

## **К вопросу об исследовании концептуальной метафоры**

Развитие теории концептуальной метафоры и последовательное описание метафорических моделей — одно из наиболее перспективных направлений современной когнитивной лингвистики. Данной проблемой занимались и продолжают заниматься такие лингвисты, как Дж. Лакофф, М. Джонсон, А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, А. П. Чудинов и др.

Современная когнитивная теория предполагает, что метафора возникает на уровне глубинных структур человеческого разума.

Наша обыденная понятийная система по сути своей метафорична [1]. Метафоры заложены уже в самой понятийной системе мышления человека, это особого рода схемы, по которым человек думает и действует. Однако понятийная система нами не осознается. Выполняя многие повседневные дела, мы думаем машинально и действуем по определенным схемам. Большую роль в определении сущности этих схем может сыграть наблюдение за особенностями функционирования языка.

Выяснив необходимость изучения метафорической модели языка для определения ее концептуальной системы, охарактеризуем процесс порождения метафоры.

Процессы метафоризации — это специфические операции над знаниями, часто приводящие к изменению онтологического статуса знания, когда неизвестное становится известным, а известное — совершенно новым и т. п. Об этом говорил А. Н. Баранов [2].

В когнитивном плане процесс метафоризации близок к модели рассуждения по аналогии, в основе которой лежит представление о передаче информации или знаний между двумя концептуальными областями или полями: источником и целью.

Для выявления внутреннего строения области источника и области цели зачастую обращаются к метаязыку фреймов и сценариев. Фрейм — это представление обычной ситуации в виде набора слотов. Каждый слот представляет некоторый тип информации, релевантный для описываемого фрагмента действительности.

Категория метафорической модели подразумевает классификацию (разбиение) областей источника метафоризации (в противоположность цели). Имя метафорической модели обычно дает

слово, являющееся родовым по отношению к словам, представляющим элементы ее понятийной системы.

Метафорическое моделирование — это средство постижения, представления и оценки действительности, отражающее многовековой опыт народа и его национальное самосознание. Концептуальная метафора связана с конкретными условиями развития общества. «Концепт — это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [3].

В последнее время исследователей-языковедов все больше и больше интересует представление миропонимания человека и его культуры в виде метафорических моделей. Так, были исследованы метафоры в политическом дискурсе. Именно потому, что метафора при помощи скрытых механизмов трансформации знаний позволяет оптимизировать воздействие на получателя информации, было принято решение обратить внимание на такой вид дискурса, как реклама, а именно на рекламу путешествий.

Таким образом, в результате классификации метафор, выявленных методом сплошной выборки в рекламном дискурсе (реклама путешествий), были получены следующие метафорические модели: антропоморфная метафорическая модель, метафорическая модель «Продукты питания», метафорическая модель «Кружево, узор, сеть», модель «Перекресток, плавильный котел», метафорическая модель «Нереальный мир», метафорическая модель «Мир природы», метафорическая модель «Музыка», метафорическая модель «Артефактная».

С одной стороны, спектр данных метафорических моделей отражает картину мира носителя языка. С другой стороны, составитель рекламы использует особенности мышления, в том числе стереотипного, при создании рекламного текста и для оказания аргументативного воздействия на потребителя.

### Примечания

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М., 1990.
2. Баранов А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры. М., 1996.
3. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. М., 2001. С. 43.