

ӘОЖ 81'37

ҒТАМР 16.01.07

<https://doi.org/10.48371/PNPLS.2026.1.80.013>

## ЭКОЛОГИЯЛЫҚ МЕДИДИСКУРСЫНДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ ПІКІРДІ ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ КОНЦЕПТУАЛДЫ МЕТАФОРЛАРДЫҢ РӨЛІ

\*Искакова Н.С.<sup>1</sup>, Джунусбаева М.К.<sup>2</sup>

<sup>\*1,2</sup> Абылай хан атындағы қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан

**Аңдатпа.** Экологиялық дағдарыстар мен климаттың өзгеруі бүгінгі таңда жаһандық медиадискурстағы ең өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Климаттың өзгеруін сипаттау үшін қолданылатын лингвистикалық құралдар, атап айтқанда концептуалды метафоралар қоғамдық қабылдауды қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

Бұл зерттеудің мақсаты – концептуалды метафораларды анықтау және экологиялық мәселелер мен климаттың өзгеруіне байланысты экологиялық медиадискурста оларға когнитивті-лингвистикалық талдау жасау. Сонымен қатар, концептуалды метафоралардың қоғамдық пікірге қалай әсер ететінін зерттеуге баса назар аударылады.

Зерттеу метафоралардың экологиялық мәселелерді сипаттаудағы когнитивті маңыздылығын көрсетеді және оларды тиімдірек пайдалану жолдарын ұсынады. Осылайша, зерттеудің ғылыми маңыздылығы тіл арқылы жаһандық экологиялық мәселелерді қабылдауды қалыптастыру механизмдерін анықтай отырып, концептуалды метафораларды қолдану кезінде пайда болатын когнитивті және эмоционалды әсерлерді бағалау болып табылады. Практикалық маңыздылығы нәтижелерді экологиялық дискурста арналған кейінгі ғылыми зерттеулерде, сондай-ақ жоғарғы оқу орындарында мәдениетаралық коммуникация, когнитивтік лингвистика, медиалингвистика және т.б. сияқты пәндерді оқытуда қолдану мүмкіндігімен байланысты.

Әдістеме мазмұндық талдауды, когнитивтік-лингвистикалық талдауды, сондай-ақ әртүрлі концептуалды метафоралардың адамдардың экологиялық мәселелерді қабылдауына қалай әсер ететінін анықтау мақсатында алушыларға сауалнама жүргізуді қамтиды.

Зерттеу нәтижелері метафоралар жалпы аудитория үшін күрделі ақпаратты жеңілдетуге де, эмоционалды қызығушылық тудыруға да ықпал ететінін көрсетеді, алайда оларды шамадан тыс қолдану қабылдауға кері әсер етіп, ақпаратқа деген қызығушылықтың бәсеңдеуіне әкелуі мүмкін. Зерттеу медиа коммуникацияда метафораларды тиімді қолдануға бағытталған ұсыныстар бере отырып, тілдің экологиялық мінез-құлық пен хабардарлыққа әсер етуінің когнитивтік механизмдерін зерттеуге ықпал етеді.

**Тірек сөздер:** концептуалды метафоралар, экологиялық дағдарыстар, экологиялық медиа дискурс, климаттың өзгеруі, қоғамдық пікір, эмоционалды қабылдау, стратегия, бағалау

### **Кіріспе**

Қазіргі таңда жаһандық климаттың өзгеруі салдарынан туындайтын экологиялық дағдарыстар әлемдік қоғамдастықтың назарын өзіне аударып отыр. Жаһандану үдерісі мен адамның табиғатқа тигізіп жатқан әсерінің артуы жағдайында бұқаралық ақпарат құралдарының осы мәселелерді кеңінен жариялаудағы рөлі ерекше маңызды. Себебі, мемлекеттің басым міндеттеріне сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдары халықтың «экологиялық санасын» едәуір дәрежеде қалыптастырады. Экологиялық сана деп отырғанымыз бұл «қоғамдық болмыстың экологиялық жағын көрсететін идеялар, теориялар, көзқарастар, мотивациялар жиынтығын, атап айтқанда адам мен оның өмір сүру ортасы арасындағы, қоғам мен табиғат арасындағы қатынастардың нақты тәжірибесін, оның ішінде оңтайлы нәтижеге қол жеткізуге бағытталған реттеуші принциптер мен мінез-құлық нормаларын қамтитын қалыптасу сатысында тұрған қоғамдық сананың нысаны «қоғам-табиғат» жүйесінің жай-күйі» [1]. Осындай күрделі әрі абстрактілі құбылыстарды қабылдау мен түсінуде концептуалды метафоралардың рөлі ерекше, әсіресе климаттың өзгеруі мен экологиялық дағдарыстар мәселелерін зерделеу барысында.

Сонымен қатар, ғылыми тілдегі терминдер мен концепттерді түсіндіруде де метафора маңызды танымдық құрал ретінде қарастырылады. Мәселен, когнитивтік лингвистика саласындағы зерттеулерде метафора тек бейнелі тілдік тәсіл ғана емес, сонымен қатар күрделі ұғымдарды ұлттың дүниетанымына сай концептуалдауға мүмкіндік беретін құрал ретінде танылады [2].

Концептуалды метафоралар экологиялық медиадискурста климаттық мәселелерді аудиторияға қолжетімді әрі түсінікті етіп жеткізудің тиімді тәсілі ретінде маңызды қызмет атқарады. Олар лингвистикалық тәсілдер ретінде өздерінің сипатына байланысты қоғамның экологиялық мәселелерге деген көзқарасына әсер етіп, белгілі бір әрекетке ынталандыруы немесе, керісінше, әрекетсіздікке ұйытқы болуы әбден мүмкін.

Экологиялық медиадискурстағы концептуалды метафораларды зерттеу климаттық қауіп-қатерді қабылдауымыздың тіл арқылы қалай қалыптасатынын және осы қабылдаудың артында қандай мәдени және когнитивті аспектілер жатқанын түсінуге көмектеседі. Жалпы, біздің зерттеуімізде экологиялық дағдарыстарды сипаттау үшін концептуалды метафоралардың шетелдік бұқаралық ақпарат құралдарында қолданылу тәсілдерін талдау, сондай-ақ олардың қоғамның осы мәселелерге деген хабардарлығы мен әрекет етуге деген мотивациясына қалай әсер ететінін қарастыру маңызды.

Жоғарыда атап өткеніміздей, концептуалды метафоралар климаттық дағдарыстар туралы ақпаратты құрылымдауға ғана емес, сонымен қатар белгілі бір когнитивті және мәдени ассоциацияларды белсендіру арқылы эмоционалды қабылдауға да әсер етеді. Мысалы, “*fighting global warming*” немесе “*carbon footprint*” сияқты тіркестер күнделікті үдерістерді сипаттап қана қоймай, оқырмандарға бағалау мен эмоционалды реңк қосып, оларды нақты көзқараспен қабылдауға бағыттайды. Бұл жеке адамдар мен үкіметтің шешім қабылдауына, әрекет стратегияларын қалыптастыруына немесе, керісінше, әрекетсіздікті ақтауына ықпал етеді.

Алайда, концептуалды метафоралардың айқын әсеріне қарамастан, оларды экологиялық медиадискурста қолданудың әрі артықшылығы, әрі кемшілігі болуы мүмкін. Бір жағынан, метафоралар жұртшылықты экологиялық мәселелер бойынша белсенді әрекетке ынталандырады, екінші жағынан, оларды шамадан тыс қолдану аудиторияның қызығушылығын төмендетіп, мәселенің өзектілігін әлсіретуі ықтимал.

Мәселен, Дж. Лакофф пен М. Джонсонның пікірінше, біздің танымдық жүйеміз негізінен метафорикалық сипатта болып, олар қабылдауымыз бен әрекеттерімізді қалыптастырады [3]. Яғни, бұл пікірге сәйкес, адам абстрактілі пайымдауларды түсінікті тілде қабылдау мүмкіндігіне ие болады. Осыған орай, К. Норгаард метафоралар күрделі ғылыми тұжырымдамаларды қол жетімді ету арқылы мәселені тануды күшейте алатынын, сонымен қатар эмоционалды ажыратуға әкелетін когнитивті диссонанс немесе қорқыныш тудыруы мүмкін екенін атап өтті [4]. Экологиялық дағдарыстар жағдайында концептуалды метафоралар мәселеге белгілі бір эмоционалды реакцияларды туғызып, нақты көзқарасты ынталандыратындай етіп көрсетуі мүмкін. Мысалы, “*climate change as a war*” немесе “*the planet as a fragile system*” сияқты метафоралар қақтығыс пен осалдықты баса көрсетіп, қоғамдық қабылдауға ықпал етеді. Мұндай тәсіл жеке адамдар мен қауымдастықтарды әрекетке итермелеуі мүмкін, бірақ кейде дәрменсіздік немесе алаңдаушылық сезімін де тудыруы ықтимал.

Б. Нерлих пен Р. Джаспал өз зерттеулерінде британдық газеттердегі климаттың өзгеруіне қатысты метафоралардың қоғамдық түсінік пен экологиялық саясатқа деген көзқарасты қалай қалыптастыратынын қарастырды. Олар метафоралардың әрекетке ынталандыратын немесе, керісінше, немқұрайлыққа ықпал ететін баяндаулар құра алатынын анықтады [5]. Сол сияқты, А. Карвальо бұқаралық ақпарат құралдарындағы климаттың өзгеруін жариялау қоғамның қатысуына қалай әсер ететінін зерттей келе, метафора таңдау эмоциялық реакцияларға және әрекетке шақырудың жеделдігіне айтарлықтай ықпал ететінін атап өтті [6].

С. Жабаева [7] және А. Громорушкина концептуалды метафораларды зерттей отырып, олардың персуазивті күшіне ерекше назар аударды. А. Громорушкина персуазивті әсерге ұжымдық белгілерді және

эмоционалды - бағалауыштық лексиканы қолдану арқылы үлкен дәрежеде қол жеткізілетінін атап өтті [8].

Сондай-ақ, экологиялық мәселелерді жеткізудегі метафоралардың тиімділігі мәдени контекстке де тәуелді болуы мүмкін. Мысалы, Ф. Буэр әртүрлі мәдениеттерде метафоралардың түрліше қабылданатынын көрсетті, бұл экологиялық мәселелерді түсіну мен оларды шешу тәсілдеріне әсер етуі мүмкін. Осы мәдени аспект экологиялық дағдарыстарға әртүрлі қоғамдардың қалай жауап беретінін тереңірек түсіну үшін экологиялық дискурстағы метафораларға мәдениетаралық талдау жүргізудің маңыздылығын айқындайды [9].

Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарында белгілі бір метафораларды қайталап қолдану белгілі бір көзқарастарды қалыптастырып, оларды нормаға айналдыра алады. Зерттеулер көрсеткендей, ұзақ уақыт бойы белгілі бір метафораларды қолдану қоғамдық пікірге ғана емес, сонымен қатар саяси шешімдерге де ықпал етеді. Ал, климаттың өзгеруі соңғы онжылықтарда адамдардың өмір сүру жағдайларына айтарлықтай әсер етуінің салдарынан, бұл дағдарыс дүние жүзіндегі маңызды саяси мәселеге айналып, саяси дискурс аясында да қарастырылып жүр [10].

Сонымен бірге, экологиялық медиадискурстағы метафоралар көбіне саяси және экономикалық мүдделермен үйлеседі. Л. Антилланың зерттеуі климаттың өзгеруін бұқаралық ақпарат құралдарында жариялауға өзіншілдік мүдделердің қалай әсер ететінін көрсетеді; бұл жағдай кейде дағдарыстың ауырлығын асыра көрсететін немесе төмендететін біржақты мәлімдемелерге алып келеді. Бұл қоғамдық қабылдау мен экологиялық мәселелерге қатысты дискурсты қалыптастыруда метафоралардың әсерін түсіну үшін медиа сауаттылықтың маңызды рөлін көрсетеді [11].

### **Материалдар мен әдістердің сипаттамасы**

Зерттеу *The Guardian*, *BBC News*, *The Independent*, *Reuters* сияқты ірі шетел бұқаралық ақпарат құралдарының мақалалары мен материалдарына және климаттың өзгеруі мен қоршаған ортаны қорғау мәселелерін қамтитын басқа да онлайн басылымдарға негізделген. Соңғы бес жылдағы (2020-2025) интернет-басылымдардан экологиялық мәселелерді ұсынудың заманауи тенденциялары мен тәсілдерін талдау үшін деректер жиналды. Таңдалған мәтіндер климаттың өзгеруі, көмірқышқыл газының шығарындылары, жаһандық жылыну, орман өрттері, түрлердің жойылуы және экологиялық апаттар сияқты негізгі экологиялық мәселелерге арналды. Бұл тақырыптар халықаралық медиа ландшафтта ең өзекті және жиі талқыланатын тақырыптардың бірі ретінде таңдалды.

Концептуалды метафораларды анықтау және жіктеу мақсатында мәтіндердің мазмұндық талдауы жүргізілді. Бұл әдіс арқылы экологиялық дағдарыстарды және олардың жиілігін сипаттайтын метафоралық өрнектер талданады. “*Struggle*,” “*war*,” “*battle to save the planet*,” “*path to*

*sustainability*,” “*race against time*” және “*The Earth is dying*” сияқты негізгі метафоралар анықталып, олардың вариациялары зерттелді.

Экологиялық дағдарыстарға қатысты абстрактілі ұғымдардың тіл арқылы қалай құрылымдалатынын көрсететін концептуалды метафораларды ашу үшін когнитивтік-лингвистикалық тәсіл қолданылды. Сонымен қатар, экологиялық мәселелермен байланысты концептуалды метафораларды қабылдауды анықтау мақсатында сауалнама жүргізілді. Зерттеуге 18 жастан жоғары 250 адам қатысты. Қатысушыларға негізгі метафоралық өрнектерді қамтитын мәтіндер ұсынылды, содан кейін олардың эмоционалдық әсері, түсіну деңгейі және экологиялық мәселелерге қатысты қабылдауы бағаланды. Алынған деректер сандық және сапалық талдау арқылы өңделіп, концептуалды метафоралардың қатысушылардың экологиялық санасын қалыптастырудағы және экологиялық мәселелерді түсінуіндегі рөлі анықталды.

### **Нәтижелер мен талқылаулар**

Зерттеу нәтижелері концептуалды метафоралардың экологиялық дағдарыстарды қабылдауды қалыптастырудағы маңыздылығын және олардың экологиялық медиадискурстағы рөлін растайды. Метафоралық құрылымдарды қолдану абстрактілі және күрделі экологиялық мәселелерді кең аудиторияға қол жетімді және түсінікті етеді. Дегенмен, концептуалды метафоралар ақпаратты құрылымдап қана қоймайды, сонымен қатар осы мәселелерді қабылдаудың бағалау және эмоционалдық аспектілеріне күшті әсер етеді.

Осы әсерді нақтылау және әртүрлі жас топтарындағы қабылдау ерекшеліктерін анықтау мақсатында 250 респондент қатысқан құрылымдалған онлайн сауалнама жүргізілді. Сауалнама 12 жабық және 4 ашық сұрақтан тұрды. Әр мәтіндік үлгі төрт негізгі өлшем бойынша бағаланды:

1. Эмоциялық әсер ету;
2. Әрекетке ынталандыру/итермелеу;
3. Мәселені рационалды түрде түсінуге ықпал ету;
4. Алаңдаушылық пен қысым тудыру.

Респонденттерге мәтіндерден алынған нақты мәтіндік фрагменттер ұсынылды және олар жоғарыдағы өлшемдер бойынша 5 баллдық Likert шкаласы бойынша бағаланды (1 – мүлдем әсер етпейді / келіспеймін; 5 – өте күшті әсер етеді / толық келісемін). Сандық талдау барысында әр өлшем бойынша орташа көрсеткіш есептеліп, 4–5 балл берген респонденттердің пайыздық үлесі анықталды. Ашық сұрақтарға берілген жауаптар тақырыптық кодтау әдісі арқылы өңделіп, метафораларды қабылдау ерекшеліктері мен эмоционалды реакциялар анықталды.

Сауалнама нәтижесі бойынша «күрес» метафоралары (*struggle metaphors*) мәтіндерде 34% жиілікпен қолданылып, респонденттердің 62%-

ында мотивациялық реакция тудырған. Бұл метафоралар аудиторияны белсенді шаралар қабылдауға жұмылдыруда шешуші рөл атқарады. «*Fighting climate change,*» «*battle to save the planet,*» «*striking back against deforestation,*» «*launching an assault on plastic waste*» және «*combatting the rise of global temperatures,*» немесе «*war on carbon emissions*» сияқты тіркестер жағдайдың өзектілігін көрсетеді және жедел араласуды қажет ететін дағдарыс сезімін тудырады.

Мысалы:

“It is essential to our national security that we *fight climate change* at home, through decarbonisation, and that we promote regenerative agriculture at home and in frontline countries around Europe” (The Guardian /2025/Jun/05).

“The Independent has chosen this year to salute those efforts of the people who are leading the way in the *battle to save our planet*” (The Independent/2025/Jul/22).

“As the temperature of our planet creeps up, for many *the fight to stop climate change* is truly a matter of life and death” (The BBC /2021/Nov/09).

Бұл метафоралар аудитория арасында алаңдаушылық пен әрекет етуге деген ұмтылысты тудырады, әсіресе экологиялық бастамаларға қатысуға және әдеттерін өзгертуге дайын жас респонденттер (18-35 жас) арасында байқалады. Бұл тұрғыда күрес (*struggle*) метафоралары климаттық мәселелерді шешу үшін жеке жауапкершілік сезімін арттырады деп айтуға болады.

Алайда, мұндай метафораларды шамадан тыс қолдану жағымсыз салдарға әкелуі мүмкін екенін ескерген жөн. Аудитория дағдарыс пен қауіп туралы риторикаға үнемі тап болған кезде, мәселенің ауырлығы риторикалық клише ретінде қабылдана бастаған кезде “*catastrophe fatigue*” («апаттан шаршау») қауіпі туындайды, бұл мұндай хабарламаларға жауап беру қабілетінің төмендеуіне әкеледі. Мұны кейбір егде жастағы респонденттер растайды, олар бұл метафоралар мәселеге сындарлы көзқарастардан гөрі қорқыныш тудырды деп санайды.

Жиілігі жағынан екінші кездесетін метафора «қозғалыс және прогресс» метафоралары, бұлар мәтіндерде 28% жиілікпен қолданылып, респонденттердің 55%-ы тарапынан рационалды қабылданған. «Қозғалыс және прогресс» метафоралары (*movement and progress metaphors*), “*path to sustainability,*” “*movement toward a green economy,*” “*progressing along the road to zero emissions,*” “*embarking on the journey to carbon neutrality*” және “*following the roadmap to a sustainable future*” сияқты тіркестерде көрініс тапқан саяхат немесе біртіндеп прогресс тұжырымдамасын қамтыды.

Мысалы:

“Obviously this is still hugely important but what this research shows is that there is a role for a new joyful *climate movement* which can help lead the way to less stuff and more joy” (The Guardian /2022/Mar/08).

“Within a generation we need to *move to a green and fair economy* that

respects nature's limits and prioritises wellbeing" (Green Economy Coalition /2020/Jan/16).

"This is about cutting emissions, not corners. Our *roadmap provides clear standards and criteria* that must be followed when developing net zero commitments. Right now, the planet cannot afford delays, excuses, or more greenwashing" (The Independent /2022/Nov/08).

Бұл метафоралар экологиялық мәселелерді шешудің біртіндеп және жүйелі үдерісін көрсетеді. Бұл метафоралар оқырмандарға климаттың өзгеруін ұжымдық және ойластырылған күш-жігерді қажет ететін ұзақ мерзімді міндет ретінде қабылдауға көмектеседі. Мұндай метафоралар әсіресе экологиялық мәселелерді мемлекеттік және бизнес деңгейлеріндегі институционалдық өзгерістерді қажет ететін күрделі, ұзақ мерзімді міндеттер ретінде қарастыратын егде жастағы респонденттер (60 жастан асқан) арасында тиімді.

Осы метафораларды медиадискурста қолдану мәселеге саналы және ұтымды көзқарасты қалыптастыруға ықпал етеді. Қорқыныш пен шұғылдық сезімдерінің орнына, қозғалыс және прогресс метафоралары жаңартылатын энергия көздеріне көшу және экологиялық саясатты өзгерту сияқты біртіндеп, бірақ тұрақты шешімдерді қабылдауды ынталандырады. Осылайша, бұл метафоралар қоршаған ортаның жағдайын жақсарту бойынша ұзақ мерзімді және дәйекті жұмыс үшін ойлауды қалыптастыруда маңызды рөл атқарады.

«Шұғылдық және уақыт» метафоралары (*urgency and time metaphors*) мәтіндерде 22% жиілікпен қолданылып, респонденттердің 47%-ында қысым мен уайым тудырған. Мысалы, "*race against time,*" "*the clock is ticking on climate change,*" "*the final countdown for the Earth's ecosystems,*" "*in a race to halt global warming*" және "*approaching hours of the ecological crisis,*" сияқты тіркестер шұғылдық пен уақытқа байланысты метафораларды бейнелейді және әрекет етудің өзектілігін көрсетеді.

Мысалы:

"We are *in a race against the climate crisis*. And negotiations are taking up all our space and time, when what is needed is real and urgent action" (The Independent /2022/Nov/06).

"*The clock is ticking,* and both the governments and other stakeholders will need to think long and hard about investment in the energy system if they don't want to see targets slip further out of reach" (The BBC /2025/Feb/23).

"He said "*the clock is ticking*" and carbon emissions needed to come down" (The BBC /2021/Oct/17).

"*It's a race against time* and one in which we are losing. Everyone knows it" (The BBC /2020/Sep/26).

"Either the climate crisis has a very fortunate feature that allows *the countdown to catastrophe* to be continually reset, or we are deluding ourselves with endless declarations that time has not quite run out" (Phys.org/2024/Aug/24).

Бұл метафоралар мәселені шешуге уақыт азайып бара жатқандай әсер қалдырады, бұл алаңдаушылық пен қажеттілік сезімін күшейтеді, әсіресе кең аудитория арасында экологиялық апаттың алдын алу үшін жедел әрекет ету қажеттілігін күшейтеді.

«Табиғат Тірі Ағза ретіндегі» метафорасы (*metaphor of Nature as a Living Organism*) сауалнама деректері бойынша сирек қолданылғанына қарамастан (16%), ең жоғары эмоционалды әсерге (68%) ие болды. Бірнеше мақалаларда табиғат «азап шегетін» немесе «өлетін» тірі жан ретінде бейнеленген. “*The Earth is dying,*” “*Mother Earth is in pain,*” “*nature’s wounds are deepening,*” “*the Earth’s lungs are collapsing,*” “*Wildlife is struggling to survive,*” “*the land is crying out for help,*” “*the Earth is sick and needs healing*” and “*nature is crying*” сияқты тіркестер эмоционалды компонентке назар аударады және оқырмандардың жанашырлығын тудырады. Бұл метафоралар табиғатты қорғауды қажет ететін тірі болмыс ретінде қабылдауға ықпал етеді.

Мысалы:

“And expedition leader, Prof Markus Rex, returned with a warning. “*The sea-ice is dying,*” he said” (The BBC /2020/Oct/12).

“Reed said: “*Nature is dying.* Britain is one of the most nature depleted countries in the world. Our animal species face extinction. Our precious landscapes are in decline. Our rivers, lakes and seas are awash with sewage and pollution” (The Guardian /2024/Jul/30).

“It’s the fault of the big businessmen, whose only thought is to destroy the land, to wipe out the forests, believing the land will survive without them. But it won’t survive. *The earth is dying* because man himself is killing it” (The Guardian /2024/Nov/15).

“*The Earth is sick ... the Earth is crying out for help,*” the health secretary warned as she sat in the smoke-veiled clinic, quoting a recent address by Pope Francis in which he urged people to change their ways” (The Guardian /2024/Oct/02).

Бұл метафоралардың эмоционалды әсері барлық жас топтарында күшті болды, бұл табиғатпен ынтымақтастық сезімін және экологиялық дағдарысқа қоғамдық көзқарасты тудырды.

Сонымен, зерттеу нәтижелері концептуалды метафоралардың климаттық мәселелер бойынша экологиялық медиадискурстың эмоционалды және бағалау аспектілерін қалыптастыруда шешуші рөл атқаратынын көрсетті. Метафора түріне байланысты климаттың өзгеруін шұғыл және апатты қауіп ретінде де, мұқият жоспарлауды және біртіндеп шешуді қажет ететін ұзақ мерзімді міндет ретінде де қабылдауға болады.

**«Күрес» метафоралары** өзектілікке баса назар аударады және аудиторияны, әсіресе жас ұрпақ арасында әрекет етуге шақырады. Алайда, егер бұл метафоралар шамадан тыс қолданылса, «апаттан шаршау» қаупі бар, бұл десенсибилизацияға немесе мәселеге жауаптың төмендеуіне әкелуі мүмкін. Кейбір егде жастағы респонденттер мұндай метафоралар

конструктивті шешімдерді ұсынбай-ақ қорқыныш тудыратынын атап өтті.

«Қозғалыс және прогресс» метафоралары ұтымды ойлауды және жүйелі шешімдерді ынталандыру арқылы климат мәселелеріне неғұрлым қалыпты және ұзақ мерзімді көзқарасты дамытуға ықпал етеді. Мұндай тәсіл жауапты, салмақты әрекеттерді ілгерілетуде тиімді, әсіресе климаттың өзгеруін институционалдық деңгейде құрылымдық өзгерістер арқылы шешуді қажет деп санайтын аға буын өкілдері арасында.

«Шұғылдық және уақыт» метафоралары уақыттың өтіп бара жатқанын сезінуді күшейтеді, алаңдаушылық сезімін тудырады және дереу шешімдерді іздеуге итермелейді. Бұл метафоралар кең тартымдылыққа ие, бірақ олар үміт туралы хабарламалармен немесе алға жасалған нақты кадамдармен үйлеспесе, үмітсіздік сезімін тудыруы мүмкін.

«Табиғат Тірі Ағза ретіндегі» метафоралар эмоционалды деңгейде терең резонанс тудырып, климаттың өзгеруі мәселесін өзекті етеді, табиғатты қорғауды қажет ететін тірі тіршілік иесі ретінде көрсетеді. Алайда бұл метафоралар кейде практикалық шешімдермен немесе болашаққа деген үмітпен ұштаспаса, дәрменсіздік не фатализм сезімін қалыптастыруы мүмкін.

Осы талдауларды жүйелей отырып, төмендегі кестеде экологиялық медиадискурстағы концептуалды метафоралардың пайыздық таралуы мен аудитория реакциясының көрсеткіштері ұсынылады (Кесте 1).

Кесте 1. Экологиялық медиадискурстағы концептуалды метафоралардың пайыздық таралуы

№	Метафора түрі	Ж а л п ы қолданыс жиілігі (%)	Аудиторияның реакциясы (%)	Қысқаша сипаттама
1.	Күрес (Struggle metaphors)	34%	62% – мотивацияланған (жастар)	Қауіппен күрес, батыл әрекетке шақыру. Алаңдаушылық пен тез әрекет етуге итермелейді.
2.	Қозғалыс және прогресс (Progress)	28%	55% – р а ц и о н а л д ы қабылдаған	Жүйелі, кезең-кезеңмен алға жылжу идеясын береді. Институционалдық өзгерістерге сенім артады.
3.	Шұғылдық және уақыт (Urgency)	22%	47% – уайым, қысым сезінген	Уақыт аз, тез шешім керек деген әсер қалдырады. «Тез әрекет етпесек, бәрі кеш болады» риторикасы.
4.	Табиғат тірі ағза ретінде (Nature as a Living Organism)	16%	68% – э м о ц и о н а л д ы әсер алған	Табиғатқа жан бігіріп, оны «тірі» етіп көрсету. Эмпатияны күшейтеді, бірақ кейде дәрменсіздік тудырады.

Сонымен қатар, зерттеу барысында анықталған метафоралар экологиялық медиадискурсын қалыптастыруға көмектескен әртүрлі лингвистикалық құралдар арқылы көрініс тапты. Бұл құралдарға іс-әрекетке

бағытталған етістіктер, зат есімдер, демеулік тіркестері, сын есімдер, дараландыру және жалпы идиомалар кірді.

Іс-әрекетке бағытталған етістіктер «күрес» метафораларын құруда шешуші рөл атқарды. “*Fight,*” “*combat,*” “*wage,*” “*battle,*” және “*launch*” сияқты етістіктер климаттың өзгеруін жеңіліске ұшырайтын қарсылас ретінде бейнелеп, экологиялық қауіптерге қарсы жалғасып жатқан соғыстың бейнесін жасады. «Уақыт» метафораларында “*race*” “*approach,*” және “*run out*” сияқты етістіктер шұғылдық пен уақыт қысымын күшейтті.

Әсерлі бейнелерді тудыру үшін қолданылған зат есімдердің ішінен «*Nature as a Living Organism*» мен «*Struggle*» метафораларын атап өтуге болады. “*War on carbon emissions,*” “*battle to save the planet,*” немесе “*the Earth’s lungs*” сияқты тіркестер абстрактілі ұғымдарға мән беріп, оларды нақтырақ етті. «Табиғат Тірі ағза ретінде» метафорасында “*lungs,*” “*wounds,*” және “*pain*” сияқты биологиялық терминдерді қолдану жерді бейнелеп, қоршаған ортаны қорғау мәселелерімен эмоционалды түрде айналысуға ықпал етті.

«Қозғалыс және прогресс» метафораларында “*on the path to sustainability*” және “*along the road to zero emissions*” сияқты демеулік тіркестер мақсатқа жету жолындағы қозғалыс пен прогреске баса назар аудару үшін маңызды болды. Бұл тіркестер климаттың өзгеруіне қарсы күресті саяхат ретінде тұжырымдап, біртіндеп және әрі үздіксіз жүзеге асатын күш-жігерді білдірді.

Сипаттамалық тілді қолдану метафоралардың эмоционалды-бағалау аспектісін күшейтті. “*Urgent,*” “*immediate,*” “*catastrophic,*” және “*dire*” сияқты сын есімдер дағдарыстың маңыздылығын «күрес» және «шұғылдық пен уақыт» метафораларында атап өтті, ал “*sustainable*” және “*gradual*” сияқты сын есімдер «қозғалыс және прогресс» метафораларының ұзақ мерзімді сипатын көрсетті. “*Immediately*” немесе “*gradually*” сияқты үстеулер метафоралар ұсынған әрекет қарқынын одан әрі жетілдірді.

«Табиғат Тірі Ағза ретіндегі» метафорасы адам бойындағы қасиеттерді табиғатқа жатқыза отырып, дараландыруға көп сүйенді. “*The Earth is dying,*” “*nature is crying,*” және “*the land is calling for help*” сияқты тіркестер табиғатқа адамның эмоцияларын ұялатып, экологиялық дағдарысты неғұрлым қолайлы етіп, аудиторияның қоғамдық реакциясын тудырды.

“*The clock is ticking*” немесе “*race against time*” сияқты жалпы идиомалар уақыт пен шұғылдыққа қатысты метафораларына ықпал етті. Бұл таныс тіркестер хабарламаның қол жетімділігін арттырды, сонымен бірге іс-әрекетті жасауға уақыттың қысқарып бара жатқанын атап өтті.

Бұл тілдік құралдар экологиялық дағдарыстардың мазмұнын жеткізіп қана қоймай, сонымен қатар аудиторияның климаттың өзгеруіне деген түсінігі мен реакциясын басшылыққа ала отырып, мәселелерді бағалау және эмоционалды қабылдауды қалыптастырды.

### **Қорытынды**

Бұл мақалада климаттық мәселелерді сипаттау үшін экологиялық медиадискурста қолданылатын концептуалды метафоралар мен бағалау сипаттамаларына талдау жасалған. Зерттеу концептуалды метафоралардың күрделі экологиялық мәселелерді құрылымдауда және қоғамдық қабылдауды қалыптастыруда шешуші рөл атқаратынын растайды.

Қоғамдық түсінікті қалыптастыратын және экологиялық мәселелерге деген көзқарасқа әсер ететін негізгі концептуалды метафоралар анықталып, талданды. Метафоралардың әр түрі аудиторияның эмоционалдық және когнитивтік реакцияларына, сондай-ақ белгілі бір әлеуметтік көзқарастар мен мінез-құлықтардың қалыптасуына әртүрлі әсер етеді:

- «*Күрес*» метафоралары мәтіндерде 34% жиілікпен қолданылып, респонденттердің 62%-ында мотивациялық реакция тудырған. Олар дағдарыс сезімін күшейтіп, жедел әрекетке шақырады, әсіресе жас аудитория арасында белсенділікке әсер етеді.

- «*Қозғалыс және прогресс*» метафоралары 28% жиілікпен қолданылып, респонденттердің 55%-ы тарапынан рационалды қабылданған. Бұл метафоралар ұзақ мерзімді, жүйелі шешімдерді қабылдауға және институционалдық өзгерістерге сенімділікті арттыруға ықпал етеді.

- «*Шұғылдық және уақыт*» метафоралары 22% жиілікпен қолданылып, 47%-да қысым мен уайым тудырған. Олар уақыттың азаюын сезіндіреді және дереу әрекет ету қажеттілігін көрсетеді.

- «*Табиғат тірі ағза ретінде*» метафорасы сирек қолданылғанына қарамастан (16%), ең жоғары эмоционалды әсерге (68%) ие болды. Бұл метафоралар табиғатқа жанашырлық сезімін арттырып, эмоционалды резонанс тудырады, кейде дәрменсіздік сезімін де қалыптастыруы мүмкін.

Сонымен қатар, метафораларды қалыптастырудағы тілдік құралдар (етістіктер, зат есімдер, демеулік тіркестері, сын есімдер, дараландыру және идиомалар) олардың эмоционалды және бағалау әсерін күшейтіп, аудиторияның климаттық мәселелерді түсінуіне және конструктивті әрекетке ықпал етеді.

Сонымен қатар, бұл жұмыс метафоралардың әлеуметтік және саяси дискурстың басқа салаларындағы рөлін әрі қарай зерттеуге, сондай-ақ медиа платформада коммуникациялық стратегияларды тиімдірек әзірлеуге негіз бола алады.

### **ӘДЕБИЕТ**

[1] Сухоруков Е. А. Современная немецкая сказка как инструмент формирования экологического сознания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2017. – 28 с.

[2] Хасанғалиева Б.К., Исакова, С.С., Исакова, А.С. Терминжасамдағы метафораның когнитивтік механизмдері // Абылай хан атындағы ҚХҚжәнеӘТУ Хабаршысы. «Филология ғылымдары» сериясы, 2024. – № 3 (74). – Б. 322-343.

[3] Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 256 p.

[4] Norgaard K. M. *Living in Denial: Climate Change, Emotions, and Everyday Life*. – Cambridge: MIT Press, 2011. – 304 p.

[5] Nerlich B., Jaspal, R. *Climate Change Metaphors: The Role of the Media in Shaping Public Understanding // Environmental Communication*. – 2023. – № 2 (6). – Pp. 147-168.

[6] Carvalho A. *Ideological Cultures and Media Discourses: The Role of the Media in the Construction of Public Perceptions of Climate Change // Sociology*. – 2007. – № 1 (41). – Pp. 11-28.

[7] Zhabayeva S. S. *The cognitive semantics of language: exploring linguistic aspects and the specific of metaphoric representation // Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Philology Series*. – 2023. – № 3. – Pp. 79-86.

[8] Громорушкина А. А. *Концептуальная метафора в экологическом дискурсе СМИ // Вестн. МГЛУ. Сер. Гуманитарные науки*. – 2019. – № 4 (820). – С. 91-99.

[9] Boers F. *Metaphor Awareness and the Learning of the Language of Science // Journal of English for Academic Purposes*. – 2000. – № 3 (2). – Pp. 253-274.

[10] Skinnemoen J. *Metaphors in Climate Change Discourse*. – University of Oslo, 2009. – 147 p.

[11] Antilla L. *Climate of Doubt: Media Coverage of Climate Change in the United States // Environmental Politics*. – 2005. – №. 3 (14). – Pp. 422-426.

## REFERENCES

[1] Suhorukov E. A. *Sovremennaja nemeckaja skazka kak instrument formirovaniya jekologicheskogo soznaniya: avtoref. dis. ... kand. filol. Nauk [Modern German fairy tale as a tool for the formation of environmental consciousness: abstract of cand. of phil. sc.]* – M., 2017. – 28 s. [in Rus.]

[2] Hasangalieva B.K., Isakova, S.S., Isakova, A.S. *Terminjasamdağy metaforanyñ kognitivtik mehanizmderi [Cognitive Mechanisms of Metaphor in Terminology Formation] // Bulletin of Kazakh Ablai Khan UIR&WL. Series: Philological sciences, 2024. – № 3 (74). – B. 322-343. [in Kaz.]*

[3] Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – University of Chicago Press, 2003. – 256 p.

[4] Norgaard K. M. *Living in Denial: Climate Change, Emotions, and Everyday Life*. – Cambridge: MIT Press, 2011. – 304 p.

[5] Nerlich B., Jaspal R. *Climate Change Metaphor: The Role of the Media in Shaping Public Understanding // Environmental Communication*. – 2023. – № 2 (6). – Pp. 147-168.

[6] Carvalho A. *Ideological Cultures and Media Discourses: The Role of the Media in the Construction of Public Perceptions of Climate Change // Sociology*. – 2007. – № 1 (41). – Pp. 11-28.

[7] Zhabayeva S. S. The cognitive semantics of language: exploring linguistic-cultural aspects and the specific of metaphoric representation // Bulletin of L. N. Gumilyov Eurasian National University. Philology Series. – 2023. – № 3. – Pp. 79-86.

[8] Gromorushkina A. A. Konceptual'naja metafora v jekologicheskom diskurse SMI [Conceptual metaphors in the ecological media discourse] // Bulletin of MHLU. Humanitarian sciences. – 2019. – № 4 (820). – S. 91-99. [in Rus.]

[9] Boers F. Metaphor Awareness and the Learning of the Language of Science // Journal of English for Academic Purposes. – 2000. – № 3 (2). – Pp. 253-274.

[10] Skinnemoen J. Metaphors in Climate Change Discourse. – University of Oslo, 2009. – 147 p.

[11] Antilla L. Climate of Doubt: Media Coverage of Climate Change in the United States // Environmental Politics. – 2005. – № 3 (14). – Pp. 422-426.

## **РОЛЬ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МЕТАФОР В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ МЕДИДИСКУРСЕ**

\*Искакова Н.С.<sup>1</sup>, Джунусбаева М.К.<sup>2</sup>

<sup>\*1,2</sup> Казахский университет международных отношений  
и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан

**Аннотация.** Экологические кризисы и изменение климата - одни из самых актуальных тем в современном мире в глобальном медиадискурсе. Лингвистические средства, используемые для описания изменения климата, в частности концептуальные метафоры, играют решающую роль в формировании общественного восприятия.

Целью данного исследования является выявление концептуальных метафор и их когнитивно-лингвистический анализ в экологическом медиадискурсе, связанным с экологическими проблемами и изменением климата. Также, основное внимание уделяется изучению того, как концептуальные метафоры влияют на общественное мнение.

Исследование подчеркивает когнитивную значимость концептуальных метафор при описании экологических проблем и дает представление об их более эффективном использовании. Тем самым, научная значимость исследования заключается в выявлении механизмов формирования восприятия глобальных экологических проблем через язык, а также в оценке когнитивных и эмоциональных эффектов, возникающих при использовании концептуальных метафор. Практическая значимость связана с возможностью применения результатов для дальнейших научных исследований, посвященных экологическому дискурсу, а также для чтения вузовских учебных дисциплин, таких как, межкультурная коммуникация, когнитивная лингвистика медиалингвистика и т.д.

Методология включает контент анализ, когнитивно-лингвистический анализ, а также опрос реципиентов с целью выявления того, как различные концептуальные метафоры влияют на их восприятие экологических проблем.

Результаты исследования демонстрируют, что метафоры способствуют как упрощению сложной информации для широкой аудитории, так и эмоциональному вовлечению, однако их чрезмерное использование может негативно повлиять на восприятие и привести к снижению интереса к информации. Исследование вносит вклад в изучение когнитивных механизмов влияния языка на экологическое поведение и осведомленность, предлагая рекомендации для более эффективного использования метафор в медийной коммуникации.

**Ключевые слова:** концептуальные метафоры, экологические кризисы, экологический медиадискурс, изменение климата, общественное мнение, эмоциональное восприятие, стратегия, оценка

## THE ROLE OF CONCEPTUAL METAPHORS IN SHAPING PUBLIC OPINION IN ECOLOGICAL MEDIADISOURSE

\*Iskakova N.<sup>1</sup>, Junusbayeva M.<sup>2</sup>

\*<sup>1,2</sup> Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan

**Abstract.** Ecological crises and climate change are some of the most pressing issues in global mediadiscourse today. The linguistic tools used to describe climate change, particularly conceptual metaphors, play a crucial role in shaping public perception.

The aim of this research is to identify conceptual metaphors and provide cognitive-linguistic analysis of them in ecological mediadiscourse related to environmental issues and climate change. Also, the primary focus is on exploring how conceptual metaphors influence public opinion.

The research highlights the cognitive significance of conceptual metaphors in describing environmental problems and offers insights into their more effective use. Thus, the scientific significance of the study lies in the identification of mechanisms for the formation of perception of global environmental problems through language, as well as in the assessment of cognitive and emotional effects arising from the use of conceptual metaphors. The practical significance is associated with the possibility of applying the results for further scientific research on environmental discourse, as well as for reading university academic disciplines such as intercultural communication, cognitive linguistics, media linguistics, etc.

The methodology includes content analysis, cognitive-linguistic analysis, as well as a survey of recipients in order to identify how various conceptual metaphors affect their perception of environmental problems.

The results of the study demonstrate that metaphors contribute both to the simplification of complex information for a wide audience and to emotional engagement, however, their excessive use may negatively affect perception and lead to a decline in interest in the content. The research contributes to the study of the cognitive mechanisms of the influence of language on environmental behavior and awareness, offering recommendations for more effective use of metaphors in media communication.

**Keywords:** conceptual metaphors, ecological crises, ecological mediadiscourse, climate change, public opinion, emotional perception, strategy, evaluation

*Мақала түсті / Статья поступила / Received: 04.11.2025.*

*Жариялауға қабылданды / Принята к публикации / Accepted: 26.03.2026.*

***Авторлар туралы мәлімет:***

Искакова Назира Сериковна – PhD, қауымдастырылған профессор, Абылай хан атындағы қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан, e-mail: [iskakova\\_nazira@mail.ru](mailto:iskakova_nazira@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-9027-212X>

Джунусбаева Мадина Калдарбековна – аға оқытушы, Абылай хан атындағы қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан, e-mail: [mjunusbayeva@gmail.com](mailto:mjunusbayeva@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0001-8727-3364>

***Информация об авторах:***

Искакова Назира Сериковна - PhD, ассоциированный профессор, Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан, e-mail: [iskakova\\_nazira@mail.ru](mailto:iskakova_nazira@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-9027-212X>,

Джунусбаева Мадина Калдарбековна – старший преподаватель, Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан, e-mail: [mjunusbayeva@gmail.com](mailto:mjunusbayeva@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0001-8727-3364>

***Information about the authors:***

Iskakova Nazira - PhD, Associate professor, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan, e-mail: [iskakova\\_nazira@mail.ru](mailto:iskakova_nazira@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-9027-212X>

Junusbayeva Madina – senior teacher, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan, e-mail: [mjunusbayeva@gmail.com](mailto:mjunusbayeva@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0001-8727-3364>