

## МЕТАФОРА КАК ОБЪЕКТ СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

*Данная статья посвящена актуальности использования метафор, как в научной, так и в повседневной жизни. Среди современных лингвистов метафора рассматривается не только как языковой феномен, но и как феномен мыслительной деятельности. Лингвисты признают, что как в оригинальных, так и в стертых метафорах отражаются ценности, особенности мировоззрения культуры носителей языка.*

*Ключевые слова: метафора, словарь, художественная литература*

## METAPHOR AS OBJECT OF MODERN LINGUISTIC RESEARCHES

*This article focuses on the relevance of the use of metaphors in science and in everyday life. Among the modern linguists metaphor is regarded not only as a linguistic phenomenon, but also as a phenomenon of mental activity. Linguists recognize that both the original and in the erased metaphors reflect the values, features cultural world of native speakers.*

*Keywords: metaphor, vocabulary, literature*

Еще Вильгельм фон Гумбольдт учил рассматривать всякий язык как особенное мировидение. «Можно считать общепризнанным, что различные языки являются для наций органами их оригинального мышления и восприятия» [2, С. 324]. Ученый полагал, что язык в своём единстве с существующим благодаря ему мышлением представляет собой саму нацию и собственно нацию. Однако изучение зависимости или независимости нации от своего языка, воздействия, которое нация может оказывать на язык, или обратного воздействия языка на нацию представляет собой открытое поле деятельности, и, приступая к этим вопросам, нужно помнить, что можно попасть в труднодоступную, а не давно исхоженную область [2, С. 324].

Исследование метафор, в том числе стертых метафор, зафиксированных в словарях как фразеологические выражения и устойчивые словосочетания, может оказать немалую помощь в изучении данной проблемы. Сторонники теории когнитивных метафор полагают, что язык и процессы мышления являются образными, метафоричными по своей сути. Например, Дж. Лакофф, автор таких известных работ, как «Metaphors We Live By» (1980), «The contemporary theory of metaphor» (1993), считает, что наиболее фундаментальные культурные ценности согласованы с метафорической структурой основных понятий данной культуры. И хотя использование метафор традиционно ассоциируется с художественными произведениями и публицистикой, Дж. Лакофф, М. Джонсон и другие когнитивные лингвисты утверждают, что употребление метафор характеризует не только сферу художественной литературы. Выражения, которые мы используем в повседневной жизни (You are *wasting* my time, I *lost* a lot of time when I got sick), построены по тому же принципу, что и художественные метафоры – а именно, по принципу переноса значения с одного слова - концепта на другое. Концепты основываются на сложных когнитивных метафорах, отраженных в повседневной речи. Одной из таких метафор (в англоязычной среде) является «время - деньги» (time is money).

Лакофф объясняет, что в западной культурной среде время особенно ценится, так как труд людей обычно оплачивается согласно затраченному времени — по часам, неделям или годам. В западной культуре метафора «время – деньги» проявляется весьма многообразно: повременная оплата телефонных разговоров, почасовая оплата труда, тарифы за пользование гостиницей, годовые бюджеты, проценты по займам, выполнение общественных обязанностей, связанное с “выделением” для них определенного времени. Рассматриваемый пример достаточно прост и очевиден, так как в русском языке посредством устойчивых выражений (тратить время, экономить время) также проводится параллель между временем и деньгами. Однако, в английском языке диапазон применения метафоры «время - деньги» гораздо шире и, по словам автора, это отнюдь не обязательный для всех людей способ осмысления времени, так как существуют культуры, где время осмысливается в других категориях [6, С. 8-9].:

This gadget will *save* you hours.

'Это приспособление *экономит* вам много времени'.

How do you *spend* your time these days?

'Как вы проводите (букв. *тратите*) ваше время в эти дни?'

That flat tire *cost* me an hour

'Эта спустившая шина *стоила* мне часа работы'.

I've *invested* a lot of time in her

букв.: 'Я *вложил* много времени в нее'.

You need to *budget* your time

'Вам нужно *рассчитывать* свое время'.

He is living on *borrowed* time

'Он живет за счет чужого (букв. *одолженного*) времени'.

You don't *use* your time *profitably*

'Вы не *используете с выгодой* ваше время'.

Элементы «исходного понятия» (т.е., денег) переносятся на «конечное понятие» двумя способами: онтологически и методом «эпистемических соответствий». При онтологическом переносе исходные понятия соответствуют конечным понятиям, т. е.: время приравнивается к деньгам, материальным средствам. Метод «эпистемических соответствий», гласит, что взаимоотношения между элементами исходного понятия соответствуют взаимоотношениям между элементами конечного понятия. То есть, если можно разумно, выгодно тратить деньги, время тоже можно использовать с выгодой.

Соответственно, Дж. Лакофф подразделяет метафоры на онтологические и ориентационные [6, С. 16 - 28]. Онтологические метафоры позволяют видеть события, действия, эмоции, идеи и т.д. как некую субстанцию, например: инфляция рассматривается как сущность. If there's much *more inflation*, we'll never survive. We need to *combat inflation*. Buying land is the best way of *dealing with inflation*. Лакофф замечает, что во всех упомянутых случаях взгляд на инфляцию как на самодовлеющую сущность позволяет англоязычным людям рассуждать о ней, характеризовать ее количественно, выделять тот или иной ее аспект, учитывать инфляцию в своих действиях.

Ориентационные метафоры определяют организацию целой системы, понятий по образцу некоторой другой системы: *more is up, less is down*. Например, *my income rose last year. His income fell last year*). В основе метафоры могут лежать разные физические и социальные явления. Если добавить больше вещества или отдельных объектов в какой-либо объем или в кучу, уровень содержимого становится выше – это наблюдение и является физической основой групп метафор «*more is up, less is down*».

Хотя теория когнитивных метафор подвергается критике, ученые, изучающие дискурс, считают, что данная теория дает богатую почву для исследования дискурса, а именно, отражения, формирования и усиления концептов и их взаимоотношений в дискурсе.

Например, Ф. Коллер в своей книге «*Metaphor and gender in business media discourse*» (2004) пишет, что авторы экономических статей на тему слияний и поглощений компаний

часто употребляют и даже придумывают новые метафоры, основанные на понятии эволюции, борьбы за выживание, войны: *bruising battle, brutal Internet price war*. Следовательно, в англоязычном мире предпринимательство и экономика воспринимаются как процесс эволюции, естественный отбор, поле битвы. Другие исследователи выявили также следующую закономерность – частотность употребления метафор, построенных на понятии брака, семьи в описании деловой активности компаний, слияний и поглощений: *to tie the knot, to make it up the aisle*. Ведь, по мнению М. Скапинкера, автора статьи «*Marrying in haste*», как в браке, так и при слиянии компаний немаловажное значение имеет совместимость партнеров, умение договориться и решить, чья система ценностей, чьи взгляды на жизнь будут играть главенствующую роль.

Ханна Скорсинска в исследовании «*Metaphor in scientific business journals and business periodicals: an example of the scientific discourse popularisation*» отмечает, что в современной прикладной лингвистике наблюдается тенденция к исследованию метафоры в рамках определенного контекста, в различных видах дискурса. Автор поясняет, что узость когнитивного подхода к изучению метафоры даже способствовала охлаждению интереса к этому лингвистическому феномену. Поэтому многие современные ученые предпочитают отступить от когнитивной теории [8, С. 43-44].

В своей работе Ханна Скорсинска также выявила закономерность, связь метафор, употребляемых в деловой периодике с определенными концептами, отражающими особенности мышления и мировоззрения англоязычных людей [8, 48-49]:

Business as war.

“Smaller domestic firms, particularly in atomic industries may effectively be frozen out from this option and can therefore only seek administrative protection as an effective means of counterattack”. (Journal of World business)

Business as sport.

“When administrators or political bodies try to enforce implementation of new management control systems on organizations, various forms of conflicts and games may be observed in the implementation process”. (Management Accounting Research)

Business organization as an individual

“A party’s reliance on legal mechanisms may decline as an IJV ages, (...)”. (Journal of International Business Studies)

Автор упоминает еще два подхода к изучению метафоры - не-конструктивистский и конструктивистский, основывающиеся на двух течениях западной философии- позитивизме и релятивизме. Сторонники не-конструктивистского подхода рассматривают метафору как языковой феномен, пример употребления переносного значения, нарушения правил языка. Метафора, следовательно, изучается обособленно, вне связи с предложением, в котором она употреблена.

Конструктивистский подход стирает грань между переносным и прямым значением и рассматривает метафору как инструмент конструирования реальности. Метафора, следовательно, указывает на подтекст, скрытую систему и считается феноменом, как языка, так и мышления. Поэтому для понимания определенных типов метафор (например, имплицитных), читателю необходимо выйти за рамки предложения и углубиться до уровня текста или фоновых знаний.

Носители языка часто не замечают метафоры, используемые в повседневной жизни, так как многие из них являются «мертвыми», и их происхождение определить крайне сложно. Стертые, или «мертвые» метафоры – это метафоры, образность которых уже не ощущается носителями языка, «стирается» от частоты и продолжительности употребления. Такие стертые метафоры становятся, по сути, идиоматическими выражениями.

У. Грей, автор статьи «*Metaphor and meaning*», подтверждает теорию образности лексического пласта языка. Он считает, что большинство слов в словарях английского языка и речи его носителей, являются мертвыми (*dead or frozen*) метафорами. Однако сами носители воспринимают подобные стершиеся метафоры как лексические единицы,

обладающие прямым значением. Так как в англоязычной среде понимание таких прозрачных по значению, избитых метафор не вызывает трудности, носители перестают реагировать на оригинальность видения мира, заключенную в них. Другими словами, по мнению У. Грея, люди уделяют недостаточное внимание образности разговорного дискурса родного языка.

Иностранцы же часто чувствуют образность выражения, однако при отсутствии достаточных знаний о другой культуре им трудно бывает понять и запомнить, какую картину оно должно вызвать в воображении слушателя или читателя, в чем заключается схожесть и различие менталитета. Именно поэтому как собственно метафоры, так и идиоматические выражения, от них образованные, представляют немалую сложность в изучении языка.

Отечественные стилисты также упоминают стершиеся метафоры в своих работах. И. Р. Гальперин разделяет метафоры на метафоры оригинальные, или речевые, и метафоры штампованные, или языковые. (Интересно отметить, что У. Грей называет речевые метафоры «спящими» (*dogmant*), метафорами, чей «срок годности скоро выйдет»). Однако, по мнению И. Р. Гальперина, стершиеся метафоры (*the branch of a bank*) принадлежат к области лексикологии, так как более не являются результатом взаимодействия предметно-логического и контекстуального значений [1, 129]. Называя такие языковые единицы метафорами, стилист, по сути дела, причисляет их к фразеологизмам. Именно такие выражения современные западные лингвисты включают в понятие метафоры, объединяя, таким образом, сферу стилистики и лексикологии. Например, многие метафоры, описанные Дж. Лакофф, являются, по сути, фразеологическими выражениями - идиомами, устойчивыми словосочетаниями, вошедшими в словари: *He is living on borrowed time; this gadget will save you hours; how do you spend your time these days?*

Наш обзор некоторых работ лингвистов, изучающих метафоры английского языка, показывает, что в современной лингвистике ученые склонны рассматривать метафору гораздо шире, чем их предшественники. Признавая метафоричность процессов мышления, исследователи анализируют метафору не только как языковой феномен, но и как феномен мыслительной деятельности, выходя далеко за рамки художественных произведений и публицистики. Ученые признают, что как в оригинальных, так и в стершихся метафорах (суть фразеологизмах) отражаются ценности, особенности мировоззрения культуры носителей языка.

#### Литература:

1. Grey W. Metaphor and meaning // *Minerva - An Internet Journal of Philosophy* Volume 4, ISSN 1393-614X - <http://www.ul.ie/~philos/vol4/metaphor.html>
2. Johnstone B. *Discourse analysis*. – Blackwell Publishing, 2008.
3. Koller V. *Metaphor and gender in business media discourse. A critical cognitive study*. – Palgrave Macmillan, 2004. –256 pp.
4. Lakoff G. *The contemporary theory of metaphor* - In A. Ortony (Ed.) *Metaphor and thought*.– 1993.
5. Lakoff, George/Johnson, Mark *Metaphors We Live By*. - Chicago, 1980.
6. Skapinker M. *Marrying in haste: Merger and acquisitions continue apace in spite of an alarming failure rate and evidence that they often fail to benefit shareholders*. // *Financial Times*. - London, 2000.
7. Skorczynska H. *Metaphor in scientific business journals and business periodicals: an example of the scientific discourse popularisation* // *Iberica* 3. – 2001. - С. 43-60
8. Гальперин И.Р. *Очерки по стилистике английского языка* - Издательство литературы на иностранных языках. - М., 1958.
9. Гумбольдт В. *О влиянии различного характера языков на литературу и духовное развитие* (Гумбольдт фон В. *Избранные труды по языкознанию*). - М., 1984. - С. 324-326.