

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ СОЦИОПРАГМАТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕТАФОРЫ

В. И. Кудинова

Тульский государственный педагогический университет имени Л. Н. Толстого

А. А. Свиридов

Тульский государственный университет

Поступила в редакцию 29 апреля 2014 г.

Аннотация: статья посвящена вопросу разработки комплексного подхода к исследованию социопрагматического потенциала метафоры. Предложенный алгоритм включает методы лингвистической прагматики, когнитивистики и статистического анализа, позволяет описать функционирование метафоры в рассматриваемом дискурсе и оценить степень ее влияния на прагматический потенциал текстов. В качестве материала исследования использованы статьи ведущих изданий Великобритании и США.

Ключевые слова: социопрагматика, метафора, лингвистическая прагматика, когнитивистика, статистический анализ.

Abstract: the article presents the integrated approach to the analysis of the sociopragmatic metaphor potential. The suggested procedure encompasses methods of linguistic pragmatics, cognitive science, and statistical analysis. It helps to describe the functions of metaphors in discourse and to evaluate their influence in the text. The data for the analysis are taken from the British and American mass media.

Key words: sociopragmatics, metaphor, linguistic pragmatics, cognitive science, statistical analysis.

Сегодня, когда средства массовой информации оказывают значительное влияние на мировоззрение многих людей, изучение используемых в СМИ инструментов воздействия с точки зрения прагматики [1, с. 6] является актуальной и важной задачей. Лингвистическая прагматика, в свою очередь, в качестве такого средства рассматривает язык [2, с. 221]. В данном исследовании мы предлагаем метод анализа социопрагматического потенциала одного из тропов языка – метафоры. Как отмечает Н. Д. Арутюнова, большой интерес представляют исследования метафоры не только в области поэтической речи, но также и в области практической [3, с. 5]. Материалом послужили англоязычные тексты политической тематики ведущих изданий Великобритании («The Guardian» и «BBC News») и США («The New York Times»), из 26 статей методом сплошной выборки были отобраны 200 примеров, при этом выписывались все встретившиеся метафоры, в том числе и стертые. Также отметим, что предложенный метод может быть использован и для любых других видов дискурса.

Существует ряд подходов к изучению социопрагматического потенциала метафоры в тексте. Так, Т. А. Ширяева [4] и С. В. Агеев [5] предлагают исследовать социопрагматический аспект посредством анализа выполняемых метафорой функций. Т. А. Ширяева также рассматривает модальность. О. С. Кузютова, анализируя тексты политической тематики [6],

указывает уже на важность когнитивного аспекта [7–9]. Ю. И. Клименова в ходе исследования использования метафоры в экономическом дискурсе [10] также подчеркивает необходимость включения когнитивного подхода.

В настоящей работе мы предлагаем комплексный метод изучения функционирования метафоры с целью выявления ее социопрагматического потенциала.

Методология анализа социопрагматического потенциала метафоры

По нашему мнению, комплексный подход к определению социопрагматического потенциала метафоры предполагает решение следующих задач:

- 1) рассчитать частотность появления метафор;
- 2) определить функции метафор;
- 3) указать модальность метафор;
- 4) построить метафорические модели;
- 5) исследовать наличие корреляции между указанными выше показателями в разных источниках материала;
- 6) сделать вывод о социопрагматическом потенциале метафоры.

Расчет частотности появления метафор

В ходе исследования мы пришли к выводу, что частотность появления метафор удобно рассматривать как вектор, обозначим его \vec{F} . Пусть TSC_i – количество символов i -ого анализируемого текста с

учетом пробелов, MC_i – количество метафор в i -ом тексте, тогда \bar{F}_i можно рассчитать по формуле:

$$\bar{F}_i = (F_i^1, F_i^2) = \begin{cases} \left(1, \left\lceil \frac{TSC_i}{MC_i} \right\rceil\right) & \text{при } MC_i \neq 0, \\ (0, TSC_i) & \text{при } MC_i = 0, \end{cases}$$

где $\lceil x \rceil$ – потолок числа x [11, с. 88].

Далее в целях удобства вектор $\bar{F}_i = (F_i^1, F_i^2)$ мы будем записывать в виде $F_i^1 : F_i^2$. Компонент F_i^1 показывает, есть ли в i -м тексте метафоры (1 – есть, 0 – нет), а F_i^2 определяет, на какое количество символов в среднем приходится один троп. На практике метафоры могут быть распределены по тексту неравномерно, но это не мешает понимать \bar{F} в указанном смысле. Такой показатель, в частности, позволяет оценивать количество метафор на одной странице (например, A4, Times New Roman, 14 pt, интервал 1,5 – примерно 2550 символов с пробелами) и сравнивать частоту появления метафор в текстах разного объема.

Усредненный по всем материалам показатель \bar{F}_{cp} может быть рассчитан следующим образом:

$$\bar{F}_{cp} = (F_{cp}^1, F_{cp}^2), F_{cp}^i = \left\lceil \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N F_j^i \right\rceil, i = \overline{1,2},$$

где N – количество текстов.

Анализ результатов показал, что метафоры присутствуют во всех текстах, но частотность их появления в статьях может значительно отличаться в рамках каждой из газет. Так, наибольшей и наименьшей частотой стали 1:383 и 1:5941, соответственно. Несмотря на большую вариацию значений \bar{F} по статьям, средние показатели по изданиям оказались достаточно близки друг к другу, что проиллюстрировано в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Усредненные по газетам показатели частотности появления метафор

Газета	Кол-во символов с пробелами	Кол-во метафор	Частотность появления метафор
The Guardian	10 065	12	1:839
BBC News	5774	5	1:1189
The New York Times	7814	7	1:1143
Средние показатели по газетам	7884	8	1:1057

Определение функций метафор

Существуют различные функциональные классификации метафор. Т. А. Ширяева, работая с публицистикой [4], предлагает дифференцировать метафо-

ры по следующим функциям: информационная, воздействующая, номинативная. С. В. Агеев [5] показывает, что при изучении речевого общения удобно использовать другую классификацию: индикативная, апеллятивная, эмоционально-оценочная, экспрессивная, информативная и суггестивная, контактоустанавливающая, интеграционная, эстетическая. В ходе исследования мы решили использовать дифференциацию В. П. Москвина [12, с. 157–159], который выделяет номинативную, оценочную, декоративную, изобразительную, эвфемическую, пояснительную (педагогическую, дидактическую) и когнитивную функции метафоры. Такая классификация хорошо описывает назначение метафор, является достаточно общей и подходит для анализа любых текстов.

В табл. 2 для каждой из рассмотренных нами газет показано, насколько часто используются метафоры с разными функциями. Преобладают изобразительная (29,6 %), номинативная (27,14 %) и оценочная (19,68 %) метафоры, а декоративная (5,59 %), эвфемическая (4,39 %) и пояснительная (2,03 %) применяются редко.

Т а б л и ц а 2

Проценты использования метафор разных функций в газетах, %

Функция	The Guardian	BBC News	The New York Times	Средний процент
Изобразительная	27,38	38,24	23,17	29,60
Номинативная	17,86	29,41	34,15	27,14
Оценочная	32,14	14,71	12,20	19,68
Когнитивная	17,86	5,88	10,98	11,57
Декоративная	3,57	5,88	7,32	5,59
Эвфемическая	1,19	5,88	6,10	4,39
Пояснительная	0,00	0,00	6,10	2,03

Примерами наиболее часто встречающейся изобразительной метафоры могут служить «*Psychological scars of war take toll in Misrata*» и «*Several times, the administration reviewed military options and concluded that they would only further inflame a region already at war, and would have uncertain results*». Значительное количество оценочных метафор свидетельствует о выражении субъективного отношения к излагаемому материалу. Например: «*Kerr is a former head of the diplomatic service and is a senior adviser at Chatham House (a thinktank showcasing the best brains of the British diplomatic establishment)*». Здесь видим уже оценку организации: «*There are others, of course – the SNC is a big beast and includes the Muslim Brotherhood*».

Несмотря на явное преобладание изобразительной, номинативной и оценочной метафор, в текстах есть и декоративные: «*flight of hope*», «*an aura of in-*

evitability», «waves of indignation». Жанр статей не является научным, тем не менее иногда встречаются когнитивные метафоры: «a parallel universe», «Islamic vacuum», «the essential propaganda battle».

Определение модальности метафор

Под модальностью в исследовании понимается та ожидаемая автором субъективная оценка читателя, которую должна вызывать метафора. На наш взгляд, это очень важный параметр. Заметим, что модальность можно указать для метафор любого типа, а не только для оценочной. Мы используем следующую шкалу: положительная, нейтральная и отрицательная. Такая дифференциация является достаточно полной и не избыточной, об этих характеристиках данной шкалы пишет и Питер Ньюмарк [13, с. 15]. В табл. 3 приведены доли появления каждой из модальных оценок в разных газетах.

Т а б л и ц а 3

Процент появления каждой из модальных оценок, %

Модальная оценка	The Guardian	BBC News	The New York Times	Средний процент
Положительная	25,00	23,53	10,98	19,84
Нейтральная	26,19	26,47	29,27	27,31
Отрицательная	48,81	50,00	59,76	52,86

Общее превалирование отрицательной и положительной модальности над нейтральной говорит о том, что в выбранных политических текстах метафора чаще используется как средство формирования необходимого прагматического потенциала, реже – для придания тексту эстетической красоты. В следующих примерах видна явно выраженная негативная коннотация: «Uzbek exiles reported *political paralysis*, citing people inside the government», «It encourages the cartels and anyone who wants to make money by *laundering their blood dollars*». Такие метафоры, как «the financial services wing» и ««reset» American foreign policy», считаем нейтральными, а «floral tributes» и «holy grail» – положительными.

Построение метафорических моделей

А. П. Чудинов в [14–15] предлагает строить метафорические модели на основе теории фреймов [16–17], что предполагает выделение фреймов сферы-источника и сферы-цели, а также изучения способов переноса значения. О. С. Кузютова [6] и Ю. И. Клименова [10], занимаясь анализом функционирования метафоры, используют данный подход. В своей работе мы также выбрали этот метод [15, с. 45], но ограничились «минимальной» схемой, описанной А. П. Чудиновым в [14], т.е. определяем только фреймы сферы-источника и сферы-цели. Классификация фреймов составлена на основе классификаций

О. С. Кузютовой [6] и А. П. Чудинова [15], она включает модели, дифференцированные по фреймам сферы-источника:

1) **антропоморфная метафора:** «Персонификация», «Медицина», «Этапы жизни, развития и активности человека», «Части тела», «Человеческие органы», «Действия человека», «Чувства», «Человеческие отношения»;

2) **природоморфная метафора:** «Окружающий мир», «Природные явления», «Космос», «Фитоморфный», «Огонь», «Зооморфный», «Земля», «Река/поток»;

3) **социальная метафора:** «Война», «Завоевание», «Игра», «Кулинария», «Спорт», «Экономика», «Занятия и профессия», «Исторически-социальный аспект», «Социальные группы», «Искусство», «СМИ», «Значимость», «Религия», «Социальный институт», «Эпоха», «Общественное мнение», «Семья»;

4) **артефактная метафора:** «Строительство», «Города», «Техника», «Предмет/инструмент/механизм/деталь», «Геометрическая фигура», «Компьютерная программа», «Цвет»;

5) **пространственно-временная метафора:** «Пространство», «Движение», «Размер», «Время», «События».

При этом фреймы сферы-цели могут быть следующими: «Политика», «Исторически-социальный аспект», «Преступность», «Социальные группы», «СМИ», «Значимость», «Пространство», «Чувства», «Человеческие отношения», «События», «Человек», «Интернет». В табл. 4 приведены проценты использования выделенных метафорических моделей в разных изданиях.

Т а б л и ц а 4

Проценты использования построенных метафорических моделей, %

Метафорическая модель	The Guardian	BBC News	The New York Times	Средний процент
Антропоморфная метафора	36,59	51,52	27,14	35,68
Природоморфная метафора	21,95	15,15	50,00	31,35
Социальная метафора	20,73	6,06	5,71	12,43
Артефактная метафора	10,98	9,09	10,00	10,27
Пространственно-временная метафора	9,76	18,18	7,14	10,27

Наиболее востребованной оказалась антропоморфная метафора (35,68 %). Примерами самого частотного фрейма этой модели «Части тела» (11,35 % – здесь и далее указан процент от общего количества фреймов по всем моделям) могут служить «the head of the Russian state» и «face of the revolution». Фрейм

«Действия человека» использовался почти так же часто (10,27 %), в качестве иллюстрации отметим «Mr. Putin tightened his grip» и «to fill their pockets».

Вторые по числу использований природоморфные метафоры (31,35 %) в контексте часто формируют отрицательную модальную оценку. Так, автор характеризует офисных работников, беря за основу образа фрейм «Зооморфный», который является наиболее частотным (16,76 %): «Profits at this marketing firm have tripled, the corporate holiday party featured cocktails in an unnatural shade of blue, and his “office plankton”, as the city’s legion of desk workers are sometimes known, scattered to vacations as far as Bali and Paris». В качестве других примеров отметим «a rime of disappointment» – «Фитоморфный» и «wave of Cyberattacks» – «Природные явления».

Самыми частотными фреймами сферы-цели стали «Политика» (36,76 %), «Преступность» (9,73 %) и «Социальные группы» (7,57 %).

Исследование корреляции между параметрами анализа разных изданий

Мы работаем с газетами примерно одного уровня, статьи написаны разными авторами, поэтому наличие корреляций в способах использования метафор по изданиям говорит о релевантности вы-

борки и позволяет описать общие рычаги воздействия на читателя, тогда как отсутствие свидетельствует, вероятно, о выборе специфических статей. Корреляцию между показателями будем изучать посредством построения и анализа соответствующих графиков.

На рис. 1 приведены графики, основанные на функциональной классификации. Несмотря на некоторые отклонения, в целом заметно наличие общих тенденций использования во всех изданиях. Также интересно отметить, что в случаях изобразительной, номинативной и оценочной метафор величины по одной из газет отличаются значительно, но по двум другим очень близки.

Рассмотрим теперь модальную составляющую. Рис. 2 иллюстрирует явную корреляцию по этому показателю: для всех газет характерно преобладание метафор, содержащих отрицательное отношение автора, метафор с нейтральной оценкой меньше и еще меньше с положительной. Издание «The New York Times» выделяется среди остальных наличием большего количества отрицательных метафор, при этом положительная оценка встречается более чем в 2 раза реже.

Графики для метафорических моделей показаны на рис. 3.

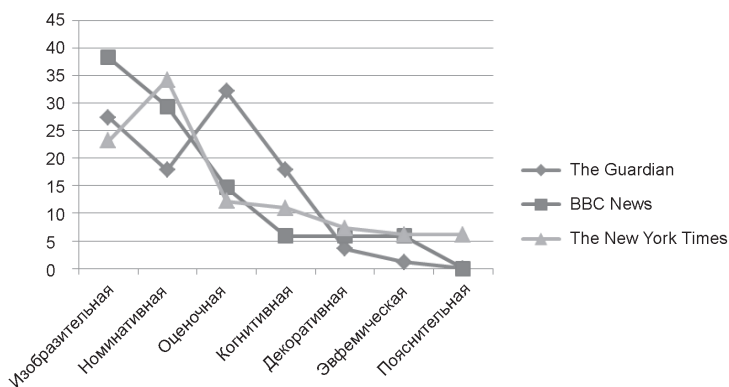


Рис. 1. Проценты использования метафор разных функций

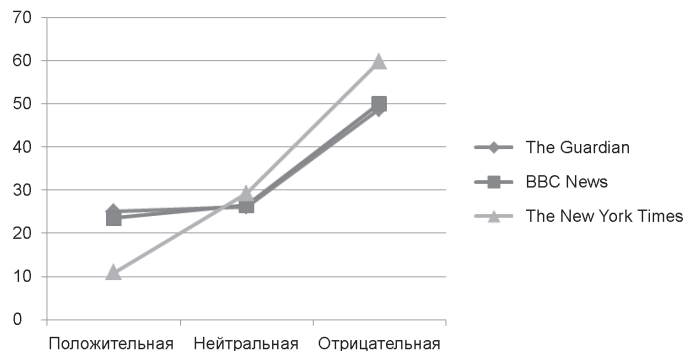


Рис. 2. Проценты использования различных модальных составляющих

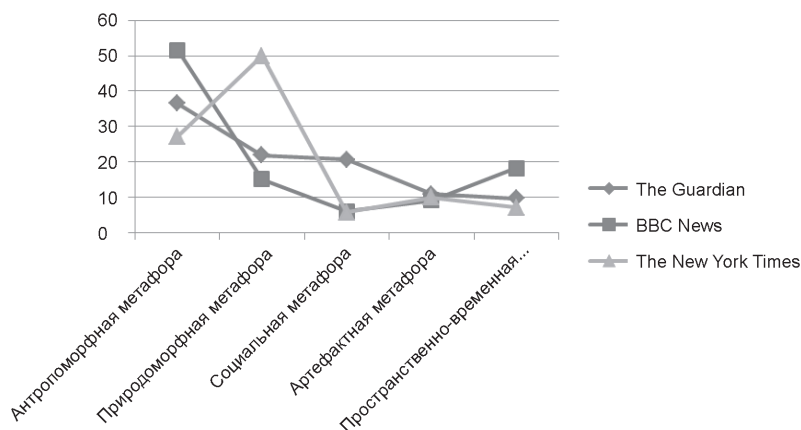


Рис. 3. Проценты использования построенных метафорических моделей

Здесь существование общих тенденций в использовании метафор также не вызывает сомнений, однако отметим заметно большую частотность природоморфной метафоры в издании «The New York Times».

Проведенный корреляционный анализ показал наличие общих закономерностей для всех параметров исследования, что подтверждает присутствие общих тенденций использования метафор в рассмотренных статьях.

Основные выводы

В ходе исследования мы выработали комплексный подход к оценке социопрагматического потенциала метафоры, включающий методы лингвистической прагматики (описание функций и модальности), когнитивистики (построение метафорических моделей) и статистического анализа (определение частотности появления метафор и корреляции параметров исследования). Предложенный метод мы применили к англоязычным газетным текстам политической тематики, однако он может быть использован и для любых других материалов.

Установлено, что в проанализированных статьях метафоры используются в большей степени как средство формирования необходимого прагматического потенциала, а не для придания эстетической красоты. Это объясняется значительным количеством оценочных метафор, преобладанием отрицательной и положительной модальных оценок над нейтральной и высокой частотностью таких фреймов сферы-цели, как «Политика», «Преступность» и «Социальные группы». Рассчитана частотность появления метафор, позволяющая оценить, насколько интенсивно авторы применяют этот троп. Выявлена корреляция параметров исследования по рассматриваемым изданиям, что говорит о наличии общих тенденций использования метафор в выбранном материале.

Применение предложенного подхода для большей выборки и проверки на ней полученных результатов может быть одним из возможных направлений дальнейших исследований. Также, на наш взгляд, могут представлять интерес результаты применения данного метода отдельно к «живым» и стершимся метафорам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Charles W. Morris. International Encyclopedia of Unified Science. Foundations of the Unity of Science. Foundations of the Theory of Signs / Charles W. Morris. – Vol. 1, No. 2. – Chicago, Illinois : The University of Chicago Press, 1938. – 59 p.
2. Володина М. Н. Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / М. Н. Володина. – М. : Акад. проект : Альма Матер, 2008. – 760 с.
3. Теория метафоры : сборник : [пер. с англ., фр., нем., исп., польск.] / Н. Д. Арутюнова [и др.]. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
4. Ширяева Т. А. Метафора как фактор прагма-семантической характеристики текстов публицистического стиля (на материале англ. яз.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. А. Ширяева. – Пятигорск, 1999. – 18 с.
5. Агеев С. В. Метафора как фактор прагматики речевого общения : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. В. Агеев. – СПб., 2002. – 18 с.
6. Кузютова О. С. Социопрагматическая интерпретация употребления метафоры в немецкой газете : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. С. Кузютова. – Белгород, 2012. – 19 с.
7. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова [и др.] – М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
8. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2010. – 314 с.
9. Киселева С. В. Когнитивная лингвистика в русле парадигмы современных знаний / С. В. Киселева //

Диалог Культур – 2010 : Наука в обществе знания : сб. науч. трудов Междунар. науч.-практ. конф. – СПб., 2010. – С. 199–201.

10. Клименова Ю. И. Онтология метафоры в англоязычном экономическом медиадискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. И. Клименова. – М., 2010. – 24 с.

11. Грэхем Р. Конкретная математика. Основание информатики : [пер. с англ.] / Р. Грэхем, Д. Кнут, О. Паташник. – М. : Мир, 1998. – 703 с.

12. Москвин В. П. Русская метафора : очерк семиотической теории / В. П. Москвин. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : ЛЕНАНД, 2006. – 184 с.

13. Newmark P. A Textbook of Translation / P. Newmark. – Exeter : A. Wheaton & Co. Ltd, 1988. – 292 p.

14. Чудинов А. П. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Российские выборы на рубеже веков» / А. П. Чудинов // Международный лингвистический журнал «Respectus philologicus». – 2002. – № 2 (7).

15. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

16. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge / M. Minsky // MIT-AI Laboratory Memo 306. – 1974.

17. Fillmore C. Frames and the Semantics of Understanding / C. Fillmore // Quaderni di Semantica. – 1985. – Vol. 6, No. 2. – P. 222–254.

Тульский государственный педагогический университет имени Л. Н. Толстого

Кудинова В. И., кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой немецкого языка

E-mail: Walkoud@rambler.ru

Тел.: (4872) 35-17-25

Тульский государственный университет

Свиридов А. А., аспирант кафедры прикладной математики и информатики

E-mail: Sviridov86@gmail.com

Тел.: (4872) 35-21-28

Tula State Pedagogical University named after L. N. Tolstoy

Kudinova V. I., Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the German Language Department

E-mail: Walkoud@rambler.ru

Tel.: (4872) 35-17-25

Tula State University

Sviridov A. A., Post-graduate Student of the Applied Mathematics and Informatics Department

E-mail: Sviridov86@gmail.com

Tel.: (4872) 35-21-28