

тивная лингвистика, которая изучается в Кыргызстане как молодыми учеными, так и авторитетными лингвистами.

1. Дербишева З.К. Лекции межвузовского лингвистического семинара. Бишкек, 2010. Принт.

2. Дербишева З.К. Этноязыковое своеобразие концепта «движение» в русском и кыргызском языках. «Русский язык за рубежом». ЗАО. Отраслевые ведомости №4 2009, с.81-87.

3. Тагаев М.Д. Когнитивные направления в лингвистике Кыргызстана. Бишкек, 2010. 44 с. Принт.

4. Тагаев М.Д. Полипарадигмальное описание этнолингвокультурных концептов в русском и кыргызском

языках. Автореф. дис. ... доктора. филол. наук. Бишкек, 2005. 40 с.

5. Темиркулова Ы.А. Описание концепта «глаз» - «коз», «лицо» - «бет» в русском и кыргызском языках. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Бишкек, 2010. 25 с.

6. Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2010. 215 с. С.85.7.

* * *

Cognitive linguistics of Kyrgyzstan was presented to native science of language by such linguists as Z.K.Derbisheva, M.I.Lasaridi, M.D.Tagayev and is developing since of XXI century.

His research will be used to further language theory development in the modern course of linguistics.

Д. Б. Калкабекова (Аманжолова)

КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ МЕТОД В ИССЛЕДОВАНИИ МЕТАФОРИКИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА*

Лексический уровень любого языка является наиболее подвижным и открытым уровнем, который тонко реагирует на изменения, происходящие в социуме. По мнению Д.Н. Шмелева, «непосредственная обращенность лексики к внеязыковой действительности является ее существенной особенностью по сравнению со всеми другими областями языка, и вряд ли всестороннее исследование лексики осуществимо без учета этой особенности» [1, с. 15]. В связи с этим возрастает роль СМИ (в частности, прессы), которые на сегодняшний день являются полем, где формируется и информационная культура потребителя, и его языковая культура. Еще в 1964 году Н.Ю. Шведовой была высказана утверждение, что для «изучения живых процессов газета дает богатый и интересный материал. Газетный язык, обращенный к массовому читателю... чужд консервативности, очень проникаем. Важно то, что в языке газеты эти живые тенденции выступают обнаженно и непосредственно» [2, с. 49].

Современное общество, развиваясь и изменяясь, подчинено тем многочисленным законам, которые продиктованы социальной интеракцией (social interaction) – социальным взаимодействием, «процессом воздействия индивидов,

социальных групп или общностей друг на друга в ходе реализации их носителей» [3, с. 11]. Социальное взаимодействие обуславливает циркуляцию информации, непосредственно осуществляемую в процессе коммуникации. Информация выступает на сегодняшний день в качестве своеобразного кванта, репрезентирующего деятельность человека в информационном обществе. Российский ученый А.Д. Кривоносов характеризует информационное общество как «общество, порожденное развитием... информационных и коммуникационных технологий, общество, в котором главным условием благополучия каждого человека становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации...» [цит. по: 4, с. 17]. Расширению границ информационного общества способствуют такие процессы как глобализация, компьютеризация и, по справедливому замечанию многих ученых, охватившая последние десятилетия «медиазация» общества, усиление роли массовой коммуникации и ее подсистемы – СМИ.

Распространяя информацию, средства массовой коммуникации имплицитно дают оценку существующей действительности, воздействуя на сознание потребителя (адресата). Основным

* Данная работа была выполнена при поддержке гранта РФФИ «Научная работа молодых ученых из стран СНГ в российских научных организациях» № 11-06-90902-моб_снг_ст.

средством подачи информации выступает вербальный язык. Благодаря таким свойствам, как массовость, мобильность, общедоступность, динамичность, СМИ выполняют роль посредника в социальной интеракции, при этом активно воздействуют как на адресата, так и на адресанта (принцип обратной связи). Это в свою очередь определенным образом формирует информационно-языковую культуру современного общества. Следовательно, СМИ наряду с основной функцией – передача информации – выполняют роль «индикатора» языка. В связи с этим интерес к изучению языка СМИ, возросшему в последние десятилетия, представляется обоснованным. Язык публичной вербальной коммуникации чутко реагирует на изменение в обществе, наглядно отражает тенденции в развитии языковой ситуации, которые являются существенными для анализа этнической ситуации в целом.

Рассматривая казахстанские СМИ, отмечаем их повышенную метафоричность, при этом, на наш взгляд, метафоры выполняют роль своеобразного маркера, по которому можно определить, что и в какое время является значимым в жизни общества страны. Прагматический потенциал метафорических словоупотреблений позволяет обозначить наиболее острые моменты социально-политической сферы, отразить их выпукло, зримо. Это попытка журналистов указать на несовершенства существующего общества, его искажения, и, наоборот, в случае положительной оценки – проявление восхищения и выражение одобрения. Так или иначе, но метафора – сильный инструмент в руках журналиста, писателя, политика. И именно процесс метафоризации помогает реализовать основную функцию публицистического дис-

курса – воздействие на массового читателя. Чем продуктивнее метафоры, тем сила воздействия публицистики выше. Для доказательства этого тезиса, попробуем определить степень метафоричности публицистического дискурса, прибегнув к количественным методам измерения силы метафоры, который был предложен в 1998 году группой лингвистов во главе с профессором Амстердамского университета Крис де Ландшер [5, с. 252-253]. В результате проведенного эксперимента зарубежные исследователи определили формулу вычисления метафорической силы политического дискурса, выражающуюся в метафорическом коэффициенте. Метафорический коэффициент (C) можно рассчитать, суммировав такие характеристики, как метафорическая частотность (F), интенсивность метафоры (I) и ее содержание (D).

В качестве корпуса данных нами были выбраны отрывки из казахстанской прессы (на примере газеты «Казахстанская правда») общим объемом около 1500 словоупотреблений. При выборе границ отрывков мы ориентировались на опыт предшественников, которые в одних случаях брали первые сто слов, а в других – последние сто слов редакционных статей. В нашем случае были рассмотрены отрывки из статей, изданных в пятнадцатилетний период: с 1995 по 2009 год (из статей первых пяти лет брались первые 100 слов, из вторых – последние 100 слов).

Первый показатель, который необходимо было вычислить – это степень частотности употребления метафор в казахстанской периодике. Критерием частотности является потребление метафоры на каждые 100 слов. Результаты выборки отражены в Таблице 1.

Таблица 1

Определение частотности метафор за 1995-2009 годы

Год издания	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	итого
Кол-во метафор	10	13	10	9	15	10	11	5	8	10	13	10	8	11	12	155

Таким образом, критерий частотности равен: 155 (общее количество метафор)/ 15 (общее число статей по годам) = $0,1$

Интенсивность метафоры (I) вычисляем по формуле [5]:

$$I = \frac{1w + 2n + 3s}{t}$$

где w – количество «стертых» метафор (метафор, которые реализуют стандартные метафорические переносы значения); n – обычные конвенциональные метафоры, не фиксированные как словарные значения, s – новые, креативные метафоры, t – общее количество метафор. Коэф-

фициенты 1,2,3 позволяют учесть «силу» метафоричности.

В Таблице 2 отражено соотношение типов метафор по годам.

Таблица 2

Соотношение типов метафор в публицистическом дискурсе

Годы	Стертые (<i>w</i>)	Конвенц. (<i>n</i>)	Креативные (<i>s</i>)	Общее кол-во (<i>t</i>)
1995	2	4	4	10
1996	-	3	10	13
1997	1	2	7	10
1998	2	2	5	9
1999	2	3	10	15
2000	2	2	6	10
2001	2	4	5	11
2002	1	3	1	5
2003	2	3	3	8
2004	1	4	5	10
2005	3	4	6	13
2006	3	3	4	10
2007	-	4	4	8
2008	3	5	3	11
2009	4	3	5	12
Итого	28	49	78	155

Произведя расчеты ($I = 1w + 2n + 3s / t$), выясняем показатель интенсивности метафоры, который равен 2,32.

Как считают ученые, сила воздействия метафоры связана не только с новизной, но и с типом самой метафорической модели. Для определения *воздействующей силы* используется переменная содержания *D*, которая вычисляется по формуле [5]:

$$D = \frac{1p + 2n + 3po + 4d + 5sp + 6m}{t}$$

где *p* – стертые метафоры, *n* – метафоры природы, *po* – политические и интеллектуальные метафоры, *d* – метафоры, относящиеся к смерти и стихийным бедствиям, *sp* – спортивные и игровые метафоры, *m* – метафоры болезни, *t* – общее количество метафор.

Однако, предложенные западными учеными типология метафор не совсем соответствует той, которая положена в основу настоящего исследования. Например, сложно вычленить политическую метафору, репрезентирующую политическую действительность в образе человека, который может быть больным (метафора болезни), считаться мертвым (метафора смерти), заниматься спортом (спортивная метафора) или играть (игровая метафора). В связи с этим мы позволили себе изменить формулу вычисления *воздействующей силы*, исходя из типологии

метафор, рассматриваемых в контексте исследования. Анализ метафорики публицистического дискурса показал, что в казахстанской прессе функционируют метафорические номинации, которые могут быть соотнесены к четырем субсферам («Человек», «Социум», «Природа», «Артефакты»), которые являются источником метафоры в публицистическом дискурсе. Именно такую классификацию предложил в своей работе А.П. Чудинов [6]. При исследовании этих метафор анализируются концепты, относящиеся к исходным понятийным сферам.

Так, понятийные сферы «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Секс», «Семья» формируют концепт «Человек», который положен в основу **антропоморфной метафоры**. Данная сфера-источник является одной из самых структурированных и богатых, если судить по извлеченным из нее метафорам. Основа для систематизации метафорического творчества в данном разделе – научные знания и псевдонаучные представления о строении человеческого организма. Выбор сферы физиологии человека для концептуализации представлений об окружающем мире нельзя назвать случайным. Принцип антропометричности является ведущим мотивирующим фактором в построении картины мира. «Создаваемая человеком картина мира изначально антропоцентрична: этот мир строится разумом человека, который концептуализирует

реалии, опираясь на свои представления о соотношении индивида и мира» [6, с. 51].

В данном случае человек моделирует политическую реальность исключительно по своему подобию. Присутствие в казахстанском дискурсе метафоры, репрезентирующей общественно-политическую жизнь в человеческом образе, весьма заметно. Например:

- В итоге все чаще звучали опасения, что интеграция в Содружестве безнадежно отстала от политика, в итоге завтрашнюю встречу на высшем уровне многие специалисты рассматривают как последнюю попытку спасти «**больного**» (Казахстанская правда. 27.03.97);

- Это администрация США накачивала мир необеспеченными долларами, чтобы подстегнуть свою **задыхающуюся** экономику (Известия. Казахстан. 22-24.05.09).

Данная метафора традиционна для носителей русского языка. Однако, при сопоставлении метафор российского и казахстанского дискурсов можно обнаружить, что метафора, относящаяся к понятийной сфере «Секс», в казахстанских СМИ представлена слабо. Метафорическое словоупотребление, относящееся в первичном значении к сексуальной понятийной сфере, в официальных периодических изданиях (например, «Казахстанская правда») нами не выявлено, в то время как в публикациях так называемой «желтой прессы» обращение к этой понятийной сфере весьма частое, однако не всегда уместное в отношении субъектов общественно-политической жизни. Возможно, что умеренное обращение к данной понятийной сфере, несмотря на общую тенденцию к снятию ограничений в выборе языковых средств в периодических изданиях, обусловлено «закрытостью» казахстанского дискурса, присутствие журналистской самоцензуры в силу некоторых ментальных особенностей общества. Традиционно в народном сознании казахов сфера интимных отношений была в рамках табу.

Метафора природы. Данная метафора широко представлена как в российском, так и в казахстанском дискурсе. Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы «Животный мир», «Мир растений», то есть политические реалии осознаются в концептах мира окружающей человека живой природы. Зооморфная и фитоморфная сферы ранее уже становились предметом изучения лингвистов [7,8] в различных, преимущественно политическом, дискурсах. Метафорический перенос названий свойств и качеств живого мира, явлений неживой при-

роды актуален для публицистического дискурса Казахстана. Например:

- Благодаря неустанному труду нашего Президента и всех казахстанцев наша страна превратится в азиатского «**барса**», уверенной поступью нглашидущего к заветным целям (Казахстанская правда. 01.12.06.)

- В конце концов, государство не **дойная корова**, тем более что выплачивается компенсация не только за сам участок, но и за все домостроения и зеленые насаждения... (Казахстанская правда. 18.08.06)

- К донору республиканского бюджета все-таки должно быть повышенное внимание. Ведь нельзя впроголодь держать «**курицу**», которая несет «золотые яйца» (Казахстанская правда. 05.05.07.)

Зооморфные образы – одна из наиболее традиционных понятийных сфер концептуальной метафоры.

Социальная метафора. Человек – существо социальное. Он неотделим от того общества, в котором он существует, от его порядков, законов и обычаев. Индивидуальные представления об окружающей действительности повторяются, множатся и складываются в национальную картину мира. Концептуализация затрагивает все сферы жизнедеятельности человека и, прежде всего, социальную, соответствующая концептуальная сфера состоит из многих концептов и оппозиций, противоречий и мифов. Публицистика объясняет их в актуальных для общества метафорических парадигмах и современных мифологических оппозициях и вводит в сознание читателя [9].

В рамках этой метафоры исследуются концепты, относящиеся к понятийным сферам «Преступность», «Война», «Театр (зрелищные искусства)», «Игра и спорт». Характерно, что обращение к данным понятийным сферам активизируется в период политических выборов, когда наступает демонстрация политической силы отдельными партиями. Например:

- Мажилисмены освоились в парламенте и **начали играть в политические игры** на футбольном поле (Новое поколение. 10.12.04.);

- Отказавшись следовать и потакать таким политикам, мы можем создать более жестокие **условия игры** на политической арене... (Казахстанская правда. 29.09.05.)

Производственная деятельность человека настолько широка и разнообразна, что в пределах одного исследования невозможно выделить и описать все концепты, отражающие вещи, созданные руками человека, – артефакты.

При анализе **артефактной метафоры** политические реалии представляются как предметы, созданные трудом человека. Метафорическое представление общественных реалий и процессов как дома (в том числе его строительства, ремонта и разрушения) – один из наиболее традиционных для политической речи образов. Н.Д. Аругюнова отмечает: «Со времен Маркса стало принято представлять себе общество как некоторое здание, строение... Эта метафора позволяет выделить в обществе базис (фундамент), различные структуры (инфраструктуры, надстройки), несущие опоры, блоки, иерархические лестницы» [10, с. 14-15]. Приведем примеры:

- Почему все эти финансируемые работы Ташкенту поручают, Алматы поручают, – ведь мы, жители Жамбылской области, в первую очередь заинтересованы **навести порядок в своем доме** (Казахстанская правда. 17.01.95.);

- Может быть, в нагромождении исторических событий – развал союза, провозглашение независимости – не заметили, какую мину под-

ложили наш идеологи **в фундамент молодого государства** (Казахстанская правда. 21.01.95.);

- ...законодательство и для первых, и для вторых (людей до и предпенсионного возраста) устанавливает единый **коридор безопасности**. (Казахстанская правда. 18.08.06.).

Таким образом, показатель содержания метафоры D вычисляется по формуле, адаптированной с учетом четырех ведущих типов метафор, представленных в публицистике Казахстана:

$$D = \frac{1w + 2n + 3d + 4s + 5m}{t}$$

где w – стертые метафоры, n – метафоры с исходной сферой «Человек», d – метафоры с исходной сферой «Природа», s – метафоры с исходной сферой «Социум», m – метафоры с исходной сферой «Артефакты», t – общее количество метафор.

Полученные в результате выборки данные отражены в Таблице 3.

Таблица 3

Результаты выборки с точки зрения видового разнообразия метафор в публицистическом дискурсе

Годы	Метафоры					Общее кол-во (t)
	Стертые (w)	С исходной сферой «Человек» (n)	С исходной сферой «Природа» (d)	С исходной сферой «Социум» (s)	С исходной сферой «Артефакты» (m)	
1995	2	7	1	-	-	10
1996	-	7	1	1	3	13
1997	1	4	3	1	1	10
1998	2	3	2	2	1	9
1999	2	8	-	2	3	15
2000	2	5	-	2	1	10
2001	2	2	2	3	2	11
2002	1	2	1	1	-	5
2003	2	2	1	2	1	8
2004	1	3	-	4	2	10
2005	3	5	1	2	2	13
2006	3	2	2	1	2	10
2007	-	2	3	1	2	8
2008	3	3	-	3	2	11
2009	4	2	1	2	3	12
Итого	28	57	18	27	25	155

Используем данные для вычислений по адаптированной нами формуле:

$$D = \frac{1(28) + 2(57) + 3(18) + 4(27) + 5(25)}{155}$$

Таким образом, цифровой эквивалент содержания метафоры равен 2, 77. Вычисляем метафорический коэффициент (С), суммировав такие характеристики, как метафорическая частот-

ность (F), интенсивность метафоры (I) и ее содержание (D): $0,1+2,32+2,77=5,19$. Учитывая, что высший показатель метафоричности равен 10, полученный результат свидетельствует о высокой степени метафоризованности языка газет Казахстана. Это, в свою очередь, подтверждает мнение о том, что именно метафоричность обуславливает степень его воздействия. Прагматика метафор в СМИ очень высока, это, в свою очередь, позволяет говорить о манипулятивной функции СМИ в целом. Как считает А.Н. Баранов, существует прямая зависимость между социально-экономическим положением в стране и частотой употребления метафор в СМИ [5]. По мнению К. де Ландшер, метафору следует считать показателем социальной напряженности [5]. В кризисные периоды развития страны метафорическое осмысление действительности позволяет определить настроение общества и способствует успешной манипуляции сознанием человека.

Количественный метод позволил определить, насколько метафоричность обуславливает казахстанский публицистический дискурс, а также поможет наглядно увидеть степень интенсивности метафор, их продуктивность и силу воздействия на сознание читателя. Кроме того, это позволило выявить метафоры, которые наиболее актуализированы в казахстанских СМИ. Как показал анализ, метафорика публицистического дискурса Казахстана в большинстве своем представлена метафорическими моделями, типичными для дискурса России, в котором источниками метафорической экспансии являются понятийные сферы «Человек», «Социум», «Природа», «Артефакты». Вместе с тем наибольшую продуктивность имеют метафоры, соотносящиеся с субсферой «Человек». В нашем случае речь идет о метафорах персонификации. В связи с этим, метафоры персонификации как наиболее актуализованный вид

концептуальной метафоры требует детального рассмотрения и анализа.

1. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – М.: Наука, 1973. – 280 с.

2. Кудрявцева Л.А., Дядечко Л.П., Черненко А.А., Филатенко И.А. Роль языка средств массовой информации в развитии общенационального языка // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 2004. – №5. – С. 49-58.

3. Володина М.Н. Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во Московского университета, 2004. – Ч. 2. – 416 с.

4. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: Специфика и функционирование: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Воронеж, 2004. – 220 с.

5. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.: Едиториал УРСС, 2001. – 360 с.

6. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): Монография. – Екатеринбург: Ур. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

7. Гиздатов Г.Г. Типология и динамика когнитивных моделей в речевой деятельности (психолингвистический аспект): дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.19. – Алматы, 1999.

8. Вершинина Т.С. Метафорические модели с исходной биологической сферой в современном политическом дискурсе: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2002. – 207 с.

9. Милевич И.Г. Язык масс-медиа: отражение современных мифов и идеологий // Respectus Philologicus. – VU KHF, 2003, № 4 // <http://filologija.-vukhf.lt/4-9/doc/Mlevich.doc>

10. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: Сборник / Под ред. Н.Д. Арутюновой, М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. – С. 5–33.

Мақалада Қазақстандағы орыс тілді публицистикалық дискурстың метафоралығы талданған, концептуалдық метафораны қарастыруға арналған зерттеу материалдары жинақталып, кейіптеу мәнді метафораларының сипаттамасы берілген.

The given report considers political metaphors extracted from the kazakhstan periodicals of recent years. The research material, devoted to a problem of studying of a conceptual metaphor, is generalized.

М. Ж. Караиулакова

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ПОСТРОЕНИЯ ГАЗЕТНЫХ ЗАГЛАВИЙ

В синтаксическом отношении заглавия современных газетных текстов строятся по определенным моделям, порожденным общими закономерностями синтаксиса. Вместе с тем они имеют

свои специфические особенности, присущие только заглавиям. Например, изолированное употребление деепричастных конструкций в функции заглавий: Вспоминая недавнее прошлое; Всту-