

5. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1996. 245 с.
6. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учебное пособие. М.: Слово, 2000. 624 с.
7. См. в 2.
8. Парандовский Я. Алхимия слова. Петрарка. Король жизни: Пер. с польского. М.: Правда, 1990. 656 с.
9. Гак В. Г. Диалог культур в свете общей теории диалога / Россия и Запад: диалог культур. Тезисы 7-й Международной конференции в МГУ. М.: МГУ, факультет иностр. языков, 2000. С. 65.
10. Saunders B. A. C. & J. van Brakel. Are there non-trivial constraints on Colour Categorization // Leuven: Centre of Social and Cultural Anthropology // <http://www.cogsci.soton.ac.uk/bbs/Archive/bbs.saunders.html>.
11. Vivre Sarapic. Red: the Colour and the Word. Translated by Kai Vassiljeva //
12. Makeenko И. В. Семантика цвета в разноструктурных языках (универсальное и национальное). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 1999. 20 с.
13. Губенко Е. В. Лексико-семантические поля цвета и света в лирике Б. А. Пастернака. М., 1999. 22 с.
14. Козлов А. В., Девель Л. А. Практический словарь делового английского языка. СПб.: Эрви, 1991. 205 с.

Наталья Николаевна БЕЛОЗЕРОВА —
 профессор кафедры английского языка
 факультета романо-германской
 филологии,
 доктор филологических наук

УДК 802.0-73

ТРИ ТИПА МЕТАФОРИЗАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Исходя из теоретических положений Дж. Лакоффа, Р. Якобсона, Ж. Дерриды, Л. Зенкова и С. Маслова, автор обосновывает существование трех типов метафоризации — апперцептивной, дискурсивной и деконструктивной — и демонстрирует на примере анализа двух журнальных реклам конкретное проявление и особенности взаимодействия этих трех типов.

Starting with several theoretical assumption of G. Lakoff, R. Jakobson, J. Derrida, L. Senkov and S. Maslov the author defines the three types of metaphorisation — apperceptive, discursive and deconstructive — and demonstrates upon the analysis of the two magazine advertisements how these three types work.

В данной статье мы постараемся показать, что представляет собой процесс метафоризации и как он соотносится с дискурсом.

В середине девяностых годов двадцатого века британская газета «Экономист» (The Economist) в ряде своих номеров помещала следующую рекламу: огромный нос на фоне старинного винного подвала впитывал аромат золотистой жидкости, налитой в изысканный бокал. Рядом с этой картинкой на фоне едва заметной арабской вязи был расположен вербальный текст, повествующий в первой своей половине об истории шампанского «Дон Периньон», его изысканном вкусе. Где-то в конце текста говорилось о возможности испытать такое же ощущение изысканности и роскоши при полете на лайнере арабских авиалиний, и становилось очевидным, что рекламируются авиалинии, а не шампанское.

В другой рекламе, помещенной в ряде номеров российского компьютерного журнала «Upgrade» за 2001 г., на фоне красного занавеса изображен революционный матрос из советского кинофильма о взятии Зимнего дворца. Этот матрос опирается не на знакомый советскому зрителю торс Афродиты, а на монитор. Рядом помещен вербальный текст, набранный частично шрифтом, который использовался для разного рода воззваний во время революции 1917 г.: «Товарищи! Компьютерная революция свершилась! Журнал «Компьютеры и оргтехника» предлагает хакерам, квакерам, юзерам и пр. революционно настроенным гражданам тяжелое вооружение: в каждом номере тысячи тонн компьютерного «железа» с ценами! Почту, банк и телеграф мы возьмем и без «Авроры!»». Очевидно, что информативная функция этих текстов не является доминирующей, очевидно также, что сама информация подается опосредованно, через метафоризацию.

Эти рекламы, выбранные для анализа соотношения между метафоризацией и дискурсом, представляют собой тексты, для которых характерно не только вербальное выражение. Если Лакофф иллюстрировал свою современную теорию метафоры на примере реализации перекрестного концепта «*Love is a journey*» (любовь это путешествие) и демонстрировал, как понятийное поле «путешествия» в результате определенных когнитивных процессов, которые он называл *mapping*, накладывается на понятийное поле любви [1], то мы выбираем для демонстрации цельные тексты, поскольку полагаем, что на уровне текста происходит реализация всего процесса метафоризации. И поскольку, вырабатывая собственные позиции относительно метафоризации, мы исходим из теории Лакоффа, представим здесь ее основные положения.

Во всех своих работах Лакофф подвергает значительной критике классическую теорию метафоры, поскольку последняя рассматривала метафору как явление языка, а не мысли (In classical theories of language, metaphor was seen as a matter of language not thought.) [2]. Кроме того Лакофф считает классическую теорию несостоятельной, поскольку она исключает метафорические выражения из повседневного употребления (everyday language had no metaphor) [3]. Приводящим исследователя в тупик Лакофф считает и общепринятое определение метафоры, закрепившееся в рамках классической теории. Слово метафора определялось как новое или поэтическое выражение, в котором одно или несколько слов употребляются вне общепринятого значения для того, чтобы выразить подобное понятие [4]. Согласно Лакоффу метафорические выражения порождает сознание, а не язык. Их источником являются ассоциативные нити, пересекающие концептуальные области [5].

В результате своих исследований Лакофф приходит к новому определению слова «метафора»: «The word *metaphor* has come to mean a cross-domain mapping in the conceptual sphere» (Слово метафора начинает употребляться в значении пересечения ряда понятийных областей в концептуальной сфере) [6]. В данном случае наблюдается сознательный отрыв обозначающего от обозначаемого и перенесение обозначающего (референта) на другой концепт. Иными словами наблюдается, как пользователь слова, занятый исследованием когнитивных процессов в рамках сферы деятельности, лежащей вне пределов риторики и поэтики, где впервые закрепилось это слово в значении одной из фигур речи, тропы, вкладывает в это слово иное содержание. Не стоит вдаваться в дискуссию об истинности или ложности традиционной или современной структуры знака «метафора». Отметим достаточно высокую степень условности обеих структур, проявление в каждой из них внутренней формы слова, исходящей от греческих слов *meta* (среди, с, рядом, после) и *pherein* (нести). Филипп Уилрайт в работе «Метафора и реальность», развивая собственную теорию метафоры, на основе анализа этимологии слова «метафора» предложил описывать процесс перемещения при метафоризации как «семантическое движение», поскольку «движение (*rho*га), включенное в значение этого слова, есть именно семантичес-

кое движение – тот происходящий в воображении двойной акт распространения и соединения, который обозначает существо метафорического процесса» [7]. Отметим, что в этой работе (1967), предшествующей построениям Лакоффа, на основе анализа этимологии слова предпринимается попытка выйти за пределы собственно лингвистического механизма метафоры (*переноса наименования*). В отличие от Лакоффа и его соратников, опирающихся на лабораторные исследования когнитивных процессов и на анализ бытовой речевой деятельности, заключения Уилрайта выведены на основе анализа поэтических произведений, предваряемого метафизической посылкой: «Что действительно важно в метафоре, так это духовная глубина, на которую объекты внешнего мира, реального или вымышленного, перемещаются при помощи холодного жара воображения» [8]. В принципе, ничего не имея против метафизики и метафизических посылок, отметим недостаточность данной посылки. С одной стороны, за метафорой не всегда скрывается духовная глубина (например, в лозунге советского периода: «Выведем всю технику на линейку готовности» или в ругательном выражении «Я им покажу Кузькину мать!», смутившем всю Америку после выступления Н. С. Хрущева в ООН), с другой стороны, опираясь на такие метафорические и экспрессивные посылки, невозможно определить механизм процесса метафоризации.

Заслугой Лакоффа является определение механизма образования подобий и соответствий, характерных для мыслительной деятельности человека во все периоды его развития. Пожалуй, это третья после Джанбатисты Вико [9] и Романа Якобсона [10] попытка определить сущность аналогий, приобретая онтологическую значимость.

Для того, чтобы обозначить метафору в традиционном понимании этого слова (тропа, фигуры речи, приема, слова или фразы в переносном значении), Лакофф использует термин *«метафорическое выражение»*: «Термин метафорическое выражение обозначает лингвистическое выражение (слово, фразу или предложение), которое является поверхностной реализацией таких пересекающихся понятийных областей» [11]. Для наших целей мы расширим область употребления термина «метафорическое выражение» и включим в ряд обозначаемых им и текст, который может быть представлен не во всех случаях вербально, или содержать в себе как вербальное выражение, так и невербальное.

В понимании Лакоффа метафора прежде всего явление концептуального свойства, что он демонстрирует на примере следующих выражений, принадлежащих к разговорной речи: *Our relationship has hit a dead-end street, Look how far we've come. It's been a long, bumpy road. We can't turn back no* (Наши отношения зашли в тупик, Посмотри, как мы далеко зашли. Это был длинный и неровный путь. Мы никак не можем повернуть назад) [12]. В данном случае концепт любви представлен как концепт путешествия, со всеми поверхностными маркерами (локативами) этого концепта: *использование глаголов движения, локативов, характеризующих пространство (тупик, долгий путь и т. д), структурных локативов*. Лакофф подчеркивает, что аналогия концептов любви и путешествия зиждется не на грамматических и лексических соответствиях, а на концептуальных. Для пояснения концептуальных соответствий Лакофф вводит термин *«метафорический сценарий»* (a metaphorical scenario), представляя его следующим образом: *The lovers are travelers on a journey together, with their common life goals seen as destinations to be reached. The relationship is their vehicle, and it allows them to pursue those common goals together. The relationship is seen as fulfilling its purpose as long as it allows them to make progress toward their common goals. The journey isn't easy. There are impediments, and there are places (crossroads) where a decision has to be made about which direction to go in and whether to keep traveling together.* (Возлюбленные путешествуют совместно, их общая жизненная цель является конечной точкой их пу-



тешествия. Их взаимоотношения являются средством передвижения до тех пор, пока они позволяют продвигаться по направлению к совместной цели. Путешествие не простое. На пути встречаются препятствия, развилки и перекрестки, где необходимо принимать решения, по какой дороге идти и стоит ли идти вместе) [13].

Отметим, что выбранная аналогия позволяет четко проиллюстрировать работу механизма пересечения концептуальных полей и возникновение ассоциативных связей из области – цели (*target domain*) и перекидку их в область-источник (*source domain*) при образовании моделей *TARGET-DOMAIN IS SOURCE-DOMAIN*, или *TARGET-DOMAIN AS SOURCE-DOMAIN*, которые Лакофф называет концептуальной метафорой «Love is a journey» (Любовь – это путешествие). Такое пересечение Лакофф называет «набором онтологических соответствий, которые характеризуют эпистемические соответствия при наложении знаний о путешествиях на знания о любви» [14]. Отметим, что в данном случае вмещиваются и более глубокие соответствия, те архетипичные представления модели мира, где путь – это не только линия, соединяющая срединный мир с царствами богов и мертвых, но и воплощение представления о жизненном пути от зарождения до смерти. На эти соответствия косвенно указывает и сам Лакофф, когда привлекает для иллюстрации отдельных положений своей теории произведение, в значительной мере построенное на древней символике: «Земную жизнь, пройдя до середины, я очутился в сумрачном лесу» (*Божественная комедия. Данте*).

На основе этих заключений Лакоффа, а также на основе заключений Романа Якобсона, которые он вывел, анализируя речевые нарушения при афазийных расстройствах [15], и на исследованиях Л. Р. Зенкова, который, опираясь на клинический анализ, определил *систему межполушарных парных оппозиций* [16], а также исходя из анализа С. Ю. Маслова функциональной межполушарной асимметрии [17], мы предлагаем следующее понимание и следующее соотношение *метафоризации, метафоры и метафорического выражения*.

Апперцептивная метафоризация (1) – это правополушарный образный способ обработки и кодирования информации, в основе своей имеющий при познании мира установление различного рода подобий (симпатии, антипатии, схождения, отталкивания), всеобъемлющий принцип *différance*. Причем при установлении такого рода подобий происходит не переименование понятийных полей, а своеобразное сканирование одного понятийного поля в другое. Результатом такого процесса метафоризации и является та *концептуальная метафора*, описанная Лакоффом. Такая метафора — *это сгусток информации, закрепленный в образах*. Основными типами подобной метафоры являются «*базисная метафора*», основанная на переработке информации о мире, и возникшая в самые ранние периоды существования человека *метафора «себя»* (*metaphor of the self, metaself* [18]), основанная на уподоблении всех явлений человеку, его морфологии и поведению. Кроме того следует отметить еще один древнейший тип концептуальной метафоры, являющий собой *синтез базисной метафоры и метафоры себя*. Этот синтез обусловлен представлением об имманентности человека природе, возникшем в те периоды, когда человек не вычленил себя из природы. Именно такая метафора стала основой различных мифологических представлений.

При дискурсивной метафоризации происходит право-левостороннее разворачивание информации, заложенной в метафоре, когда в начале процесса выхода информации на поверхность текста, до речевого события, в действие (не у афазиков) вовлекается при проведении *категориальной* (по совпадающим признакам) *систематизации* левое полушарие, дискурсивную метафоризацию организует в логическое целое *предикация* [19], которая, в свою очередь, является основой метонимии (Якобсон). Поэтому зачастую, когда *в результате такого процесса метафоричес-*

кое выражение закрепляется в тексте (не всегда вербальном), метонимия не просто сопутствует метафорическому выражению, а становится маркером метафоры. При дискурсивной метафоризации особую роль играют два момента: (1) Выделенная Лакоффом и Барселоной дихотомия сознательного и подсознательного использования метафоры [20], (2) вступление в действие законов функционирования текста как результата закрепления дискурса, т. е. (а) закона взаимодействия автора, текста и читателя, (б) закона погружения текста в другие тексты (интертекстуальность), (в) закона погружения текста в более сложные структуры, такие как биосфера, ноосфера, семиосфера, социосфера и этносфера [21].

При деконструктивной метафоризации (3) происходит декодирование метафорического выражения (вторичная апперцепция), обусловленное взаимодействием этих трех законов. Поясним, прежде всего, какое содержание вкладывается в термин «деконструкция». Этот термин введен в научный оборот в шестидесятых-семидесятых годах двадцатого века французским философом, семиологом и лингвистом Жаком Дерридой. В своих работах (*Of Grammatology. Structure, Sign, and Play in the Discourse of the Human Sciences, The Languages of Criticism and the Sciences of Man, Writing and Difference*) он определил содержание термина «деконструкция» как одного из интерпретационных механизмов письменных текстов. В рамках деконструктивизма все тексты рассматриваются как сложный исторический и культурологический процесс, обусловленный взаимоотношениями текстов друг к другу, а также к общественным институтам и конвенциональным установкам, вырабатывающим правила письменной речи [22].

Хотя мы подвергаем анализу не только вербальную и письменную манифестацию метафоры в виде текста, нам представляется, что концепция Жака Дерриды является релевантной для обоснования сути третьего типа метафоризации. В связи с этим обратимся к ряду основных положений его концепции, необходимых для понимания содержания термина «деконструктивная».

1. Историзм. Исторический подход деконструктивизма определяется тенденциями к этимологическому анализу, обращению к корням, часто к метафорическим значениям слов, чтобы понять, как они, будучи частью текста и текста в тексте, функционируют внутри всеобъемлющей сети сходства и различия (*différance*) [23].

2. Структура знака и метонимическая цепочка. Деррида оспаривает соссюровский концепт о бинарной структуре знака (соотношение *обозначающего* и *обозначаемого*). Согласно теории Дерриды, *обозначающее* всегда становится *обозначаемым* в другой системе. В результате в самом знаке нельзя обнаружить значение, поскольку оно всегда *рассеяно, подчиняется другому значению и отложено*. Если брать текст, то все обозначающие являются *недостаточными* (дефектными). Любое обозначающее содержит следы другого обозначающего, что составляет сущность метонимической цепочки [24.]

3. Концепт *différance*. Содержание термина *différance* у Дерриды характеризуется двойственностью: знаки *различаются* (*differ*), то есть познаются через различия, и знаки *принадлежат ко всему понятийному полю, при подчинении всем элементам этого поля* (*defer*), то есть познаются через общие характеристики. Основными положениями концепции Дерриды являются утверждения, что (1) *в центре существования стоит различие (*différance*), а не сущность*, (2) *знаки могут представлять значения только через *différance* (различие + общие характеристики)*. В отличие от Соссюра, который рассматривал только лингвистический знак, Деррида расширил область применения *différance*. Согласно его концепции, принцип *différance* является онтологическим и поэтому может рассматриваться как философская основа для изучения когнитивных процессов [25]. Он также считал возможным использовать этот принцип при интерпретации художественных текстов, заложив основу метода деконструктивизма.



Концепт текста. Каждый текст представляет собою двойственный текст или ряд текстов. С философской стороны он может быть понят при помощи классической интерпретации (пересказ, парафраз, анализ идей, заложенных в нем; говоря терминами Гальперина, он может быть понят при извлечении СФИ и СКИ, то есть содержательно-фактуальной информации и содержательно-концептуальной информации). С другой стороны, он также содержит следы других текстов, которые невозможно обнаружить при классической интерпретации. Любой текст для наиболее адекватного декодирования требует «деконструктивного» чтения, которое зиждется на принципе *différance*, на анализе сходств и различий, уходящих зачастую в глубину веков.

Хотя Дэвид Лодж и подверг ироническому снижению эти принципы Дерриды, выдвинув и обыграв в своем романе «Small World» тезис «*every decoding is another encoding*» (каждое декодирование представляет собою еще одно кодирование) [26], они, по сути, отражают процесс коммуникации. Кроме того они стали основными принципами подхода постструктуралистов к тексту, которые, с одной стороны, расширили область функционирования лингвистики до *лингвистической вселенной* [27], с другой стороны, расширили концепт текста [28], включая в его рамки целые культуры. Все это привело к пониманию текста в семиотическом плане как *любого созданного с помощью знаковых систем информационного целого, которое может быть выражено как вербально, так и не вербально*. Исходя из этого понимания текста (в частности, метафорических выражений в виде текста) мы и рассматриваем *деконструктивную метафоризацию*.

Не разбирая на данном этапе подробно все позиции, связанные с деконструкцией метафорических выражений, коснемся ряда из них, наиболее релевантных для понимания процесса деконструктивной метафоризации.

Прежде всего, мы рассматриваем зафиксированный текст как *артефакт*, а не зафиксированный обмен высказыванием, как синтез *натурфакта и артефакта*, вызванный двойственной природой языка. В любом случае метафорическое выражение (зафиксированное или не зафиксированное в виде текста) порождается и функционирует первоначально в определенной культуре, и при деконструкции его представителями другой культуры могут возникнуть не только искажения, но и непонимание. Это явление отмечено в многочисленных работах по теории метафоры, где приводится пример образования различных представлений при кросс-(меж)культурной расшифровке метафорического выражения «Человек — это волк» [29]. Очевидно, что для адекватной расшифровки информации, заложенной в метафорическом выражении, требуется хотя бы относительное совпадение культурных кодов (к которым принадлежит и язык) (Якобсон) и понятийных тезаурусов [30].

Следующая позиция, которую целесообразно отметить при обосновании деконструктивной метафоризации — это дихотомия *пассивной/активной реакции* на метафорическое выражение. При первом типе (пассивное восприятие) задействованы только когнитивные процессы узнавания и расшифровки смысла. При втором, *активном* (перлокутивном, если использовать термин Остина), типе происходит либо реакция на преднамеренную манипуляцию, скрытую при кодировании информации в метафорическом выражении, либо трансляция метафорического выражения в иную культуру в ином коде (переводческая деятельность).

Для последнего типа деятельности особую роль играют индивидуальные особенности человека, деконструирующего метафору, в частности, его *когнитивная доминанта*, о которой писал Р. Якобсон в статье «Два аспекта языка и два типа афатических нарушений» [31] и в ряде других статей, где он определял различия между двумя основными типами творчества, в зависимости от преобладающей когнитивной доминанты у автора. На основе данных психолингвистики он предложил свой подход к определению различий между прозой и поэзией, между романтическим и реалистическим типом творчества, взяв за основу структурные различия между метафорой и

метонимией. Хотя, по мнению Якобсона, в каждой метонимии есть следы метафоры, а в каждой метафоре – следы метонимии, они различны по своей грамматической структуре. Данные психолингвистики показывают, что основой метафоры является номинация и замещение, а в основе метонимии – предикативные отношения, конструирование связного текста [32].

Предложенная Якобсоном система доказательств базируется на анализе данных органических межполушарных расстройств, психолингвистических тестов, а также на анализе баллад, поэзии романтиков и прозы Льва Толстого и Глеба Успенского, изобилующих синекдохическими деталями. Отметим, что современные исследователи метафоры и метонимии в рамках когнитивной теории, во многом повторяя положения статей Якобсона о концептуальном характере метафоры и метонимии, не связывают их с определенными типами творчества, а устанавливают оппозиции: подсознательное порождение метафоры и метонимии и осознанное порождение метафоры и метонимии. Само представление этих когнитивных и лингвистических явлений в оппозициях является связующим звеном между положениями Романа Якобсона и положениями теоретиков-когнитологов. Связующим звеном стоит считать и тезис об условном характере подсознательных метафор и метонимий, находящих выражение в произведениях искусства [33]. Сравнивая все эти положения, можно сделать вывод о значительном вкладе Романа Якобсона не только в теорию лингвистики и поэтики в рамках формализма и структурализма, но и в теорию когнитологии. При этом учение о жанрообразующих функциях метафоры и метонимии явилось открытием Якобсона. Отметим, что среди представителей европейской школы теории тропов Давид Лодж в какой-то степени использовал положения Романа Якобсона для определения различий между «символическими» и «реалистическими» художественными текстами [34].

Особую роль когнитивная доминанта играет при переводческой деятельности. Так, сопоставительный анализ двух переводов монолога Гамлета «Быть или не быть», выполненных М. Лозинским и Б. Пастернаком, показал, что если М. Лозинский передает каждое *метафорическое* выражение Шекспира *метафорическим* выражением, соответствующим нормам русского языка и концептам русской культуры, то Б. Пастернак, для которого, по заключению Р. Якобсона, характерна *метонимическая когнитивная доминанта*, передает каждое метафорическое выражение Шекспира *метонимическим* выражением [35].

В целом, рассматривая *деконструктивную метафоризацию как вторичную апперцепцию*, отметим, что при *зеркальной* форме симметрии [36], при *правополушарной когнитивной доминанте* происходит правополушарное образное закрепление метафоры, при *трансляционной* форме симметрии, при *левополушарной когнитивной доминанте* — левополушарное (логическое, с разложением семантических полей по своим изначальным позициям).

Прежде чем сделать окончательные выводы о проявлениях и взаимосвязях всех типов метафоризации, проиллюстрируем наши положения на примере описанных выше реклам.

Реклама представляет собою текст, где дискурсивные регулятивы, зачастую выраженные имплицитно, играют доминирующую роль. В рассматриваемых рекламных информационных целостностях текста имплицитно обусловлена манипуляционным намерением составителей, а эксплицитно обусловлена сочетанием нескольких вербальных и изобразительных средств выражения. Кроме этого наблюдается еще два плана представления информации: буквальное (заложенное либо в названии рекламируемых авиалиний, либо, частично, в логотипе кампании, а также в названии электронного журнала — приложения к печатному изданию журнала «Upgrade», разместившего рекламу) и *метафорическое*, занимающее большую часть пространства текста. Вербальное представление информации организовано в форме нарратив-

ва, включающего описание (The Economist), и в виде возвания (Upgrade). Как и в визуальном плане, в вербальном плане доминирует *прагмема*, которая будет исследована при анализе эмотивной функции текста реклам.

Анализ коммуникативной функции текста реклам показывает, что данные реклам ориентированы на эксклюзивного читателя, на дифференцированного адресата и могут быть размещены в ограниченном количестве изданий. Причем подобная реклама арабских авиалиний может быть размещена только в газете «The Economist», полностью ориентированной на элитарного читателя. Читатель этой газеты особенно ценит иронию и все виды игры смыслами. Читатель журнала «Upgrade» является, в целом, молодым и в какой-то степени тоже элитарным. Он занят определенным видом деятельности — работой с компьютерами. Этот читатель, кроме того, вольно или не вольно вовлечен в определенную дискурсивную игру по созданию компьютерной терминосистемы, поэтому для него слова *хакеры*, *юзеры* не являются «повреждением языка», а профессиональными жаргонизмами, способом наиболее экономично и адекватно определить достаточно ограниченный круг посвященных покупателей, ценящих игру смыслами.

Особое значение имеет и этнокультурный контекст как и самих изданий, так и текстов реклам, размещенных в них. Сами арабские авиалинии являются реалией восточной и западноевропейской культуры, понятной элитарному кругу соответствующих стран (с развитием меж- и кросс-культурных отношений и ряда других культур). Авиалинии выступают артефактом, той сущностью, обозначаемым или объектом, референт которого при метафоризации «как бы раздваивается». Шампанское «Дон Периньон», вовлеченное в установление подобий, тоже является реалией элитарной западноевропейской культуры, но не восточной. В рекламе из русскоязычного журнала чуждым и непонятным для представителя иных культур будут элементы референта: революционный матрос, шаткая тумбочка под мониторами, загадочная фраза «Почту, банк и телеграф мы возьмем и без «Авроры»!». Иными словами, человеку, незнакомому с новейшей русской историей и новейшей русской культурой, не будет понятен тот интертекст, в который «погружен» текст реклам.

Следует отметить и сознательное использование всех средств воздействия на читателя (потенциального покупателя) авторами. Далее для понимания взаимосвязи всех трех типов процессов метафоризации, задействованных при составлении и деконструкции этих реклам, необходимо рассмотреть их *эмотивную* функцию.

Содержанием эмотивной функции является *свойство, способность текста производить впечатление на читателя, воздействовать на его эмоции*. Современная теория реклам построена на *идее воздействия на эмоции* и на подсознание иносказательными вербальными и невербальными средствами. В анализируемых реклам высокой степени воздействия обладает все выраженное эксплицитно семантическое поле *изысканности и роскоши* (The Economist) и семантическое поле *революционности* (Upgrade). Становится очевидно, что результатом *дискурсивной метафоризации* стало закрепление в тексте не отдельных ассоциативных компонентов, а всего комплекса когнитивной метафоры, образованной во время процесса *анперцептивной метафоризации* при сканировании *области-цели (target domain)* в *область-источник (source domain)*. Изысканность и роскошь представляется подобием полета на арабских авиалиниях. Революционность, свершившаяся революция – подобием вовлеченности в работу с компьютерами. «Раздвоившийся» референт в знаках текстов этих реклам представляет собой конгломерат, образованный из обобщенных понятийных сфер. Все конкретные проявления референта в текстах представлены через метонимические выражения, через синекдоху. Огромный нос, впитывающий аромат из бокала шампанского, изящный бокал, старинный подвал с бочками, сама незатейливая история о шампанском «Дон Периньон», изысканное сочетание нежно-серых и зелено-золотистых оттенков цвета, едва заметная арабская вязь являются



здесь *метонимическими выражениями*, маркерами изысканности и роскоши. Все эти маркеры использованы сознательно для воздействия на потенциального элитарного покупателя, относящегося, как и подобает читателю журнала «The Economist», с иронией ко всему на свете, в том числе и к самому себе. Этой нацеленностью на осознание покупателя себя ироничной высокоинтеллектуальной личностью, способной подвергать ироническому снижению все серьезное, можно объяснить размер носа, который занимает всю центральную часть пространства рекламы. Нос в данном случае представлен здесь метонимично как ироничная реализация *метафоры себя*, входящей в комплекс концептуальной метафоры *арабские авиалинии = изысканность и роскошь*. Очевидно, что манипуляционные (входящие в дискурсивные) действия составителей этой рекламы основаны на знании таких культурных и психологических факторов, как *содержание и стилистика журнала «The Economist», психологические особенности, интеллектуальные способности, доходы и пристрастия большинства читателей*. В данном случае наблюдалось осознанное употребление метафоры при разворачивании всего сканированного понятийного поля.

Такой же степенью осознанности характеризуется и употребление метафоры в рекламе из журнала «Upgrade». Структурная разница между этими концептуальными метафорами и соответствующими метафорическими выражениями заключается в вовлеченности *интертекста* как источника конкретных образов революционности при процессе дискурсивной метафоризации. Именно советский кинофильм о взятии в октябре 1917 г. Зимнего дворца явился источником метонимико-синекдохических деталей в тексте рекламы. Эти детали выражены, во-первых, *изобразительными средствами* (красный цвет занавеса – фона и желтый цвет букв), во-вторых, при помощи *монтажа и коллажа* (включение видоизмененного кадра из кинофильма, где вооруженный матрос с крейсера «Грозный» опирается на монитор, а не на скульптуру музейной Афродиты). Революционность также выражена *паралингвистическими средствами* (использованием шрифта революционных воззваний) и *лингвистическими* (использованием формы текста воззваний и вербальных аллюзий (1) на необходимость для свершения революции захватить почту, банк и телеграф и (2) на легендарный крейсер «Аврору», ставший символом революции). Следует также включить в вербальные средства выражения революционной ситуации такие метафорические фразы (помимо фразы *«революционно настроенным гражданам»*), как *тяжелое вооружение, тысячи тонн компьютерного железа*, которые принадлежат одновременно и к полю профессионального компьютерного жаргона и к полю революционности, а потому выполняют функцию связующего звена между этими полями. Здесь следует отметить значительную долю иронического снижения при употреблении выражений «тяжелое вооружение» и «компьютерное железо» для обозначения сложных электронных комплектующих деталей типа материнских плат, видеокарт, жестких дисков и т. д. Ироническое снижение наблюдается и в жаргонизмах «хакерам», «юзерам» и слова «квакерам», в данном контексте обозначающих любителей компьютерных игр. Кроме того оно наблюдается и при использовании интертекста. Элементы фильма о взятии Зимнего дворца в 1917 г., вставленные в совсем иной временной и культурный контекст, в иную систему координат, потеряли свою собственную пространственно-временную обусловленность и потому оказались подвергнуты ироническому снижению. Если сравнивать оба вида дискурсивной манипуляции в обеих рекламах, то следует отметить ее имплицитный характер в журнале «The Economist» и ее эксплицитный характер в журнале «Upgrade». Ирония, самоирония значительно нивелируют нарочитую агрессивность (красный цвет, уподобление революционной ситуации) рекламы комплектующих компьютерных деталей. Дискурсивная метафоризация, имевшая место при составлении этой рекламы, была в значительной степени обусловлена тем культурным контекстом, в рамках которого она создавалась: *это реклама, составленная одними пользователями компьютера (юзе-*



рами), издателями и создателями журнала «Upgrade» для других пользователей компьютера (юзеров), читателей журнала «Upgrade». И составители, и читатели заняты в одной сфере деятельности, вовлечены в общую дискурсивную игру по созданию терминосистемы и поэтому разделяют общий код (профессиональный жаргон) и тезаурус.

Выводы

Анализ текстов реклам показал, что при взаимодействии всех трех типов метафоризации дискурсивные регулятивы, в большинстве выраженные имплицитно, играют доминирующую роль.

Результатом дискурсивной метафоризации становится закрепление в тексте не отдельных ассоциативных компонентов, а всего комплекса когнитивной метафоры, образованной во время процесса апперцептивной метафоризации при сканировании области-цели (target domain) в область-источник (source domain).

Деконструктивный анализ показывает, что областью-источником служат две сферы: окружающий мир и бытийная сущность человека. Эти две сферы закрепились при апперцептивной метафоризации в синтезе «базисной метафоры» и «метафоры себя» (metaSelf). В синтезе закрепился и объект и субъект. Окружающий мир получает при выходе на поверхность текста конкретное выражение при номинации объекта и субъекта.

Когда во время апперцепции вовлекается интертекст как источник конкретных образов, при процессе дискурсивной метафоризации единицы интертекста во многих случаях являются частью метафорического выражения. Это позволяет сделать вывод, что зачастую, кроме знаний о мире и знаний о себе, областью-источником концептуальной метафоры становится целый корпус текстов. При этом единицы интертекста, вставленные в совсем иной временной и культурный контекст, в иную систему координат, теряют свою собственную пространственно-временную обусловленность и потому оказываются подвергнутыми ироническому снижению. В случае совпадения элементов эпистем различных периодов при метафоризации ироническое снижение не наблюдается.

Когда в тексте наблюдаются грамматические параллелизмы, то дискурсивная метафоризация в большинстве случаев носит подсознательный характер. Если грамматические параллелизмы явление нерегулярное, то можно говорить о сознательной дискурсивной метафоризации.

Имевший место при дискурсивной метафоризации процесс категоризации по общим признакам, которые бы оказались релевантными для воплощения всего содержания концептуальной метафоры в тексте, обуславливает наименование признака объекта в метонимии. Поэтому во всех проанализированных текстах наблюдается, как все сканированное поле-источник метонимически маркирует метафору.

Содержание многокомпонентного референта при метафоризации в значительной степени зависит от структуры адресата (реципиента). Поэтому, несмотря на эпистемологические и онтологические схождения, наблюдаемые на уровне референтов текстов, требования жанра и средства передачи и закрепления текста, а также взаимоотношения между автором и адресатом, которые доминируют при дискурсивной метафоризации, обуславливают существенные функциональные расхождения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor//lakoff@cogsci.Berkeley.EDU Fri Jan 29 20:06:36 1993
2. Ibid.
3. Ibidem
4. Ibidem
5. Ibidem
6. Ibidem

7. Уилрайт Ф. Метафора и реальность // Теория метафоры: Сборник. М.: Прогресс. 1990. 512 с. С. 83.
8. Ibid.
9. Вико Дж. Основания новой науки об общей природе нации. Л.: Гослитиздат, 1940. 789 с.
10. Якобсон Р. Работы по поэтике. М.: Прогресс, 1989. 460 с.
11. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // lakoff@cogsci.Berkeley.EDU Fri Jan 29 20:06:36 1993.
12. Ibid.
13. Ibidem.
14. Ibidem
15. Jacobson R. Aphasia: The Metaphoric and Metonymic Poles // Fundamentals of Language. Oxford: Moulton and Co., 1956. P. 125-134.
16. Зенков Л. Р. Бессознательное и сознание в аспекте межполушарного взаимодействия // Бессознательное. Природа. Функции. Методы исследования: Колл. монография: В 4 т. Тбилиси: Менциераба, 1985. Т. 4. С. 224-236.
17. Маслов С. Ю. Асимметрия познавательных механизмов и ее следствия // Семиотика и информатика. М., 1982. Вып. 20. С. 3-34.
18. Вико Дж. Основания новой науки об общей природе нации. Л.: Гослитиздат, 1940. 789 с.
19. Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // Теория метафоры. М., 1990. С. 416-456.
20. Barcelona A. The State of Art in the Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy and its Application to English Studies // The European English Messenger, 1998. VII/1. P. 45-48.
21. Белозерова Н. Н. Интегративная поэтика: Монография. Тюмень: Изд-во ТГУ, 1999. 208 с.
22. Lye J. Deconstruction, URL: <http://www.brocku.ca/english/courses/4F70/deconstruction.html>? 1997-2001.
23. Ibid.
24. Derrida, Jacques. De la Grammatologie. Paris: Les editions de Minuit, 1967. Of Grammatology. Translated by Gayatri Chakravorty Spivak. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1976.
25. Ibid.
26. Lodge D. Small World. London: Penquin Books, 1992. 384 p.
27. Lye J. Deconstruction, URL: <http://www.brocku.ca/english/courses/4F70/deconstruction.html>? 1997- 2001.
28. О различных подходах к тексту см. Андреева К. А. Грамматика и поэтика нарратива: Монография. Тюмень: Изд-во ТГУ, 1996; Бабенко Л. Г., Васильев И. Е., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста: Учебник для вузов по спец. «Филология». Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. 534 с.; Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 138 с.; Диалектика текста: В 2 т. 1 / О. Н. Гордеева, О. В. Емельянова, Е. С. Петрова и др.; Под ред. проф. А. И. Варшавской. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. 328 с.; Знак. Слово. Текст: Семиотические аспекты языковых единиц разных уровней: Коллективная монография. Тюмень: Изд-во ТГУ, 2001. 204 с.
29. Теория метафоры: Сборник. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
30. Толочин И. В. Метафора и интертекст в английской поэзии. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 95 с.
31. Теория метафоры. М., 1990. С. 110-133.
32. Jacobson R. Aphasia: The Metaphoric and Metonymic Poles // Fundamentals of Language. Oxford: Moulton and Co., 1956. P. 125-134.
33. Barcelona A. The State of Art in the Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy.
34. Lodge D. The Art of Fiction. London: Penquin Books Ltd, 1992. 205 p.
35. Быкова А. С. Роль метафоры и метонимии в художественном переводе // Language and Literature. 2001. № 12 // URL: <http://www.tsu.tmn.ru/frgf/journal/htm>
36. Белозерова Н. Н. Законы симметрии и перевод. В сб.: Материалы первой Всероссийской научной конференции «Федоровские чтения». 27-28 октября 1999 г. // СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. 239 с. С. 29-34.