
УДК 811.111: 81'.373.612.2

ББК 81.432.1

Б 90

Буглак С. И.

Кандидат филологических наук, профессор кафедры английского языка Государственной Полярной академии, e-mail: buglak3@yandex.ru

Соотношение сравнения и метафоры в английском языке (Рецензирована)

Аннотация:

Рассматриваются сходство и различия в функционировании сравнения и метафоры. Отмечается, что сравнение является основной когнитивной метафорой типа Life is journey, в ее основе лежат образное сравнение (simile), аналогия и ассоциативное сходство, а аналогия является типом сравнения, хотя и более развернутым. Сравнение эллипсично, а метафора имплицитна, они являются сферой действия образной речи. Выделяются нереальное, образное сравнения, а также реальные сравнения одинаковой, избыточной и достаточной степеней. Автор приходит к выводу, что не все типы метафор могут быть объяснены в терминах сравнения.

Ключевые слова:

Сравнение, метафора, образное сравнение, аналогия, ассоциативное сходство, когнитивная метафора

Buglak S.I.

Candidate of Philology, Professor of English Language Department of the State Polar Academy, e-mail: buglak3@yandex.ru

Correlation of comparison and metaphor in the English language

Abstract:

The paper examines similarity and distinctions in comparison and metaphor functioning. Comparison is the basis of cognitive metaphor of the type Life is journey. Its basis consists of figurative comparison (simile), the analogy and associative similarity. The analogy is a more expanded comparison type. Comparison is explicit and a metaphor is implicit. Comparison and a metaphor represent a sphere of action of figurative speech. This paper distinguishes unreal, figurative comparisons, as well as real comparisons of identical, superfluous and sufficient degrees. However, all types of metaphors cannot be explained in comparison terms.

Keywords:

Comparison, metaphor, figurative comparison, analogy, associative similarity, a cognitive metaphor.

Начиная с Аристотеля, который определил метафору как скрытое сравнение, в современном языкознании наблюдается тенденция полагать, что в основе метафоры лежит сравнение. Так, например, в известном словаре Макмиллана утверж-

дается: «Metaphor is a type of comparison when you use a word or phrase metaphorically you are using the meaning that has developed from the literal meaning» [1: 941]. С одной стороны, сравнение считается более широким, чем метафора. Однако при ином подходе, когда к метафоре относят все переносные значения слова (тропы), сравнение, наоборот, становится частью метафоры. Также неясно, какое сравнение лежит в основе метафоры. Дело в том, что сравнение - широкая категория, которая включает несколько типов, поэтому важно определить тип сравнения, лежащий в основе метафор. Выдвигается и другая точка зрения, согласно которой в основе метафоры лежит аналогия. Аналогия также является разновидностью сравнения. Наконец, В.В. Бурлакова показывает, что в основе метафоры может лежать ассоциативное сходство (heart of stone) [2: 51-52]. Метафора также, в свою очередь, имеет много типов и разновидностей, поэтому мы остановимся в основном на одном - когнитивной метафоре, которая занимает значительное место в современных исследованиях. Особенно часто в качестве когнитивной метафоры выдвигается номинативный тип «Argument is a war»-N is N2.

Несмотря на большую традицию изучения сравнения, целостного представления о нем не имеется. В основном сравнение понимается как содержательная и формальная категория, устанавливающая, в чем вещи, явления сходны и в чем различны [3: 85-100]. При изучении сравнения в грамматике дело сводится к установлению сравнительной и превосходной степени. Однако имеется ряд работ, уточняющих этот список. В частности, не вызывает сомнения наличие одинаковой степени - экватива (equal degree) (*This watch is/is not as cheap as that one*). Спорным является наличие элатива как степени, промежуточной между сравнительной и превосходной (*It is a most interesting book*). Ср.: *This is most interesting book-this is a most interesting book-this is the most interesting book*.

Известный лингвист Роберт Клоуз (R. Close) выделяет ряд других степеней - избыточную, достаточную и недостаточную (при отрицании) [4: 29]. Ср.: *This is too heavy trunk to carry; This is a trunk heavy enough to carry; these shoes are not good enough to wear*.

При помощи модификаторов сравнения можно выделить абсолютную степень, например: *It is the most interesting book by far*.

Уменьшительная степень является зеркальным отражением увеличительной: *It is the less interesting book*.

Несомненно, следует выделить нереальное сравнение, выражаемое при помощи союзов *as if, as though, like*. В грамматике их относят к придаточным обстоятельственным предложениям сравнения или же к придаточным сравнения или образа действия [5: 39 - 42]. К ним относятся придаточные с союзами *as if, as though*, а также обстоятельства образа действия с этими же союзами. Причем важно подчеркнуть, что принципиальной разницы в форме между сравнением явлений реальной действительности и образным сравнением нет, есть лишь различия в семантике. Ср.: *He writes as if he were left-handed; He writes as if he were crazy/mad*.

Реальное сравнение является отражением ситуаций в повседневном мире (больше / меньше, лучше / хуже). Однако, как показала С.Н. Должикова, формы реального сравнения могут функционировать в рамках образного с целью воздействия на адресата [6: 30-34].

Образное сравнение выражается в английском при помощи тех же модификаторов сравнения *as, as...as, like, as if, as though, just as ...so*.

В принципе, образное сравнение формируется на базе реального, однако соотносит явления, несходные между собой, которые устанавливаются самим говорящим. В основе таких сравнений лежит ассоциативное сходство, вызываемое у говорящего. Образное сравнение в ан-

глийском языке формируется в основном на базе модификаторов сравнения *as/like, as if/as though, just as*. С логической точки зрения у них отсутствует основание сравнения. Однако в языке они прекрасно работают и сравниваются слабо соотносимые явления на основании ассоциативного сходства.

Итак, что же лежит в основе метафоры? Когнитивные метафоры, изучаемые в последнее время, имеют в основном форму типа «Life is journey», «Argument is a war» (N1 is N2). В целом они являются ментальными конструктами и редко выражаются эксплицитно: «*Time is money, knowledge is power*». Согласно многим определениям и широко распространенному мнению в основе метафор подобного рода лежит образное сравнение, вводимое модификаторами сравнения *as/like*: «**A metaphor is a condensed simile, a short-cut in the meaning, which omits «as or like»** [7: 2]. Сравнение имеет формулу *A is like B*, а метафора – *A is B*, то есть сравнение выражает приближение явлений, а метафора их равенство. Сравнение обладает одним преимуществом по сравнению с метафорой: оно имеет формальные маркеры и выражается эксплицитно. Поэтому построим парадигму:

1. Argument is as a war.
2. Argument is like a war.
3. Argument is as if it is (was/were) a war.
4. Argument is as hostile as a war.
5. Just as a war (has its losers and gainers), so argument has losers and gainers.

Ближе всего к модели когнитивной метафоры высказывание с *as*, поскольку оно приближает к равенству между субъектной и предикативной частью. Однако в реальности более подходит подстановка *like*. Дело в том, что *like* по преимуществу является предлогом и легко сочетается с именем, которое также можно вводить при помощи модификатора сравнения *as*. Различие между ними заключается в том, что *as* вводит подобные неидентич-

ные явления, а *as*- ближе к одинаковым. Имеются различия и в грамматике: *like* is a preposition, used before a noun or pronoun, *as* is a conjunction, used before subject +verb or a prepositional expression» [8: 90]: *He runs like the wind; nobody knows her as I do (but: Don't use your plate as an ashtray)*. Функции также различны: сравнение для интенсификации (не случайно они часто интенсифицируют), а метафоры для создания скрытого образа, хотя, безусловно, сравнение также создает образность.

Существует точка зрения, в которой утверждается, что в основании метафоры лежит аналогия [9: 11-12]. В самом общем виде «*analogy is the comparison of two pairs which have the same relationship: Example: hot is to cold as fire is to ice*». Практически все определения аналогии сводятся к установлению сравнения двух или более явлений. Например, Dictionary.com.: «*Analogy is a comparison of two different things that are alike in some way*» (<http://dictionary.reference.com/browse/analogy>). Аналогия является мощным инструментом познания. Типичными примерами аналогии являются сравнения работы мозга и работы компьютера, насоса и сердца

Можно заметить, что именные метафоры тяготеют к сравнению с предлогом *like-N*, адъективные – к сравнениям с модификаторами *as, as...as*, глагольные – к аналогиям с частицей *just as*. Возьмем для примера аналогии, которые приводит Джорж Лакофф: «**Nation as – family-Metaphor**».

Just as a nurturant parent must protect his children, a government must protect its citizens-not only from external threats, but also from pollution, disease and etc.; Taxation: Just as in a nurturant family it is the duty of older and stronger children to help out those that are younger and weaker, so in the a nation it is the duty of citizens who are the better-off to contribute more than those who are worse-off”; morality is obedience; just as the good child obeys his parents, a moral person obeys a moral authority [9: 14].

Безусловно, семантические импликации, заложенные в той или иной когнитивной метафоре, довольно сложны и их трудно эксплицировать. Здесь имеет место нечеткость и субъективность в описании. Однако несомненно и то, что они носят характер аналогии, скорее ассоциативной, чем логической. Ср.:

He is a pillar of society;

1) *He is like a pillar of society;*

2) *He is as a pillar of society;*

3) *He is as if he were a pillar of society;*

4) *Just as a pillar supports smth, so a hub backs up a society.*

Естественно, что глагольные метафоры больше тяготеют к аналогиям, поскольку предполагают существование двух ситуаций (предикаций), сравнивающих две ситуации. Чтобы понять метафору, лежащую в основе фразового глагола, нужно прибегать к аналогии. Например, развод - *they split up (split up the wood)*:

Just as we split up the wood, they split up (division).

Концептуальные метафоры в определенной степени свойственны фразовым глаголам. Так, восхищение, интерес и состояние счастья/несчастья передаются при помощи частиц *up, down*. Ср.: *The endless wet weather was getting me down* [10: 283].

Некоторые глагольные метафоры национальны и непонятны для носителей другой языковой культуры. Так, в английском языке сравнение губки с паразитом непонятно для русского читателя. Однако в английском *to sponge off/on* (жить за чужой счет) ассоциируется в английском благодаря тому, что губка впитывает воду, а нахлебник впитывает деньги (*sponger*). Не понятны людям, для которых английский не является родным, многие значения фразовых глаголов, например, *She shot down all my ideas* (букв.: Она расстреляла все мои мысли, идеи), поскольку в русском так не говорят, хотя и имеется аналогичная метафора.

Национальные сходства метафоры

могут быть объяснены ассоциативным сходством. Аналогия в метафоре основана на сходстве вызываемых чувств и ощущений у слушающего и тем, что хочет выразить говорящий, на сходстве их оценок, а не на сходстве сопоставляемых единиц в плане общности их характеристик.

Существенным моментом являются и различия между метафорой и сравнением – сравнение, как правило, эксплицитно, за исключением сложных слов типа *snow-white hair, idioms a peach of a girl*. Имеется целый ряд сравнений, которые не могут быть сведены к метафоре, например, *he is round as a ball- *he is ball*. Второй отличительной особенностью сравнения и метафоры является то, что сравнения основаны на прилагательных и других словах, обладающих качеством. Метафора в основном построена на существительных и глаголах. Не случайно метафору называют переименованием по сходству.

В силу грамматических особенностей адекативная, глагольная и именная метафоры различаются тем, как описываются свойства. *Like*, являясь предлогом, тяготеет к импликации в когнитивных именных метафорах. Это и естественно. Однако допустимо употребление модификатора сравнения *as*. И в этом случае имеет место приближение к равенству между сравниваемыми явлениями. Ср.:

Time is money;

1) *Time is as money (for us);*

2) *Time is like money;*

3) *Time is as if it were money for us.*

Метафора не задает четких критериев сравнения и точного сравнительного маркера. Сравнение эксплицитно, у него имеются специфические функции, которыми метафора не обладает. Так, устойчивые образные сравнения часто используются как интенсификаторы (*as strong as a horse-very strong*). Сравнение, передающее иронию, вряд ли можно свести к какому-то типу метафоры: *as clean as mud, as cool as a cucumber* и др. Однако в

основной массе сравнения в том или ином виде являются основой метафоры. Метафоры, безусловно, обладают и преимуществом в краткости, образности.

Удивительное совпадение между различными языками в характере метафор свидетельствует о наличии сходства в их функционировании на ментальном уровне, например, сравнение «жесткий/человек-камень» Ср.: *У него каменное сердце – He has a heart of stone.* Однако следует обратить внимание и на национальный характер метафор. Он очевиден, поэтому сходства и аналогии метафор видны для одного языка и незаметны для другого. Отсюда ассоциативное сходство субъективно, национально. У говорящего на русском языке «ступица» вызывает чисто технические ассоциации. Между тем в английском *hub* является чем-то важным – *place of importance or interest.* Ср.: *The financial hub of the city; to be at the hub of the things.* Так, *Boston* – это *The Hub*, *London* is a *hub of world finance*; *Hub of the Universe.* Устойчивые метафоры переходят в разряд полисемии, например, *to grind* (молоть перемалывать). Как глагольная метафора *to grind down* имеет значение «подавить, чувствовать уставшим, подавленным»: *They are ground down by struggling for equality; the recession grinds.* То есть, *to grind* (молоть перемалывать) ассоциируется у англичан с чем-то утомительным, неприятным. Однообразная работа – это *daily grind* [11: 103-104]. Таким образом, в основе глагольной метафоры лежит аналогия, в основе именной – образное сравнение (*simile*). Так, подобно тому, как молоть зерно является скучным и утомительным занятием, так и делать ежедневную утомительную работу (*to grind*) является однообразным видом деятельности. В русском языке «молоть» ско-

рее ассоциируется с выражениями «перемелется мука будет, вода камень точит», в английском – с достижением чего-либо медленно и упорно. Так, *хорек* в русском языке ассоциируется скорее с вонючим, хищным животным, в английском – с кем-то ищущим, вынюхивающим (хорьки использовались для охоты на крыс и кроликов, отсюда *ferret out* (вынюхивать информацию)). Ср.: *O'Connor was the person who ferrets out the truth of this case.*

Национальный характер метафоры очевиден и не требует доказательств, например, *oyster-a very silent person.* Подобной метафоры нет в русском языке. Ср.: *You will get no word from him. He's a regular oyster* [12: 15].

Таким образом, для того, чтобы понять метафоры и сравнения другого языка, следует выяснить природу этих ассоциаций. Хоть и утверждается, что язык – это кладбище метафор, их следует изучать для того, чтобы понять природу полисемии. Аналогичное утверждение можно сделать о национальном характере когнитивных метафор. Известная метафора «**Time is money**» в русском языке является калькой с английского. Сравнения, в свою очередь, также имеют национальную специфику.

Итак, в основе метафоры лежит образное сравнение. Однако имеются метафоры, которые строятся лишь на ассоциациях. Сравнение эксплицитно, оно более точно отражает детали, а метафора имплицитна. Метафоры более кратки в речи, образны. Очень важно подчеркнуть, что именно благодаря тому, что в основе метафоры лежит сравнение, она обладает познавательной силой, так как «... процесс познания предполагает усвоение нового знания путем сравнения, сличения его с уже известным, освоенным» [13: 150].

Примечания:

1. Macmillan English dictionary for advanced learners. L., 2006. 1689 p.

-
2. Бурлакова В.В. Соотношение фокуса и рамки в метафоре // Англистика 21 века: материалы Второй Всерос. межвуз. конф. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. С. 51-52.
 3. Collins Cobuild English grammar. Harper Collins Publ., 1998. 486 p.
 4. Close R. A reference grammar for students of English. M., 1979. 342 p.
 5. Буглак С.И., Волкомор Е.В. Придаточные сравнительные или придаточные образа действия (нереальное сравнение в английском языке) // Англистика 21 века: материалы Второй Всерос. межвуз. конф. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2007. С. 42-45.
 6. Должикова С.Н. Сравнение в контексте маркетинговой коммуникации // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2008. Вып. 10. С. 32-35.
 7. Metaphor awareness. URL: <http://www.englishclub.spb.ru/vocabulary.figures.-metaphor.htm>. 2008.
 8. Swan M., Walters C. How English works. Oxford, 1997. 358 p.
 9. Lacoff G. Metaphor, morality and politics. URL: <http://www.wwd/org.ISSnes/Lacoff.html>
 10. Macmillan phrasal verbs plus. Blumsberry publ., 2006. 522 p.
 11. Дейнан Э. Справочник по английскому языку. Метафоры. М.: Астрель, 2003. 252 с.
 12. Worrall A. English idioms for foreign students. M., 1993. 114 p.
 13. Худяков А.А. Теоретическая грамматика английского языка. 2-е изд. М.: Академия, 2007. 254 с.

References:

1. Macmillan English dictionary for advanced learners. L., 2006. 1689 pp.
2. Burlakova V.V. The correlation of focus and frame in metaphor // Anglistics studies of the 21 century: the materials of the second All-Russia interuniversity conf. SPb.: SPbGU Publishing house, 2004. P. 51-52.
3. Collins Cobuild English grammar. Harper Collins Publ., 1998. 486 pp.
4. Close R. A reference grammar for students of English. M., 1979. 342 pp.
5. Buglak S.I., Volkomor E.V. The subordinate clauses of comparison or the subordinate clauses of manner (unreal comparison in English) // Anglistics studies of the 21 century: the materials of the second All-Russia interuniversity conf. SPb.: SPbGU Publishing house, 2007. P. 42-45.
6. Dolzhikova S.N. Comparison in the context of marketing communication // Bulletin of the Adyghe State University. Series «Philology and the Arts». 2008. Issue 10. P. 32-35.
7. Metaphor awareness. URL: <http://www.englishclub.spb.ru/vocabulary.figures.-metaphor.htm>. 2008.
8. Swan M., Walters C. How English works. Oxford, 1997. 358 pp.
9. Lacoff G. Metaphor, morality and politics. URL: <http://www.wwd/org.ISSnes/Lacoff.html>
10. Macmillan phrasal verbs plus. Blumsberry publ., 2006. 522 pp.
11. Deinan E. A reference book in English. Metaphors. M.: Astrel, 2003. 252 pp.
12. Worrall A. English idioms for foreign students. M., 1993. 114 p.
13. Khudyakov A.A. Theoretical grammar of English. 2nd ed. M.: Academia, 2007. 254 pp.