

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В КИНОДИСКУРСЕ

Метафора украшает человека

Еще с древних времен человек стремился сделать себя чуть красивей, чем его сотворила природа, поэтому, когда первобытные мужчины возвращались с охоты, они часто одевали на себя медвежьи шкуры или панцири убитых ими черепах, а первобытные женщины плели венки из тростника, браслеты из дикой ягоды и раскрашивали лицо разноцветными соками. Можно сказать, что именно тогда началась первая метафорическая деятельность людей, поскольку, нарядившись в медвежью шкуру, мужчина как бы говорил: «Я такой же сильный, как медведь, и я даже выгляжу точно так же». А женщина, украсив себя венком, отвечала: «Я такая же свежая, как весна, и так же вкусно пахну». И тем не менее, в традиционной лингвистике метафоры, подобные «мужчина – это медведь», «женщина – это весна», до последнего времени рассматривались лишь в качестве украшений, без которых можно обойтись: то есть мужчине совсем не обязательно было быть сильным, а женщине – свежей.

Только после выхода работы Лакофа/Джонсона 'METAPHORS WE LIVE BY' [1], ведущие лингвисты заговорили о первичном значении метафоры в процессе концептуализации нами действительности. Их идеи нашли свое подтверждение в новейших антропологических исследованиях, в ходе которых было выяснено, что именно в период неопалеолита человек овладел способностью мыслить метафорически, и, как результат, начиная с этого времени как язык, так культура в целом, стали развиваться более успешно. Так, например, именно к этому периоду относят первые убийства человека человеком. По-видимому, им явно помогла та самая метафора, вызванная на свет мужчиной в медвежьей шкуре и звучавшая как МУЖЧИНА – ЭТО МЕДВЕДЬ, и, если он хочет обладать весной, он должен убить другого медведя. Из книги Лакофа/Джонсона следует, что метафора МУЖЧИНА – ЭТО МЕДВЕДЬ является частным случаем концептуальной метафоры МУЖЧИНА – ЭТО ЖИВОТНОЕ.

Итак, вплоть до начала восьмидесятых на метафору смотрели не больше, чем на украшение (embellishment). Считалось, что без нее легко можно обойтись и она всего лишь изящный прием ораторского и по-

* © Рыжков А., 2000.

этического искусства, который, впрочем, скорее запутывает понимание, чем облегчает его. Другими словами, врожденное человеческое желание **БЫТЬ ЛУЧШЕ ДРУГИХ** при помощи украшательства постепенно с человеческого тела стало распространяться на человеческий язык. Конечно, сначала попытки украшения языка носили буквальный характер: языки прокалывались булавками, на губы одевались серьги и т.д. Однако все это приводило к определенным трудностям во время процесса говорения, поэтому древние, в конце концов, нашли идеальное украшение для языка, которым стала **МЕТАФОРА**. Язык украшает человека, а человек украшает язык. И это украшение – метафора.

В изданной в 1980 г. книге Лакофф и Джонсон выдвинули радикальную концепцию, суть которой сводилась к тому, что метафора вовсе не является украшением в том смысле, в каком не является украшением, например, голова, совсем наоборот, именно метафора, пронизывая все уровни языка, делает возможным понимание и категоризацию незнакомых понятий. Именно метафора облегчает нам освоение реальности, помогает в процессе запоминания и классификации. В конце книги авторы приравнивали метафору к способности осязания, провозгласив ее неотъемлемой частью нашего функционирования [2]. Таким образом, метафора из доставляющего эстетическое наслаждение украшения превращается в основу, на которой строится понимание и структурирование накопленного нами опыта. Выясняется, что если метафора когда-то и была просто украшением, то теперь она стала украшением, без которого невозможно обойтись. Сходную функцию имеют очки. Помимо эстетической и чисто практической функции, они также несут метафорическую нагрузку. Так, мы с большим процентом уверенности можем заключить, что их владелец интеллеktуал, поскольку плохое зрение ассоциируется у них с прочтением значительного количества книг, которые, в свою очередь, связываются со знаниями, и далее – с интеллектом. Однако если следовать максиме древних, которая звучит: **ЧЕМ БОЛЬШЕ Я ЧИТАЮ, ТЕМ МЕНЬШЕ Я ЗНАЮ**, – можно сделать вывод, что наличие очков может говорить и об обратном.

Данный пример демонстрирует двойственную сущность некоторых метафор: если метафора и служит основой для понимания, то это не означает, что она должна предписывать какое-то определенное понимание, скорее, она позволяет увидеть некоторые вещи иначе, а вот само видение в значительной степени зависит от интерпретатора и от контекста.

В своей последующей работе 'Body in the Mind' [3] Джонсон развивает свои идеи. Он утверждает, что метафора даже не является фигурой речи (*figure of speech*), она больше похожа на фигуру мысли. Со своей стороны, мы бы назвали метафору способом приблизиться к невыразимому – например, любви. Мы говорим: Я люблю тебя, а нам отвечают: «Не верю! Докажи! Если ты меня любишь, то как ты меня любишь?» И тогда на помощь приходят метафоры: **LOVE IS THE SUN**. Это кон-

цептуальная метафора, она заложена в основе нашего понимания любви. Любовь, подобно солнцу, жжется, греет, человек может сиять от любви, любовь, как и солнце, имеет округлую форму, потому что средоточие любви – сердце; любовь притягивает любящих друг к другу, подобно тому, как солнце притягивает к себе планеты; солнце, как и объект нашей любви, мы видим не постоянно, и поэтому нам его часто не хватает; у любви, как и у солнца, есть определенный цикл: зима соответствует охлаждению, лето – ее наибольшему накалу.

Значение метафор, как и значение слов, со временем претерпевает изменения. Так, Шекспир в «Ромео и Джульетте» по отношению к Джульетте вложил в уста Ромео метафору «Juliette is the Sun». Во времена Шекспира солнце означало для его современников нечто отличное от того, чем оно стало для нас. Таким образом, в шекспировской метафоре речь могла идти о способности солнца к свету, радости и теплу, но маловероятно имелась в виду притягательность солнца и его центральность. Хотя гелиоцентрическое строение Вселенной и было доказано Коперником, во времена Шекспира этот взгляд еще не был общепринятым, а что касается гравитации, то это открытие было сделано позднее Исааком Ньютоном. В связи с этим неуместными представляются попытки на основании метафоры «Джульетта – это солнце» строить теории о центральном месте Джульетты в трагедии, а также о ее способностях притягивать к себе людей так, как притягивает людей солнечный свет и тепло.

На значение метафоры накладывається не только временной фактор, но и культурные зависимости (culture-bound). Если бы метафорой «Джульетта – это солнце» воспользовался египетский поэт, то это могло бы означать божественную сущность Джульетты, в то время как в устах японца Джульетта ассоциировалась бы с зарей. Это объяснялось бы соответственно: мифологией бога солнца Ра и представлением о Японии как о стране Восходящего Солнца.

В нашем случае этой метафорой воспользовался Шекспир, поэтому вполне логично предположить, что для египтянина и японца эта метафора будет означать отличные вещи, а следовательно, значение метафоры зависит также от ее понимания. Причем понимание метафоры будет различаться не только от культуры к культуре и от человека к человеку, но и, в более широком смысле, от контекста к контексту. Т.Гивон [4] выделяет три вида контекста:

- 1) дейктический (цели, вид речевого акта, социальный статус);
- 2) общий дискурсивный (текстовый) – знания, разделяемые говорящим и слушающим;
- 3) общий культурный контекст – общие знания о мире.

Все три вида в той или иной степени актуальны для кинодискурса. Для нас наибольший интерес представляет общий дискурсивный вид, поскольку именно здесь мы имеем дело непосредственно с текстом.

Из книги Джонсона 'The Body in the Mind' можно сделать вывод, что концептуальная метафора является относительно стабильным языковым формированием. Джонсон объясняет это тем, что все люди имеют примерно одинаковые сферы физического опыта [5]. Метафорическое проецирование заключается в переносе физического опыта в сферу нефизического, абстрактного опыта. Поскольку все в отдельно взятой культуре имеют более или менее идентичный опыт, то и понимание достигается при помощи метафоры. В качестве примера Джонсон приводит огромное количество метафор, основанных на понятии БАЛАНСА. Это объясняется тем, что с раннего детства мы учимся ходить, переносить вещи, нагибаться, поднимать объекты и т.д., то есть совершаем ряд действий, успех которых, помимо всего прочего, зависит от нашего умения балансировать в пространстве, находясь на вертикальной шкале (земля). С другой стороны, в языке практически отсутствуют метафоры, связанные с понятием вертикальности, за исключением, пожалуй, MORE IS UP (поднял руку – хорошо, высокий рост – хорошо и т.д.). Совершенно нет метафор, основанных на стасисе между полетом и падением. Джонсон объясняет это отсутствием у нас телесного опыта полета, нашей неспособностью парить, подобно птицам. Более того, можно предположить, что при попытке создать подобные метафоры, их понимание по этой же причине будет чрезвычайно затруднено.

Получается, что способности к метафоре у человека, который всю жизнь провел сидя, будут отличаться от способностей человека, который всю жизнь лежал или сгоял. В связи с этим напрашивается вполне резонный вопрос: А будет ли вообще человек, ведущий сидячий образ жизни с самого рождения, способен к метафоризации? Рассмотрим этот вопрос на примере животных: Слон почти всю жизнь проводит стоя, змея постоянно лежит, волк способен ходить на четырех лапах, сидеть и лежать. Но ни одно из животных (за исключением обезьян) не способно к прямохождению. Не будет ли уместно предположить, что прямохождение напрямую связано со способностью к метафоризации, а следовательно, и вообще со способностью мыслить? Каким образом метафора может зависеть от нашей способности прямо ходить? В положении стоя человеческое тело вертикально, мы подняли руку, MORE IS UP, мы тянемся к небу, к Богу, мы стремимся полететь. Метафора – это и есть полет, полет от знакомого понятия к незнакомому, при помощи первого мы знакомимся со вторым. Совершив полет и устав, мы садимся, садимся перед экраном телевизора и включаем фильм.

Но и в кино мы не в состоянии скрыться от метафоры. Во-первых, это визуальная метафора: когда монтируется два плана, в которых второй сравнивается с первым. Особенно часто это происходит в доминирующем американском кино, которое часто злоупотребляет так называемыми 'point of view shots', то есть нам предлагается смотреть на ситуацию глазами одного из персонажей. Прагматика подобных метафор

вполне понятна, поскольку таким образом происходит идентификация зрителя с персонажем и, как следствие, сопереживание. Встав на место персонажа, зритель начинает воспринимать его проблемы как свои собственные и незаметно вовлекается в действие. В данном случае метафору можно рассматривать как мостик, который режиссер перекидывает от персонажа к потенциальному зрителю.

Однако для нашей работы представляет интерес иной тип метафоры: концептуальная метафора, основанием для которой служит не монтаж, а киносценарий, то есть текст. В связи с этим, хочется отметить принципиальное отличие киносценария от других типов художественного текста, таких как пьеса, роман, поэма, новелла. Основное отличие состоит в том, что сценарий не является законченным произведением, скорее это полуфабрикат, своего рода руководство к действию. Сценарий представляет собой всего лишь одну из частей (необязательно самую главную) более сложного произведения. В этом смысле, взаимоотношения сценария и визуального ряда можно сравнить с взаимоотношениями пропозиции «источник-цель» (source – target). Другими словами, часть информации, предлагаемой сценарием, используется визуальным рядом для построения метафоры.

Рассматривая сценарий в качестве одной из составляющих конечного продукта (фильма), мы не можем говорить о воздействии сценария на нашу когнитивную систему в отрыве от видеоряда, поскольку при интерпретации фильма текст переплетается с видеорядом в единое целое. Наша задача – отделить чисто визуальные метафоры и чисто лингвистические метафоры (типа Джульетта – это солнце) от концептуальных метафор, для которых в кинодискурсе источником служит текст сценария, но которые воздействуют на зрителя в комбинации «текст – видео». Нам представляется невозможным говорить о когнитивном аспекте концептуальных метафор в кинодискурсе в отрыве от видео в том случае, если мы не хотим свести наше исследование к текстовому анализу полуфабриката, которым является сценарий. Однако даже в этом случае нам придется учитывать прагматику сценария – стать фильмом, подобно тому, как при изучении гусеницы нельзя не учитывать ее потенциал – превращение в бабочку.

Не вызывает сомнения, что у кинодискурса по сравнению с другими видами дискурса имеется ряд специфических особенностей. Они во многом обусловлены синтетическим характером кино, куда подключается театр, живопись, литература, архитектура, музыка и т.д. Благодаря своим техническим возможностям кино способно создать на экране полную иллюзию жизни, а при помощи таких приемов, как вышеупомянутые 'point of view shots' в эту иллюзию вовлекается зритель, который на протяжении сеанса часто воспринимает игру света и тени за реальность.

Как это ни парадоксально, но кино на протяжении его истории, подобно метафоре, постоянно обвиняли в паразитизме. Некоторые пола-

гали, что кино паразитирует на литературе, другие считали, что на театре или на живописи. Так или иначе, кино накладывается и на одно, и на второе, и на третье, ничем при этом не ограничиваясь. У живописи кино позаимствовало перспективу, свет, зафиксированное мгновение, рамку. У литературы – различные типы повествования, структуру, жанры. Если попытаться сформулировать эти заимствования, то кино можно представить как ПЛОСКИЙ ТЕАТР В РАМКЕ.

Вполне закономерно, что воздействие и понимание концептуальных метафор в кино, в силу его собственной специфики, отличается от их функционирования вне кино. Вполне логично предположить, что в кино преимущественно используются те метафоры, которые способны оказать наибольшее воздействие, именно будучи визуализированными. К этому выводу можно прийти, проанализировав ряд излюбленных кинопредметов, которые присутствуют в кадре практически в каждом фильме, например такие, как сигарета, открывающаяся и закрывающаяся дверь или дверца машины, часы, телефон и т.д.

Безусловно, повторяемость этих имиджей из фильма в фильм не случайна. Их функциональность наиболее ярко может быть продемонстрирована с помощью типичных для кино приемов: монтаж, крупный план. Специфическое использование метафоры в кинодискурсе будет обусловлено теми же факторами. А именно тем, насколько эффектно можно сочетать текстовую метафору с видеорядом. На основе этого можно утверждать, что метафоры, связанные со временем (TIME IS MONEY, LIFE IS A JOURNEY), направлением (MORE IS UP), цветом, глазом (CAMERA IS AN EYE), людьми (PEOPLE ARE BOOKS, PEOPLE ARE ANIMALS) и некоторыми другими визуализируемыми аспектами, более эффективны и специфичны для кинодискурса, чем те, которые не обладают указанными особенностями.

Один из самых знаменитых подходов к рассмотрению метафоры называется интеракциональным. Согласно ему понятия из «target – source domain» вступают во взаимодействие, в результате которого происходит обмен некоторыми свойствами. Кинодискурс по своей природе также интеракционален, поскольку представляет собой взаимодействие кино и литературы, имиджа и текста, вербального и визуального. Другое дело, что это взаимопроникновение может иметь место в большей или меньшей степени.

Взаимоотношения между текстом и имиджем посвящена работа британского режиссера Питера Гринуэя: сценарии к его фильмам используются нами в качестве материала для проводимого анализа. В основании мира Питера Гринуэя лежат концептуальные метафоры, некоторые из которых свойственны только его миру и не выходят за его рамки. Так, ЛИТЕРАТУРА у Гринуэя – это ЖЕНЩИНА, ИМИДЖ – это МУЖЧИНА, и из соприкосновений литературы и имиджа рождает-

ся фильм как концептуальная метафора, где источником (source) может быть как имидж, так и текст.

В связи с указанной особенностью, фильмы Гринуэя представляют наибольший интерес для нашей работы. Жак Деррида как-то сказал, что за имиджем всегда остается последнее слово [6]. В том смысле, что в борьбе между имиджем и словом неминуемо побеждает имидж. Тем не менее, не стоит забывать, что слово – это тоже имидж [7]. И фильмы Гринуэя насыщены словами, воспринимаемыми в качестве имиджей. Наиболее характерные для Гринуэя метафоры рождаются как раз на стыке имиджа и слова. PEOPLE ARE BOOKS, BODIES ARE BOOKS, PEOPLE ARE ANIMALS, BOOKS ARE FOOD, PEOPLE ARE FOOD, BODIES ARE BUILDINGS, PEOPLE ARE PAINTINGS.

Остановимся на метафоре PEOPLE ARE BOOKS

голова – это информация

одежда – это обложка

кожа – это бумага

глаза – это иллюстрации

позвоночник – это переплет

родимые пятна – это дефекты во время печати

язык – это закладка

Голова содержит смысл книги, который не равняется сумме той информации, что содержится на бумаге – коже. В зависимости от читателя (или от того человека, который пытается вас понять) содержание головы меняется. Кожа стареет, как и бумага, желтеет, на ней остаются следы тех, кто ее касался: царапины, шрамы и т.д. Глаза смотрят на читателя, подобно тому, как смотрят на читателя персонажи с иллюстраций, в них отражается читатель, подобно той тени, которую он отбрасывает на иллюстрацию. Позвоночник сгибается и разгибается, сцеплениями своих позвонков и своей гибкостью напоминая книжный переплет. Когда тело стареет, позвоночник теряет свою гибкость, деревенеет и тело рассыпается на куски – страницы.

Любопытна другая метафора, сквозная для фильмов Гринуэя: BODIES ARE BUILDINGS, которая напоминает знаменитую метафору Лакоффа/Джонсона THEORIES ARE BUILDINGS. Весалиус, анатом, которому в бытность его студентом в Венеции дозволялось вскрывать человеческое тело, сказал, что «человеческое тело подобно дворцу, установленному в воде, в котором поддерживается жизнь при помощи воздуха [8]:

глаза – это окна

рот – это парадный вход

зад – черный ход или задний выход

внутренности – это интерьер

руки – это левое и правое крыло

голова – это крыша

ноги – это фундамент

Примечательна способность Гринуэя переворачивать метафоры, меняя местами источник и цель (source и target). Так, например, в фильме Гринуэя «Книги Просперо» при помощи техники «still life» книги превращаются в живые, движущиеся объекты, поэтому метафора PEOPLE ARE BOOKS становится BOOKS ARE PEOPLE. Обычно при создании метафор источником служит то, о чем мы располагаем большей информацией, то есть вполне закономерна метафора THEORIES ARE BUILDINGS, поскольку наше знание о зданиях настолько обширно, что оно позволяет нам перенести часть этого знания на теории, чья структура будет нам более доступна, если мыслить их в терминах строительства, но не наоборот. Тем не менее, Гринуэй в ряде случаев успешно переворачивает метафоры. Это оказывается возможным по той причине, что его интересует не просто метафорическое перенесение некоторых качеств одного объекта на другой, а ассоциативные связи между этими объектами, которые позволяют им постоянно меняться местами. Если в «Интимном дневнике» Гринуэй методично сопоставляет человеческое тело с книгой («...неаполитанские солдаты сделали закладку из языка хранителя и вложили ее в Библию...»), то в «Книгах Просперо» он скорее книги сопоставляет с человеческим телом, а в фильме «Повар, вор, его жена и ее любовник» человеческое тело – это целое хранилище книг, библиотека.

Каким образом текстовая метафора визуализируется? Ведь не секрет, что одна из наиболее примечательных особенностей метафоры – в ее способности вызывать зрительный образ [9]. Гринуэй в буквальном смысле сопоставляет языковую метафору с ее визуальной репрезентацией. Например, в «Поваре, воре...» нам предлагается меню, наполненное метафорическими названиями блюд, и тут же рядом с названиями нам предлагаются иллюстрации этих блюд.

Буквальное понимание метафоры пронизывает работы Гринуэя насквозь. В «Интимном дневнике» метафора PEOPLE ARE BOOKS иллюстрируется при помощи буквального использования человеческих тел в качестве бумаги для написания интимного дневника ('Pillow Book'). В фильме «Повар, вор, его жена и ее любовник» центральными являются метафоры PEOPLE ARE FOOD и BOOKS ARE FOOD, где BOOKS ARE FOOD – концептуальная метафора, имеющаяся в нашей когнитивной системе («проглотить книгу», «книжное голодание»), а PEOPLE ARE FOOD – метафора, созданная на ее основе, что иллюстрируется на визуальном уровне. Воздействие этих двух метафор усиливается третьей – PEOPLE ARE BOOKS. Получается, что, съедая книгу, человек ест сам себя с другого конца. Может быть, именно это хотели сказать древние той самой фразой, которая звучит примерно так: ЧЕМ БОЛЬШЕ Я ЧИТАЮ, ТЕМ МЕНЬШЕ Я ЗНАЮ.

БИБЛИОГРАФИЯ

- 1-2. Lakoff G/Johnson M. *Metaphors We Live by*. – University of Chicago. 1980.
3. Johnson M. *The Body in The Mind*. – University of Chicago. 1987.
4. Givon T. *Mind, code and context. Essays in Pragmatics*. – Hillsdale, New Jersey, London, 1989.
5. Johnson M. *The Body in The Mind*. – University of Chicago. 1987.
6. Derrida J. *White Mythologies*. – New Literary History. 1974.
7. Соссюр Ф. *Курс общей лингвистики*. – Екатеринбург. 1999.
8. Woods A. *Being Naked Playing Dead*. – Manchester University Press. 1996.
9. Ricoeur P. *The Rule of Metaphor*. – London. 1994.

*О.А.Климанова**

Самарский государственный университет

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА УЧЕБНЫХ МИКРОТЕКСТОВ: КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

Среди парадигм научного мышления в области естественного языка особую концептуальную значимость и несомненный практический интерес представляет когнитивный подход к анализу языковых единиц различных уровней. Когнитивное направление, зародившееся в начале семидесятых годов XX века на стыке таких дисциплин, как социальная психология, этнометодология, искусственный интеллект, приобрело статус одной из основополагающих концепций в лингвистике, с позиций которой интерпретируется сложный многоаспектный характер речевого поведения индивидов в различных коммуникативных ситуациях.

Трудно переоценить значение когнитивистики и для современных научных исследований в области грамматики текста и анализа дискурса. Каким образом функционируют механизмы понимания и переработки дискурсивной информации, каковы формы и структуры репрезентации текстового знания в человеческой памяти, наконец, в чем заключаются стратегии наиболее эффективного использования имеюще-

* © Климанова О.А., 2000.