

Лингвосинергетическая специфика метафоры в английском кризисном экономическом дискурсе

М. Ф. Гайнаншин

Башкирский государственный университет

Россия, г. Уфа, 450076, улица Заки Валиди, 32.

Email: mansur5701@mail.ru

Для выявления особенностей метафорического моделирования описывается лингвосинергетический подход к экономической метафоре.

Ключевые слова: масс-медийный кризисный дискурс, метафора, метафорическая модель, лингвосинергетика.

На существующем этапе развития лингвистики метафоризация укоренилась в качестве одного из наиболее продуктивных средств усиления образности естественного языка, отражая явления, происходящие в различных сферах науки, культуры, искусства и спорта, а также способствуя предназначенной для массового читателя образной номинации актуальных специализированных понятий. Обращает на себя внимание тот факт, что каждое художественное произведение имеет совокупность допустимых истолкований, из чего следует необходимость тщательного анализа художественного текста с использованием определенных моделей перевода [17, с. 267]. Современная лингвистика, теория коммуникации и вся гуманитарная наука с успехом разрабатывают антропоцентрический подход к коммуникативной деятельности, ориентирующийся не на систему и структуру, а на пользователя языка, коммуникативных и социальных систем – человека. Вводится понятие языковой коммуникативной личности, представляющей собой совокупность разноуровневых характеристик коммуникативного поведения отдельного коммуниканта или типа коммуникантов [18, с. 103].

Представляется справедливым полагать, что на данном этапе экономический дискурс имеет тенденцию приобретать черты кризисного дискурса, заимствуя из него лексико-семантические, когнитивно-дискурсивные и прагматико-целевые характеристики, что находит отражение в приобретении текстами, порождаемыми в момент кризиса, ярко выраженной тенденции к метафоризации используемого языка. Следует отметить, что создаваемая масс-медиа некая «новая реальность», в которую помещается читательская аудитория, в дальнейшем уже незаметно для себя живущая в этой созданной СМИ реальности, возникает, помимо прочего, и посредством оперирования стереотипами [14, с. 1032], формирующими установки на положительное или отрицательное восприятие того или иного факта, а также вынесение общей оценки о том или ином государстве и его роли на мировой арене. Несомненно, одним из наиболее ярких и продуктивных образных средств в этом процесс является метафора.

Современная массовая коммуникация обнаруживает усиление технологичности и особое внимание к отражению политических, экономических и социальных явлений, в том числе, вызванных кризисными процессами, что свидетельствует об актуальности исследования экономического кризисного дискурса, вскрывающего глубинные процессы в экономике, характер их проявления и способы осмысления кризисных явлений, а также средства репрезентации экономического кризиса в масс-медийной коммуникации, включая специфику функционирования экономической метафоры. Так, А. М. Погорелко, полагает, что экономический кризис при всех различиях своих проявлений в экономиках разных государств представляет собой весьма удобный объект для сравнения малоосознаваемых культурных установок, задействованных в его культурном восприятии, усматривая, между тем, в метафоре инструмент структурирования мышления, приобретающий особую роль именно в периоды кризиса [7, с. 184].

Исследования специфики масс-медийной кризисной коммуникации позволяют говорить о важности культурологических и этнических особенностей использования языка в описании драматических ситуаций в экономической сфере под влиянием сложившихся символов культуры и идеологий. Метафора, рассматриваемая в качестве средства смыслового уплотнения текста, относится к особому разряду языковых единиц – так называемых синергизмов, которые апеллируют к национальной памяти читателя, его национально-культурной специфике, выполняющей стратегическую роль в процессе построения текста [16, с. 110].

Большой опыт когнитивно-дискурсивных исследований медиа-дискурса свидетельствует о заметной неоднородности конституирующих его элементов различных уровней, т.е. гибридности, представляющей собой диалектическое взаимодействие разнонаправленных характеристик и стратегий на когнитивном и дискурсивном уровнях построения дискурса [8, с. 35]. Гибридность английских экономических медиа-текстов заключается в переплетении структурных признаков научного и масс-медийного текстов: в иерархии тематических структур, присущих медиа-тексту, существенное место и объем занимает комментарий, придающий данному типу текстов аналитический характер и сближающий их с научными текстами [10, с. 34].

Трансформация жанрово-стилистических свойств текстов, усилившаяся в конце прошлого века, приводит к значительным изменениям в жанровой системе СМИ [13, с. 397]. Как отмечает З. З. Чанышева, рассматривая смысловую составляющую в художественных и публицистических текстах, в значительной степени определяющуюся взаимодействием единиц, призванных актуализировать содержательные коннотации в тексте: смысловое поле насыщено единицами, репрезентирующими культурную коннотацию разных видов. Наиболее разнообразно она обнаруживается в языковых средствах, представляющих знаки культурных кодов, принимающих участие в общении и сопровождающих язык. Письменная форма художественного текста так же богата, как и устная речь, насыщена невербаликой, поэтому необходимо обращать внимание на

культурные коннотации, отражающие оценку их функционирования, наряду с внешней формой исполнения [19, с. 16].

Принято полагать, что специфическая организация медиатекста относится к наиболее частотным имплицитным средствам оказания определенного воздействия на читателя. Поэтому особенно важно в процессе преподавания практики перевода уделить внимание определению структурных компонентов текста, в которых, как правило, заложена определенная оценка событий [2, с. 143]. Изучая иностранные языки, мы видим новую мозаику (в чем-то общую с мозаикой родного языка, в чем-то отличный, иной рисунок языковой техники выражения) [5, с. 413].

Функционально-когнитивный подход позволяет подойти к решению проблемы систематизации лексического материала с опорой на речемыслительную деятельность человека и выделить качественно новые разряды лексики, которые определяют как членение лексикона, так и семантические процессы, происходящие в отдельных блоках и лексемах [4, с. 104]. Основу функционально-семантического поля составляет концепт, который подразумевает целостное образование с глобальным значением, формирующее базу языковой картины мира. Функционально-семантические поля составляют объемные функционально-семантические сферы, зачастую антропоцентрического характера [12, с. 97].

Необходимость целостного описания экономического медиа-дискурса как вербально опосредованной деятельности в особой институциональной сфере и учета всего спектра внутренних и внешних факторов предполагает применение комплексной процедуры анализа дискурса в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы, интегрирующей дискурсивный анализ и изучение когнитивных особенностей данного типа дискурса с учетом лингвокультурологического, социолингвистического, прагмалингвистического, лингвостилистического и структурно-лингвистического аспектов [11, с. 46]. Считаю необходимым дополнить данный инструментарий также и весьма продуктивным лингвосинергетическим подходом.

Анализ метафоры в рамках *лингвокогнитивной* парадигмы осуществляется в основном посредством фреймо-слотового представления отношений, скрепляющих отдельные фазы в развитии концептуальной системы [15], а также при помощи совмещения концепта, фрейма и сценария. Именно модель явления, заложенная культурой в концептуальное значение слова, часто неосознанно актуализируется в сознании реципиента и тем самым направляет его мысль в область порождаемых этой моделью ассоциаций [7, с. 184]. Применение метафорических моделей также продуктивно и в ходе *лингвосинергетического* подхода к метафоре, базирующегося на представлении о неаддитивном характере смыслового пространства дискурса, способного порождать новые смыслы, не образующиеся как результат сложения семантики составляющих его языковых единиц. Эта способность в значительной степени зависит от восприятия дис-

курса в пространстве интердискурса, благодаря которому возникают сложнейшие смысловые конфигурации, зарождающиеся в глубинных пластах смыслов, ведущая роль в которых принадлежит «средствам вторичного знакообозначения» [1].

Лингвосинергетическое осмысление процесса метафоризации предполагает факт нелинейного слияния двух или нескольких ментальных пространств в единую концептуальную структуру, самоорганизующуюся из нередко хаотичного набора смыслов, наносмыслов, коннотаций (параметров порядка) в единое упорядоченное концептуальное пространство, обладающее новым качеством – новым смысловым и структурным порядком [3, с. 9].

Как справедливо полагает З. З. Чанышева, синергетический потенциал метафорических значений задается, с одной стороны, самим механизмом их создания на базе определенных ассоциативных связей, что обеспечивает их восприятие в этнокультурном пространстве и доступность для носителей языка и культуры, овладевших необходимым минимумом «живого» знания. С другой стороны, безусловно, важным является исследование процесса развертывания синергетического потенциала метафорических значений в когнитивно-дискурсивном пространстве. Именно интердискурсивное пространство обладает оптимальными свойствами для создания мощного смыслового поля, в котором взаимодействуют единицы с разной энергичной валентностью [6, с. 47].

Вслед за С. В. Губик, мы считаем общепризнанным фактом роль метафорической номинации как одного из основных способов образования терминов. Употребление старого, известного слова в каком-то новом значении является средством доступного донесения научного знания. Метафору можно рассматривать как своеобразный «концентрат» информации [9, с. 83]. Ярким примером метафорического термина могут послужить метафоры из финансово-экономической сферы. В частности, кластерная модель семантического движения экономической метафоры *bailout*, образующей в результате функционирования в открытых границах интертекста гнездо из более 30 компонентов, объединённых в кластеры.

Литература

1. Алефиренко Н. Ф. ИмPLICITно-дискурсивные смыслы слова в художественном тексте. URL: http://window.edu.ru/resource/997/55997/files/sgpi_almanakh3.pdf
2. Артемова О. Е., Шакирова Э. Р. ИмPLICITные средства выражения авторской оценки (на материале англо-американских СМИ) // Исследования в контексте профессиональной коммуникации Шехтман Э. Н. Коллективная монография. Тамбов, 2014. С. 143–149.
3. Бакиев А. Г. Лингвосинергетическая интерпретация метафоры Т. Пратчетта (на материале произведений из цикла "Плоский мир"): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа., 2015. 24 с.

4. Валиахметова Э. К., Шарипова В. А. Функционально-когнитивная сфера – новый тип организации лексики // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2015. №8. С. 100–104.
5. Газизов Р. А., Мурясов Р. З. Лингвокультурология и современная лексикография // Вестник Башкирского университета. 2016. Т. 21. №2. С. 413–421.
6. Гайнаншин М. Ф., Чанышева З. З. Интердискурсивный хаарктер смыслового развертывания кореферентных метафор // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. №1. С. 43–56.
7. Герасина Т. Н., Погорелко А. М. Метафорическая модель экономического кризиса как продукт национальной культуры // Политическая лингвистика. 2011. №4. С. 183–188.
8. Губик С. В. Гибридность английского экономического медиа-дискурса (на материале журнала “The Economist”) // Исследования в контексте профессиональной коммуникации Шехтман Э. Н. Коллективная монография. Тамбов, 2014. С. 34–42.
9. Губик С. В. Стратегии экспрессивности в экономическом медиадискурсе (на материале журнала “The Economist”) // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2015. №8. С. 82–87.
10. Губик С. В., Шакирова Э. Р. Иерархия тематических структур английского экономического медиа-дискурса // Языки в диалоге культур: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. I. / отв. ред. З. З. Чанышева. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 31–34.
11. Губик С. В., Шакирова Э. Р. Коммуникативные и когнитивные аспекты исследования экономического медиа-дискурса (на материале журнала “The Economist”) // Уфа, 2015.
12. Елинсон М. А. Коммуникативная стратегия речевых актов // Альманах мировой науки. 2016. №2–1 (5). С. 97–100.
13. Иванова С. В., Исхакова О. С. Динамика развития жанров глянцевого журнала (на материале анализа журнала Harper’s Bazaar) // Вестник Башкирского университета. 2016. Т. 21. №2. С. 397–401.
14. Иванова С. В., Салимова Р. М. Стереотипизация и демонизация образа России на страницах британских газет // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20. №3. С. 1032–1038.
15. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова/ Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
16. Молчанова Г. Г. Английский как неродной: текст, стиль, культура, коммуникация \Г. Г. Молчанова. – М.: ОЛМА медиа Групп, 2007. – 384 с.
17. Морозкина Е. А., Насанбаева Э. Р. Интерпретативная роль переводчика художественного произведения // Межкультурная интракультурная коммуникация: теория и практика обучения Материалы международной научно-методической конференции. Ответственный редактор Пешкова Н. П.. 2013. С. 264–269.

18. Хисматуллина Г. Г. Значение и перевод имен собственных в разговорной речи // Коллоквиалистика и лексикография: точки пересечения и перспективы развития Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2015. С. 103–106.
19. Чанышева З. З. Проблемы передачи идеологических коннотаций в дискурсе конфликта // Профессионально ориентированный перевод: реальность и перспективы сборник научных трудов по материалам 9-й Международной научно-методической интернет-конференции. Российский университет дружбы народов; под ред. Н. Н. Гавриленко. 2014. С. 54–69.

Статья рекомендована к печати кафедрой иностранных языков для профессиональной коммуникации БашГУ (И.о. заведующего кафедрой: кандидат филол. наук, доцент Губик С. В.)

Linguasynergetic features of metaphors in the English economic crisis discourse

M. F. Gaynanshin

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Russia.

Email: mansur5701@mail.ru

The linguasynergetic approach to the economic metaphor is observed for defining the peculiarities of metaphorization modelling.

Keywords: mass-media crisis discourse, metaphor, metaphorization model, linguasynergetics.