

РОЛЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО И КОГНИТИВНОГО КОНТЕКСТА В ДЕКОДИРОВАНИИ МЕТАФОРЫ

*Работа представлена кафедрой английского языкознания МГУ им. М. В. Ломоносова.
Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор О. В. Александрова*

В статье обосновывается важность понимания когнитивных оснований метафорического переноса и особенностей метафорического малого и большого синтаксиса для успешного декодирования метафор в англоязычной деловой прессе и последующего их использования при написании статьей данной тематики.

Ключевые слова: *метафора, контекст, когнитивный, синтаксис.*

ROLE OF LINGUISTIC AND COGNITIVE CONTEXT IN METAPHOR DECODING

The purpose of the article is to demonstrate how the understanding the cognitive grounds of metaphoric mapping and features of metaphoric syntax, both minor and major, can help decode metaphors in the English language business press and pave a way to their productive use in writing.

Key words: metaphor, context, cognitive, syntax.

Под метафорическим контекстом принято понимать минимальный отрезок текста, который служит для понимания смысла метафорической конструкции. Существуют разные контекстные типологии. Г. Н. Скляревская выделяет «широкий» контекст («предложение, которое не только дает возможность отнести слово к определенному семантическому классу, но и способствует раскрытию его семантики» [7, с. 133]) и «узкий» (словосочетание, идентифицирующее тот «указательный минимум», который достаточен для отнесения слова к определенному семантическому классу). Данный подход не учитывает роли экстралингвистических факторов в понимании метафоры. О. Н. Лагута дает следующую классификацию контекстов [6]:

1. Формальный / фиксирующий контекст не содержит компонентов, несущих информацию о семантике метафоры.

2. Содержательный контекст.

а) Содержательный лингвистический контекст включает в себя языковые компоненты, способствующие раскрытию семантики метафоры (дефиниционный, синонимический, антонимический, звуко-образительный контекст);

б) экстралингвистический контекст либо содержит описание ситуации, провоцирующей выбор той или иной языковой метафоры, либо отражает коллективные представления о предмете речи.

В своем диссертационном исследовании Т. А. Ширяева предлагает различать типичный метафорический контекст (микрконтекст – слово или словосочетание, макрконтекст – целое предложение) и когнитивный контекст («для декодирования надо привлечь универсальное знание того или иного понятия

и весь комплекс ассоциаций, которые сопутствуют этому понятию» [8, с. 112]). Данный подход представляется наиболее разумным, поскольку соответствует пониманию метафоры как лингвистического и когнитивного инструмента, с одной оговоркой: на уровне слова метафору вычленить зачастую невозможно. Поэтому в современных работах по метафорике принято считать, что весь окружающий дискурс поясняет метафору.

В соответствии с теорией когнитивной метафоры, метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний, называемых «источником» и «целью». В процессе метафоризации цель структурируется по образцу источника, т. е. происходит «метафорическая проекция» (metaphorical mapping), или «когнитивное отображение» (cognitive mapping). Устойчивые соответствия между областью источника и областью цели, фиксированные в языковой и культурной традиции данного общества, получили название «концептуальных метафор» [3, с. 11]. Концептуальная метафора представляет собой способ думать об одной области через призму другой, а взаимосвязь между понятийными сферами, обуславливающая метафорический перенос, укоренена в сознании носителей языка. Поэтому анализ метафорических моделей логично начинать с когнитивного контекста.

При рассмотрении метафор, описывающих мир бизнеса в английской прессе, вычленяются следующие области-источники метафорической экспансии: FIGHTING AND WARFARE, SPORT, GAMBLING, JOURNEYS, FARMING AND GARDENING, SHIPS AND SAILING, HEALTH AND FITNESS, COOKING AND EATING, COURTSHIP AND MARRIAGE, MECHANISMS AND MACHINES.

Эти метафорические модели, типичные для публицистического экономического дискурса, формируют его как таковой, как специфический и отличающийся от других типов дискурса, и относятся к «дискурсивным практикам» (термин А. Н. Баранова). Для их декодирования необходимы фоновые знания культурной специфики и особенностей менталитета носителей языка. В качестве примера приведем метафоры, основанные на спортивном жаргоне: в американском английском это в первую очередь бейсбол, а в британском – крикет и бокс:

- Curve ball (baseball). A ball deliberately thrown to go in an unexpected direction. In business used figuratively to denote a trick or deception.

E. g. How to get competitors off your scent? Throw them a curveball – a clever move that gets them looking the other way while you capture customers' wallets (The Washington Post).

- Throw in the towel (boxing). To stop the fight. In business used figuratively in the meaning “to give up, to not pursue an objective”.

E. g. Bankers throw in the towel over Rock: Government ready to rule out commercial rescue after failure to secure funding deal (The Telegraph).

- On a sticky wicket (cricket). After rain, the cricket ground becomes soft and the ball bounces more erratically, making it more difficult for the batsman. In business it means “to be in a difficult situation”.

E. g. WTO on a sticky wicket against Japan's rice bowlers (The Age).

Анализ лингвистического контекста требует рассмотрения метафорического синтаксиса – малого (типы метафорических словосочетаний) и большого (маркеры метафор в предложении). Среди словосочетаний преобладают именные – субстантивные (в том числе препозициональные) и адъективные (talent war, monetary deluge, ailing electronics giant) и глагольные (to tiptoe into the market, to hijack a commercial project, to seed Internet start-ups, to tame inflation, to derail business models), тогда как метафоры адвербиальные (e. g. He walked away sheepishly) и possessивные (e. g. She

turned her swan's neck) практически не встречаются. Использование метафор в позиции подлежащего влечет за собой согласование сказуемого с фиктивным денотатом метафоры. Этот факт подметила еще Н. Д. Арутюнова [2]. Она его называет процессом развертывания метафоры, который понимается как последовательное осуществление «поверхностного» семантического согласования сквозь все предложение, в результате чего возникает образ, реализуемый в метафоре. Происходит синтаксическое и семантическое согласование компонентов предикативного знака метафорического характера. Например:

- The merger wave has been sweeping all before it since 2003 (The Economist).

- Most mergers fail: from AOL Time Warner to DaimlerChrysler, the corporate landscape of the past decade is littered with wrecks (The Economist).

- The sea of debt that has buoyed business and asset prices for the past 15 years is receding fast (The Economist).

Таким образом, коллокации, типичные для слов в их прямом номинативном значении, используются с этими словами и в их метафорическом употреблении. «Язык состоит из слов и способов их введения в связную речь на основе диалектического единства коллокации (лексико-фразеологических связей между словами) и коллигации (формальных или грамматических правил, управляющих введением в речь слов как частей речи). Речь состоит из предельных синтагматических единиц и «последовательностей», в каждой из которых обязательно воспроизводятся данные фразеологические и грамматические закономерности и правила введения данного слова в данное произведение речи» [1, с. 13]. Выделение частотных воспроизводимых метафорических коллокаций представляет особый интерес с точки зрения практического обучения.

Однако функционирование метафор в дискурсе подчиняется особым закономерностям и зачастую сопряжено с нарушением сочетаемости слов и деформацией идиом. Расширение комбинаторных возможностей слов, реализующихся в непривычных сочетаниях, способствует появлению дополнительных

оттенков значения. Деформация «устойчивых метафор» в английской прессе относится к числу активно используемых журналистских приемов [5, с. 32]. Например: «Without intending harm to the avian population, it is sometimes good to kill two birds with one stone. The housing sector is in crisis. Official action is required. That is the first financial bird. The pension fund sector and other institutional investors with long-term liabilities want the Government to issue more index-linked long-term securities... That is my second financial bird» (Daily Telegraph).

Отдельно следует упомянуть текстообразующую функцию метафор. Для газетных метафор характерна способность к развертыванию в тексте, а также использование одной доминантной области-источника метафорической экспансии, вокруг которой строится статья. На когнитивном уровне это соотносится с организующим свойством текстов массовой коммуникации в целом, что проявляется в четком структурировании информационного потока с помощью устойчивых концептуальных моделей, следовательно, ведет к созданию упорядоченной языковой картины мира [4, с. 182]. Рассмотрим следующий пример:

Under intensive care (The Economist. Dec. 13th. 2007)

UBS and Citigroup take steps to reassure investors. But big questions remain.

SURGERY, as any doctor knows, is just one step on the road to **recovery**. Two of the biggest

banking **casualties** of the carnage in America's mortgage market are **out of the operating theatre** – though not by any means in the clear. On December 11th, after five leaderless weeks, America's Citigroup announced that Vikram Pandit, the head of its investment-banking division, would be its new chief executive. The previous day Switzerland's UBS had unveiled write-downs and capital **injections** designed to reassure investors that the worst of the subprime crisis was over. But the long-term **prognosis** on these two huge banks remains decidedly uncertain.

Все подчеркнутые слова в данном отрывке взяты из концептуальной области HEALTH и перенесены на область-цель BUSINESS для описания кризиса в банковской сфере. Метафоры способствуют целостности построения и восприятия текста, организуя его композиционно и когнитивно, обеспечивая понимание сложной темы.

Успешное декодирование метафор невозможно без знания когнитивного контекста (ассоциаций, представлений, концептов, обуславливающих перенос) и лингвистического контекста (способов интегрирования метафор в предложение и текст). Распознавание метафоры, в свою очередь, является первым шагом на пути к «метафорической компетенции», т. е. к толкованию и грамотному использованию метафор в своей речи и при написании текстов различных стилей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Александрова О. В.* Проблемы экспрессивного синтаксиса. М.: Высшая школа, 1984. 211 с.
2. *Арутюнова Н. Д.* Языковая метафора: синтаксис и лексика // *Лингвистика и поэтика*. М., 1979. С. 147–173.
3. *Баранов А. Н.* Предисловие редактора // *Метафоры, которыми мы живем*. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
4. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов. М.: Едиториал УРСС, 2005. 288 с.
5. *Изотова А. А.* Деформация «устойчивых метафор» в стиле массовой коммуникации // *Язык. Сознание. Коммуникация*. М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 17 С. 34–37.
6. *Лагута О. Н.* Метафорология: теоретические аспекты. Новосибирск: Новосибирский государственный ун-т, 2003. Ч. 1. URL: <http://www.russian.slavica.org/article323.html>
7. *Склярская Г. Н.* Метафора в системе языка. СПб.: Наука, 1993. 151 с.
8. *Ширяева Т. А.* Метафора как фактор прагма-семантической характеристики текстов публицистического стиля: Дис. на соис. учен. степ. канд. филол. наук. Пятигорск, 1999. 174 с.