

РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

УДК 811.161.1'42
ББК ШП41.12-51

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.20

Э. В. Будаев
Екатеринбург, Россия

МЕТАФОРА И СОЦИАЛЬНЫЙ МИР

АННОТАЦИЯ. В настоящем обзоре дается характеристика новому метафорологическому журналу «Metaphor and Social World», издаваемому в Нидерландах с 2011 г., а также рецензируется специальный выпуск журнала от 2015 г., посвященный вопросам политической метафоры. В спецвыпуске представлены работы исследователей из университетов Франции, Бельгии, Нидерландов, США. Среди авторов статей такие известные специалисты в области метафорологии, как Р. Гиббс, Х. Де Ландстхер, Дж. Стин. Сборник отражает методологическое разнообразие, существующее в современных исследованиях метафор в политическом дискурсе. В статьях представлен качественный и количественный (корпусный) подход, текстовый и мультимодальный анализ, стилистический анализ и психолингвистический эксперимент, когнитивный и дискурсивный подходы. Журнал «Metaphor and Social World» акцентирует внимание на корреляции метафоры и социума, когнитивной метафорологии и дискурсивных теорий. В российской лингвистике подход, синтезирующий достижения когнитивной лингвистики и дискурсивного анализа, не только давно разрабатывается, но и считается одним из ведущих направлений в политической метафорологии (когнитивно-дискурсивный подход). В связи с этим можно говорить о том, что стратегически политическая метафорология в России и за рубежом развиваются схожим образом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журнал «Metaphor and Social World»; политический дискурс; метафора; политическая метафорология; когнитивная метафора.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков, теории и методики обучения, Российский государственный профессионально-педагогический университет; профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620012, г. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, д. 11; e-mail: aedw@mail.ru.

Метафорология относится к популярным направлениям исследований в современной лингвистике. Библиография в данной области только за последние десятилетия насчитывает несколько тысяч публикаций [Будаев 2011]. Вместе с тем среди множества лингвистических периодических изданий до недавних пор существовал только один специализированный научный журнал, посвященный вопросам метафорологии. Речь идет о журнале «Metaphor and Symbol» (до 1997 г. назывался «Metaphor and Symbolic Activity»), выпускаемый с 1986 г. в Великобритании издательством «Тейлор энд Фрэнсис». В последние годы материалы этого журнала методологически тяготеют к когнитивно-психолингвистическому подходу к исследованию метафор [Chiang A., Chiang W. 2016; Coëgnarts, Kravanja 2016; MacArthur et al. 2015; Roncero et al. 2016; Tay 2016; Thibodeau 2016 и др.], что неудивительно, если учитывать специализацию главного редактора Раймонда Гиббса, работающего профессором психологии в Калифорнийском университете в Санта-Круз и являющегося ведущим экспертом по экспериментальной психологии в области фигуративного мышления.

На этом фоне нельзя не обратить внимание на появление в Голландии нового метафорологического журнала «Metaphor and Social World» («Метафора и социальный мир»), в котором акцент делается на корреляции метафоры и социума. Во вступительной статье к первому номеру журнала

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02102).

Л. Кэмерон и Г. Лоу отмечают, что, несмотря на значимые достижения в области когнитивной лингвистики, теория концептуальной метафоры не объясняет многие семантические, прагматические и культурные аспекты метафоры. Журнал знаменует собой «дискурсивный поворот» в метафорологических изысканиях и призван отображать новые достижения в области дискурсивных теорий метафоры [Cameron, Low 2011: 1]. Позиция авторов сводится не к отрицанию когнитивных эвристик, а к дополнению их дискурсивными эвристиками, анализом того, как когнитивная или языковая метафора коррелирует с человеком как членом социального мира.

В конце 2015 г. вышел специальный выпуск журнала «Metaphor and Social World», посвященный политической метафоре («Special issue on the political impact of metaphors») и объединивший работы исследователей из университетов Франции, Бельгии, Нидерландов, США.

Первая статья выпуска «Framing, metaphor and dialogue. A multimodal approach to party conference speeches», подготовленная французскими лингвистами, посвящена анализу выступлений лидеров на конференциях британских политических партий [Debras, L'Hôte 2015]. В Великобритании выступление лидера партии на партийной конференции имеет особое значение. Данный «институциональный ритуал» считается важнейшей речью в карьере политика.

В исследовании совмещаются количественный и качественный подходы. Авторы

сначала проводят количественный анализ ключевых слов (keyness analysis) в письменном корпусе выступлений лидеров Лейбористской и Консервативной партий с помощью сервиса сопоставительного корпусного анализа «Wmatrix», а затем фокусируют внимание на тексте выступления Тони Блэра в 2006 г. Еще одной методологической особенностью исследования стало совмещение текстового и мультимодального анализа. При анализе текстов учитывались самые разнообразные невербальные средства коммуникации (кивки головой, наклоны головы, сжатые губы, поднятые брови, жесты руками и т. п.).

Французские лингвисты утверждают, что выступления лидеров на партийных конференциях относятся к особому поджанру политического дискурса, потому что резко отличаются от других жанров политического дискурса. Авторы видят эти отличия в том, что в текстах анализируемого поджанра чаще, чем в текстах иных политических жанров, используются концептуальные метафоры и фиксируется более высокая продуктивность метафор. При этом наиболее важные метафоры усиливаются мультимодальными средствами: жестами, выражением лица, позой и просодическими средствами.

Совсем иной подход используется в статье профессора Антверпенского университета Х. Де Ландтшеер [De Landtsheer 2015]. Следуя традиции использовать метод количественной оценки прагматической силы метафор, автор оперирует понятием индекса метафорической силы (Metaphor Power Index). В качестве материала для анализа Х. Де Ландтшеер выбирает тексты периода финансового кризиса. Цель исследования заключается в том, чтобы определить, в какой степени экономические и политические обстоятельства дискурса оказывают влияние на использование тех или иных метафор. Для достижения цели подвергаются экстенсивному контент-анализу 3 730 статей из нидерландских и фламандских газет за период 2006—2013 гг.

В работе используется *метод индекса метафоричности* (MPI method). Вычисление *индекса метафоричности* (MPI) зависит от *индекса частотности метафор* (MFI), *индекса интенсивности метафор* (MII) и *индекса содержания метафор* (MCI). Индекс MFI показывает частотность метафор на 100 слов текста. Индекс MII отражает соотношение «слабых», «средних» и «сильных» метафор. К слабым метафорам относятся стертые метафоры, а на противоположном полюсе данного метафорического континуума располагаются свежие и оригинальные мета-

форы. Индекс MCI учитывает сферы-источники метафорической экспансии, которые ранжируются по шести категориям с разными коэффициентами. Самый низкий коэффициент, равный единице, у метафор из сферы-источника «Материальные объекты повседневной жизни», коэффициент 2 присваивается метафорам из сферы-источника «Природа» и т. д. Наивысший коэффициент (6) приписывается метафорам болезни и смерти. Индекс метафорической силы вычисляется как произведение индексов MFI, MII и MCI.

Использование данного метода позволило обнаружить значительные корреляции между индексом метафоричности и финансово-экономическими индикаторами Евростата (ВВП, безработица, госдолг, индекс потребительского доверия, количество банкротств). Метафоричность дискурса в обеих странах резко выросла в 2007 г. В последующие годы метафоричность равномерно увеличивалась вплоть до 2013 г., что свидетельствует о незавершенности экономического кризиса.

В основу третьего исследования, выполненного бельгийскими учеными [Perrez, Reuschamps 2015], был положен эксперимент по восприятию 493 респондентами статьи из газеты «Le Soir», в которой бельгийский федерализм сравнивался с игрой в тетрис. При этом метафора была реализована как на вербальном уровне, так и в визуальном ряде креолизованного текста.

Процедура эксперимента подразумевала четыре способа предъявления информации респондентам: «текст и изображение», «только текст», «только изображение» и «контроль» (ни текста, ни изображения). Соответственно испытуемые были разделены на четыре группы. После (не)предъявления информации предлагалось ответить на вопросы и дать описание своего видения бельгийского федерализма в свободной форме. Через четыре недели все испытуемые снова давали описание своего видения проблемы, что должно было продемонстрировать долговременность эффекта воздействия метафоры на восприятие политики гражданами. Полученные тексты подвергались контент-анализу.

Результаты показали зависимость длины текстов от типа предъявляемой информации. Самые длинные тексты продуцировали респонденты, которым показывали текст и изображение, а самые короткие тексты представляли участники контрольной группы. Вместе с тем данная зависимость не обнаруживалась при повторном описании проблемы через четыре недели (в последнем эксперименте информация респондентам не

предъявлялась).

Воздействие политической метафоры на адресата объясняется также той ролью, которую играет процесс развертывания фрейма. Этой проблеме посвящено исследование «How viruses and beasts affect our opinions (or not): The role of extendedness in metaphorical framing» [Reijnierse et al. 2015], проведенное группой лингвистов из Амстердамского университета. Авторы отталкиваются от эксперимента, проведенного в Стэнфордском университете [Thibodeau, Boroditsky 2011], в котором было показано, что различия в метафорах, концептуализирующих преступления, «подсказывают» адресату разные сценарии борьбы с преступностью. В случае представления преступности как вируса (*Crime is a virus*) респонденты акцентировали внимание на профилактике преступности. Если же испытуемым предлагалась метафора преступности как дикого зверя (*Crime is a beast*), то они были склонны выступить за репрессивные методы борьбы.

Голландские исследователи снова обратились к этим двум фреймам, концептуализирующим преступность. Они задались вопросом о том, до какой степени данные фреймы подсказывают гражданам, какую политику борьбы с преступностью следует выбирать: основанную на реформах или принуждении. Результаты показали, что метафора «*Crime is a beast*» развертывалась в понятиях того же фрейма, в то время как в случае «*Crime is a virus*» развертывание фрейма не наблюдалось. Таким образом, фреймовые эффекты оказались не такими однозначными и предсказуемыми, как иногда теоретически представляется исследователями метафор.

Также проблеме развертывания метафор посвящена последняя статья рецензируемого выпуска, написанная Р. Гиббсом [Gibbs 2015]. Автор утверждает, что многие концептуальные метафоры необходимо рассматривать как аллегории. Одним из признаков аллегории, отличающих ее от развернутой метафоры, является ее богатый символический характер. Вместе с тем автор утверждает, что адресаты дискурса интерпретируют метафоры-аллегии через «воплощенную симуляцию», т. е. представляя себя участниками событий, описываемых в дискурсе. К примеру, метафора-аллегория *взбираться вверх по лестнице* осмысливается реципиентами через концептуальную симуляцию сенсомоторного опыта.

Практическая часть исследования заключалась в эксперименте, в котором испытуемым давали читать фрагменты текста, содержащие развернутую метафору «Поли-

тические дебаты — это боксерский поединок». Текст описывал политические дебаты Б. Обамы и М. Ромни. Испытуемые письменно давали интерпретацию прочитанных фраз. Например, на предложенную фразу *I think Romney will take some hard shots* (Я думаю, Ромни нанесет несколько сильных ударов) респондент написал: *He will attempt to make President Obama look bad to make himself look better* (Он попытается заставить Обаму показать себя с плохой стороны, а себя показать с хорошей). Подобные ответы, по мысли автора, свидетельствуют о том, что понимание метафоры подразумевает не просто развертывание фрейма, а инференции аллегорической природы. Более широкий вывод Р. Гиббса сводится к сентенции, что концептуальные метафоры — это частный случай операций с аллегорическими структурами.

Таким образом, выпуск отразил разные методы (психолингвистический, контент-анализ, стилистический и др.), сумма которых дает надежду для исследователей политической метафоры получить более полные ответы на вопросы взаимодействия политического дискурса и фигуративного мышления.

В завершение нельзя не отметить, что в российской лингвистике подход, синтезирующий достижения когнитивной лингвистики и дискурсивного анализа, не только давно разрабатывается, но и считается одним из ведущих направлений в политической метафорологии (когнитивно-дискурсивный подход). В связи с этим можно говорить о том, что стратегически политическая метафорология в России и за рубежом развиваются схожим образом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев Э. В. Сопоставительная политическая метафорология. — Н. Тагил, 2011. 359 с.
2. Chiang A. Y., Chiang W. Behold, I am Coming Soon! A Study on the Conceptualization of Sexual Orgasm in 27 Languages // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 3. P. 131—147.
3. Cameron L., Low G. Metaphor and the Social World. Introduction to the first issue // *Metaphor and the Social World*. 2011. Vol. 1 (1). P. 1—5.
4. Coëgnarts M., Kravanja P. Perceiving Causality in Character Perception: A Metaphorical Study of Causation in Film // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 2. P. 91—107.
5. Debras C., L'Hôte E. Framing, metaphor and dialogue: A multimodal approach to party conference speeches // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 177—204.
6. De Landtsheer Ch. Media rhetoric plays the market: The logic and power of metaphors behind the financial crises since 2006 // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 205—222.
7. Gibbs R. The allegorical character of political metaphors in discourse // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 264—282.
8. Landau M. J., Nelson N. M., Keefer L. A. Divergent Effects of Metaphoric Company Logos: Do They Convey What the Company Does or What I Need? // *Metaphor and Symbol*. 2015. Vol. 30, Iss. 4. P. 314—338.
9. MacArthur F., Krennmayr T., Littlemore J. How Basic Is

“UNDERSTANDING IS SEEING” When Reasoning About Knowledge? Asymmetric Uses of Sight Metaphors in Office Hours Consultations in English as Academic Lingua Franca // *Metaphor and Symbol*. 2015. Vol. 30, Iss. 3. P. 184—217.

10. Perez J., Reuchamps M. The “Belgian Tetris”: Assessing the political impact of metaphors on citizens’ representations of Belgian federalism // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 223—244.

11. Reijnierse W. G., Burgers Ch., Krennmayr T., Steen G. How viruses and beasts affect our opinions (or not): The role of extendedness in metaphorical framing // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 264—282.

E. V. Budaev

Ekaterinburg, Russia

METAPHOR AND SOCIAL WORLD

ABSTRACT. *As the title indicates, the review deals with the new metaphorological journal “Metaphor and Social World”, which has been published in the Netherlands since 2011. Special attention is given to the issue devoted to political impact of metaphors (2015). The issue included papers written by French, Belgian, Dutch and US scholars. Among the authors there are such prominent experts in metaphorology as Ch. De Landtsheer, R. Gibbs Jr., G. Steen. Papers reflect a variety of methods and approaches to political metaphor analysis including qualitative and quantitative (corpus) analysis, textual and multimodal analysis, stylistic and psycholinguistic approaches, cognitive and discourse analysis. The journal Metaphor and Social World aims at the revelation of the complex relations between metaphor and people’s lives, cognitive nature of metaphor and its discursive objectivation. The approach synthesizing cognitive and discursive heuristics has been developed in Russian linguistics for two decades and nowadays it is considered to be the leading approach to political metaphor analysis. Thus political metaphorology in Russia and abroad align in the same direction.*

KEYWORDS: *political metaphor; political discourse; Metaphor and Social World; discursive approach to metaphor.*

ABOUT THE AUTHOR: *Budaev Eduard Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of the Foreign Languages Department, Russian State Vocational Pedagogical University; Professor of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Budaev E. V. Sopotavitel'naya politicheskaya metaforologiya. — N. Tagil, 2011. 359 s.

2. Chiang A. Y., Chiang W. Behold, I am Coming Soon! A Study on the Conceptualization of Sexual Orgasm in 27 Languages // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 3. P. 131—147.

3. Cameron L., Low G. Metaphor and the Social World. Introduction to the first issue // *Metaphor and the Social World*. 2011. Vol. 1 (1). P. 1—5.

4. Coëgnarts M., Kravanja P. Perceiving Causality in Character Perception: A Metaphorical Study of Causation in Film // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 2. P. 91—107.

5. Debras C., L'Hôte E. Framing, metaphor and dialogue: A multimodal approach to party conference speeches // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 177—204.

6. De Landtsheer Ch. Media rhetoric plays the market: The logic and power of metaphors behind the financial crises since 2006 // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 205—222.

7. Gibbs R. The allegorical character of political metaphors in discourse // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5 (2). P. 264—282.

8. Landau M. J., Nelson N. M., Keefer L. A. Divergent Effects of Metaphoric Company Logos: Do They Convey What the Company Does or What I Need? // *Metaphor and Symbol*. 2015. Vol. 30, Iss. 4. P. 314—338.

12. Roncero C., de Almeida R. G., Martin D. C., de Caro M. Aptness Predicts Metaphor Preference in the Lab and on the Internet // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 31—46.

13. Tay D. Metaphor and Psychological Transference // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 11—30.

14. Thibodeau P. H. Extended Metaphors are the Home Runs of Persuasion: Don't Fumble the Phrase // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 2. P. 53—72.

15. Thibodeau P. H., Boroditsky L. Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning // *PLoS ONE*. 2011. Vol. 6 (2). P. 1—11.

9. MacArthur F., Krennmayr T., Littlemore J. How Basic Is “UNDERSTANDING IS SEEING” When Reasoning About Knowledge? Asymmetric Uses of Sight Metaphors in Office Hours Consultations in English as Academic Lingua Franca // *Metaphor and Symbol*. 2015. Vol. 30, Iss. 3. P. 184—217.

10. Perez J., Reuchamps M. The “Belgian Tetris”: Assessing the political impact of metaphors on citizens’ representations of Belgian federalism // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 223—244.

11. Reijnierse W. G., Burgers Ch., Krennmayr T., Steen G. How viruses and beasts affect our opinions (or not): The role of extendedness in metaphorical framing // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 264—282.

12. Roncero C., de Almeida R. G., Martin D. C., de Caro M. Aptness Predicts Metaphor Preference in the Lab and on the Internet // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 31—46.

13. Tay D. Metaphor and Psychological Transference // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 1. P. 11—30.

14. Thibodeau P. H. Extended Metaphors are the Home Runs of Persuasion: Don't Fumble the Phrase // *Metaphor and Symbol*. 2016. Vol. 31, Iss. 2. P. 53—72.

15. Thibodeau P. H., Boroditsky L. Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning // *PLoS ONE*. 2011. Vol. 6 (2). P. 1—11.