересно то, что образ строится на противоборстве двух сил (тарифщики / торговцы). Обращаясь к фразе «право шептать на ухо» автор показывает, что Трамп слушается своих советников при принятии решения о введении тарифов или беспощадной торговли с другими странами. Представленный образ будет понятен читателю и вызовет негативное отношение к Трампу как к президенту, который не самостоятелен в принятии решений.

### Результаты и обсуждения

Проведенный анализ примеров позволяет говорить о том, что индивидуально-авторские метафорические образы способны программировать отношение читателей к конкретной проблеме, фор-

мировать у них определенные взгляды на проблему. В рамках исследования мы также провели эксперимент с участием курсантов и преподавателей (30 курсантов (возраст 18-20 лет) и 30 преподавателей (возраст 38-45 лет), которые должны были оценить представленные выше метафорические образы по шкале от 0 до 5, где 0 – отсутствие воздействия, а 5 – сильное эмоциональное и когнитивное воздействие и дать свои комментарии. Цель эксперимента состояла в том, чтобы определить как разные возрастные и социальные группы воспринимают одни и те же метафорические образы. Интересно, что восприятие метафор у курсантов и преподавателей, т.е. представителей разных возрастных и социальных групп, отличалось (табл. 1, 2).

Таблица 1

Результаты оценки (курсанты).

Table 1

Evaluation results (cadets).

	0	1	2	3	4	5
Trumpism	3 (10%)	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	3 (10%)	15 (50%)
Trumpnado	0 (0%)	3 (10%)	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	18 (60%)
midst of a perfect storm	0 (0%)	3 (10%)	3 (10%)	3 (10%)	6 (20%)	15 (50%)
economy facing stiff headwinds; voters are routinely tossing their leaders overboard, and war on the continent has rocked the boat	0 (0%)	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	6 (20%)	15 (50%)
A superstorm of uncertain severity – call it the Trumpnado – seems to be headed straight in this rickety craft's direction	3 (10%)	0 (0%)	0 (0%)	9 (30%)	3 (10%)	15 (50%)
contest for Donald Trump's ear	0 (0%)	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	3 (10%)	18 (60%)

Таблица 2

Результаты оценки (преподаватели).

Table 2

Evaluation results (teachers).

	0	1	2	3	4	5
Trumpism	0 (0%)	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	9 (30%)	12 (40%)
Trumpnado	0 (0%)	0 (0%)	3 (10%)	0 (0%)	9 (30%)	18 (60%)
midst of a perfect storm	0 (0%)	0 (0%)	6 (20%)	6 (20%)	9 (30%)	9 (30%)
economy facing stiff headwinds; voters are routinely tossing their leaders overboard, and war on the continent has rocked the boat	0 (0%)	3 (10%)	3 (10%)	9 (30%)	15 (50%)	0 (0%)

Продолжение таблицы 2  
Continuation of Table 2

A superstorm of uncertain severity – call it the Trumpnado – seems to be headed straight in this rickety craft's direction	0 (0%)	0 (0%)	6 (20%)	3 (10%)	6 (20%)	15 (50%)
contest for Donald Trump's ear	0 (0%)	3 (10%)	6 (20%)	3 (10%)	0 (0%)	18 (60%)

По мнению курсантов (50%) метафорический образ «Trumpism» является ярким, запоминающимся и оказывает сильное эмоциональное воздействие. Преподаватели не так высоко оценили данную окказиональную метафору: только 40% из них отметили, что она является интересной в смысловом плане (имплицитный смысл).

Окказиональный образ «trumpnado» также был высоко оценен студентами. 60% посчитали данную метафору высокоэмоциональной и оригинальной. Интересно, что студенты ассоциируют данный образ с нестабильностью и неожиданными событиями. 60% преподавателей видят в данном образе возможность раскрыть всю сложность ситуации, которая связана с политическим курсом президента США.

Такие метафорические образы как «midst of a perfect storm» и «economy facing stiff headwinds», получили у курсантов менее высокие оценки по шкале эмоционального воздействия, что свидетельствует о сложностях восприятия развернутых, абстрактных, комплексных формулировок у молодого поколения.

У преподавателей метафорические образы «midst of a perfect storm», «economy facing stiff headwinds», «a superstorm of uncertain severity», «contest for Donald Trump's ear» получили высокие оценки, что отражает их интерес к более глубоким и аналитическим смысловым слоям.

## Выводы

Подводя итоги, можно отметить, что, во-первых, индивидуально-авторские метафоры оказывают значительное влияние на восприятие информации, меняют эмоциональный фон и могут моделировать определенный эмоциональный отклик, формировать четкое отношение к настоящему и влиять на наше восприятие будущего. Умелое использование индивидуально-авторской метафоры может оказать эффект, который подобен пропаганде или контрпропаганде.

Кроме того, проведенный эксперимент позволил также заключить, что возраст и принадлежность к социальной группе в значительной степени влияет на восприятие метафорических образов. Курсанты склонны оценивать метафоры на основе их эмоциональной привлекательности и сжатости, тогда как преподаватели проявляют больший интерес к содержанию и смысловой глубине метафор, отдавая предпочтение развернутым образам.

Представленные результаты могут быть полезны начинающим журналистам и спичрайтерами, поскольку помогают лучше понять, какие метафоры более эффективно воспринимаются той или иной аудиторией.

Полагаем, что дальнейшее изучение данной темы является перспективным как в психолингвистике, так и в политической журналистике.

## Список источников

1. Барбазюк В.Ю. Смысловое усиление метафоры в контексте: номинативный и нарративный аспекты // Аксиомы и парадоксы языка: структура, коммуникация, дискурс: Материалы VII Международной научной конференции по актуальным проблемам теории языка и коммуникации. 28 июня 2013 года. (ред. Н.В. Иванов). М.: Книга и бизнес, 2013. С. 589 – 594.
2. Иванов Н.В. Об одном способе анализа символической структуры метафоры средствами логики. Пространства и метасферы языка: структура, дискурс, метатекст. Материалы III Межвузовской научной конференции по актуальным проблемам языка и коммуникации. Военный университет, 26 июня 2009 г. С. 10 – 22.
3. Калинин О.И. Креативные метафоры и речевое воздействие в дискурсе // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 469 – 482.
4. Калинин О.И. Метафора: риторический, прагматический, когнитивный и дискурсивный подходы. Вестник Пятигорского государственного университета. 2019. № 3. С. 128 – 134.
5. Калинин О.И. Функциональный потенциал метафоры в дискурсе: 10.02.19 «Теория языка (филологические науки)»: дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2022, 480 с.

6. Попова Т.Г., Саушева Е.В. Метафора как важный элемент когнитии // Политическая лингвистика. 2020. № 1 (79). С. 68 – 72.

7. Рябых Е.Б. Порождение, понимание и распознавание индивидуально-авторской метафоры в рамках художественного дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 4. С. 90 – 98.

8. The Economist. Can the good ship Europe weather the Trumpnado? URL: <https://www.economist.com/europe/2025/01/16/can-the-good-ship-europe-weather-the-trumpnado> (дата обращения: 05.05.2024)

9. The Economist. Trumpism is becoming more pragmatic, argues Reihan Salam. URL: <https://www.economist.com/by-invitation/2025/01/16/trumpism-is-becoming-more-pragmatic-argues-reihan-salam> (дата обращения: 05.05.2024)

10. The Economist. “Tariffers” v “traders”: the new contest for Donald Trump’s ear URL: <https://www.economist.com/international/2024/11/28/tariffers-v-traders-the-new-contest-for-donald-trumps-ear> (дата обращения: 05.05.2024)

### References

1. Barbaziuk V.Yu. Semantic reinforcement of metaphor in context: nominative and narrative aspects. Axioms and paradoxes of language: structure, communication, discourse: Proceedings of the VII International scientific conference on current problems of language and communication theory. June 28, 2013. (ed. N.V. Ivanov). Moscow: Book and business, 2013. P. 589 – 594.

2. Ivanov N.V. On one method of analyzing the symbolic structure of metaphor by means of logic. Spaces and metaspheres of language: structure, discourse, metatext. Proceedings of the III Interuniversity Scientific Conference on Current Problems of Language and Communication. Military University, June 26, 2009. P. 10 – 22.

3. Kalinin O.I. Creative metaphors and speech impact in discourse. Ural philological bulletin. Series: Language. System. Personality: Linguistics of creativity. 2022. No. 2. P. 469 – 482.

4. Kalinin O.I. Metaphor: rhetorical, pragmatic, cognitive and discursive approaches. Bulletin of Pyatigorsk State University. 2019. No. 3. P. 128 – 134.

5. Kalinin O.I. Functional potential of metaphor in discourse: 10.02.19 "Theory of language (philological sciences)": dis. ... Doctor of Philological Sciences. Moscow, 2022, 480 p.

6. Popova T.G., Sausheva E.V. Metaphor as an important element of cognition. Political linguistics. 2020. No. 1 (79). P. 68 – 72.

7. Ryabykh E.B. Generation, understanding and recognition of individual-author's metaphor in the framework of artistic discourse. Issues of cognitive linguistics. 2021. No. 4. P. 90 – 98.

8. The Economist. Can the good ship Europe weather the Trumpnado? URL: <https://www.economist.com/europe/2025/01/16/can-the-good-ship-europe-weather-the-trumpnado> (date of access: 05.05.2024)

9. The Economist. Trumpism is becoming more pragmatic, argues Reihan Salam. URL: <https://www.economist.com/by-invitation/2025/01/16/trumpism-is-becoming-more-pragmatic-argues-reihan-salam> (Accessed: 05.05.2024)

10. The Economist. “Tariffers” v “traders”: the new contest for Donald Trump’s ear URL: <https://www.economist.com/international/2024/11/28/tariffers-v-traders-the-new-contest-for-donald-trumps-ear> (Accessed: 05.05.2024)

### Информация об авторах

**Кузнецова В.Ю.**, кандидат филологических наук, доцент, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ, Москва, Большая Садовая улица, 14, vera087@mail.ru

**Романова В.В.**, кандидат филологических наук, старший преподаватель, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ, Москва, Большая Садовая улица, 14, quizinlove@gmail.com