

УДК 811.161.1

Кондратьева Ольга Николаевна

*доктор филологических наук, доцент
кафедра русского языка Института фило-
логии, иностранных языков и медиакомму-
никаций
Кемеровский государственный университет
г. Кемерово, Россия
kondr25@rambler.ru, olnik25@mail.ru*

Kondratyeva Olga

*Doctor of Philological Sciences,
Associate Professor
Department of the Russian Language
Institute of Philology, Foreign Languages
and Mediacommunication
Kemerovo State University,
Kemerovo, Russia*

**МЕТАФОРИЗАЦИЯ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ
«СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ» В РОССИЙСКИХ МАССМЕДИА
(лингвокультурологический аспект)**

В статье рассматриваются особенности метафорической интерпретации российскими массмедиа предметной сферы «Социальные сети». Демонстрируется, что значительная часть метафор задана английским источником, однако в процессе трансляции на

русскую почву метафоры приобретают национально-культурные особенности и коннотации. Большинство метафор негативно оценочны, что обусловлено нарастанием конфликтности в соцсетях и зависимостью от них. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 19-012-00202 «Обыденная политическая коммуникация в социальных сетях: комплексный лингвистический анализ».

Ключевые слова: метафорическая концептуализация, концептуальная метафора, транскультурные метафоры, национально-культурная специфика, медиадискурс, социальные сети.

THE METAPHORIZATION OF THE SUBJECT DOMAIN «SOCIAL NETWORKS» IN THE RUSSIAN MASS MEDIA (linguoculturological aspect)

In article features of metaphorical interpretation by the Russian mass-media of subject area « social networks » are considered. It is shown, that the major part of metaphors is set by an English source, however during translation on Russian ground of a metaphor get national-cultural features and коннотации. The majority of metaphors negatively оценочны, that is caused by increase of a conflictness in social networks and dependence on social networks.

Keywords: metaphorical conceptualization, conceptual metaphor, transcultural metaphors, national and cultural specifics, media discourse, social networks

С активным развитием компьютерных технологий Интернет и социальные сети не только стали зоной лингвистического исследования, но и определили формирование новой отрасли гуманитарного знания – интернет-лингвистики [1; 2; 3; 4]. Объектом исследований становился язык социальных сетей, жанры, существующие в соцсетях, виртуальная языковая личность, типология сетевых персонажей, используемые в сетях стратегии и тактики, формирование виртуальной концептуальной системы.

Важным и пока недостаточно разработанным аспектом является анализ особенностей метафорической интерпретации социальных сетей в различных видах дискурса. Необходимость подобных исследований определяется тем обстоятельством, что, во-первых, сама терминология социальных сетей в значительной степени метафорична (ср. *социальная сеть*, *страница*, *галерея* и т.д.), во-вторых, рассматривая и оценивая феномен социальных сетей, профессиональные компьютерщики, рядовые пользователи, лингвисты, журналисты активно используют метафоры, чтобы эксплицировать наиболее значимые особенности относительного нового явления в сфере коммуникации.

Наиболее мобильно реагируют на происходящие во всех сферах действительности изменения национальные массмедиа, именно в них осуществляется интерпретация и оценка новых предметных областей, при этом заданный массмедиа вектор интерпретации в значительной степени влияет

на рядовых носителей языка. Именно поэтому, на наш взгляд, интересным и значимым будет являться анализ особенностей метафоризации предметной области «Социальные сети» в российских средствах массовой информации.

Целью данной статьи является анализ лингвокультурной специфики концептуальных метафор, репрезентирующих предметную область «социальные сети», в российском медиадискурсе XXI века. Материалом исследования послужил газетный подкорпус Национального корпуса русского языка (<http://www.ruscorpora.ru>) и электронные медиа за период с 2010 по 2019 гг.

Первые же исследования показали, что значительная часть метафор, репрезентирующих в российских массмедиа предметную сферу «Социальные сети», задана английским источником – «исходной терминологией, которая на почве русскоязычного узуса получает новое осмысление, обрастает специфическими культурными текстами и коннотациями» [5, с. 145; 6, с. 86].

К числу транскультурных метафорических моделей, репрезентирующих предметную область «Социальные сети», относятся метафоры паутины/сети (ср. англ. *Internet* от лат. *inter* – ‘между’ и англ. ‘net’ – сеть, паутина), пространства (глобальная деревня, электронный фронтир, электронная агора), дома (ср. англ. *Home page*, *Gallery*, *News Room*), водного пространства (ср. англ. *surf the Internet*, *to navigate*, *navigation system*) (подробнее о транскультурных метафорах см. 6, 7, 8): *Впрочем, откровения Ассанжа стали сенсацией только для тех, кто не следит за поляной, где растянуты социальные сети* (Комсомольская правда, 2011); *В социальных сетях обитатели виртуальных квартир могут повесить на дверях своего рода табличку – «статус»* (Известия, 2010); *Типичная опасность серфинга в социальной сети «ВКонтакте»: заглянул на минутку проверить новости друзей и завис на часы в бесчисленном множестве развлекательных групп* (Московский комсомолец, 2018).

В то же время отдельные транскультурные модели, не соответствующие духу русской лингвокультуры, остаются невостребованными в российских массмедиа. Примером подобной лакуны является метафора дороги, относящаяся к числу наиболее употребительных в американской и европейской лингвокультурах (ср. *Information Superhighway* – (информационная) высокоскоростная магистраль, скоростная трасса). В российской же лингвокультуре «с понятием дороги... не связано представление о **быстроте** передвижения, высокой **технической оснащенности**, **удобстве** этого вида связи и **полнотой охвата** сетью дорог территории пространства» [5, с. 147], что и определяет низкую частотность подобных метафор в российских массмедиа.

Показательно, что из всех возможных метафорических номинаций социальных сетей (*магистраль*, *дорога*, *шоссе*, *хайвей* и т.п.) в российских массмедиа используется устаревшая лексема *тракт*, актуализирующая идею

движения России (при всех внешних атрибутах современности) по старому пути: *Ну а Россия несется вскачь в дали, по трактам социальных сетей, и остановиться, похоже, уже не может в порывах сотворить мир свой с самого нуля, будто не было ни СССР, ни 1991 года, ни коллапса сверхдержавы коммунизма, ни 1990-х* (Известия, 2014).

Относительно новой и национально-специфичной для русской лингвокультуры является метафорическая интерпретация социальных сетей как поля сражений, обусловленная тем, что социальные сети, изначально созданные для общения с одноклассниками, коллегами и единомышленниками, постепенно стали местом жарких политических споров, которые активно ведутся на личных страничках, средством декларирования политических взглядов, а также пространством для информационных войн. Репрезентантами подобных метафор являются лексемы и устойчивые выражения *сражение, битва, бой, война, фронт, плацдарм, биться, сражаться, ломать копы*: В любом случае, похоже что **социальные сети становятся полем сражения** (РБК Дейли, 2011); *Ради них мы ломали копы в социальных сетях, отстаивая их позиции или пытаясь доказать их неправоту* (Спутник, 2017); *И, само собой, насмерть биться в социальных сетях* (Известия, 2012); **Битвы в социальных сетях по жестокости и жесткости не уступают войне** (Известия 2014).

Наиболее активные пользователи, ведущие жаркие политические споры в социальных сетях, получили в российских массмедиа метафорическую номинацию *диванные войска*: *Создается ощущение, что все «диванные войска», т.е. пользователи социальных сетей, только и занимаются с утра до вечера тем, что перекраивают в лучшем случае постсоветское пространство, в худшем – всю планету Земля разом* (Известия, 2014).

Также следует отметить, что среди метафор, используемых для описания социальных сетей, в русском медиадискурсе достаточно многочисленны метафоры с негативной оценкой (это касается не только метафоры *поле боя*, но и метафор *болото, свалка, мусорная яма* и т.д.): **Социальные сети (в особенности ФБ) все чаще напоминают болото: такие же плохо пахнущие и липкие субстанции. Ленты переполнены пересудами, склоками, спорами, язвительными колкостями** (Ikrima, 2016); **Социальные сети – это какая-то помойка, где люди только занимают свое и чужое время, много оскорблений и неадекватности** (Байкал-Медиа, 2018); **Болото социальных сетей, обеспечивая избыточность общения и информации, «засасывает» и отнимает уйму времени, вытесняет реальное общение** (Новый регион 2, 2014); **Социальные сети – это болото, которое затягивает тех, кто в них присутствует** (Комсомольская правда, 2014). Продуктивность подобных метафор определяется обеспокоенностью массмедиа качеством инфор-

мации, размещаемой в социальных сетях, нарастанием конфликтности, зарождающейся в виртуальной реальности и выплескивающейся в реальный мир, частыми случаями ухода пользователей от действительности и формированием устойчивой зависимости от социальных сетей.

Подводя итоги, отметим, что метафорические модели, репрезентирующие в российских массмедиа предметную сферу «Социальные сети», представлены как транскультурными, так и национально-специфическими вариантами. Отдельные модели, не соответствующие духу русской лингвокультуры, остаются невостребованными в российских массмедиа. В процессе трансфера на русскую почву ряд транскультурных метафор получает новое осмысление, обрывает специфическими национально-культурными особенностями и коннотациями, кроме того, формируются и активно развиваются уникальные для русской лингвокультуры метафорические модели. В целом же русский медиадискурс создает и использует более разнообразный репертуар метафорических моделей, по сравнению с зарубежной медиакommunikацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ахренова, Н. А.* Интернет-лингвистика : новая парадигма в описании языка Интернета / Н. А. Ахренова // Вестн. Московск. гос. обл. ун. Сер.: Лингвистика. – 2016. – № 3. – С. 8–14.
2. *Горошко, Е. И.* Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Текстология. Ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=76>. – Дата доступа : 10.01.2019.
3. *Компанцева, Л. Ф.* Интернет-лингвистика : когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы / Л. Ф. Компанцева. – Знание, 2008. – 528 с.
4. *Столетов, А.* Сетевая лингвистика / А. Столетов // Библиотека маркетолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/lib-around/science/netlinguistics.html>. – Дата доступа : 07.02.2019.
5. *Какорина, Е. В.* Метафоры Интернета в речи компьютерных пользователей / Е. В. Какорина // Человек и язык в коммуникативном пространстве : сб. науч. ст. – Красноярск : Сибирск. фед. ун., 2013. – С. 145–150.
6. *Кондратьева, О. Н.* Метафоры в медиадискурсе как способ интерпретации предметной области «социальные сети» / О. Н. Кондратьева // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2019. – № 2. – С. 85–94.
7. *Войскунский, А. Е.* Метафоры Интернета / А. Е. Войскунский // Вопросы философии. – 2001. – № 11. – С. 64–79.
8. *Макеева, М. Н.* Когнитивный аспект использования метафоры пространства в Интернете / М. Н. Макеева, Н. Ю. Бородулина // Filologicke vedomosti. – 2017. – № 3. – С. 8–15. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sociosphera.com/files/conference/2017/Filologicke_vedomosti_3-17/815_m_n_makeeva_n_yu_borodulina.pdf. – Дата доступа : 10.09.2017.