

Лингвистика

УДК 81'373.612.2 : 070

ББК 81.03

А 64

Ананченко О.Г.

Кандидат филологических наук, преподаватель Государственного морского университета им. адмирала Ф.Ф. Ушакова, e-mail: ananchenko68@mail.ru

Классификация оценочных метафор с позиций их тематической востребованности (Рецензирована)

Аннотация:

Представлено новое направление в классификации метафор с позиций частотности их тематической привязанности к газетным текстам начала XXI века с целью определения оценочных возможностей с различным уровнем частотности. Описаны принципы разделения на штампы, обновленные, переходные и неометафоры, переходный тип выделен впервые. Дается объяснение закономерности разделения газетных метафор на тематически ограниченные, привязанные и свободные. Практическая значимость материала заключается в возможности его использования в научно-исследовательской работе, при составлении словарей, подготовке учебных пособий. Научная новизна определяется тем, что предложен новый классификационный подход к изучению метафор – с точки зрения их тематической обусловленности. Использовались описательный и статистический методы, производились анализ и синтез фактического контекстуального материала. Предложенная классификация позволяет проследить «жизненный путь» метафоры от неометафоры до штампа и наглядно увидеть уровни ее развития от тематически ограниченного до тематически свободного, может быть использована для последующего изучения метафор в данном направлении, а также дополнить предыдущие исследования, связанные с функционированием метафоры в СМИ.

Ключевые слова:

Уровень востребованности, ступенчатость развития, переходные метафоры, обновленные метафоры, тематическое пространство, тематическая привязанность.

Ananchenko O.G.

Candidate of Philology, Lecturer of the State Marine University named after Admiral F.F. Ushakov, e-mail: ananchenko68@mail.ru

Classification of estimating metaphors in terms of their thematic demand

Abstract:

The paper provides the new trend in classification of metaphors in terms of frequency of their thematic use in newspaper texts at the beginning of the 21st century, for the purpose of definition of estimated opportunities with various level of frequency. The principles of division into the stamps, updated type, transitional type and renewed metaphors are described,

the transitional type being recognized for the first time. The law of division of newspaper metaphors into thematically limited, attached and free is explained. The material is important in practice since it is possible to use this material in research work, in drawing up dictionaries and in preparation of teaching manuals. We speak of the scientific importance of this material because the paper presents a new classification approach to studying metaphors from the point of view of their thematic conditionality. The methods used are descriptive, statistical, the analysis and synthesis of the actual contextual material. The offered classification allows us to track the «course of life» of metaphor from a renewed metaphor to a stamp and to visually see levels of its development from the thematically limited to thematically free. It can be used to study metaphors in this trend, as well as to supplement the previous researches related to the functioning of a metaphor in mass media.

Keywords:

Level of demand, gradualness of development, transitional metaphors, the updated metaphors, thematic space, thematic link.

Развитие метафоры связано с развитием общества, поэтому на определенном отрезке времени одни метафоры востребованы и частотны, следовательно, они свободно вписываются в тексты широкой тематики и имеют свободное тематическое пространство; другие метафоры являются менее востребованными, из-за чего имеют тематические ограничения, то есть встречаются в текстах, освещающих узкий круг тем, отсюда их тематическая ограниченность или привязанность к определенной тематике.

Учитывая эту закономерность, оценочные метафоры можно разделить на тематически ограниченные, тематически

связанные и тематически свободные. Данную классификацию можно представить в виде схемы, состоящей из трех блоков. В первый блок входят метафоры двух видов (штампы и неометафоры), имеющие низкий уровень частотности – используются в текстах, освещающих 1-2 темы; во второй блок входят метафоры трех видов (штампы, переходные, неометафоры), имеющие средний уровень частотности – используются в текстах, освещающих до трех тем; в третий блок входят метафоры четырех видов (штампы, обновленные, переходные, неометафоры) с высоким уровнем частотности – используются в текстах, освещающих четыре и более тем.

Тематически ограниченные метафоры

штампы

1. Отличаются низким уровнем частотности
2. Не имеют переходного вида

неометафоры

Предлагая новую классификацию метафор, мы не исключаем при этом некоторой ее условности, но при этом данная классификация позволяет наглядно увидеть ступенчатость и непрерывность развития метафорического образа и предположить «жизненный путь» метафоры от рождения до угасания, а затем и обновления на страницах печати. Так, метафора *звезда* изначально использовалась ав-

торами в текстах на тему шоу-бизнеса и воспринималась как новый и свежий образ. Востребованность метафоры и частотность употребления привели к расширению ее тематического пространства, и она стала активно использоваться в текстах на тему спорта, культуры, а затем медицины и политики. То есть неометафора *звезда* из разряда тематически ограниченных метафор перешла в разряд тематиче-

ски свободных. Регулярность повторения метафоры в различных текстах превращает ее в штамп. Метафора *золотой* давно известна в составе таких выражений, как *золотые горы, золотая жила, золотая клетка*, встречающихся в текстах широкой тематики и воспринимаемых читателями как устоявшиеся словосочетания. Но анализируемый материал показывает,

что происходит образование новых словосочетаний и использование их в текстах с ограниченной тематикой (политика, экономика, спорт): *золотые купоны, золотой кирпичик, золотая курица, золотое конфетти*.

Итак, классификация метафор и этапы их развития представлены в следующей схеме:

Тематически связанные метафоры		
штампы	переходные	неометафоры
1. Имеют средний уровень частотности 2. Являются привязанными к определённой тематике 3. Претерпевают переходный период		

Тематически свободные метафоры			
штампы	обновленные штампы	переходные	неометафоры
1. Востребованы временем 2. Обладают высокой частотностью 3. Имеют широкую тематическую реализованность 4. Проходят этап обновления			

Прежде чем перейти к комментарию классификации, важно сказать о принципах разделения метафор на штампы, переходные, обновленные и неометафоры. Анализ справочных изданий и словарных статей свидетельствует о том, что штамп – это общепринятое, общеизвестное, широко распространенное слово или выражение, автоматизирующее ассоциации, воспринимаемое быстро, без продумывания и снижающее силу воздействия на читателя.

Анализ фактического материала выявил метафоры, попадающие под данные определения штампа. Метафоры-штампы по степени их употребления в газетных текстах можно разделить на три вида: 1) с низким уровнем востребованности; стертая в прежние времена образность, избитость метафор данного вида не вызывают сомнения в их принадлежности к ряду штампов – *теплая встреча, корень*

проблемы, орбита влияния и др. (эти метафоры вошли в первый блок схемы); 2) со средним уровнем востребованности – *игрок, рождение, мишень, сцена* и др. (вошли во второй блок схемы); 3) с высоким уровнем востребованности – в современных газетных материалах эти метафоры являются широко распространенными и системными – *армия, старт, поле, болезнь* (вошли в третий блок схемы).

С.И. Ожегов слово *обновить* определяет как «заменить устаревшее чем-то новым, возродить, придать новый вид» [1:430]. Следовательно, обновление метафоры – это истолкование известного, избитого метафорического образа в новых значениях. Обновленные метафоры – это метафоры «ожившие», получившие второе дыхание, вторую жизнь на страницах печати: *золотой кирпичик, золотой стол, зеленые часовые, чистые туристы, чер-*

ные охотники и др.

Словообразовательный элемент *нео*... в переводе с греческого буквально значит *новый*. В словаре-справочнике «Аффиксоиды русского языка» Н.А. Козулина, З.А. Левашова, Е.Н. Шагалова компонент *нео* имеет два значения: впервые появившийся, новый (*неоген*); пришедший на смену старому или прежний в новом обличье (*неофашизм*) [2: 165].

Как отмечает Н.С. Карпова, большинство современных исследователей не могут дать четкий и однозначный ответ на вопрос, как долго слово остается новым, и подчеркивают относительность всех основных критериев выделения неологизмов. Колеблются и временные рамки классификации единиц как новых от нескольких лет до 50 лет. Согласно наиболее распространенной точке зрения, новым можно считать слово, вошедшее в язык в последние 20-25 лет [3: 39]. В нашей работе неометафоры – это метафоры, вошедшие в круг газетной лексики с начала XXI века. Их значение не зафиксировано лексикографическими источниками. Эти метафоры воспринимаются как «свежие», они отличаются от других образностью, индивидуальностью и эмоциональной силой воздействия на читателя: *каменный файл*,

культурное гетто, кладбище культуры, думские ралли, метастазы коррупции, политический спецназ, кровавые разгрузки, олигархический привкус и др.

Промежуточное положение между штампами и неометафорами занимают переходные метафоры, впервые выделенные в данном исследовании. Эти метафоры не являются новыми, так как давно известны и их значения фиксируют толковые словари русского языка, но при этом не столь частотны, их образность не утрачена настолько, чтобы они стали штампом. Тенденцию их перехода в разряд штампа можно только предположить: *пробные шары, трамплин, реанимация, пороховая бочка, руины, наипитговать, поперчить, штурм, десант* и др. Все перечисленное выше и послужило критерием для выделения указанного типа метафор.

При отнесении метафор к тому или иному виду мы опирались на фактический материал, хотя и не исключаем определенной относительности критериев отбора. Проведенная классификация оценочных метафор позволяет предположить, что они за свой «жизненный путь» (от неометафоры до штампа) проходят все три уровня, но скорость прохождения у каждой метафоры своя. Это зависит от ее востребованности на том или ином этапе развития общества.

Примечания:

1. Ожегов, С.И. Словарь русского языка/С.И. Ожегов/ под ред. Н.Ю. Шведовой. – М.: Русский язык, 1990. – 921 с
2. Козулина, Н.А. Аффиксоиды русского языка: словарь-справочник Н.А. Козулина, З.А. Левашова, Е.Н. Шагалова – М.: СПб: Нестор-История, 2009. – 288 с.
3. Карпова, Н.С. Роль метафоры в развитии лексико-семантической системы языка и языковой картины мира: на материале английских и русских неологизмов: дис. ... канд. филол. наук/ Н.С. Карпова. – Саратов, 2007. – 248 с.

References:

1. Ozhegov, S. I. Dictionary of the Russian language / S.I. Ozhegov / ed. by N.Yu. Shvedova. – M.: Russky yazyk, 1990. – 921 pp.
2. Kozulina, N.A. Affixoids of the Russian language: a reference book / N.A. Kozulina, Z.A. Levashova, E.N. Shagalova – M.: SPb: Nestor-History, 2009. – 288 pp.
3. Karpova, N.S. The role of metaphor in the development of lexico-semantic system of the language and linguistic picture of the world: based on English and Russian neologisms: Diss. for the Cand. of Philology degree / N.S. Karpova. – Saratov, 2007. – 248 pp.