

УДК 81'373.612.2:070

© Д. Ю. Матиевская

МЕТАФОРА В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ

Исследуются особенности метафор в заголовках современной британской прессы. Установлены модели метафор по сфере-источнику, выявлены образы, возникающие при декодировании данных метафор читателем. Определены четыре основных ментальных сферы-источника метафоризации: «Человек», «Социум», «Природа», «Артефакты» с характерными для них фреймами («Тело человека», «Преступная деятельность», «Виды игры и спорта», «Состав царства животных», «Рынок – это механизм» и др.). Выявлены наиболее характерные для языка СМИ разновидности метафор: физиологическая и морбиальная; криминальная, военная, театральная, спортивная; зооморфная, фитоморфная и метафора стихии, а также механистическая метафора и метафора дома. Доказано, что в языке СМИ метафоры отличаются большой оригинальностью и осознанностью употребления, направлены на создание у читателя определенного образа и оценки актуальных процессов в обществе.

In the article the metaphoric patterns and images associated with their decoding by the reader are identified on the basis of contextual analysis. In the course of empirical analysis there have been identified four major mental sphere-sources: «Man», «Society», «Nature», «Artifacts» with the most typical frames which characterize them («Man's body», «Criminal activity», «Kinds of games and sports», «Species of animals», «Market is a mechanism» and others). It is determined that the most characteristic metaphors for the language of the mass media are physiological metaphor and metaphor of disease; criminal, military, theatrical and sports metaphor; zoomorphic, floristic metaphor and metaphor of elements, as well as mechanistic metaphor and metaphor of the house. It has been proved that in the language of the mass media metaphors are very original and consciously implemented. They affect readers urging a certain way of evaluation of current processes in the society.

Введение

Дискуссии по проблеме сущности метафоры, содержания понятия «метафора» и ее функций ведутся столетиями и не прекращаются по сегодняшний день. Метафора всегда привлекала исследователей своей неоднозначностью: ее определяли как языковой и ментальный феномен, как стилистический прием, украшающий речь, и как важнейший мыслительный механизм. Традиционное отношение к метафоре было возможным, пока дискурс понимался как связанная последовательность предложений или речевых актов. Изменение подходов к изучению дискурса как к сложного коммуникативного явления, включающего в себя кроме собственно текста экстралингвистические компоненты (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста, изменило и взгляды на метафору. Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена непрерывающимся интересом к феномену метафоры, необходимостью всестороннего и многоаспектного анализа метафор.

Цель исследования состоит в выявлении моделей и роли метафор в заголовках британской прессы. Фактическим материалом исследования послужил 131 заголовок публикаций в британских периодических изданиях «The Earth Times», «The Independent», «The Express», «The Economist», «The Telegraph», «The Guardian», «The Times», «The Daily Mail» [2–9].

Методологической основой исследования была избрана предложенная А. П. Чудиновым методика описания метафоры, который считает, что при анализе и описании метафорической модели необходимо охарактеризовать ментальную сферу-источник, ментальную сферу-мишень, типовые для данной модели сценарии и фреймы, составляющие каждый фрейм типовые слоты и компонент, связывающий первичные и вторичные значения языковых единиц [1].

1 Ментальная сфера-источник «Человек»

Метафорическая картина мира, создаваемая человеком, в значительной степени антропоцентрична. Человек осознает окружающую его действительность в виде подобия своего тела, своих физиологических и иных действий.

1.1 Физиологическая метафора

Физиологическая метафора – одна из наиболее традиционных метафор в языке СМИ. Наиболее характерный для данной метафорической модели фрейм «Тело человека» – различные объекты и реалии действительности могут обозначаться как единый организм, единое тело («*New York Body Gives Amber-Light to Fracking*» [2]). Фрейм «Физиологические органы, части тела» – те или иные органы отвечают за некую сферу жизнедеятельности и несут какую-то функцию. Так, ведущей функцией рук является разнообразная деятельность («*GDP Forecast Boosts Hopes for Growth as The Bank Sits on Hands*» [3]), а одной из основных функций крови является функция обеспечения жизнедеятельности организма («*Fresh Blood*» [3]). Фрейм «Физиологические действия» – в качестве социальных могут метафорически осмысляться некоторые физиологические действия («*Radical EU Carbon Tax is Really Taking Baby-Steps*» [2]). Следует отметить, что такие метафоры обладают значительным эмотивным потенциалом.

1.2 Морбиальная метафора

Слова, которые в первичном значении используются в понятийном поле «Болезнь» (обозначают симптомы болезни, лекарства, медицинский персонал, пути лечения, выздоровление и т. п.), в языке СМИ метафорически обозначают современную социальную действительность.

Фрейм «Пациенты» – экономика, ее отрасли и другие составляющие часто метафорически обозначаются как больной, полумертвый организм («*Millions of People Cash Locked Away in Zombie Pension Funds*» [4]).

«Диагноз» («*Blind Justice*» [5]). Фрейм «Способы лечения», например, в заголовке «*Easter is a Cracking Time to Give Your Home a Facelift*» [4] указывает на необходимость осуществления косметического ремонта. Формируемые смыслы призваны вызвать у читателей эмоциональное представление о незначительном изменении внешнего вида дома. Также можно выделить фрейм «Состояние пациента» – рассматривается процесс оздоровления больного общества и отдельных его частей («*Foreign Home Buyers 'Easing Housing Crisis'*» [6], «*Put Life Back into Your Zombie Funds and Make More Money*» [4]).

Следует отметить, что наибольшее распространение получили модели фреймы антропоморфной метафоры со значением тревожности, отклонения от естественного порядка вещей (болезни).

2 Ментальная сфера-источник «Социум»

К данной субсфере относятся криминальная, милитарная, театральная, а также спортивная (игровая) метафора.

2.1 Криминальная метафора

Криминальная метафора используется для представления современной социальной действительности как преступного или полупреступного мира, в котором сформировалось свое, определенное отношение к справедливости. Наиболее продуктивный фрейм «Преступные сообщества и их структура» – в современном обществе трудно выжить в одиночку, для более эффективной деятельности люди, организации объединяются в группы для совместной взаимопомощи и борьбы с конкурентами («*The Gang of Four – Google, Apple, Facebook and Amazon – are Buying Their Way into Every Industry*» [3]). Часто встречается и фрейм «Преступная деятельность» («*A 'Bear Raid' and the Global Economy*» [2], «*Global Effort Needed to Stop Deep Sea 'Pirate' Fishing*» [2]).

Криминальная метафора передает состояние агрессии, незаконности и противопоставления «своих» и «чужих», что соответствует потребностям языка СМИ.

2.2 Милитарная метафора

В настоящее время политика, экономика и сфера деловых отношений представляется своеобразным «полем боя», поэтому военные (милитарные) метафоры частотны в британской прессе.

Фрейм «Война и ее разновидности» реализуется для репрезентации таких разновидностей экономического и политического противостояния, как маркетинговая война («*Morrisons Sales Hit in the Most Intense Supermarket Promotions War*» [4]), конфликт интересов («*Waitrose Fears Conflict of Interest in Ocado/Morrisons Deal*» [7]), энергетическая война («*Going for Growth: Contractors Have No Insulation from Energy War*» [8]).

Фрейм «Военные действия» обозначает различные политические и экономические действия, выполняемые интенсивно и решительно, преследующие определенные цели («*BAE Systems Under Fire Over Saudi Deals*» [3], «*The Battle for Keystone*» [7], «*The Rise of the Continents*» [2]). Также можно выделить фрейм «Организация военной службы» («*What Price Scottish Independence for an Army of Cross-border Workers?*» [7]) и фрейм «Начало войны и ее итоги» («*BSkyB Hit after BT Throws down Gauntlet*» [3], «*Business women winning the fight for family friendly terms of employment*» [3]).

2.3 Театральная метафора

Театральная метафора менее представлена в языке прессы, чем другие, но не менее яркая. Политические, экономические и другие события нередко метафорически характеризуются как разновидность или как жанр зрелищного искусства, например, как спектакль («*Sketch: It's Panto Time Again... and Starring a Saints and Sinners Performance*» [3]). Следовательно, можно выделить фрейм «Виды зрелища». Использование театральной метафоры свидетельствует о неискренности участников того или иного события, об излишней театральной и несамостоятельности людей.

2.4 Спортивная (игровая) метафора

Спортивная (игровая) метафора более частотна, чем театральная, но менее употребительна, чем милитарная. Спортивная метафора – это своего рода представление жизни как игры или как спортивного соревнования.

Наиболее распространен фрейм «Виды игры и спорта». Игра в широком смысле может пониматься как ряд действий, имеющих определенную цель и намерение. Распространены метафоры, связанные с бытовыми играми, например, метафора в заголовке «*BT's Sporting Gamble*» [3] указывает на рискованный, отчасти спекулятивный характер действия. Существуют метафоры, ориентированные на командные спортивные игры («*Rivals Team up on Solar Cell Project*» [2]). Фрейм «Итоги соревнования» – по итогам которых можно определить победителя и проигравших, часто победу ассоциируют с разгромом противника, например, в «*Savers can now beat inflation with fixed-rate bond deals above 2%*» [9] метафора *beat inflation* говорит о том, что вкладчики могут разгромить инфляцию, имея победные преимущества.

Как в каждой игре есть свои правила и предусмотренные наказания за их нарушение, так и в реальной действительности все подчиняется законам, моральным нормам и имеет свои запреты. Метафорическое употребление спортивной терминологии в прессе связано с необходимостью точно определить правила игры в обществе, следовательно, можно выделить фрейм «Правила игры и наказания». Чтобы поддержать стабильность в экономике, как и в игре, необходимо строго придерживаться правил («*G7: US Warns*

to Stick to Rules on Currency» [6]) или их ужесточить («The Mortgage Market Review as Lenders Tighten Rules for Borrowers» [4]).

Таким образом, любая социальная активность может восприниматься как спорт, у которого есть строгие правила, где успех и победа приходит к сильнейшим. Спортивная метафора затрагивает образ борьбы, но в ней нет такой жестокости, которая свойственна военной метафоре. Большинство спортивных метафор несет негативный эмоциональный оттенок.

3 Понятийная сфера-источник «Природа»

Различают живую природу (мир живых существ и растений) и природу неживую (ландшафт, стихии и др.). Человек всегда чувствовал и чувствует себя ее частью, ищет в ней образцы для осмысления общественной жизни и своего отношения к миру. В данной субсфере можно выделить зооморфную, фитоморфную метафоры и метафору стихии.

3.1 Зооморфная метафора

Можно выделить фрейм «Состав царства животных» («Man Utd's Sluggish Revenues» [7]) и фрейм «Обращение с животными» («Ben Chu: The Market Shoots Wide on Sir Alex» [3]). Для современной зооморфной метафоры характерны концепты жестокости и агрессивности.

3.2 Фитоморфная метафора

В ее основе лежат метафоры, связанные с восприятием мира, в котором все имеет корни и плоды, растет и изменяется.

Отдельным видом метафоры в данной субсфере является метафора стихии – объекты и явления, метафорически переосмысляясь, приобретают различные характеристики стихий. Чаще всего переосмысливаются сложные ситуации и времена, наполненные беспокойными событиями, которые сравниваются с бурей, штормом (*a torrid time* [3; 6], *stormy scenes* [5]).

4 Понятийная сфера-источник «Артефакты»

Человек реализует себя и переосмысливает мир в вещах (артефактах). В данной субсфере можно выделить механистическую метафору и метафору дома.

4.1 Механистическая метафора

Фрейм «Рынок – это механизм», причем этот механизм нуждается в наладке и контроле («New Vehicle Charging Standard Will Juice up Electric Car Market say manufacturers» [2]).

4.2 Метафора дома

Фрейм «Ремонт дома», например, метафора *restoring* в заголовке «Long Way to Restoring Bald Eagle Population» [2] репрезентирует возрождение популяции орлов как некий процесс восстановления того, что было разрушено.

Выводы

Для заголовков современной британской прессы характерны четыре основные ментальные сферы-источники метафор «Человек», «Социум», «Природа» и «Артефакты».

Субсфера «Человек» – это физиологическая метафора (фреймы «Тело человека», «Физиологические органы, части тела», «Физиологические действия») и морбиальная метафора (фреймы «Пациенты», «Диагноз», «Причины болезней», «Способы лечения», «Состояние пациента»). Наибольшее распространение в заголовках британских СМИ получили модели антропоморфной метафоры и их фреймы со значением тревожности, отклонения от естественного порядка вещей (например, болезни).

Субсфера «Социум» – это криминальная метафора (фреймы «Преступные сообщества и их структура» и «Преступная деятельность»), военная метафора (фреймы «Война и ее разновидности», «Организация военной службы», «Военные действия», «Начало войны и ее итоги»), театральная метафора (фрейм «Виды зрелища»), спортивная метафора (фреймы «Виды игры и спорта», «Итоги соревнования», «Правила игры и наказания»). С помощью криминальной метафоры передаются состояния агрессии, незаконности, противопоставления «своих» и «чужих», что соответствует потребностям языка СМИ. В настоящее время политика, экономика и сфера деловых отношений представляется своеобразным «полем боя», поэтому военные метафоры также часто встречаются в британской прессе. Использование театральной метафоры весьма редко и свидетельствует о неискренности участников того или иного события, об излишней театральности и несамостоятельности людей. Спортивная метафора более частотна, чем театральная, но менее употребительна, чем военная. Спортивная метафора также затрагивает образ борьбы, но в ней нет такой жестокости, которая свойственна военной метафоре. Большинство спортивных метафор несет негативный эмоциональный оттенок.

Субсфера «Природа» – это зооморфная метафора (фреймы «Состав царства животных» и «Обращение с животными»), фитоморфная метафоры и метафора стихии. Субсфера «Артефакты» – это механистическая метафора (фрейм «Рынок – это механизм») и метафора дома (фрейм «Ремонт дома»).

В заголовках современных британских СМИ метафоры отличаются большой оригинальностью и осознанностью употребления. Они направлены на формирование у читателя определенного образа и определенной оценки описываемых событий.

Литература

1. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001 – 238 с.

2. The Earth Times [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.earthtimes.org/>. – Date of access : 19.04.2014.

3. The Independent [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.independent.co.uk/>. – Date of access : 20.04.2014.

4. The Express [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.express.co.uk/>. – Date of access : 20.04.2014.

5. The Economist [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.economist.com/>. – Date of access : 21.04.2014.

6. The Daily Telegraph [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.telegraph.co.uk/>. – Date of access : 21.04.2014.

7. The Guardian [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.theguardian.com/uk>. – Date of access : 20.04.2014.

8. The Times [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>. – Date of access : 21.04.2014.

9. The Daily Mail [Electronic resource]. – 2012–2014. – Mode of access : <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html>. – Date of access : 22.04.2014.