

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 801.316

О.В. Булгакова**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕТАФОРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ
В ИМИДЖЕВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ПРЕССЫ**

На материале приложения «Бизнес» к областной общественно-политической газете «Красное знамя» (г. Томск) рассматриваются варианты развертывания метафорических моделей в имиджевом экономическом дискурсе прессы. Выделяются три варианта функционирования метафорических моделей в тексте: модель-монополь (развертывание одной модели), синонимия метафорических моделей (развертывание двух или трех метафорических моделей), а также веерная тактика метафорического моделирования (функционирование в тексте более трех моделей).

Ключевые слова: имиджевый экономический дискурс прессы, метафорическая модель.

В имиджевом экономическом дискурсе встречаются различные метафорические модели. В данном случае под метафорой мы будем понимать результат, полученный в процессе когнитивной операции – сближения двух различных понятийных сфер, одна из которых является хорошо знакомой и понятной, а другая – новой и недостаточно изученной. Метафора раскрывается в речи, в тексте, для ее понимания важен контекст, как правило, она представляет собой словосочетание. К разряду метафор относится довольно обширный спектр лексических единиц – метонимий, сравнений, фразеологизмов.

Рассмотрим, как осуществляется функционирование метафорических моделей в данном дискурсе. Метафора всегда реализуется в тексте, в пределах некоторого контекста. Вслед за М.Н. Кожиной мы понимаем текст «как единицу речи» [1. С. 23]. Текст оказывается вовлеченным в коммуникативную цепочку: автор обращается к аудитории, при этом ожидает от нее определенной реакции на имиджевый материал. Поэтому текст, в данном случае публицистическое произведение, должен быть организован таким образом, чтобы в ходе акта коммуникации была достигнута поставленная цель. Метафора является одним из средств, способствующих созданию имиджа; с помощью метафорической модели можно выгоднее, эффективнее представить те или иные аспекты деятельности бизнесмена или фирмы (например, прочный, стабильный коллектив – «дружная успешная семья», динамично развивающийся бизнес – «быстро растущее растение», точная отлаженная работа предприятия – «швейцарские часы»).

Человеческому сознанию свойственно воспринимать и категоризировать явления реального окружающего мира. Единицами, пронизывающими весь человеческий язык и репрезентирующими наше сознание, являются метафоры. Они представляют собой наиболее емкую форму хранения накопленного опыта и знаний. «На восприятие мира человеком значительное влияние ока-

зывает встроенный в сознание концептуальный каркас, включающий различные метафорические модели. Концептуальные метафоры не только участвуют в категоризации понятий, но и обеспечивают аккумуляцию знаний как отдельного человека, так и сообщества людей. Главный принцип такой категоризации сводится к тому, что в процессе познания сложные, непосредственно ненаблюдаемые мыслительные пространства соотносятся через метафору с более простыми и конкретными наблюдениями» [2. С. 9].

Думается, что «концептуальный каркас» составляет основу «наивной картины мира». Обращаясь к толкованию новых фрагментов, человек обращается к уже известным. В их качестве выступают какие-либо явления общественной жизни – театр, спорт, война, криминал, мир растений, мир животных, мир механизмов.

Язык можно сравнить с набором символов, не имеющих строго закрепленного за ними места, часть которых можно переместить из одной сферы в другую, восполнив тем самым некую пустоту. Можно предположить, что процесс метафоризации связан с «зиянием», своего рода чужеродностью каких-либо новых явлений действительности. Будучи не совсем понятными, они нуждаются в «спутнике», который бы ввел их в уже сложившуюся картину мира той или иной нации. Это одна из особенностей экономического дискурса, компонентами которого являются новые реалии, не свойственные командной экономике советского периода. Метафорическое моделирование в имиджевом экономическом дискурсе всегда находит свое воплощение в конкретном публицистическом произведении.

А.П. Чудинов выделяет три варианта функционирования метафорических моделей в тексте: развертывание одной доминирующей модели; параллельное развертывание в тексте двух или трех моделей, относящихся к разным, иногда даже оппозиционным, понятийным сферам; использование в тексте различных моделей (от трех и выше), при этом ни одна из них не является ведущей. Рассмотрим каждый вариант развертывания метафорических моделей на примере текстов, вышедших на страницах издания «Бизнес» – приложения к областной ежедневной газете «Красное знамя».

Развертывание в тексте доминирующей метафорической модели

Развертывание в тексте одной доминирующей модели организует текст, обеспечивает связь его частей. В данном случае используются фреймы и слоты только из одной понятийной области. Метафора обеспечивает связность и цельность текста, усиливает эстетическую значимость и влияет на эффективность коммуникации. Она способна развертываться в тексте по самым разным направлениям соответственно имеющейся системе фреймов и слотов.

Возможны два варианта развертывания доминирующей модели в тексте. Первый – это когда модель развертывается в тексте очень подробно, раскладывается на целый ряд фреймов и слотов. Она словно «держит» весь текст, выступает в роли своеобразной «цементирующей основы». Другой вариант реализуется, когда в публикации встречаются метафоры, относящиеся к одной и той же метафорической модели. Но данная модель развертывается в

материале не столь детально, она словно намечена «пунктирной линией». При этом метафоры, как правило, встречаются в разных фрагментах текста.

Спортивная метафора является доминирующей в публикации «Бизнес поворачивается лицом к государству, если оно сформулирует четкие, долговременные правила игры». Текст посвящен предприятию «Томское пиво». Его автор ставит своей целью рассказать о том, что компания динамично развивается, находит новые рынки сбыта продукции.

В данном тексте спортивная метафора находится в сильной позиции. А.П. Чудинов к числу сильных позиций относит заголовок, концовку текста, подзаголовки [3. С. 119–138]. Здесь метафора вынесена в заголовок и перекликается с высказыванием, находящимся в конце текста. Таким образом, формируется некая кольцевая структура. Метафора, подобно фонарику, способна «высветить» именно тот фрагмент действительности, который относится к числу наиболее проблемных, требующих каких-либо изменений. Здесь в этой роли выступают правила игры – состояние нормативно-правовой базы относительно бизнеса: Нет твердой уверенности в том, что государство установило на российском рынке четкие и долговременные правила игры.

Субъекты, занятые тем или иным профилем деятельности, воспринимаются как «игроки», сам вид бизнеса ассоциируется с «полем». Намечен проблемный «вектор» – отсутствие обдуманной политики государства в отношении малого бизнеса; эта ситуация метафорически представляется как отсутствие «четких и долговременных правил игры». В тексте используется своеобразный метафорический повтор: несколько раз употребляется одна и та же метафора – отсутствие «четких и долговременных правил игры». Метафора вынесена в заглавие, встречается в середине и в конце текста, что способствует акцентированию внимания аудитории на том аспекте, который считается наиболее острым и проблемным:

– Словом, со сбытом проблем нет?

– Нет, но в традиционном понимании. Потому что рынок – штука капризная, и иногда успех может принести новые сложности. Например, нельзя перебарщивать с количеством игроков на рыночном поле. В каждом регионе должно быть 2–3 представителя «Томского пива». Поэтому стараемся вести достаточно взвешенную политику: в каждом регионе не должно быть больше двух-трех представителей «Томского пива», с которыми мы выстраиваем по-настоящему надежные, доверительные отношения. Что, собственно, и помогает продвигать нашу продукцию и дальше. Не устраивают нас пока объемы реализации на Алтае. А на пути выгодного сотрудничества с Узбекистаном встали таможенные проблемы, которые мы в рамках договорной компании хотели бы разрешить с помощью наших постоянных партнеров.

– Почему же проблема легальной зарплаты все еще актуальна для нашей страны?

– Скорее всего, потому что нет твердой уверенности в том, что государство установило на российском рынке четкие и долговременные правила игры. Вот бизнес и реагирует, всеми возможными путями минимизируя налоги, не показывая всей реальной экономики, стараясь подстраховаться от возможных неожиданностей. Повторюсь, все зависит от того, как соблю-

даются взаимные интересы. Ведь посмотрите: стоило государству сократить налог на прибыль, установить единый и необременительный налог на доходы физических лиц, и сразу же бизнес отреагировал ростом платежей в бюджет.

В данном случае, хотя в статью и вводится одна метафора, но она, по сути, не является текстообразующей, выстраивающей все повествование, представляющей все смысловые акценты. Думается, что текст, в котором метафора была бы развернута по сценарию, нуждается в особой подготовке. В этом случае метафора перестает быть только когнитивным способом познания и рубрикации мира переходит в разряд риторических средств.

Развертывание двух или трех метафорических моделей в тексте

Нередко в текстах используется параллельное развертывание двух или трех моделей, относящихся к разным, иногда даже оппозиционным, понятийным сферам. Распространенность развертывания двух или трех моделей обусловлена тем, что, как правило, любое событие или явление может быть осмыслено с помощью привлечения разных метафор. Это связано с вариативностью и творческим началом человеческого мышления, ведь в процессе обдумывания, в ходе акта коммуникации ищутся разные пути для сопоставления. З.И. Резанова отмечает, что «метафорические единицы в подавляющем большинстве своем выступают в качестве средства вторичной номинации, они образуют синонимические ряды вариативных явлений действительности. Основания метафорических уподоблений (база метафоры, исходные мотивирующие значения) образуют некую систему призм, через которую интерпретируется именуемый фрагмент действительности» [4. С. 46].

В имиджевом экономическом дискурсе в качестве сферы-источника могут быть использованы самые разные «призмы» – элементы «наивной картины мира», укоренившиеся в обыденном сознании: мир растений, животных, человека, механизмов, каких-либо явлений общественной жизни – театра, органов власти и т.д. Таким образом, метафоризация тесно связана с процессом синонимизации: компоненты из разных сфер могут выражать одни и те же ментальные смыслы: например, активное развитие может быть показано посредством использования сферы-источника – мир растений, механизмов, мир спорта.

Дж. Лакофф и М. Джонсон рассматривают возможность описания одного события с помощью нескольких метафор следующим образом: «Системность, благодаря которой мы можем осмысливать некоторые аспекты одного понятия в терминах другого понятия (например, спора в терминах сражения), по необходимости затемняет другие аспекты данного понятия. Позволяя нам сосредоточиться на одном аспекте понятия (например, на «военном» аспекте спора), метафорическое понятие может мешать сосредоточиться на других аспектах этого понятия, несовместимых с соответствующей метафорой. Например, в пылу бурного спора, когда мы стремимся разбить нашего противника и защитить наши собственные позиции, мы можем упустить из виду, что в споре есть и сотрудничество» [5. С. 395].

Таким образом, применение нескольких метафорических моделей позволяет избежать «затемнения метафоры», напротив, она освещена сразу с нескольких сторон. Это, несомненно, заслуживает внимания исследователей в аспекте изучения ментальности, так как возможно представить некий срез, позволяющий сделать выводы о метафорическом миромоделировании относительно того или иного фрагмента картины мира.

В публикации «Инновационный «спрут» по-томски, или Способна Томская область стать одним из «локомотивов» российской экономики?» употребляется зооморфная и механистическая метафора.

Как раз опыт стран, успешно справившихся с задачей по удвоению ВВП, доказывает: их конкурентоспособность росла за счет нескольких базовых регионов – «локомотивов», верного выбора в развитии их экономического потенциала. Могут назвать «счастливчиков» – это Финляндия, Китай, Индия, Южная Корея, Бразилия. Именно там сначала отдельные территории совершали экономический рывок, а затем он передавался всей стране.

Правда, есть одно «но». Эти страны повышали свою конкурентоспособность не за счет перетягивания «ресурсного каната», а за счет выхода на внешние рынки. Это в прошлом конкуренция сводилась к стремлению обладать преимуществами в географическом положении, природных ресурсах и производственном потенциале. Сегодня конкурентная борьба ведется за обладание компетенциями. Проще говоря, ставка в экономическом развитии делается на инновации.

Ну хорошо – конкурентоспособность, инновации. А Томск-то здесь при чем? Находимся в транспортном тупике, крупных инвесторов в областную экономику что-то не видно, и поэтому считаем каждый бюджетный рубль. А туда же, «в локомотивы»? В этой ситуации власть должна занимать активную позицию, вести бизнес, выводить его на другие рынки. Не случайно Томская область входит в Совет по национальной конкурентоспособности. Для нас это плацдарм для получения информации, общение с руководителями транснациональных компаний. Иными словами, возможность получить дополнительные механизмы по развитию конкурентоспособности именно нашего региона. И обозначить его в глазах государства как область, реально способную стать локомотивом российской экономики.

Ключевым словом в данном тексте является «локомотив». Фрейм «локомотив» входит в состав механистической метафоры. Эта метафорическая модель находится в сильной позиции: она включена в заглавие текста – «Инновационный «спрут» по-томски, или Способна Томская область стать одним из «локомотивов» российской экономики?». Ее эффективность усиливается за счет употребления в одном предложении вместе с яркой зооморфной метафорой – «инновационный спрут». Также в тексте применяется метафорическая модель «бизнес – это спорт» («перетягивание ресурсного каната»).

Символ поезда сыграл совершенно особую роль в истории мировой культуры: демонстрация творения братьев Люмьер стала своего рода культурной революцией. Поезд традиционно отождествляется с прогрессом, ускорением темпа жизни. «Локомотив» – это аналог головы, самой главной части состава, от которой зависит движение вагонов.

В материале рассматриваются те моменты, которые действительно мешают достижению поставленной задачи («транспортный тупик», «отсутствие серьезных инвестиций в экономику»). Но это тоже один из приемов моделирования имиджа: обсуждение положительных и отрицательных моментов позволяет сделать рассматриваемое явление более правдоподобным (избегать «эффекта засахаренности»).

Не менее значимую нагрузку в моделировании имиджа области несет фрейм «спрут». В наивной картине мира это один из наиболее грозных и огромных повелителей морских глубин, от щупалец которого сложно скрыться. «Инновационный спрут» – метафора, раскрывающая суть нового явления: новые технологии должны распространиться в регионе, тем самым превратив его в один из самых развитых в России.

Эти фреймы не разбиваются на слоты (части локомотива, команда, им управляющая; органы спрута, его действия), но текст от этого не проигрывает. Употребление данных фреймов позволяет добиться некой монументальности, масштабности (ведь цель публикации соответствующая – рассматривается глобальная задача, меняющая весь ход истории Томской области).

Членение фрейма на слоты лишено смысла, потому что требуется привлечение концептов, наиболее соответствующих общему замыслу. Любая статья – это всегда некий фрагмент картины мира, это картина события или портрет человека. Художник, занимающийся созданием полотна, выбирает сюжет, палитру, тщательность проработки деталей, исходя из своего внутреннего мироощущения, отношения к изображаемому. В переломные моменты (а именно к таковым можно отнести создание в Томске «техновнедренческой зоны») обращаются к жанру «плаката». Как правило, плакатной живописи не свойственна детализация, здесь большую роль играют сами предмет, силуэт, фигура.

В большинстве текстов используется именно комплексная тактика миромоделирования. Когда автор вводит в материал две или три метафоры, это позволяет ему представить то или иное явление с разных сторон, предложить несколько вариантов того, как оно может быть осмыслено и понято. Возможно большое разнообразие комбинаций (вариантов употребления моделей); например антропоморфная и фитоморфная, механистическая и зооморфная, антропоморфной метафоры и метафоры «бизнес – это покорение неизведанного, мифологической, военной и зооморфной метафоры и др. Возможно развертывание в тексте метафор, очень далеких друг от друга на первый взгляд. Однако метафоры при всей их непохожести обнаруживают черты сходства. Использование же доминирующей модели в тексте требует ее детального осмысления, более тщательной проработки, нежели когда в статье развертывается несколько моделей.

Использование в тексте более трех различных моделей

Когда в публикации развертывается от трех и более моделей, то ни одна из них не является ведущей. В том случае, если в тексте используется целый ряд метафорических моделей, имеет смысл говорить о применении всеерной тактики метафорического осмысления действительности. Существует некий

смысловой центр – магнит метафорического притяжения, который вступает во взаимодействие с различными понятийными сферами, а не с одной (монополизация метафоры) или двумя-тремя (выстраивание нескольких взаимосвязанных метафорических комплексов). Представим это на примере публикации «Страховая культура – это умение нести ответственность».

Первые лекции по страхованию были просто «темным лесом». (1)

Наша компания никогда не играла сомнительную роль так называемой «карманной компании». (1)

Одним из самых действенных механизмов в руках государства по воспитанию у населения страховой культуры можно назвать систему обязательного страхования. У нас она только делает первые шаги. (1)

Схему развертывания метафор в данном материале можно представить следующим образом: фитоморфная + театральная + механистическая + антропоморфная.

При развертывании целого ряда метафорических моделей рядом могут находиться концепты из различных понятийных сфер, даже тех, которые на первый взгляд могут показаться оппозиционными. Например, фитоморфная и механистическая метафоры. Казалось бы, что в их основании лежат совершенно разные идеи: гармонии, эволюционного пути развития (онтологическая метафора, отражающая народные представления) и экстенсивного пути развития, в основе которого лежит сложенная, четко отрегулированная работа обездушенного агрегата. Однако это не совсем так. Метафоры действительно обозначают концепты, относящиеся к разным сферам окружающей нас реальности, но они обнаруживают некоторое сходство в плане обозначения активного характера движения (растение проходит все стадии развития, меняется, увеличивается в размерах; механизм, в свою очередь, тоже работает согласно заданному производственному циклу); и фитоморфная метафора, и механистическая предполагают получение какого-либо конечного продукта, наличие цели работы.

Думается, что все варианты развертывания метафор в тексте можно обозначить следующими терминами. Когда в публикации развертывается одна метафора, это монополистическая тактика метафорического моделирования, когда две или три модели – комплексная, более трех – веерная. Для имиджевого экономического дискурса характерно развертывание в тексте нескольких метафорических моделей (от двух и больше). Данное явление встречается в девяноста текстах. Метафора в имиджевом экономическом дискурсе обладает таким свойством, как «орнаментальность». Метафора встречается в тексте в виде своеобразных «вкраплений» – «ярких пятен», демонстрируя тем самым «игру света и тени» (пользуясь языком живописи), или чередование нейтральной и экспрессивной лексики.

Развертывание доминирующей модели встречается довольно редко (всего в семи текстах), и не всегда она является текстообразующей. Думается, это связано с тем, что человеческое сознание ищет разные пути для осмысления нового явления, пробует разнообразные средства для создания имиджа.

Литература

1. Кожина М.Н. Об отношении стилистики к лингвистике текста // Функциональный стиль научной прозы: Проблемы лингвистики и методики преподавания. М., 1980.
2. Маругина Н.И. Метафора в процессе текстопорождения (на материале повести М.А. Булгакова «Собачье сердце» и ее переводов): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005.
3. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2005.
4. Резанова З.И. Метафора в процессах языкового миромоделирования // Резанова З.И., Мишанкина Н.А., Катунин Д.А. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: ключевые концепты. Воронеж, 2003. С. 13–75.
5. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М., 1990.