

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.89>

АДЪЕКТИВНЫЕ МЕТАФОРЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОЗЕРА БАЙКАЛ

Научная статья

Меньшикова Е.Е.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0001-8410-3223;

¹Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (canoe[at]list.ru)

Аннотация

Цель исследования – определить лингвоспецифические особенности адъективных метафор в туристической репрезентации озера Байкал в рекламном туристическом нарративе. Научная новизна работы определяется постановкой проблемы: анализ адъективных метафор в туристическом нарративе ранее не предпринимался; впервые предпринята попытка исследования в рекламном туристическом нарративе семантической структуры метафорических (вторичных) значений и характер взаимосвязи исходного и производного значений в адъективной метафоре с учетом семантических особенностей прилагательного как части речи. В ходе работы была рассмотрена взаимосвязь, возникающая в процессе метафорического переноса между типом семантических отношений и семантических характеристик прилагательного как части речи, посредством которой актуализируется вторичное метафорическое наименование. В результате исследования установлено, что сфера адъективной метафоризации представлена в рекламном туристическом нарративе (в зависимости от семантики исходной номинации) номинацией синестезийного признака, номинацией пространственного признака, номинацией абстрактного признака и метафоризацией относительных имен прилагательных.

Ключевые слова: рекламный туристический нарратив, синестетическая адъективная метафоризация, метафоризация относительных имен прилагательных.

ADJECTIVAL METAPHORS IN THE TOURIST REPRESENTATION OF LAKE BAIKAL

Research article

Men'shikova E.E.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0001-8410-3223;

¹Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

* Corresponding author (canoe[at]list.ru)

Abstract

The aim of the study is to determine the linguospecific characteristics of adjectival metaphors in the tourist representation of Lake Baikal in the advertising tourist narrative. Scientific novelty of the work is determined by the problem statement: the analysis of adjectival metaphors in the tourist narrative has not been undertaken before; for the first time an attempt to study the semantic structure of metaphorical (secondary) meanings in the advertising tourist narrative and the nature of the relationship between initial and derivative meanings in the adjectival metaphor taking into account the semantic features of the adjective as a part of speech. In the course of the work the interrelation arising in the process of metaphorical transfer between the type of semantic relations and semantic characteristics of the adjective as a part of speech, by means of which the secondary metaphorical naming is actualized, was examined. As a result of the study it was found that the sphere of adjectival metaphorization is represented in the advertising tourist narrative (depending on the semantics of the initial nomination) by the nomination of synesthetic feature, nomination of spatial feature, nomination of abstract feature and metaphorization of relative adjective names.

Keywords: advertising tourist narrative, synesthetic adjectival metaphorization, metaphorization of relative adjective names.

Введение

Актуальность исследования определяется тем, что его объект рассматривается в русле когнитивно-дискурсивной парадигмы знания, актуального для комплексного изучения разноуровневых языковых явлений, включая соотношение понятийного уровня с уровнем языковой экспликации. В основе данной парадигмы лежит процесс описания и анализа языкового явления с учетом когнитивной и коммуникативной функций, т.е. согласно Е.С. Кубряковой, «каждое языковое явление может считаться адекватно описанным и разъясненным только в тех случаях, если оно рассмотрено на перекрестке когниции и коммуникации» [7, С. 11-12].

В данном контексте перспективным и значимым, представляющим повышенный исследовательский потенциал, является исследование смысловой структуры текста рекламного туристического нарратива, доминантами которого являются метафорические адъективы во взаимодействии природного и культурного ландшафтов. Актуальность определяется также недостаточной представленностью исследований специфики метафорообразования в сфере прилагательных. Актуально важным является и собственно аспект рассмотрения адъективных метафор в туристической репрезентации озера Байкал.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

- 1) представить обобщенный анализ научных исследований в области адъективной метафоры;
- 2) выявить специфику метафорообразования в сфере прилагательных;
- 3) осуществить описание метафоризаторов – прилагательных номинации абстрактного, синестетического и пространственного признаков.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы, посвященные когнитивно-дискурсивному подходу [7], работы, посвященные семантическому и когнитивному моделированию адъективной метафоризации [2], [3], [6], [8] и семантике цвета [9].

Практическая значимость работы состоит в том, что её результаты могут быть востребованы специалистами в области рекламы и медиа-технологий, а также при разработке и чтении теоретических и специальных курсов по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и когнитивной лингвистике.

Методы и принципы исследования

В ходе изучения языкового материала в работе применялись различные методы исследования: общенаучный метод анализа теоретических источников; метод сплошной выборки; контекстологический и интерпретационный методы; метод лингвистического описания (наблюдения, систематизации, обобщения языковых фактов).

Материалом исследования являются тексты рекламного туристического нарратива сети Интернет от имени российских туроператоров и турагентств.

Основные результаты

Мы остановились в работе на репрезентации Озера Байкал в рамках его адъективной метафорической репрезентации в рекламном туристическом нарративе. Отметим его известную принадлежность к числу культурных концептов в российской языковой картине мира. Как пишет Е. С. Жигачева, «лингвокультурный концепт Байкал динамичен, этноспецифичен, ориентирован на духовную жизнь региона, уникален в комплексе своих когнитивных признаков и представляет собой ментальную сущность» [5, С. 223].

На основе анализа текстов сети Интернет от имени российских туроператоров и турагентств нами выявлено, что адъективная метафоризация Озера Байкал в рекламном туристическом нарративе актуализируется в рамках таких моделей, как:

- 1) синестетическая адъективная метафоризация (номинация эмпирийного признака);
- 2) абстрактная адъективная метафоризация;
- 3) пространственная адъективная метафоризация;
- 4) метафоризация относительных имен прилагательных.

Так, синестетическая адъективная метафоризация (номинация эмпирийного признака), рассматриваемая нами с позиции когнитивного подхода, связана со слиянием «качеств различных сфер чувствительности, при котором качества одной модальности переносятся на другую» [10, С. 216]. При этом синестетическая метафора показывает интермодальный (межчувственный) характер переноса, что выражается в использовании двух и более модусов. Как отмечает М. А. Кузьмина, «синестезия, одна из «семантических универсалий», является особенностью метафоризации в сфере имен прилагательных» [8, С. 20], где синестетические значения прилагательных актуализируются, в основном, на словосочетательном уровне. Говоря о номинации эмпирийного признака, мы имеем в виду признаки, возникающие у индивидуума при мыслительной операции сопоставления воспринятого органом чувств свойства предмета с представлением об эталоне или норме для данного признака у данного класса предметов.

Синестетическая адъективная метафоризация в туристической репрезентации озера Байкал базируется на прилагательных физического (или чувственного) восприятия (эмпирийных прилагательных). Анализ иллюстративного материала показал, что имя прилагательное как часть речи обладает способностью присоединяться к существительным разной семантики, допуская и образуя разнообразные сдвиги в значении: синтез цвета и формы; синтез звука, цвета, осязания и визуализации; синтез осязания и звука; синтез запаха и цвета. На этом основании нами выделены прилагательных зрительного, слухового, обонятельного, вкусового, осязательного (кинестетического, тактильного, температурного) восприятий. Так, текст рекламного туристического нарратива «Волшебные звуки Байкала» от имени туроператора STARTOUR [11]: *Услышь симфонию Байкала! Мелодии ветра и бескрайних степей, неслышимое трепетанье трав и листьев, ласковый плеск воды и слабое потрескивание звезд, немая песня камня – всё это подарит вам ощущение счастья, полёта и прикосновения к чему-то древнему, изначальному, созданному ещё до рождения человечества.* В тексте используются как синестетические метафоры, так и другие образные языковые средства (тропы и фигуры): *подводный мир Байкала, живописные отроги Прибайкальского хребта, гористые берега Малого моря, степные просторы, шикарные песчаные и галечные пляжи, обрывистые скалы, горы и тайга, обрывистая скала по форме напоминает голову большого плывущего животного, полуостров своими волнистыми очертаниями издали похож на тело невиданного чудища, невероятная энергетика, завораживающие пейзажи, движущиеся пески, ходульные деревья.*

Синестезийная метафоризация обогащает тексты рекламного туристического нарратива дополнительными оттенками смысла, способствует созданию образа озера Байкал, усиливая визуализации эмоций переносом разнообразных (зрительных, осязательных, слуховых и др.) ощущений в эмоционально-психологическую область. Например, в тексте рекламного туристического нарратива от имени лайфстайл-проекта «Первый Байкальский» [12] описывается ледостав на Байкале, что сопровождается использованием в том числе и синестетических метафор: *по сине-бирюзовому льду можно пройти к роце реликтовых тополей, дикие ванны разной температуры, живописно выглядит зимой извилистое русло, корочка льда, к берегу прибываются беспокойные льдины, Байкал дышит льдинами, порция суровой красоты, морская гладь превращается в ледяную прозрачную мантию, нерпячьи продухи, байкальский космос под ногами, Байкал сковывает ледовым панцирем, Апрель: слушать пробуждение Байкала.*

Метафоризация относительных имен прилагательных рассмотрена в данной работе на примере адъективных метафор-цветообозначений. Как пишет А. А. Брагина, цветковые прилагательные метафоричны по своей природе и зачастую фразеологируются [2], а номинация основного цвета выступает в качестве метаязыка для описания прилагательных-цветообозначений [8]. Другими словами, отмечает И. В. Макеенко, имена прилагательные легко приобретает новые предметные связи, в результате чего возникают переносные значения – цветковые метафоры [9].

Нами выделены наиболее употребляемые в туристической репрезентации озера Байкал вторичные цветообозначения, которые в своем большинстве являются адъективными метафорами цвета. Предпринятая классификация единиц с вторичной цветовой номинацией включает такие лексико-семантические группы, как:

1) прилагательные вторичной номинации, являющиеся вариациями основных (базовых) цветообозначений: *алый, рубиновый, кумачовый закат на Байкале, огненный шар солнца; золотой (золотистый) песок; лазурный, аквамариновый, бирюзовый, сапфировый, ультрамариновый цвет воды озера Байкал; белоснежные пляжи, бурная изумрудная растительность; рыжий, сиреневый, лиловый, лавандовый лес; серебристые рассветы и багряные закаты; кристальные ручейки, серебристые водопады; молочно-бархатные пески* и многие другие номинации;

2) имена прилагательные вторичной номинации, структура которых содержит несколько корней-основ названий цветов/оттенков и их интенсивности: *багряно-пунцовый закат/восход, огненно-красный, кроваво-красный диск, золотисто-жёлтый, золотисто-коричневый, янтарно-золотой, лес, молочно-белый, матово-белый, дымчато-белый туман* и т.д. Частотной является и конструкция цветообозначения вторичной номинации «сущ. цвет + имя сущ. в родит. пад. или в им. пад.»: *цвет янтаря, цвет моря, цвет бирюза, цвет аквамарина, цвет изумруда, жемчуга, молока* и т.д. Так, текст рекламного туристического нарратива «Гулять по воде» от имени лайфстайл-проекта «Первый Байкальский» [13] представляет кругобайкальское путешествие, которое проходит на борту судна «Александр Великий» как Байкальскую Одиссею, в которой можно *познать заповедный, дикий и неизведанный Байкал, сказочную бухту Академическая, мистический, суровый и живописный север острова Ольхон, а осенняя симфония Байкала запомнится яркими байкальскими пейзажами, осенней романтикой, синевой байкальской воды, бархатным сезоном, райским уголком Байкала, лазурным берегом, неповторимым бирюзовым цветом воды, могучими горами, густым лесом, причудливыми скалами, очаровательными байкальскими нерпами.*

Таким образом, исследование материала показало, что адъективная метафоризация в туристической репрезентации озера Байкал осуществляется по следующей схеме: начальным пунктом переноса в репрезентации озера Байкал является основное номинативное значение прилагательного, а вторичным пунктом переноса является номинативное значение существительного и обусловленное им переносное значение сочетающегося с ним прилагательного. Семантика имени прилагательного имплицитно оценивается адъективной оценочной лексемой, т.е. метафорический перенос актуализируется как изменением фактуальных признаков вспомогательного субъекта, так и возникновением оценки.

Обсуждение

Анализ литературы показал, что в современной науке понятие «адъективная метафора» остается несколько размытым, что обусловлено наличием разных его трактовок в аспекте разных научных направлений. С. А. Губанов, анализируя проблему эпитетации в русском языке, говорит о ее невозможности без погружения в теорию адъективной лексики (в частности, имени прилагательного). Автор утверждает, что грамматическая форма прилагательного «говорит о связях признаков объекта с другими признаками, объекта с другими предметами» и это исчерпывающе описывает реалии окружающего мира [4, С. 8].

В данной работе мы принимаем, помимо мнения С. А. Губанова, точку зрения А. О. Ключевой, согласно которой адъективные метафоры есть метафоры-эпитеты или метафорические эпитеты – метафора накладывается на эпитет и наблюдается переход относительных и притяжательных прилагательных в качественные, в связи с чем происходит семантический сдвиг и у прилагательных развивается переносное (метафорическое) значение [6, С. 26-27]. Мы также согласны с научной позицией А. А. Багаряна: «метафора присутствует в любых видах дискурса, благодаря особенностям сенсорных механизмов и психике человека, позволяющих сопоставлять несопоставимое и соизмерять несоизмеримое [1, С. 27]. Для данного исследования изначально важным и актуальным является и точка зрения М. В. Варламова, который рассматривает семантическую структуру метафорических (вторичных) значений с учетом семантических особенностей прилагательного как части речи и определяет устойчивую ассоциативную атрибутивную связь прилагательного и определяемого им существительного [3, С. 13].

Заключение

Обобщением полученных результатов работы являются следующие выводы. Анализ литературы показал, что в современном языкознании адъективная метафора рассматривается как метафорический эпитет (метафора-эпитет), где семантическая структура метафорических (вторичных) значений определяется устойчивой ассоциативной связью прилагательного и определяемого им существительного.

В настоящем исследовании мы предприняли попытку определить специфику функционирования адъективных метафор в туристической репрезентации озера Байкал в рекламном туристическом нарративе. Было установлено, что адъективная метафоризация представлена в рекламном туристическом нарративе качественными прилагательными в номинации эмпиричного, пространственного и абстрактного признаков, а также относительными прилагательными (в частности, с метафорическим значением цвета). Мы рассматриваем адъективные метафоры в туристической репрезентации озера Байкал как актуально-значимые языковые единицы, как смыслообразующий элемент текста нарратива, способ и средство воздействия на потенциального потребителя услуги, создания его возможных миров.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в расширении настоящего исследования, в частности, в более детальном и перспективном рассмотрении синестетической адъективной метафоризация, а также в репрезентации

абстрактной и пространственной адъективной метафоризации явлений, процессов, событий, связанных с озером Байкал, включая этнические.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Багарян А.А. Метафора в деловом дискурсе: эффект воздействия и аттракции внимания / А.А. Багарян // Ежеквартальный рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». — Выпуск 3 (164). — 2015.
2. Брагина А.А. «Цветовые» определения и формирование новых значений слов и словосочетаний / А.А. Брагина // Лексикология и лексикография: Сборник статей / Ред. С.Г. Бархударов и др. — Москва: Наука, 1972.
3. Варламов М.В. Типологические особенности адъективной метафоры в сопоставлении с глагольной и субстантивной метафорой: автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.В. Варламов. — Санкт-Петербург, 1995.
4. Губанов С.А. Когнитивно-семантическая концепция эпитетного комплекса в творчестве М. И. Цветаевой: дис. ... д-ра филол. наук / С.А. Губанов. — Ставрополь, 2023.
5. Жигачева Е.С. Концепт Байкал в региональной лингвокультуре : дис. ... канд. филол. наук / Е.С. Жигачева. — Улан-Удэ, 2015.
6. Ключерова А.О. Структура и функции метафор в произведениях А.С. Грина : дис. ... канд. филол. наук / А.О. Ключерова. — Москва, 2018.
7. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е.С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. — № 1. — 2004.
8. Кузьмина М.А. Русская и итальянская адъективная метафоризация в сопоставительном аспекте: автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.А. Кузьмина. — Новосибирск, 2009.
9. Макеенко И.В. Семантика цвета в разноструктурных языках: Универсальное и национальное: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.В. Макеенко. — Саратов, 1999.
10. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. — СПб.: Питер, 2000.
11. Волшебные звуки Байкала // STARTOUR. — URL: <https://startour.ru/vip/po-ldu-ozera-baykala-14591> (дата обращения: 17.04.2024)
12. 7 месяцев льда на Байкале: карта главных локаций // Первый Байкальский. — URL: <https://1baikal.ru/puteshestviya/7-mesyatsev-lda-na-baykale-karta-glavnykh-lokatsiy> (дата обращения: 17.04.2024)
13. Гулять по воде: 5 вау-круизов по Байкалу // Первый Байкальский. — URL: <https://1baikal.ru/puteshestviya/gulyat-po-vode-5-nezabyvaemykh-kruizov-po-baykalu> (дата обращения: 17.04.2024)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bagaryan A.A. Metafora v delovom diskurse: effekt vozdejstviya i attrakcii vnimaniya [Metaphor in business discourse : the effect of exposure and attraction of attention] / A.A. Bagaryan // Ezhekvartal'nyj recenziruemyj, referiruemyj nauchnyj zhurnal «Vestnik AGU» [Quarterly peer-reviewed, refereed scientific journal "Bulletin of ASU"]. —No. 3 (164). — 2015 [in Russian].
2. Bragina A.A. «Cvetovye» opredeleniya i formirovanie novyh znachenij slov i slovosochetaniy ["Color" definitions and formation of new meanings of words and phrases] / A.A. Bragina // Leksikologiya i leksikografiya: Sbornik statej [Lexicology and lexicography: A collection of articles] / Ed. S.G. Barkhudarov et al. — Moscow: Nauka, 1972 [in Russian].
3. Varlamov M.V. Tipologicheskie osobennosti ad"ektivnoj metafory v sopostavlenii s glagol'noj i substantivnoj metaforoj [Psychological connections with "active metrology in education"]: abstract. dis.... PhD in Philological Sciences / M.V. Varlamov. — St. Petersburg, 1995 [in Russian].
4. Gubanov S.A. Kognitivno-semanticheskaya koncepciya epitetnogo kompleksa v tvorchestve M. I. Cvetaevoj [The cognitive-semantic concept of the epithet complex in the work of M. I. Tsvetaeva]: dis.... PhD of Philological Science / S.A. Gubanov. — Stavropol, 2023 [in Russian].
5. Zhigacheva E.S. Koncept Bajkal v regional'noj lingvokul'ture [The concept of Baikal in regional linguistic culture] : dis.... PhD in philological Sciences / E.S. Zhigacheva. — Ulan-Ude, 2015 [in Russian].
6. Klyucherova A.O. Struktura i funkcii metafor v proizvedeniyah A.S. Grina [The structure and functions of metaphors in the works of A.S. Green] : dis.... PhD in Philological Sciences / A.O. Klyucherova. — Moscow, 2018 [in Russian].
7. Kubryakova E.S. Ob ustanovkah kognitivnoj nauki i aktual'nyh problemah kognitivnoj lingvistiki [About the attitudes of cognitive science and current problems of cognitive linguistics] / E.S. Kubryakova // Voprosy kognitivnoj lingvistiki [Questions of cognitive linguistics]. — № 1. — 2004 [in Russian].
8. Kuz'mina M.A. Russkaya i ital'yanskaya ad"ektivnaya metaforizaciya v sopostavitel'nom aspekte [Russian and Italian subjective metaphorization in a comparative aspect]: abstract. dis.... PhD of Philological Sciences / M.A. Kuz'mina. — Novosibirsk, 2009 [in Russian].

9. Makeenko I.V. Semantika cveta v raznostrukturnyh yazykah: Universal'noe i nacional'noe [Semantics of color in multistructural languages: Universal and national]: abstract. dis.... PhD of Philological Sciences / I.V. Makeenko. — Saratov, 1999 [in Russian].
10. Rubinshtejn S.L. Osnovy obshchej psihologii [Fundamentals of General Psychology] / S.L. Rubinshtejn. — SPb.: Piter, 2000 [in Russian].
11. Volshebnye zvuki Bajkala [Magic sounds of Baikal] // STARTOUR. — URL: <https://startour.ru/vip/po-ldu-ozera-bajkala-14591> (accessed: 17.04.2024) [in Russian]
12. 7 mesyatsev l'da na Baykale: karta glavnykh lokatsiy [7 months of ice on Lake Baikal: map of the main locations] // Pervyy Baykal'skiy. — URL: <https://1baikal.ru/puteshestviya/7-mesyatsev-lda-na-baykale-karta-glavnykh-lokatsiy> (accessed: 17.04.2024) [in Russian]
13. Gulyat' po vode: 5 vau-kruizov po Baykalu [Walk on the water: 5 wow cruises on Lake Baikal] // Pervyy Baykal'skiy. — URL: <https://1baikal.ru/puteshestviya/gulyat-po-vode-5-nezabyvaemykh-kruizov-po-baykalu> (accessed: 17.04.2024) [in Russian]