

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'42+81'373.612.2

ББК 81.055.1

У 80

DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-78-83

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В ДИСКУРСЕ АВТОРСКОЙ КОЛОНКИ

(Рецензирована)

Вера Леонидовна УСТИНОВА

Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия,
ustinovav@inbox.ru

Аннотация. Статья посвящена проблеме изучения роли метафоры в формировании концептуальной и языковой картины мира автора-колонниста в дискурсе СМИ. Описаны когнитивные структуры метафоры в дискурсе авторской колонки и особенности их языковой актуализации. Установлен персуазивный потенциал метафоры в процессе вербальной трансляции установок и ценностей автора, заключающийся в воздействии на ценностную картину мира массового адресата. Активное использование концептуальной метафоры в дискурсе авторской колонки способствует реализации коммуникативной интенции воздействия на эмоциональную сферу адресата.

Ключевые слова: авторская колонка, дискурс СМИ, концептуальная метафора, сфера-источник, персуазивный потенциал метафоры.

Для цитирования: Устинова В.Л. Концептуальная метафора в дискурсе авторской колонки // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение, 2024. Вып. 1 (332). С. 78-83. DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-78-83.

ORIGINAL RESEARCH PAPER

CONCEPTUAL METAPHOR IN THE DISCOURSE OF AUTHOR'S COLUMN

Vera L. USTINOVA

Adyghe State University, Maykop, Russia,
ustinovav@inbox.ru

Abstract. The article explores the role of metaphor in shaping the conceptual and linguistic worldview of author-columnists in media discourse. It describes the cognitive structures of metaphor in the discourse of the author's column and their linguistic actualization. The persuasive potential of metaphor in the process of verbal translation of the author's attitudes and values is established, which can influence the value picture of the world of the mass audience. Active use of conceptual metaphor in the discourse of the author's column contributes to the communicative intention of impacting the emotional sphere of the audience.

Keywords: author's column, mass media discourse, conceptual metaphor, source sphere, persuasive potential of metaphor.

For citation: Ustinova V.L. Conceptual metaphor in the discourse of author's column // Bulletin of Adyghe State University, Ser.: Philology and Art Criticisms, 2024. No.1 (332). P. 78-83. DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-78-83.

Введение

Антропоцентрическая парадигма современной лингвистической науки обусловила обращение к проблеме изучения метафоры в дискурсе авторской колонки как одного из эффективных средств создания языковой картины мира автора-колонниста и способа персуазивного воздействия на сознание адресата в дискурсе СМИ. Метафора в дискурсе авторской колонки является результатом когнитивного творческого мышления автора и средством выражения авторской оценки.

Как справедливо отмечает З.Р. Хачмафова, «метафоричность является одним из важнейших свойств языковой личности колумниста в дискурсе СМИ, что характеризует гибкость его языкового мышления» [1: 109].

Метафора как когнитивный феномен в статье анализируется с опорой на положения теории концептуальной метафоры [2], а также теории метафорического моделирования [3; 4; 5].

Цель статьи заключается в изучении особенностей языковой актуализации метафоры в дискурсе авторской колонки и установлении роли метафоры в формировании концептуальной и языковой картины мира автора-колумниста в СМИ.

Объектом исследования является метафора в дискурсе авторской колонки как средство актуализации ценностной картины мира автора. В качестве предмета исследования рассматриваются особенности языковой актуализации концептуальной метафоры в дискурсе авторской колонки.

Методы и материал исследования

В статье использованы методы сплошной выборки, контекстуального анализа, метафорического моделирования, интерпретации полученных результатов.

В данном исследовании были проанализированы медиатексты колумнистов, извлеченные из современных российских и немецких общественно-политических газет и журналов за 2022-2024 гг. Источниками текстовых материалов послужили следующие сайты: <https://ria.ru>, <https://www.gazeta.ru/>, <https://lgz.ru>, <https://expert.ru>, <https://iz.ru>, <https://www.spiegel.de>, <https://www.handelsblatt.com>.

Обсуждение

В последнее время язык СМИ стал отличаться выраженной оценочностью, субъективностью и эмоциональностью, что подтверждается анализом медиатекстов современных российских общественно-политических газет и журналов. Ярко выраженная субъективная оценочность медиатекстов свидетельствует о роли авторского «я» в анализе и медиатрансляции ценностной картины мира в массовое сознание, «которое проявляется либо в своеобразии осмысления автором интересующих его и аудиторию аспектов действительности» [6: 136]. И в этой связи актуальным представляется изучение языковых и дискурсивных особенностей авторской колонки как типа «публицистического творчества, не скованного нормами, конвенциями, директивами, характеризующегося сильным личностным началом, что соответствует мировым тенденциям...» [7: 6].

Исследователи отмечают, что главная цель колумнистов заключается не в том, чтобы просто проинформировать аудиторию, а «заинтересовать, привлечь внимание к социальной проблеме» [8: 75]. Для того чтобы привлечь и заинтересовать читателя, автор должен использовать весь выразительно-образительный арсенал языка. И в данном случае метафора выступает лингвокреативным средством выражения авторской мысли и является инструментом воздействия на эмоционально-когнитивную сферу массового адресата.

В лингвистической науке метафора понимается как средство концептуализации и репрезентации картины мира и как средство образности. В рамках данного исследования метафора рассматривается не как стилистический троп, а как когнитивный инструмент познания картины мира с помощью процессов категоризации и концептуализации. Метафора в процессе формирования картины мира автора-колумниста в медиадискурсе характеризуется «значительным оценочным и воздействующим потенциалом» [9: 115].

В современной лингвистике метафорическая модель понимается как своеобразная связь между понятийными сферами, которая схематически существует

или складывается в сознании носителей языка [5]; как «понятийная область (область источника в когнитивной интерпретации метафоры), элементы которой (смыслы и сочетания смыслов) связаны различными семантическими отношениями» [10: 15]. В лингвистических исследованиях метафора изучается как «способ создания языковой картины мира, возникающей в результате когнитивного манипулирования уже имеющимися в языке значениями с целью создания новых концептов» [11: 173]. В когнитивной лингвистике метафору определяют, как перенос из сферы-источника в сферу-мишень, при этом устойчивые соответствия между ними являются зафиксированными «в языковой и культурной традиции данного общества» [12: 11].

Анализ показал, что дискурс авторской колонки насыщен метафорами, которые служат не только способом репрезентации авторской оценки, но и средством привлечения адресата и воздействия на его сознание. В статье анализируются антропоморфные, природоморфные, социоморфные, артефактные метафоры (по классификации А.П. Чудинова).

Рассмотрим пример антропоморфной метафоры со сферой-источником «болезнь»:

*Сентябрьский холодок, пробегающий по спине финансистов Японии и Великобритании, к октябрю перешел в **дикую боль**. Ядро их национальных финансовых систем — **рынок госдолга — попал в реанимацию*** [<https://expert.ru/expert/2022/42/prodam-pechatniy-stand-nedorogo/>].

В данном случае использование метафор *дикая боль, рынок госдолга — попал в реанимацию* позволяет автору в имплицитной форме высказать свою точку зрения и оценку относительно положения финансовых систем Японии и Великобритании.

Сфера-источник «физиология»:

*В период после Первой мировой войны **Европа была беременна революциями**, причем не только левыми и Коминтерновскими, но и иного направления* [https://ria.ru/20231109/tsvetnaya_revolyutsiya-1908256698.html].

В данном примере с помощью метафоры *беременна революциями* достаточно ярко реализуется основная цель дискурса авторской колонки — привлечь внимание читателя к освещаемой проблеме и высказать оценку.

Также:

*Мы получили **дряблую посредственную литературу**, которую издавали, продвигали, продавали только потому, что людям, которые управляли литпроцессом и оказывали на него влияние, было дозволено решать, что настоящая литература — это то, что нравится и кажется правильным им.* [<https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/18285601.shtml>].

В приведенном примере автор использует метафору *дряблая литература* (ср. *дряблая кожа*) для выражения негативной оценки относительно современной литературы.

Сфера-источник «еда»:

*Есть еще одна волна по существу «**колбасной эмиграции**», мимикрирующей под политическую, которая осознала, что много лет бесперебойно функционировавший маршрут внезапно начал сбоить и грозит вовсе прекратить работу* [<https://ria.ru/20220815/oruzhie-1809579845.html>].

В данном примере используется метафора *колбасная эмиграция*, которая эксплицитно выражает отношение автора к уезжающим на Запад, прежде всего, не по политическим мотивам, а в поисках лучшей жизни.

Социоморфная метафора.

Сфера-источник «суеверия»:

***Ипотека как венец безбрачия**. Мешают ли жилищные кредиты семейному счастью?* [<https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/18105709.shtml>].

В рамках метафоры *ипотека — венец безбрачия* описывается проблема влияния жилищного вопроса на создание семьи. Использование метафоры в заголовке статьи способствует эмоциональному воздействию на адресата.

Сфера-источник «музыка». Приведем примеры на немецком языке:

Klima-Karaoke am Persischen Golf. Bei der COP in Dubai wollen 80.000 Menschen das Klima retten [<https://www.handelsblatt.com/meinung/kolumnen/kolumne-kreative-zerstoerung-klima-karaoke-am-persischen-golf/100002210.html>] «Климатическое караоке в Персидском заливе. На конференции ООН по изменению климата в Дубае 80 000 человек хотят спасти климат. Решения здесь принимаются консенсусом»

*Auf der Erde hingegen **klings ein mehrstimmiges Chaos** aus dem Wüstenstaat. Die „Conference of the Parties“ in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE), einem Ölstaatenverbund? Absurd, anmaßend, abstoßend.* [<https://www.handelsblatt.com/meinung/kolumnen/kolumne-kreative-zerstoerung-klima-karaoke-am-persischen-golf/100002210.html>] «На Земле же из пустынного состояния звучит полифонический хаос. «Конференция сторон» в Объединенных Арабских Эмиратах (ОАЭ), группе нефтяных государств? Абсурдно, самонадеянно, отвратительно».

Автор на страницах своей колонки рассуждает о проблемах окружающей среды и климата. Используются метафоры *Klima-Karaoke* и *ein mehrstimmiges Chaos* со сферой-источником «музыка», что позволяют колумнисту Мириам Мекель вызвать интерес у читателя, заострить проблему.

Приведем примеры природоморфных метафор.

Сфера-источник «море»:

*Сложные идеи транслировать невозможно. Зато яркие, эмоционально окрашенные и крайние **взгляды расходятся по миру огромными волнами**. И дело даже не в самих идеях, а в способе их передачи, который делает их плоскими и примитивными* [<https://www.gazeta.ru/comments/column/solnceva/15510151.shtml>].

С помощью метафоры *идеи — волны* автор описывает ситуацию с трансляцией информации в массовое сознание и высказывает мнение о том, что миром массового сознания управляют эмоции.

Сфера-источник «явление природы»:

*В свою очередь, политические эксперты напоминают о сложном положении, в котором находится Демократическая партия в преддверии важнейших промежуточных выборов в ноябре. В общем, Белый дом оказался в **эпицентре идеального шторма**. Похоже, это и вызвало наблюдаемые попытки публично отрицать реальность рецессии* [<https://ria.ru/20220730/amerika-1805980472.html>].

В данном случае в основе метафоры лежит сравнение с природным явлением экономика — эпицентр идеального шторма. Сложное политическое положение США в преддверии выборов сравнивается с бурей на море.

Сфера источник «зоология»:

***Гремучая пропаганда** и экстрасенсы хороши, чтобы уничтожить мышление, внушать людям беспомощность, «отключать» от реальности, сковывать волю. Но разве это нужно для победы?* [<https://lgz.ru/article/oda-razumu/>].

В данном примере в основе метафоры *гремучая пропаганда* лежит сравнение пропаганды с гремучей змеей, т.е. дается негативная оценка.

Сравним в немецком языке:

***Atomkraft ist ein totes Pferd** — warum steigt Merz nicht ab?* [<https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/energiepolitik-atomkraft-ist-ein-totes-pferd-warum-steigt-merz-nicht-ab-kolumne-a-28065bde-deab-4042-b4f3-91b870e17ee9>] «Атомная энергетика — мертвая лошадь. Почему Мерц не сдается?»

В данном примере метафора основана на англоязычной идиоме *To flog a dead horse* «стегать мертвую лошадь», т.е. заниматься провальным делом. Атомная энергетика, по мнению автора, обречена на провал.

Рассмотрим примеры с артефактной метафорой.

Сфера источник «строительство»:

Так что **прорабам цифровой вселенной** будет чем заняться: сохранить цифровую демократию, эту главную ценность интернета — но не выпустить из рук рычаги управления. Впрочем, именно такова сейчас главная задача современной политики. Так сказать, «метазадача». [<https://www.gazeta.ru/comments/column/dragunsky/14177077.shtml>].

В данном случае в основе метафоры лежит сравнение прораба на стройке с создателями социальных сетей, которые управляют цифровым миром (прорабам цифровой вселенной).

Рассмотрим пример на немецком языке:

Schon wieder zankt sich die Ampel — dabei gäbe es eine Lösung [<https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmenssteuerreform-folgenloses-geschwaetz-dabei-gaebe-es-eine-loesung-a-1c7d115b-8cf3-4531-b373-a4e61df7a494>] «Светофоры снова спорят — но решение есть».

В данном случае метафорически представлена коалиция партий в Германии, так называемая светофорная коалиция (красно-желто-зеленая или красно-зелено-желтая коалиция: (SPD (*rot*), FDP (*gelb*) und Die Grünen (*grün*)).

Сфера источник «компьютер»:

Чиповое мышление [<https://iz.ru/1644102/iurii-matvienko/chipovoe-myshlenie>].

Как показал анализ, в авторской колонке заголовки статей построены преимущественно на метафоре. В данном случае в заголовке статьи автор использует метафору *чиповое мышление* с целью привлечения внимания читателей к проблеме вживления пациентам импланта.

Метафора в дискурсе авторской колонки является способом трансляции ценностной картины мира автора и средством эффективного воздействия на эмоциональную сферу адресата. Метафора как когнитивное явление актуализирует базовые идеологемы дискурса авторской колонки, которые репрезентируют политические, социально-культурные и экономические ценности.

Заключение

Важнейшей характеристикой дискурса авторской колонки является его ярко выраженная субъективная оценочность, что свидетельствует о роли авторского «я» в медиатрансляции ценностной картины мира автора в массовое сознание.

Дискурс колумнистики всегда персуазивен в силу максимизированного авторского «я», поэтому выражение персуазивных стратегий через концептуальную метафору в авторской колонке можно считать наиболее показательным и ярким. Метафора в дискурсе авторской колонки имплицитно реализует авторскую оценку, положительную или отрицательную, и выполняет воздействующую функцию.

Выявлены сферы-источники метафоризации в дискурсе авторской колонки, что способствует осмыслению особенностей языковой концептуализации ценностной картины мира автора колумниста. Персуазивный потенциал метафоры в дискурсе авторской колонки заключается в воздействии на эмоционально-когнитивную сферу массового адресата.

Примечание:

1. *Хачмафова З. Р.* Креативность языковой личности колумниста в дискурсе СМИ (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. : Филология и искусствоведение. 2023. Вып. 2 (317). С. 107-112.

2. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphors we live by. London : University of Chicago press, 2003. 276 p.
3. *Арутюнова Н. Д.* Метафора и дискурс // Теория метафоры. Москва, 1990. С. 5-32.
4. *Баранов А. Н., Караулов Ю. Н.* Русская политическая метафора (материалы к словарю). Москва : Ин-т русского языка РАН, 1991. 193 с.
5. *Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург, 2001. 238 с.
6. *Гордеев Ю. А.* Колумнистика в печатных и интернет-изданиях: жанровый аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика. 2015. Вып. 3. С. 136-139.
7. *Тепляшина А. Н.* Творческая природа комического: жанровая парадигма современной журналистики : дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2007. 373 с.
8. *Деяк-Якобишина Е. М.* Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма // Весник БДУ. 2013. Сер. 4, № 3. С. 74-75.
9. *Хачмафова З. Р., Погребняк Н. В.* Метафорическое моделирование образа политика в медиадискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. : Филология и искусствоведение. 2018. Вып. 4 (227). С. 112-116.
10. *Баранов А. Н., Караулов Ю. Н.* Словарь русских политических метафор. Москва : Помовский и партнеры, 1994. 330 с.
11. *Телия В. Н.* Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: сб. науч. ст. Москва, 1988. С. 173-204.
12. *Баранов А. Н.* Предисловие редактора // Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ. под ред. А. Н. Баранова. Москва : Едиториал УРСС, 2004. С. 7-21.

References:

1. *Khachmafova Z.R.* Creativity of the linguistic personality of the columnist in the media discourse (based on the Russian and German languages) // Bulletin of Adyghe State University. Ser. 2: Philology and the Arts. 2023. No. 2 (317). P. 107-112.
2. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphors we live by. London: University of Chicago press, 2003. 276 pp.
3. *Arutyunova N.D.* Metaphor and discourse // Theory of metaphor. M., 1990. P. 5-32.
4. *Baranov A.N., Karaulov Yu.N.* Russian political metaphor (materials for the dictionary). Moscow: Institute of the Russian Language of the Russian Academy of Sciences, 1991. 193 pp.
5. *Chudinov A.P.* Russia in the Metaphorical Mirror: A cognitive study of political metaphor (1991-2000). Ekaterinburg, 2001. 238 pp.
6. *Gordeev Yu.A.* Columnistics in printed and online publications: a genre aspect // Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism. 2015. No. 3. P. 136-139.
7. *Teplyashina A.N.* Creative nature of the comic: a genre paradigm of modern journalism: Diss. for the Dr. of Philology degree: 10.01.10. St. Petersburg, 2007. 373 pp.
8. *Deyak-Yakobishina, E.M.* Author's column: traditional genre or a new form // Vesnik BDU. Ser. 4. No. 3. 2013. P. 74-75.
9. *Khachmafova Z.R., Pogrebnyak N.V.* Metaphorical modeling of the image of a politician in media discourse // Bulletin of Adyghe State University. Ser. 2: Philology and the Arts. 2018. No. 4 (227) 2018. P. 112-116.
10. *Baranov A.N., Karaulov Yu.N.* Dictionary of Russian political metaphors. Moscow: Pomovsky and partners, 1994. 330 pp.
11. *Teliya V.N.* Metaphorization and its role in creating the linguistic picture of the world // The role of the human factor in language: Collection of scientific articles. M., 1988. P. 173-204.
12. *Baranov A.N.* Editor's Preface // Lakoff J. Metaphors we live by / J. Lakoff, M. Johnson; transl. from English by A.N. Baranov. Moscow: Editorial URSS, 2004. P. 7-21.

Статья поступила в редакцию 17.01.2024; одобрена после рецензирования 09.02.2024; принята к публикации 20. 03.2024.

The paper was submitted 17.01.2024; approved after reviewing 09.02.2024; accepted for publication 20.03.2024.

© В. Л. Устинова, 2024