УДК 804.0 – 8:070

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ МЕТАФОР (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОЙ СПОРТИВНОЙ ПРЕССЫ)

Ярцева Л.И., преподаватель

Запорожский государственный университ

Газетно-публицистический стиль французского языка изучен недостаточно. Исследования в этой области носят преимущественно социологический, журналистский характер (Ж. Кайзер, Б. Вуайен, Ж. Швебель, Р. Клоссе и др.). В последние годы вопросы проблематики публицистического стиля стали рассматриваться французскими лингвистами в рамках изучения политического дискурса [8,33].

В советской лингвистике первая попытка функционально-стилистического анализа газетного текста была сделана Г.О. Винокуром в [5]. Главными чертами языка газеты он считал высокую стандартизованность, механичность, штампованность. Многие исследователи отмечают односторонность такого взгляда, говоря, что он обедняет функции газеты, сводя их к чисто интеллектуальной коммуникации [4,9].

В 30-50 гг. язык газеты изучался с нормативно-стилистических позиций. Этому посвящены работы К.И. Былинского, Д.Э. Розенталя, Ю.А. Бельчикова.

Концепция Г.О. Винокура обогащается в работах Г.Я. Солганика.

Эталоном функционально-стилистического подхода к языку газеты являются многочисленные работы В.Г. Костомарова, по мнению которого газетно-публицистический текст “обязан быть на каждом своем отрезке и воздействующим и информационным…” [8,92]. Газетный язык определяется как регулярное соотношение стандартизованных и экспрессивных языковых средств, их чередование и контрастирование.

Высокая стандартизованность обусловлена стремлением к документальности изложения, повторяемостью тематики, оперативностью в подготовке материалов, ограничением экспрессивно-образных средств выражения. На этот факт обратил внимание еще Ш. Балли: “Язык газет переполнен штампами — да иначе не может и быть, трудно писать быстро и правильно, не прибегая к избитым выражениям” [2,109].

Проблема образности газетно-публицистической речи привлекает внимание ученых и сегодня.

Д.Н. Шмелев, определяя функционально-стилистическую специфику публицистической речи называет прежде всего особый характер метафоризации слов различных тематических и стилистических разрядов. “Характерной приметой многих современных газетно-публицистических текстов является переносное употребление в них специальной научной, специальной профессиональной, военной лексики, лексики, относящейся к спорту. Переосмысление этих слов происходит с явной направленностью на экспрессивность и оценочность” [14,93].

По признанию одних авторов, метафора в газете нередко проходит “горестный путь”: метафора — штамп — ошибка. В этой универсальности как бы заложены объективные условия для появления в газете, как пишет В.Г. Костомаров, “непродуманных стилистически, а часто и логически неоправданных метафор”. Называя их “бичом печатного слова”, он считает , что они подтверждают мнение об утилитарности метафоры в газете, куда она привлекается в качестве экспрессемы, чтобы “перебить стандарт”.

Существует и другая точка зрения по обсуждаемому вопросу. Так, в полемике с В.Г. Костомаровым А.В. Калинин признает, что у художественной литературы и газеты — разные задачи и функции. Но это не дает оснований “… принижать газетную метафору, низводить ее функцию до чисто утилитарной ”. Он продолжает: “Не так уж часто, но в газетах все же бывают метафоры яркие, интересные, помогающие читателю увидеть какие-то новые связи, через которые “раскрывается мир” [6,33].

Позиция ученого возвращает метафорам в газете их естественную функцию — функцию художественного познания. Именно ориентация на положительные, удачные образы позволяет подойти к неудачным семантическим образованиям как к явлению необязательному и не столь уж неизбежному для газетной стилистики. Словесные неудачи надо рассматривать не как типичное для газеты явление, а как издержки.

Источник “недоверия” к газетным метафорам, имеющего место в литературе, коренится в противопоставлении их художественным, и оценке роли газетных метафор с позиций художественной речи.

Описание лексики газетно-публицистического стиля является трудной задачей. Материалом исследования послужили публикации газеты “France-football”.

Проведенное исследование показало, что при классификации метафор целесообразно исходить из представления о метафоре как о сложном явлении, знаке, за которым в языке закреплен ряд определенных функций.

Исследование метафоры становится тотальным. Многовековая история науки подтверждает ее неисчерпаемость. Так, В.Г.Гак, говоря о метафоре в языке, отмечает ее универсальность, проявляющуюся в “пространстве и во времени, в структуре языка и функционировании. Она присуща всем языкам во все эпохи; она охватывает разные аспекты языка и обнаруживается во всех его функциональных разновидностях” [11,11].

Лакофф Д. и Джонсон М. утверждают, что метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в яызке, но и в мышлении и действии [10,396].

По мнению Арутюновой Н.Д., метафора служит тем орудием мысли, при помощи которого нам удается достигнуть самых отдаленных участков нашего концептуального поля [14,72].

Газетная метафора, связанная с телесной сферой человека, образуется на основе специальной лексики, что является существенной особенностью указанного вида метафоры.

Как известно, одной из функций публицистического стиля наряду с информативной, воздействующей и развлекательной является популяризаторская функция, заключающаяся в информировании читателя об основных новостях специальных областей знания и сфер специализированной деятельности человека, таких как наука, техника, политика, медицина, спорт…

Именно через средства массовой информации, через многократное повторение и истолкование вошло в лексикон естественного языка большинство ныне общеизвестных терминов (юридическое лицо, ракета–носитель, le visage de l’équipe, le coeur de Milan…).
Направления изучения метафоры разнообразны [см., например, 13]. Существуют различные классификации метафор (см. по этому вопросу [10,11,12,13]). Так, Лакофф и Джонсон в своей работе [10] предлагают следующие типы метафор:

1. Структурные метафоры (когда одно понятие структурно упорядочивается в терминах другого).
2. Ориентационные (противопоставляя системы типа “верх — низ”, “внутри — снаружи”…).
3. Онтологические (способ трактовки действий, событий (как дискретные сущности) некоторого единого типа).
4. Метафоры, связанные с вместилищами.

Основой одной из классификаций газетной метафоры является принадлежность слова-параметра (термина сравнения) к той или иной отраслевой терминосистеме [12] (или “структурная метафора” — [10]).
1. “Техническая” метафора основана на сравнении с каким-либо механизмом:
Avant-centre buldozer (Vieri)
C’est un véritable avion (Henry)
2. “Строительная” метафора:
Lobanovski — l’architecte de presque tous les Dynamo…
3. “Медицинская” метафора:
Zidane est heureux et tout le bonheur du monde coule déjà dans ses veines, un bonheur bleu, blanc, rouge.
4. “Военная” метафора:
Le star du Dynamo Kiev tire sur lui.
5. “Музыкальная” метафора:
Zidane dirigeait l’orchestre bleu..
6. “Метеорологическая” метафора:
Panov, l’éclair russe…
7. “Религиозная” метафора:
Roberto Baggio était une icône.

Анализ примеров позволяет выделить и другие типы метафор:

1. Метафора движения:
Avec son toucher de velours il caresse le ballon par petites touches… (Z. Zidane)

Ici tout le monde rame dans la même direction.
2. “Пространственная” метафора (тесно связана с метафорой движения):
C’est un homme qui a les pieds sur terre (Dunga).
3. Метафора “действия”:
L’équipe de France peut renverser les montagnes.
4. Метафора “света”:
… le feu follet du Dynamo Kiev (Rebrov).
… Nico est un phare, il éclaire, propose…
5. Метафора “контроля”:
… tenir un match dans le creux de sa main.
6. “Качественно-оценочная” метафора:
la face de l’équipe, … le visage de l’équipe (P. Schmeichel).
7. “Тепловая” метафора:
… il y a ce but … qui a refroidi l’assistance et douché les espoirs.
8. “Звуковая” метафора:
les ténors du Calcio que sont l’Inter, le Milan, le Juve…
9. “Растительная” метафора:
ce titre est le fruit de notre travail collectif.
10. “Анимационная” метафора:
… les coups de patte de Z. Zidane
Anelka, un renard des surfaces.
11. “Профессиональная” метафора:
… un des principaux artisans de ce succès.
12. “Игровая” метафора:
C’est l’Ukraine qui possède les meilleurs cartes à la main.

Публицистическая речь носит эмоционально-личностный характер. Она субъективна, оценочна.

Образная метафора, созданная на основе специальной лексики, наглядным образом подтверждает справедливость высказывания В.М. Лейчика о том, что публицистический стиль представляет собой стиль, находящийся на грани художественной литературы и научного стиля.

“Публицистическая” метафора (как и художественная) представляет собой употребление автором определенного слова, переосмысленного на базе образно-ассоциативного подобия, которое возникает в результате субъективного, может быть иногда “случайного” впечатления, ощущения, эмоционального восприятия. Это, с одной стороны, отражение реального мира и объективного знания о нем, закрепленного в языке, а с другой — способ создания индивидуального, образного мира писателя или журналиста

Утверждение Аристотеля: “Всего важнее — быть искусным в метафорах, перенять их от другого нельзя; это — признак таланта” [1,178], – остается основополагающим принципом художественного творчества и одним из критериев мастерства писателя и журналиста.

В метафоре ярко проявляется присущая ей функция характеризации.

Ориентация метафоры на поиск образа, усиление выразительности были отмечены еще в древности: “Применяется перенос либо ради того, чтобы предмет предстал перед нашими взорами ради наглядности, либо в целях краткости, либо во избежание непристойности, либо для возвеличивания предмета, либо для его умаления, либо для его приукрашивания” [1,216].

Разделяя точку зрения Е.С. Кубряковой на язык как когнитивный процесс или когнитивную деятельность, осуществляемую с помощью языка во время построения дискурса, рассмотрим когнитивно-номинативные модели метафоры спортивной прессы, отражающие процесс формирования значений в результате познавательной деятельности человека. Какие фрагменты действительности нашли языковое отражение и какие понятия сформировались?

Материалом для исследования были избраны статьи, посвященные футболу — спорту № 1 в мире. Выбор был обусловлен тем, что чемпионат мира проходил во Франции. Французы победили. Победили заслуженно. Это был лучший финал 90-х. Историческим является и достижение Зинедина Зидана, признанного лучшим футболистом 1998 года.

Принцип наименования человека именами других объектов назовем антропоцентрическим. Для характеристики человека может быть привлечен любой признак любого объекта. При этом характеристика человека содержит, как правило, оценку, связанную с чисто эмоциональным отношением к обозначаемому.

По мнению В.Н. Телии, отклонение от количественного или качественного стандарта может вызвать либо положительную, либо отрицательную оценку.

Метафора, образованная по принципу ассоциативных связей, занимает ведущее место на страницах французских газет. Характеристики могут извлекаться из самых неожиданных источников.

Рассмотрим, каким предстает З. Зидан — герой чемпионата мира по футболу. Ему посвящены многочисленные статьи, передачи, интервью, программы телевидения. Он входит в каждый дом с рекламой.

Zidane est cuisiné à toutes les sauces.

Метафорический перенос осуществляется на основе некоторых историко-культурных представлений, общих для языкового коллектива.

Sur le terrain c'était Zorro (самоотверженный, благородный человек, безраздельно отдающий себя какому-либо делу, идее).
Зидан — король. Представить команду без ее диспетчера как-то затруднительно.

Zidane est le moteur; l'âme technique, c'est le rayon de lumière de l'équipe, son stratège offensif, l'artiste, l'architecte du ballon. Il est le seul à montrer du doigt la voie à suivre, il dirigeait l'orchestre bleu, tout le jeu de sélection française repose sur ses épaules, belle icône d'intégration.

Таким образом, при исследовании метафор спортивной прессы было выявлено 12 типов метафор, хотя число их не ограничивается этим.

Наши понятия упорядочивают воспринимаемую нами реальность, способы нашего поведения в мире и наши контакты с людьми[10,387].

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристотель. Поэтика. /Античные теории языка и стиля.- М.; Л.: Соцэкгиз, 1936. - 343с.
2. Балли Ш. Французская стилистика. - М.: Иностранная литература, 1961. – 394с.
3. Винокур Г.О. Культура речи. - М., 1925. - С.105-106.
4. Вовчок Д.П. Стилистика газетных жанров. - Свердловск.: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1979. – 72с.
5. Le Guern M. Sémantique de la métaphore et de la métonymie. - P.: Larousse, 1973. - 126 p.
6. Калинин А., Костомаров В. Зачем корить зеркало? (О специфике языка газеты. Диалог лингвистов…) // - Журналист, № 1. 1971. - С.33.
7. Колесов В.В. Язык города. - М.: Высшая школа, 1991. - 190с.
8. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. - М.: Изд-во МГУ, 1971. - С.92.
9. Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка. - М.: Высшая школа, 1991. – 160с.
10. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем./ Теория метафоры . - М.: Прогресс, 1990. – 512с.
11. Метафора в языке и тексте. - М.: Наука, 1988. - 176 с.
12. Москвин В.Г. Русская метафора. Семантическая, структурная, функциональная классификация. - Волгоград: Перемена, 1997. – 92с .
13. Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка. - Санкт-Петербург: Наука, 1993. - 151с.
14. Теория метафоры. - М.: Прогресс, 1990. – 512с .