

УДК 811.161.1: 81'373.612.2'42

РОЛЬ МЕТАФОРЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Солодовникова Н.В.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Украина*

Статья посвящена исследованию роли метафоры в формировании общественного мнения. Особое внимание уделяется аргументативной и воздействующей функциям метафоры в СМИ.

Ключевые слова: *метафора, политический язык, дискурс, СМИ.*

Феномен современной политической метафоры носит лингвокультурный характер и не может рассматриваться в отрыве от политической и экономической жизни страны, в изоляции от ее традиций и самосознания народа. Здесь особенно важен человеческий фактор, учет личности как автора, творца метафоры, так и адресата. Метафоричность пронизывает всю политическую коммуникацию, она стала неотъемлемой частью языка политики и языка средств массовой информации, освещающих события политической жизни современного общества. Метафорические образы встречаются в текстах различных жанров: выступлениях политиков, дебатах, фельетонах, но главным образом в статьях аналитического характера, где осуществляется попытка осмыслить происходящее, сопоставить различные события, подвести итоги. Метафора выступает в таких текстах и как орудие мышления, и как средство образного воздействия на читателя. Все вышеперечисленное и определяет *актуальность* данного исследования.

Цель данной статьи – рассмотреть роль политической метафоры в современных СМИ. Поставленная цель реализуется с помощью решения следующих *задач*: 1) выявить функции метафоры в публицистическом дискурсе; 2) проанализировать особенности языка политики; 3) раскрыть прагматический потенциал метафорических моделей в современной публицистике Украины.

По замечанию Л.Н. Синельниковой, метафора как непрямая номинация, представляющая нечто на границе иллюзии и реальности, становится средством манипуляции, а тот факт, что политическая метафора содержит информацию о позиции говорящего, делает ее средством воздействия [4, с. 464]. Метафорическое мышление в политике – признак кризисного мышления, мышления в сложной проблемной ситуации, разрешение которой требует значительных усилий от когнитивной системы человека по усвоению новых знаний и переработке их для построения множества вариантов действий и выбора правильной альтернативы.

Политическая коммуникация ориентирована на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан и побуждение их к политическим действиям. Как считает А.П. Чудинов, «политический язык отражает

существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней и одновременно участвует в ее создании и изменении», а политическая метафора «становится материальной силой, способной решать судьбы законов, политиков, партий» [6]. В последнее время политический язык выделяют как особую семиотическую систему, которая рассматривается в рамках политической лингвистики.

Австрийский лингвист Р. Водак утверждает, что «политический язык находится как бы между двумя полюсами – функционально-обусловленным специальным языком и жаргоном определенной группы со свойственной ей идеологией. Поэтому политический язык должен выполнять противоречивые функции, в частности быть доступным для понимания (в соответствии с задачами пропаганды) и ориентированным на определенную группу (по историческим и социально-психологическим причинам)» [1, с. 24].

Многие лингвисты признают, что убеждающая функция является основной функцией языка политики на достижение которой ориентируется выбор лингвистических средств. Характерными признаками языка политики, по мнению Е.И. Шейгал, являются смысловая неопределенность (политик часто предпочитает высказывать свое мнение в максимально обобщенном виде), фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата), фидеистичность (иррациональность, опора на подсознание), эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только избранным), дистанцированность и театральность [7, с. 49-69]. Использование метафор в политических текстах обусловлено интенциями политического языка, поскольку метафорические образы влияют на подсознание, не являясь при этом конкретными: *Резко раскритиковав планы США разместить в Европе систему ПРО и пригрозив достойно ответить на этот вызов (см. номер «КП» за 5 июня 2007 г.), Владимир Путин, похоже, разворошил весь «западный муравейник». И за океаном, и кое-где в Старом Свете его слова вызвали крайнее раздражение* (Комсомольская правда в Украине от 6.06.2007). Муравейником принято называть ‘множество хлопотливо суетящихся людей’ [5, с. 366]. Актуализируется сема ‘беспорядочно двигаться’. Как представляется, коннотативный фон метафоры ироничный. Адъектив «западный» указывает на представителей американской и западноевропейской политической элиты, о которой автор текста отзывается с явным пренебрежением. *Разворошить (переворошить) муравейник* – ‘сказать или сделать что-либо, что вызовет резко негативную реакцию определенной группы людей’. Подразумевается, что некие действия извне нарушают обычный порядок и ход событий внутри какого-либо сообщества. Основано на следующем наблюдении: если разрушить жилище муравьев, то они начинают в «панике» бегать в разных направлениях и активно защищать свое жилище от вторжения [3, с. 124]. При метафоризации наблюдается авторская трансформация общеязыковых средств (метафора *муравейник*, фразеологизм *разворошить муравейник*) с помощью адъектива *западный*. Прагматический смысл высказывания заключается в том, что слова Путина вызвали панику у американских и западноевропейских политиков. В данном примере реализован принцип смысловой неопределенности, одним из семантических факторов которого является относительность обозначения. В политическом тексте

оценка всегда зависит от позиции автора, в нашем случае от творца метафоры. Еще одним признаком относительности обозначения является тот факт, что в политике, как правило, не существует позиции одного человека, автор выражает групповую оценку. В приведенном нами высказывании мы видим обобщенную оценку западной политической элиты (*западный муравейник*) со стороны патриотически настроенной российской журналистики.

В языке политики наблюдается преобладание ценности над фактами, воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным, политический язык преимущественно побудителен, нацелен на оказание влияния, стимулирование и воодушевление адресата. Поскольку власть как психологический феномен включает иррациональный и эмоциональный уровни, общение на политические темы никогда не бывает нейтральным или объективным, ему свойственна оценочная пристрастность, аффективность. Даже тексты новостей, по определению претендующие на беспристрастность и объективность, формулируются в рамках определенного идеологического фрейма интерпретации [9, с. 28-55].

В нашем исследовании политический язык понимается как особая подсистема национального языка, предназначенная для политической коммуникации: для пропаганды тех или иных идей, эмотивного воздействия на граждан страны и побуждения их к политическим действиям, для выработки общественного консенсуса, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Главная функция политического языка – борьба за власть. Политический язык отражает существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней и одновременно участвует в ее создании и изменении. В действительности каждое политическое событие рождает новые метафоры. В Украине яркая политическая метафора все чаще становится материальной силой, способной решать судьбы законов, политиков, партий. К примеру, революция на Майдане (2004 года), воспринимавшаяся как обновление общества, ее сторонниками была названа «*оранжевой весной*», несмотря на то, что проходила в зимний период, метафора базируется на переносном значении слова *весна* – ‘пора расцвета’ [МАС, т. 1, с. 156].

В исследованиях, посвященных политической коммуникации, сложилось понятие «язык власти», который, по наблюдению Г.Н. Яворской, 1) выражает идеологические и социально-политические установки, 2) осуществляет контроль за формированием общественного сознания (через интерпретацию значений, смыслов, оценку событий и т.д.) и манипулирует им. Проблема власти соотносится с коммуникативными и когнитивными языковыми возможностями, поскольку «социальное взаимодействие происходит преимущественно и главным образом с помощью языковых средств [8, с. 220]. Язык становится, таким образом, материальным ресурсом власти. Этим, возможно, объясняется пристальный интерес лингвистов к политическому языку как социальному фактору.

Повышенное внимание современных специалистов к исследованиям политической речи связано еще и с тем, что в настоящее время пресса, телевидение и радиовещание стали более свободными, менее ориентированными на социальный заказ. Многопартийная система также способствует тому, что метафора становится

мощным инструментом воздействия во время предвыборной агитации. Свободная пресса – признак демократического общества, а язык СМИ является не только средством коммуникации, но и составной частью политической жизни общества.

Освоение современной гуманитарной наукой понятия «дискурс» обеспечило возможность междисциплинарного, интегрированного подхода к описанию политического языка как языка политики, политиков и власти в целом. В рамках дискурсивного подхода описаны наиболее важные устойчивые особенности политических коммуникаций и их жанровое пространство: идеологемы, мифологемы, метафорические группы, культурно-языковые концепты (власть, политик и др.), политическая афористика, эвфемизмы и дисфемизмы и мн. др. (см. А.Н. Баранов, Л.Е. Бессонова, И.А. Филатенко, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др.).

Главные функции метафоры в **политическом дискурсе** – **эвристическая** (возможность осмысления постоянно меняющейся политической реальности и формулирования новых политических программ), **аргументативная** (средство убеждения аудитории в правильности тех или иных политических взглядов); **прагматическая функция сглаживания** наиболее опасных политических высказываний, затрагивающих спорные политические проблемы, минимизируя ответственность говорящего за возможную буквальную интерпретацию его слов адресатом; **социативная (объединяющая)** – способ создания у коммуникантов общей концептуальной базы, на которую опирается субъект речи). **Эстетическая** (метафора как украшение речи) и **активационная** (метафора как средство активации восприятия адресата) функции также присутствуют, но уже не столь существенны [2]. Рассмотрим один из примеров метафорического употребления лексем, относящихся к семантическому полю «море и мореплавание» с точки зрения их функции в политическом дискурсе: *Российская политическая элита, основу которой составляют так называемые питерские (питерские чекисты, питерские юристы, питерские экономисты), оказалась похожей на корабль, на котором капитан не отдает себе отчет, куда и зачем плыть, штурман не знает, как проложить маршрут, а лоцман не очень хорошо понимает, как обойти мели и подводные рифы. Хотя это не в традициях российской политической культуры, но существующая элита не имеет ни плана долгосрочного развития страны, ни внятного и целостного мировоззрения, ни, кажется, энергии для модернизационного сверхусилия. Ее объединяет лишь общность интересов* (Зеркало недели, № 2 (631) от 20.01. 2007 г.). Автор этого текста пытается осмыслить политическую ситуацию в России с помощью метафоры корабля, которая является достаточно распространенной. На корабле есть *капитан, штурман и лоцман*, от которых зависит успешность плавания, но они оказываются некомпетентными руководителями. Мель представляет собой ‘неглубокое место в реке, озере или в море, опасное для судов’ [МАС, т. 2, с. 250]. Актуализируется сема ‘опасность’ (ср. ФЕ: *сесть на мель, посадить на мель*, где мель – ‘затруднительное положение’). В сигнификативном значении слова риф (‘надводные или подводные скалистые возвышения морского дна, опасные для судоходства’ [МАС, т. 3, с. 720]) также заложена сема ‘опасность’. Из этого следует, что *мели и подводные рифы* – это опасности, которые подстерегают команду и ставят под угрозу успех путешествия.

С помощью метафоры автор аргументирует свою позицию: у команды Путина есть только общность интересов, поскольку они волею случая оказались на одном корабле (*капитан, штурман, лоцман*), но у них нет общего плана развития страны, их действия не скоординированы (*капитан не отдает себе отчет, куда и зачем плыть, штурман не знает, как проложить маршрут, а лоцман не очень хорошо понимает, как обойти мели и подводные рифы*), поэтому будущее России под угрозой (*мели и подводные рифы*). Прагматический смысл высказывания эксплицитирован: 'несостоятельность политической элиты', но ответственность за адекватность его восприятия «разделена» между автором-творцом метафоры и реципиентом-интерпретатором. Текст построен на использовании одной из архетипичных метафор «моря и навигации». Как отмечает М.Осборн, политики, желающие убедить в чем-то адресата, используют образы природного цикла, света и тьмы, жары и холода, болезни и здоровья, мореплавания и навигации. Такие метафоры опираются на универсальные архетипы и служат основой для понимания людьми друг друга и в то же время создают основу для политического воздействия и убеждения [10, с. 116]. Метафоры, построенные на образном сценарии путешествия по водному пространству, которое для русского языкового сознания ассоциируется с опасностью, известны с давних времен (см. работы А.А. Потебни, Г.С. Сквороды и др.) С помощью использования архетипичной метафоры реализуется социативная (объединяющая) функция метафоры, на основе которой создается общая концептуальная база.

Выводы. Таким образом, активное включение метафоры в современный агитационно-политический дискурс привело к изменению системы метафорических образов, к развитию новой системы образов. Использование метафоры в определенном дискурсе продиктовано целевыми установками этого дискурса. Главное назначение политического и публицистического дискурса – воздействие на читателя, формирование у него определенной политической позиции посредством аргументативного и прагматического потенциала метафорических выражений. Метафора социальна, и эта особенность метафоры позволяет при ее анализе выявить способы отражения мира в общественном сознании, национальную картину мира.

Список литературы

1. Водак Р. Специальный язык и жаргон: о типе текста «партийная программа» / Р. Водак // Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград, 1998. – С. 24.
2. Кобозева И. М. К формальной репрезентации метафор в рамках когнитивного подхода [Электронный ресурс] / И. М. Кобозева. – Режим доступа к тексту: http://www.dialog-21.ru/archive_article.
3. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь: Вып. первый / [И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В. В. Красных]. – М.: «Гнозис», 2004. – 318 с.
4. Синельникова Л. Н. Лингвополитология: координаты междисциплинарности / Л. Н. Синельникова // Ученые записки ТНУ. – 2007. – Том 20, (59). № 3. – С. 461-469.
5. Солганик Г. Я. Толковый словарь: Язык газеты, радио, телевидения: Около 60000 слов и выражений / Г. Я. Солганик. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2002. – 752 с.

6. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М.: ИТДГК «Гнозис». – 326 с.
8. Яворська Г. М. Перспективна лінгвістика як дискурс: мова, культура, влада / Г. М. Яворська. – К., 2000. – С. 220.
9. Haker K. L. Political Linguistic Discourse Analysis / K. L. Haker // The Theory and Practice of Political Communication Research. – New York: State University of New York Press, 1996. – P. 28-55.
10. Osborn M. The evolution of the Archetypal Sea in Rhetoric and Poetic / M. Osborn // In Quarterly Journal of Speech, 1977. – Vol. 63. – P. 116.

Солодовнікова Н.В. Роль метафори у публіцистичному дискурсі // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Частина 1. – С.188-193.

Стаття присвячена дослідженню ролі метафори у формуванні суспільної думки. Особлива увага приділяється аргументативній та маніпулятивній функціям метафори у ЗМІ.

Ключові слова: метафора, політична мова, дискурс, ЗМІ.

Solodovnikova N.V. The role of metaphors in the publicist discourse // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.188-193.

The article investigates the role of metaphor in forming public opinion. Particular attention is paid to the argumentative and affecting the functions of metaphor in the mass media.

Key words: metaphor, the political language, discourse, mass media.

Поступила в редакцію 02.08.2011 г.