

Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 24(63) №1. Часть 1 2011 г. С. 369 – 375.

УДК 81'42: 32: 004] 57. 017.5

МЕТАФОРА НА ПРОСТРАНСТВЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО САЙТА

Л. В. Павлова

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

В статье исследуется метафора как одно из лингвистических средств конструирования виртуальной вербализованной личности политика.

Ключевые слова: метафора, политический сайт, виртуальная личность, Интернет-коммуникация.

Постановка проблемы. С тех пор, как популярность Интернета как средства массовой информации стала возрастать, лингвисты начали исследовать феномен глобальной сети и её влияние на язык [12, с. 1]. Среди наиболее значимых аспектов исследования Сети следует отметить язык Интернета, структурно-языковые уровни организации сетевого языка, их когнитивно-прагматические особенности, становление жанровой системы Интернета, формирование его концептуальной системы, языковую картину мира Сети и виртуальную языковую личность, типологию сетевых персонажей. Интернет не только стал зоной лингвистического исследования, но и определился в новую отрасль гуманитарного знания — Интернет-лингвистику [6, с. 40].

На сегодняшний момент веб-сайт является одной из основных форм компьютерной коммуникации. «Это определённый вид электронного текста, который технологически соотнесен с некоторыми аспектами письменной коммуникации, но в то же время веб-сайты взаимосвязаны и с устной речью, и с другими формами электронного текста» [9, с. 1].

Исследователи сошлись на том, что персональные сайты создаются не столько с целью передачи информации, сколько с целью формирования желаемого имиджа, а информирование является лишь второстепенной интенцией. «А тщательно и продуманно созданный сайт уже является отображением виртуальной личности» [13]. Поэтому очевидно, что выбор лингвистических и экстралингвистических средств, а также структурирование информации при оформлении политического сайта крайне важны.

Поскольку широко известно, что языковые средства используются для усиления изобразительности и выразительности речи, для создания образности и интенсификации коммуникативного значения, в данной работе нам бы хотелось уделить внимание стилистическому потенциалу лексико-грамматических средств, оформляющих политический сайт.

Целью данной статьи стал анализ роли концептуальной и образной метафор, которые используются для номинации тематических рубрик при оформлении персонального сайта политика, а также метафор, которые используют политики в своих обращениях к посетителям сайта.

Материалом исследования стали персональные сайты политиков в англоязычной коммуникации. В ходе исследования был проведён контент-анализ случайным образом составленной выборки из 10 сайтов.

В качестве **предмета исследования** метафора бала выбрана неслучайно. Для большинства людей метафора является инструментом поэтического воображения и риторических излишеств — частью какого-то особенного, а не повседневного языка. Однако учёные отмечают, что метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление, и деятельность. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична [7, с. 25]. Суть метафоры — это понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида. «Человеческое мышление метафорично: в основе какой-либо теории или целой парадигмы, как правило, лежит представление, восходящее к “наивному”, метафорическому образу объекта и предмета данной научной отрасли как части существующего мироздания, т. е. по сути — его “наивной” онтологии» [9, с. 22].

Способность продуцировать переносные значения является древнейшей познавательной операцией человеческого сознания, неотъемлемой частью онтологии когнитивных процессов [2, с. 82]. Р. Хофман — автор ряда исследований о метафоре — писал: «Метафора исключительно практична <...> Она может быть применена в качестве орудия описания и объяснения в любой сфере: в психотерапевтических беседах и в разговорах между пилотами авиалиний, в ритуальных танцах и в языке программирования, в художественном воспитании и в квантовой механике. Метафора, где бы она нам ни встретилась, всегда обогащает понимание человеческих действий, знаний языка» [1].

Многие исследователи обращают внимание на метафоричность языков специальности. Это в полной мере относится и к характеристике функционирования языка в сфере компьютерных и Интернет-технологий [2, с. 83]. Метафорическое пространство Интернета представлено сегодня рядом транскультурных наименований: «глобальная деревня», «электронный фронтир», «электронная агора», «киберпространство», «информационная супермагистраль» [5, с. 51]. «С самого начала своего изобретения компьютер был «объектом метафоризации», поскольку тот вызов, какой он представлял для человеческого интеллекта, возбуждал воображение людей» [12, с. 39]. Очевидно, что первые пользователи сети концептуализировали её в терминах среды, с которой они были так давно знакомы. «Категория прошлого всегда связана с возникновением традиций, устоявшихся образов, символов, метафор. Метафорическое осмысление свидетельствует о наличии сформировавшейся парадигмы, которая зафиксирована в социальных, психологических, когнитивных, коммуникативно-прагматических связях среды» [5, с. 50 – 51]. Персональный веб-сайт поразил схожестью со страницами книги или журнала. В нём имеются различные «подсайты», которые являются частью большего количества информации,

отсюда термины *веб-страница* и *домашняя страница* (*Web page, homepage*). В основе лежит метафора **Интернет** — *это книга* (*The Internet is a book*), из которой позже появились выражения *browsing the net, bookmark* (*просмотреть сеть, закладка*).

Другая, более обобщающая метафора, которая также породила новые выражения: **Интернет** — *это секционированное* (подразделённое) *пространство* (*The Internet is a subdivided space*). Интернет — это не огромное общественное пространство, по которому пользователи могут свободно перемещаться. В нём существуют системы *брандмауэры* (*firewalls*), блокирующие прохождение правонарушителей на частную территорию, и «ворота» (*gatewalls*), через которые информация должна проходить, чтобы быть понятой другой группой пользователей. Кроме того, есть ещё и люди, пытающиеся взломать компьютерную сеть и программы, — *хакеры* (*hackers*), и люди, покупающие домены с целью их перепродажи по завышенной цене. Они известны как *киберсквотеры* (*cybersquatters*).

Из метафоры **Интернет** — *это море информации* (*The internet is a sea of information*) произошли выражения *surf the Internet* (*погрузиться в Интернет*), *to navigate* (*плавать на судне, передвигаться по морю*), *navigation system* (*навигационная система*). *Море* в выражении *море информации* само по себе употребляется в метафорическом смысле с целью передачи того огромного количества информации, доступной в Интернете, которое напоминает бескрайние просторы океана [12, с. 40].

«Политические интернет-тексты формируют особый дискурс, они всегда динамичны и современны, воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Они вбирают в себя всё, что относится к этому регистру речи, представляя своего рода “сплав” всего спектра функциональных стилей языка; в них функция сообщения реализуется в той же мере, что и функция воздействия, для чего используется весь набор имеющихся в распоряжении языковых средств» [3, с. 91].

По мнению Д. Чендлера персональные сайты представляют **существенно изменённую** личность его владельца, ведь эта виртуальная личность конструируется для совершенно незнакомой аудитории, которая может состоять из одного человека или из полумиллиона человек [10]. А не будем забывать, что сайты американских политиков представляются как «социальные проекты», их цель — установить социальный контакт с целевой аудиторией, выразить сопричастность, единение, поэтому создание нужного, желаемого образа крайне важно и необходимо [10, с. 132].

На странице персонального сайта политика для номинации блоков информации используются номинативные (*Photo Gallery, News Room, Home, Committees*) и образные (*hot news, hot topics*) метафоры. «Функция номинативных метафор заключается в структурировании информации в целом, стандартизации поведения пользователя путём определения стандартных аспектов требуемой информации <...> стандартные образные метафоры акцентируют внимание пользователя не на логических связях, а на экспрессивной оценке какого-либо аспекта информации» [2, с. 93]. На сайте политика можно встретить также использование индивидуаль-

ных образных метафор. Так, на сайте Кей Хатчисон находится ссылка «*Coffee with the Senator*». Данная метафора привлекает внимание посетителей своей индивидуальностью, уникальностью, новизной. На соответствующей странице предлагается возможность встретиться с политиком в неофициальной обстановке, «за чашечкой кофе»: «*Senator Hutchison enjoys welcoming Texans to her Capitol Hill office for coffee on Thursdays <...> The Senator invites you attend her constituent coffee, where you will have the opportunity to visit with her, take a photo, and meet fellow Texans. The coffee typically begins at 9:30 a. m. <...>*». Образная метафора такого рода встречается и на сайте сенатора штата Небраска Чака Хейгела. Ссылка «*Nebraska Breakfast*» отсылает на страничку следующего содержания: «*The Nebraska Breakfast, now in its sixth decade, is the oldest and only ongoing state gathering for constituents on Capitol Hill <...> Today, all Nebraskans visiting Washington, D. C., and their guests, are welcome to attend the Nebraska Breakfast*». Эти примеры ещё раз подтверждают стремление авторов сайта сделать его максимально открытым для пользователей, усилить впечатление контактности, сопричастности, создать ощущение непосредственного диалога с пользователем. Именно контакт с пользователем, единение, кооперация являются основной целью политика при создании сайта. Политики готовы посвящать пользователя даже в подробности своей частной жизни. Так, к примеру, на стартовой странице сайта сенатора штата Теннесси А. Ламара размещается приветственное слово под заголовком *Welcome Message*, где политик делится с посетителями сайта своими личными, дорогими его сердцу воспоминаниями: «*When I was 10 years old, my father took me to the Blount County courthouse to meet Howard H. Baker, Sr., our congressman. Mr. Baker stopped and talked with me and gave me a dime. I was sure I had just met the most respected man in the world, other than my father and our preacher*».

Возвращаясь к анализу метафорического компонента политического сайта, хотелось бы уделить внимание использованию концептуальной метафоры. Как отмечают учёные, мы — физические существа, отграниченные и отделенные от остального мира поверхностью кожи; мы воспринимаем остальной мир как находящийся вне нас. Каждый из нас — это вместилище, ограниченное поверхностью тела, с ориентацией «внутри — снаружи». Различные виды деятельности рассматриваются как вместилища для действий и других занятий, которые в них предусматриваются [7, с. 54]. Вышесказанное проиллюстрируем примерами: «*We are in a protracted global struggle against radical Islam*» (Pearce), «*As Texans, we take a special pride in our state's rich history and unique culture*», «*I'm committed to looking out of the day-to-day needs*» (Mikulski), «*North Carolina's community colleges enable many adults to acquire the skills that employers need, helping workers who have lost their jobs move into growing fields, such as health care and technology*» (E. Dole), «*Throughout our nation's history, the labor movement has been committed to the values that make America story*», «*Through this legislation, the security of the Northern Border will also be improved — a goal I have worked forward since 2001*» (H. Clinton), «*Our nation is in an amazing race — the race for discovery and new knowledge, the race to remain competitive*» (Mikulski) Ориентационные метафоры, связаны с ориентацией в пространстве: «верх — низ»: «*I'm very concerned about high gas prices <...>*», «*My*

*guiding principles are: first, restore local and parental control, with **high** standards», «Pearce has lead the way to make housing more affordable for **low**-income families», «I am working to ensure that North Carolina consumers are protected and additional **high**-paying financial services jobs are created in our state», «As we recover from an economic **downturn**” (E. Dole), «Despite having the **highest** population density of any state and one of the **highest** costs of living, New Jersey is still one of the **top** ranked states in the production of a variety of fruits and vegetables <...>» (Robert Menendez).*

Пожалуй, к наиболее очевидным онтологическим метафорам относятся случаи, когда материальный объект интерпретируется как человек. Это позволяет осмыслить наш опыт взаимодействия с неживыми сущностями в терминах человеческих мотиваций, характеристик и деятельности людей. Метафора персонификации (олицетворения) в теории метафоры обычно характеризуется как базисная, лежащая в основе присущего человеку способа постижения окружающего мира. Обобщенная формулировка метафор этого типа — ОБЩЕСТВО ЕСТЬ ЛИЧНОСТЬ. Метафора эта может выполнять и эвристическую функцию при выборе способа действия в той или иной политической ситуации, предлагая взглянуть на нее таким образом, как если бы ее участники — политические субъекты — были частными лицами, но часто она используется в демагогических аргументативных целях, поскольку целым народам и государствам имплицитно приписывает присущее отдельному человеку единство сознания, воли, целей, интересов и ценностей [4]. Вот несколько примеров онтологических метафор, взятых со страниц политических сайтов: «Small businesses **employ** millions of Americans <...>», «The historic Republican tax cuts of 2001 and 2003 **created** millions of new jobs, **revitalized** the U. S. economy, and **allowed** it to weather future challenges» (Kay Bailey Hutchison), «This legislation will **fund** agriculture research programs in Tennessee to ensure that farmers continue to play an important role in the Tennessee economy, while helping protect the environment at the same time» (Lamar Alexander), «Instability in the housing and mortgage markets has adversely **impacted** families in New Hampshire and across the nation» (John E. Sununu).

В противоположность другим электронным СМИ, которые ориентированы в большей степени на строгую подачу фактов и практически элиминируют автора, комментарии персональных сайтов проникнуты оценочным отношением автора, поэтому новостные сводки, пояснения к публикациям и политические взгляды владельца сайта предстают не как сухое изложение фактов, а как диалоговая коммуникация.

«Метафора является полифункциональным объектом, и те свойства типичных метафор, которые важны для одних целей могут быть менее существенны для других, а значит изменятся и наборы феноменов, которые могут быть функционально отождествлены с эталонной метафорой.

В поэтическом тексте главной функцией метафоры признается эстетическая (метафора как украшение речи) и активационная (метафора как средство активизации восприятия адресата), тогда как познавательная отходит на второй план. В научном дискурсе на первое место выходит познавательная, эвристическая функция метафоры, позволяющая осмыслить новый объект исследования, опира-

ьясь на знания о других типах объектов. Важна для научного дискурса и аргументативная функция метафоры как средства убеждения в правильности (правдоподобности) выдвигаемых тезисов или постулатов. В политическом дискурсе метафора также выполняет эвристическую функцию, служа средством осмысления постоянно меняющейся политической реальности и формулирования новых политических программ, и функцию аргументативную, служа средством убеждения аудитории в правильности тех или иных политических взглядов. Есть у политической метафоры функции, не характерные ни для поэтического, ни для научного дискурса. Благодаря своей фигуральности, небуквальности она выполняет прагматическую интерактивную функцию сглаживания наиболее опасных политических высказываний, затрагивающих спорные политические проблемы, минимизируя ответственность говорящего за возможную буквальную интерпретацию его слов адресатом. И, наконец, поскольку метафора в политическом дискурсе (в отличие от поэтического) всегда апеллирует к фонду общих знаний, она тем самым создает у партнеров по коммуникации общую платформу, опираясь на которую субъект речи может более успешно вносить в сознание адресата необщепринятые мнения» [4].

Наиболее часто встречаемой метафорической моделью политической реальности явилась модель метафоры войны и метафоры строительства: «<...> *I'm fighting to strengthen and improve small businesses and provide opportunities for them to compete on a level playing field*» (Mikulski), «*It is also important to protect consumers from illegal market manipulation and corporate corruption*», «*I believe our fight against terrorism will be long and difficult*», «*Now we need to build upon this legislation by adding protections for our children as they use the Internet*» (Е. Pomeroy).

Выводы. Подводя итоги контент-анализу политических сайтов, мы отмечаем активное использование их создателями как образных, так и концептуальных метафор. Владельцы сайтов используют метафоры как мощный механизм убеждения и воздействия на пользователя. Используя метафоры, владельцы сайтов апеллируют к фонду общих знаний, кооперируются со своей аудиторией, формируют у пользователей чувство единения и сопричастности. В лингвистическом дизайне сайта метафора выполняет ряд функций: активационную, эвристическую, аргументативную и т. д. Метафора облегчает пользователю навигацию по странице, акцентирует его внимание на значимых для него блоках информации. Метафоры рассматриваются как результат когнитивного мышления и как лексическое средство, репрезентирующее концепты того или иного языка (в данном случае английского). Центральный тезис Дж. Лакоффа состоит в том, что метафоры облегчают процесс мышления, предоставляя нам эмпирические рамки, внутри которых мы осваиваем новоприобретенные абстрактные концепты.

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс [Электронный ресурс] / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. — М., 1990. — Режим доступа: http://www.nspu.net/fileadmin/library/books/2/web/xrest/article/leksika/struktura/aru_art01.htm
2. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных Web-страниц) / А. А. Атабекова. — М.: РУДН, 2003. — 202 с.

3. Варламова Е. В. Лингвостилистические особенности политического дискурса в Интернете / Е. В. Варламова // Язык средств массовой коммуникации: сб. обзоров. — Серия «Теория и история языкознания». — М., 2007. — С. 84 – 98.
4. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры [Электронный ресурс] / И. М. Кобозева // Вестник МГУ. — Серия 9: «Филология». — 2001. — №6. — Режим доступа: <http://virtualcoglab.cs.msu.su/projects/metaphor.html>.
5. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве. — Луганск: Знание, 2004. — 404 с.
6. Компанцева Л. Ф. Гипертекст и виртуальный дискурс как ключевые понятия Интернет-лингвистики / Л. Ф. Компанцева // Ученые записки Таврического национального университета. — Симферополь, 2007. — Т. 20 (59). — №4. — С. 40 – 44. — Серия «Филология».
7. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём / Д. Лакофф, М. Джонсон. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
8. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. — М.: Гнозис, 1999. — 280 с.
9. Павлова Л. В. Структурные и лингвистические особенности политвеба: гендерный аспект / Л. В. Павлова // Ученые записки Таврического национального университета. — Симферополь, 2007. — Т. 20 (59). — №4. — С. 129 – 133. — Серия «Филология».
10. Boardman M. The Language of Websites / M. Boardman. — London: Routledge, 2005. — 112 p.
11. Chandler D. Personal home pages and the construction of identities on the web [Электронный ресурс] / D. Chandler. — 1998. — Режим доступа: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>.
12. Deneke L. Computer-Mediated Communication: Potential and Actual Effects on the English Language, Saarbruken / L. Deneke; VDM Verlag Dr. Muller. — 2007. — 148 p.
13. Ericson T. The World Wide Web as social hypertext [Электронный ресурс] / T. Ericson. — 1996. — Режим доступа: http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.Html.

Павлова Л. В. Метафора на просторі політичного сайта.

У статті досліджується метафора як один з лінгвістичних засобів конструювання віртуальної особистості.

Ключові слова: метафора, політичний сайт, віртуальна особистість, Інтернет-комунікація.

Pavlova L. V. A metaphor on space of a political site.

A metaphor as one of linguistic means of virtual identity construction is studied in the article.

Key words: metaphor, political site, virtual identity, Internet-communication.

Статья поступила в редакцию 18 ноября 2010 г.