**План работы**

1. Когнитивная лингвистика как составная часть когнитивной науки

2. Понятие концепта в когнитивной лингвистике

3. Особенности когнитивного процесса категоризации

4. Теория концептуальной метафоры

# **1. Когнитивная лингвистика как составная часть когнитивной науки**

Когнитивная наука (cognitive science), или ког(н)итология, – это самостоятельная отрасль научного знания, главной задачей которой является изучение процессов, связанных с получением, обработкой, хранением и использованием информации человеком. Это «наука о знании и познании, о результатах восприятия мира и предметно-познавательной деятельности людей, накопленных в виде осмысленных и приведенных в определенную систему данных, которые… составляют основу ментальных, или когнитивных процессов».

Когнитивная наука – это комплексная дисциплина, объединяющая самые разные области знания - психологию, лингвистику, антропологию, философию, физиологию, теорию искусственного интеллекта, общая цель которых – постигнуть природу и функционирование человеческого разума.

Центральное понятие когнитивной науки – когниция (когнитивная система) – определяется как «совокупность ментальных процессов, служащих целям обработки поступающей извне информации» (Клобуков, 1999:139). Когниция включает множество «блоков»: перцепцию, память, внимание, умозаключения, поиск информации, способность к разумному решению проблем, воображение, обработку языковых данных и др., которые в когнитивной перспективе рассматриваются как взаимозависимые и взаимоопределяемые. Таким образом, в отличие от генеративистов, считавших язык автономным «модулем» человеческого знания, когнитивисты видят в нем [языке] способность, обусловленную различными когнитивными механизмами и процессами: «…язык влияет на пути образования и развития понятий, а остальные виды когниции – на усвоение языка».

Важнейшей предпосылкой возникновения когнитивной науки было изобретение ЭМВ и последующее интенсивное развитие новых *компьютерных* дисциплин – теории информации и моделирования искусственного интеллекта, поставивших своей задачей создание программ, способных выполнять такие же виды операций, какие осуществляет человеческий мозг. Признание аналогии между ментальными репрезентациями нашего сознания и структурами компьютерных данных, а также «вычислительными» операциями, производимыми когнитивной системой и ЭВМ, было и остается одним из центральных моментов в когнитивной науке. Подобная аналогия, однако, нередко приводит к абсолютизации метафоры «Мозг – процессор/ информационная система» и одностороннему, механическому представлению о познавательных процессах. Как показали когнитологи, человеческий мозг оказался намного сложнее и многограннее, чем вычислительная машина.

Следствием существенного влияния компьютерологии на когнитивную науку стало заимствование когнитивистами большого количества компьютерных терминов для описания структур представления знаний и когнитивных процессов. К таким терминам, относятся, в частности, следующие: «фрейм», «слот», «сценарий», «схема», «модель», «по умолчанию», «обработка информации».

Приведем пример употребления подобной терминологии в лингвистике. Так, А.А. Кибрик использует «компьютерную метафору» по отношению к когнитивным механизмам, определяющим языковые структуры. Он разделяет их на феномены, отвечающие за использование языка в режиме реального времени – *on-line*: оперативная память, внимание, активация и те, которые связаны с языком как средством хранения и систематизации данных – *off-line* (в автономном режиме): долговременная память, категоризация, структуры представления знаний, лексикон. К явлениям типа *off-line* относятся категории лексической семантики, концептуальная метафора и др., в то время как процессы построения и понимания дискурса представляют собой феномены типа *on-line* (Кибрик, 1994:126-127). Другой пример применения компьютерной терминологии по отношению к языковым фактам: “When we volunteer a meaning for an isolated sentence, we do it typically on the basis of ***defaults*** and prototypes. It is only in rich contexts that we see the full force of creative ***on-line***meaning construction” (Fauconnier, *to appear*).

Когнитивная лингвистика, будучи одной из составных частей когнитологии, занимается изучением всех видов взаимодействия и взаимоотношения языка и когниции. Как отмечается в исследованиях (см., в частности, работы В.З. Демьянкова, Е.С. Кубряковой, А.Н. Кравченко), обращение когнитологов к фактам языка уже на раннем этапе формирования когнитивной науки было неизбежным и закономерным, ибо языковые формы, отражая когнитивные категории, представляют собой ценнейший источник информации о концептуальной организации знания в голове человека, «видимый» доступ к невидимым структурам нашего сознания. Именно структуры естественного языка «объективируют то, что уже подверглось когнитивной обработке человеческим разумом».

Для когнитологов, осознавших тот факт, что языковые формы являются не чем иным, как внешними манифестациями стоящих за ними сложнейших ментальных структур и феноменов, как нельзя более удобной и точной для демонстрации этого положения оказалась метафора *айсберга*, ставшая непременным атрибутом научных работ по когнитивной лингвистике. В терминах данной метафоры язык – это лишь «верхушка айсберга» (малая видимая часть) «находящихся под водой» (ненаблюдаемых и составляющих бóльшую часть) когнитивных процессов, участвующих в формировании языка.

К проблемам, входящим в круг интересов когнитивной лингвистики, относятся следующие: нахождение корреляций между когнитивными структурами и объективирующими их единицами языка; изучение структур представления знаний; объяснение той роли, которую играет язык в познавательной деятельности человека, в процессах концептуализации и категоризации человеческого опыта и др.

Решение этих задач невозможно без постоянного соотнесения собственно лингвистических данных с эмпирическими результатами разных наук, т.е. без того, что Дж. Лакофф называет своим «когнитивным обязательством» (cognitive commitment): «…обязательство строить объяснение природы человеческого языка в равной степени в согласии с тем, что известно об уме и мозге из других дисциплин и из нашей собственной [т.е. лингвистики]»

Когнитивное направление распространяется на исследование грамматики, лексической семантики и дискурса. Однако многие лингвисты признают особую роль именно когнитивной семантики в когнитивной лингвистике, так как «изучая семантику естественного языка, мы по необходимости изучаем структуру мышления».

Центральное понятие семантики – значение – рассматривается в когнитивной лингвистике с новых позиций – совместно со знанием: «…значения языковых форм следует изучать как результаты обработки и переработки информации, поступающей к человеку по всем его чувственным каналам». В противовес традиционной «объективистской» семантике, исходящей из положения о том, что значение существует в мире (вне человека), когнитивная лингвистика видит в значении когнитивный феномен, локализующийся в уме и определяемый особенностями концептуализации мира индивидом.

# **2. Понятие концепта в когнитивной лингвистике**

Смыслы, которыми оперирует человек в своей мыслительной деятельности и которые отражают его опыт и знание, хранятся в сознании в виде особых ментальных структур, получивших в когнитивной науке название *концептов*. Концепт, будучи объектом исследования разных наук, имеет различные интерпретации в зависимости от того, какой дисциплиной он изучается. Так, когнитивную лингвистику интересует прежде всего вопрос о том, как связаны идеальные сущности, концепты, с объективирующими их языковыми формами. Ответив на этот вопрос, можно сделать определенные выводы о функционировании нашей когнитивной системы.

Приведем несколько наиболее распространенных определений понятия «концепт»: «Концепт существует в сознании (в ментальном мире) человека. Тот «пучок» представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, которые сопровождают слово, и есть концепт»; концепты – это «сгустки» культурной среды в сознании человека»; концепт - это «глобальная мыслительная единица, представляющая собой квант структурированного знания»; концепт – «объект из мира «Идеальное», имеющий имя и отражающий определенные культурно-обусловленные представления о мире «Действительность».

Как видно из определений, концепт рассматривается не только с точки зрения заключенной в нем ментальной информации о том или ином объекте/ явлении действительности, но и одновременно как единица культуры, поэтому изучение концептов в культурологическом аспекте, т.е. как ментальных культурно-специфических структур, представляется чрезвычайно важным для раскрытия их содержания.

Концептуально-культурологическое и лингвокультурологическое направления исследований, в рамках которых ставится задача выявления культурных концептов и способов их объективации, занимают важное место в отечественной науке. Число концептуально значимой лексики, с точки зрения культурологии, ограничено, так как не всякое явление реальной действительности служит базой для образования концепта. Рассмотрим основные критерии для выделения культурных концептов в лингвокультурологии.

Принято считать, что культурные концепты - это понятия, являющиеся ценностями культуры (и составляющие ее «метаязык») и выражающиеся в первую очередь абстрактными именами существительными типа *вера*, *радость*, *закон*, *любовь*, *добро*, *зло*, *судьба*, *творчество*, т.е. в вербальной форме концепты – «ключевые слова» данного языка и культуры. Н.Д. Арутюнова отмечает, что при всей значимости таких мировоззренческих понятий для каждого человека немногие могут раскрыть их содержание. «…сущность таких слов в узусе расплывчата. Носители языка не знают их точных дефиниций и, как правило, не узнают их по словарям». Вместе с тем такие понятия получают различные (и нередко противоречивые) интерпретации в произведениях философов, культурологов, литературоведов; причем каждая из наук формирует собственный взгляд на тот или иной концепт.

Следствием наличия в структуре концепта ценностного компонента является его вербализация большим количеством синонимов; это понятие часто становится темой пословиц, поговорок, художественных произведений; оно встречается в названиях популярных книг, в песнях; понятие, «глубоко укоренившееся в языке и культуре народа и поэтому являющееся диахронической константой языка и культуры».

Культурный концепт – это всегда объект оценки. Возможность использования оценочных предикатов по отношению к тому или иному феномену можно считать своего рода «индикатором» существования в рамках данной культуры концепта, основанного на этом явлении действительности. Так, с указанной точки зрения, анализ предикатов, употребляемых со словом “ideology” (Ideology is necessary/ inadequate/ important/ dangerous/ criminal/ inspiring/ tough; Ideology guides/ motivates/ leads/ justifies/ holds smb. captive и т.п.), показывает, что феномен идеологии формирует концепт – определенную ценность (или «антиценность») для носителей английского языка.

Кроме того, культурными концептами, отражающими картину мира того или иного социума, можно считать те, что репрезентированы безэквивалентными лексическими единицами, т.е. «словами, которые в процессе лингвокультурной трансляции требуют не пословного, а описательного толкования». Последнее положение не является однозначным в лингвистике, ибо возникает вопрос о том, *что* следует считать безэквивалентными лексическими единицами. Известно, что в каждом языке есть слова, обозначающие культурные реалии (специфические явления культуры) и не имеющие поэтому семантических эквивалентов в других языках.

Так, слова *оригами, каратэ, икебана, самурай, бонсай* ассоциируются с Японией; *гондола, дож, спагетти, пицца* - знаки итальянской культуры; *тореро, коррида, фламенко, паэлла* – «приметы» традиционной испанской культуры (все эти лексические единицы репрезентируют *экзотические* концепты). Ни у кого не вызывает сомнения «непереводимость» подобных номинаций на другие языки. Однако А. Вежбицкая постулирует «непереводимость» и таких слов, как *грусть, гнев, пошлость* – в русском языке, *freedom* – в английском, *Angst* – в немецком, *miai* – в японском. Таким образом, по мнению исследователя, слова *свобода* и *freedom* являются семантически нетождественными: если принять во внимание культурные реалии, стоящие за этими словами, т.е. историю, образ жизни, систему ценностей и т.п. того или иного народа, а также особенности речевого употребления «тождественных в смысловом отношении» лексических единиц в разных языках, то оказывается, что смыслы, которые принято считать совпадающими, далеко не близки.

А. Вежбицкая находит интересный способ «перевести» такие слова на другие языки, используя разработанный ею «Естественный Семантический Метаязык» (ЕСМ) (“lingua mentalis”, «алфавит человеческих мыслей») - определенный набор фундаментальных врожденных человеческих концептов (я, ты, нечто, хорошо, плохо, видеть, хотеть, где, если, много и др.), способных генерировать другие концепты. Вот, например, как выглядят толкования слов *freedom* и *свобода* на ЕСМ, полученные в результате детального лингвокультурологического анализа соответствующих концептов :

**freedom**

1) некто (X) может думать нечто вроде этого:

2) если я хочу что-то сделать, я могу сделать это

3) никто другой не может мне сказать: «ты не можешь этого сделать,

потому что я не хочу этого»

4) если я не хочу чего-то делать, я могу не делать этого

5) никто другой не может мне сказать: «ты должен это сделать, потому

что я этого хочу»

6) это хорошо для X-a

7) плохо, если кто-то не может так думать

**свобода**

1. некто (X) может думать нечто вроде этого:
2. если я хочу что-то сделать, я могу сделать это
3. когда я нечто делаю, я могу не думать:

я не могу это сделать так, как я хочу,

потому что какие-то (другие) люди что-нибудь сделают/ скажут

1. из-за этого X чувствует нечто хорошее

Элементарные смыслы (семантические примитивы), из которых складывается ЕСМ, вербализуемы в любом языке, самопонятны и неразложимы. Именно такой, независимый от какого-либо конкретного языка метаязык необходимо использовать для описания и сравнения всех языков и культур, ибо без него, как считает А. Вежбицкая, люди «обречены на этноцентризм» и будут описывать другие культуры и языки через призму своего собственного языка.

Концепт отличается от понятия. Под понятием, как известно, понимается «мысль, отражающая в обобщенной форме предметы и явления действительности посредством фиксации их свойств и отношений» (ЛЭС). Концепт же, помимо описательно-классификационных, включает также образно-эмпирические и чувственно-волевые характеристики (Карасик, 2001). В отличие от понятий, «концепты не только мыслятся, они переживаются. Они – предмет эмоций, симпатий и антипатий…» (Степанов, 2001(а):43). Разграничивая концепт и понятие, В.Г. Зусман подчеркивает коммуникативную природу концепта, который «отражает «континуальность», текучесть мира, проявляющегося в диалоге, общении», а понятие функционирует «независимо от общения»

Концепт, будучи идеальной сущностью, не имеет четкой организации. Однако в его структуре, с определенной долей условности, можно выделить набор концептуальных признаков, различающихся по своей значимости для представителей того или иного социума, объему, степени абстрактности, возможности «активизации» и т.п. Одним из самых распространенных способов репрезентации внутренней структуры концепта является его описание в терминах ядра и периферии: к ядерным, как правило, относят инвариантные признаки концепта, а также наиболее актуальные для носителей языка образы и ассоциации, а к периферийным – менее значимые и более абстрактные признаки, характеризующиеся вариативностью.

Особый интерес представляет рассмотрение структуры концепта в культурологическом ракурсе. Так, Ю.С. Степанов, интерпретируя концепт, прежде всего как «коллективное достояние духовной жизни народа», отмечает, что концепт имеет «слоистое» строение; его слои - это «результат, «осадок» культурной жизни разных эпох». К структуре концепта принадлежит как все то, что принадлежит строению понятия, так и то, что «делает его фактом культуры – исходная форма (этимология); сжатая до основных признаков содержания история; современные ассоциации, оценки и т.д.». В структуре концепта выделяются: 1) основной, актуальный признак, в котором концепт выступает как средство общения и взаимопонимания для всех носителей данного языка и культуры; 2) дополнительные, «пассивные» признаки концепта, актуальные для членов отдельных социальных групп; 3) этимологический признак (внутренняя форма), не осознаваемый носителями языка и открываемый только исследователями.

Интересно проследить процесс формирования концепта в общественном сознании, появление в нем новых слоев (концептуальных признаков), смещение периферийных признаков в зону «околоядерных» и т.п., что, естественно, сказывается и на способах и средствах его языковой и невербальной объективации. В качестве примера расширения содержания концепта можно привести концепт, репрезентируемый словосочетанием «американский патриотизм», вызывающий в последнее время новые ассоциации и оценки.

Трагические события 11 сентября 2001 г. (теракты в Нью-Йорке и Вашингтоне), несомненно, привели к переосмыслению понятия «патриотизм» в сознании американцев. В их речи теперь активно используются словосочетания *instant patriotism,* *new patriotism, fresh taste of patriotism*, *widespread feeling of patriotism, patriotic buying/ clothing/ shirts/ lapel pins*, ассоциирующиеся сегодня как с небывалым всплеском патриотизма в стране и готовностью бороться с международным терроризмом: Pride, patriotism and love of our country have been stronger since 9/11 than at any time since we won the race to the moon against the “evil” Soviet Union in 1969 (AP; Sep. 6, 2002), так и в немалой степени - с показным, «декоративным» характером патриотизма в Америке (который, впрочем, существовал всегда, но в настоящее время особенно актуализировался):

Patriotism is suddenly *in vogue*. American flags are everywhere – on clothing, automobiles, storefronts… I believe I have seen more American flags in the past two months than in the previous two years. The same goes for the phrases "United We Stand" and "God Bless America." They are everywhere… *The new patriotism*… *It is superficial*. From somewhere I recall hearing a sarcastic, "*Instant patriotism. Add water and stir*." Real patriotism is not simply worn on your lapel, or flown from your car. Real patriotism costs something (Yates, 2001).

Как видно из приведенного примера, осуждение американцами неумеренного проявления патриотических чувств и настроений привело к тому, что понятие *patriotism* стало соотноситься в их сознании с такими метафорическими концептами, как «мода» и «растворимое вещество».

Существуют различные классификации концептов. В зависимости от наличия или отсутствия ценностного элемента в структуре концепта, т.е. важности, актуальности соответствующего понятия для носителей культуры, в особую группу выделяются культурные концепты, закодированные в «ключевых словах» языка.

По своему содержанию концепты делятся на такие структуры представления знаний, как мыслительные картинки, схемы, фреймы, сценарии, гештальты и др., между которыми, однако, нет абсолютно четких границ. В данной классификации концепт представлен как родовой термин, имеющий бóльшую степень обобщенности по сравнению с его разновидностями. Разнообразие типов концептов обусловлено фактом неоднородности окружающего мира.

* *Мыслительная картинка (представление)* – это обобщенный чувственный образ предметов или явлений, более или менее одинаковый для носителей одного языка; мыслительная картинка может быть представлена как предметными реалиями (*яблоко*), так и мифемами (*ангел*).
* *Концепт-схема* являет собой некую пространственно-графическую схему; такой концепт легко нарисовать (*дерево, река*).
* *Концепт-фрейм* – это многокомпонентный концепт, набор стереотипных представлений о предмете/ явлении (*ресторан, магазин*).
* *Концепт-сценарий (скрипт)* носит сюжетный характер, это четкая последовательность эпизодов во времени (*посещение театра, поездка на метро*).
* *Понятие (логически-конструируемый концепт)* – структура представления знаний, лишенная фактора образности; такой концепт состоит из наиболее общих, существенных характеристик предмета/ явления (*птица, фрукт*).
* *Концепт-инсайт* [А.П. Бабушкин впервые использует термин гештальтпсихологии «инсайт» для обозначения структуры представления знаний] содержит заключенную в слове информацию (как правило, известную всем) об устройстве и предназначении предмета (*зонт,* *ножницы*).
* *Гештальт* – это упорядочивающая многообразие отдельных явлений в сознании человека сложная ментальная структура; целостный образ, включающий чувственные и рациональные элементы, а также динамичные и статичные аспекты объекта/ явления. В гештальт могут входить представления, фреймы, сценарии и т.д.
* *Калейдоскопические концепты* – это концепты абстрактных номинаций (*красота*, *совесть*); они также могут быть представлены одной из перечисленных структур. За такими концептами не закреплено постоянного ментального образа.

Классификация разновидностей концептов, разработанная А.П. Бабушкиным и дополненная И.А. Стерниным и З.Д. Поповой, представляется очень удобной для понимания того, каким образом различные мыслительные сущности – от самых простых, не имеющих статус концепта в лингвокультурологии, до чрезвычайно сложных, абстрактных феноменов – репрезентированы в нашем сознании. Однако, как кажется, об отдельных структурах представления знания (по крайней мере, схемах, фреймах и сценариях) точнее было бы говорить не как о *типах* концепта, а как *способах* «технического» представления знания, относящегося к тому или иному концепту, в голове человека.

По функции в языке концепты делятся на лексические и грамматические (лексически и грамматически выраженные). Существует точка зрения, согласно которой центральные для человеческой психики концепты объективированы в грамматической подсистеме языка: «…грамматическая категоризация создает ту концептуальную сетку, тот каркас для распределения всего концептуального материала, который выражен лексически».

По своим носителям концепты делятся на национальные, групповые и индивидуальные (личные). Совокупность концептов в индивидуальном и коллективном сознании образует *концептосферу* отдельного носителя языка, группы или целого народа [термин «концептосфера» был введен Д.С. Лихачевым по типу терминов В.И. Вернадского «ноосфера», «биосфера»; под концептосферой он понимает совокупность потенций, содержащихся в словарном запасе как всего языка в целом, так и отдельного человека. Ученые также признают существование общечеловеческой (цивилизационной, общемировой) концептосферы, состоящей из таких констант человеческого бытия, как верх - низ, время - пространство, мужское - женское, добро - зло, движение -покой, земное - небесное, высшее - низшее, традиционное - новое, нравственное -безнравственное и др.

Будучи принадлежностью отдельного человека, индивидуальные концепты оригинальнее и разнообразнее коллективных, так как могут содержать неожиданные ассоциации, оценки, не разделяемые данной культурой или социальной группой (например, концептосферы писателей, поэтов, ученых). Это объясняется тем, что коллективное сознание и опыт есть не что иное как «производная» от сознания и опыта отдельных индивидов, принадлежащих данному социуму. Однако общность языка поддерживается и сохраняется благодаря существованию единой для всего народа концептосферы, без которой общение между членами одного языкового коллектива было бы невозможно.

Богатство концептосферы национального языка определяется богатством всей культуры нации – ее литературой, фольклором, наукой, изобразительным искусством, религией; она «помогает понять, почему язык является не просто способом общения, но неким концентратом культуры».

Когнитивисты считают, что раскрыть содержание ментальных структур, концептов, легче всего через языковые средства, ибо последние являются непосредственно наблюдаемыми результатами деятельности когнитивной системы человека. Семантика слов, свободных словосочетаний и фразеологизмов, структурных и позиционных схем предложений, текстов представляют собой важный и достаточно полный источник информации о концептах. Причем тексты необходимы для разъяснения сложных, абстрактных концептов (например, «власть», «красота», «память»), индивидуально-авторских концептов (концепт *property* в романе Дж. Голсуорси «Сага о Форсайтах»), а также культурной специфики концептов (концепт «луна» в арабском культурном ареале, концепт «солнце» в Древнем Египте, японский концепт «чайная церемония»).

Имя концепта не является единственным «ключом», активирующим в сознании называемую им мыслительную сущность. Напротив, при изучении культурных концептов исследователи исходят из того, что к одному и тому же концепту можно апеллировать при помощи языковых единиц различных уровней (концепт «рассеян» в содержании лексических единиц, корпусе фразеологии, паремиологическом фонде, в системе устойчивых сравнений, запечатлевших образы-эталоны, которые характерны для данного языкового коллектива».

Проиллюстрируем данное положение культурологической лингвистики на примере изучаемого концепта. К концепту «идеология» можно апеллировать посредством

1) отдельных лексем: *nigger, chauvinist, jingo*, *ecofreak*, *Quaker*, *Ku Kluxism*, *dove*, *Shiite*, *emancipation*, *herstory*, *wimmin*, *Big* *Brotherism*;

2) отдельных морфем: *-ism, ultra-, anti-, pro-*;

3) свободных словосочетаний: *excessive patriotism*, *racial attitudes*, *black* *offenders* *and White victims*;

4) фразеологических сочетаний: *cold war, iron curtain, black radio, Aunt Tabby*; *big lie*, *true believer, New Dealer*, *war hawk*;

5) пропозиций: Native Americans are “close to nature”; The white race is biologically superior to other races; A woman’s natural role, the role for which she best equipped biologically and psychologically, is wife and mother; Heterosexuality is normal and natural; homosexuality is abnormal and unnatural (M. Hurt);6) текстов: программа политической партии, проповедь, манифест:

# *Womanifesto*

In a world riddled with obstacles to our social and spiritual development we find ourselves caught up in a web of political, emotional and financial struggles. Our mission as W.E.R.I.S.E. Productions is to provide a venue for the artistic expression of women. Moreover, it is our intention to maintain truth and integrity in everything that we do, as well as to constantly shift conservative and traditional paradigms and to deconstruct the ever-dominant patriarchy in our industry.

Приведенные примеры свидетельствуют о большом разнообразии языкового представления концепта.

Концепт может реализовываться в коммуникативной деятельности не только вербальными, но и невербальными единицами: «В культуре не только слова, но и материальные предметы могут нести духовный смысл; между духовной и материальной культурой нет резкой непереходимой границы…

Концепты могут «парить» над концептуализированными областями, выражаясь как в слове, так и в образе или материальном предмете». Это положение особенно актуально для концепта «идеология».

Идеология входит в сознание человека не только вербально, но и посредством конкретных идеологических символов, объективирующих абстрактные идеологические ценности и идеалы.

Такими символами могут быть политико-географическая карта в разных модификациях, крест, знамя (например, *Old Glory* в США), звезда, герб, свастика, рисунки, фотографии, памятники архитектуры и мн. др.

К невербальным средствам репрезентации концептов вообще и концепта «идеология» в частности относятся жесты, выражения лица, взгляд, соблюдение дистанции, с помощью которых можно, например, выражать этнические и другие предубеждения.

По замечанию В.Г. Зусмана, в ситуации коммуникации чаще всего возникают гибридные вербально-невербальные и невербально-вербальные репрезентанты того или иного концепта.

**Фрейм как один из способов представления концепта**

В связи с тем, что понятие фрейма используется в данном исследовании (см. главу 3), остановимся кратко на описании этой структуры представления знания.

Понятие фрейма как особой когнитивной структуры впервые было предложено М. Минским – специалистом в области искусственного интеллекта и одним из основоположников когнитивной науки. В своей известной работе “A Framework for Representing Knowledge” М. Минский выдвинул гипотезу о том, что мозг обычно интерпретирует воспринимаемую информацию, опираясь на ранее приобретенные структуры знания, которые он называет фреймами: «…человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных… с таким расчетом, чтобы путем изменения в ней отдельных деталей образовать структуру для понимания более широкого класса явлений или процессов.

В соответствии с теорией М. Минского, фрейм – это один из способов представления стереотипной ситуации (*пребывание в какой-нибудь* *комнате*; *посещение вечеринок*). Каждый фрейм содержит несколько слотов (терминалов), к которым присоединяются другие фреймы. Фрейм стула, например, включает следующую информацию: стул имеет сиденье, четыре ножки, спинку, определенным образом расположенные друг относительно друга. Важным свойством когнитивной системы человека является то, что наличие N-го количества характеристик фрейма может привести к его активации в целом. Так, для активации фрейма стула достаточно увидеть отдельные его части (ножки, спинку), а недостающие элементы будут восстановлены «по умолчанию». Подобная когнитивная операция, поясняет исследователь, не является сложной, так как «в обычном состоянии основная часть терминалов большинства фреймов заполнена субфреймами, которые можно назвать *приписываемыми по умолчанию* (default assignment)».

Человек имеет в своем распоряжении набор фреймов для конкретных и абстрактных понятий, а также для различных видов деятельности, которые усваиваются им из обучения и опыта. Так, приступая к чтению рассказа и не зная, о чем там идет речь, индивид, тем не менее, уже имеет некоторый общий фрейм рассказа, слоты которого в процессе чтения заполняются информацией об окружающей обстановке, главных героях, основном событии, морали и т.д.. Часть терминалов фрейма характеризуется постоянством содержательного наполнения, т.е. они заполнены «величинами», которые всегда справедливы по отношению к какой-либо ситуации, а часть «ячеек» остается пустой до их заполнения конкретными (переменными) данными.

На лингвистическую почву понятие фрейма было перенесено Ч. Филлмором. Возможность применения этой структуры представления знаний в лингвистике исследователь демонстрирует на примере таких групп лексических единиц, как Sunday, Monday, Tuesday…; father, mother, son, daughter…; sell, buy, spend… Эти слова, отмечает Ч. Филлмор, образуют группы, каждая из которых является «лексическим представителем некоторой единой схематизации опыта или некоторого знания. …чтобы понять смысл одного из членов группы, необходимо до некоторой степени понять, что значат они все. …знание, которое лежит в основе значений слов каждой группы, постигается как целостная сущность». Структуры знания, которые мотивируют, определяют и взаимно структурируют такие группы слов, он называет фреймами. В отличие от лексических полей, фреймы являются когнитивными, а не языковыми феноменами и могут иметь единственного представителя в сфере лексики.

Т. ван Дейк отмечает, что фреймы не являются произвольно выделяемыми «пакетами» информации, но всегда организованы «вокруг» некоторого концепта и содержат основную и потенциально возможную информацию, которая ассоциирована с тем или иным концептом. Эта же мысль выражена и в работе В.Н. Телия: «Концепт – это всегда знание, структурированное во фрейм». Фрейм признается культурно-специфической единицей знания, включающей информацию о том, что в данной культуре является *типичным/ стереотипным* (например, фрейм «супермаркет»).

Таким образом, фрейм можно рассматривать как один из возможных способов «технического» представления концепта в сознании, так как предполагается, что весь объем знаний, относящийся к тому или иному концептуальному объекту, должен быть каким-то образом организован и систематизирован в мышлении.

Итак, обобщая вышесказанное, необходимо отметить следующее:

* Концепт как идеальная сущность, формирующаяся в сознании человека, изучается в лингвистике через средства языка, предоставляющие «видимый» доступ к ненаблюдаемым структурам человеческого знания.
* Рассматривая концепт в лингвокультурологическом аспекте, ученые подводят под этот термин лишь ключевые для данного сообщества людей понятия, «основные ячейки культуры в ментальном мире человека» (Степанов, 2001(а)), характеризующиеся богатством как языковых, так и невербальных средств их объективации и высокой степенью детализации в языке. Таким образом, акцентируются три «измерения» концепта: ментальное, культурное и языковое. Идеология, «неустранимая и безусловная компонента культуры», в настоящем исследовании рассматривается как «принадлежность» *американского языкового сознания*, т.е. как лингвокультурный концепт.
* Выделяемые в когнитивистике структуры представления знаний, в частности «фрейм», могут быть использованы как способы представления концепта в сознании.

# 

# **3. Особенности когнитивного процесса категоризации**

Важнейшим свойством нашей когнитивной системы признается способность осуществлять категориальную классификацию предметов и явлений действительности, т.е. распределять их по определенным разрядам, группам или классам. Окружающий человека мир состоит из бесконечно огромного множества объектов, различающихся с точки зрения их цвета, формы, размера или функций, и, тем не менее, все это разнообразие структурируемо. Даже при отсутствии четких границ между предметами человек выносит суждения о сходстве одних и различии других реалий и в соответствии с этим производит классификацию. Категоризация воспринимаемой информации считается одним из основных способов систематизации и организации знания в голове человека.

С психологической точки зрения, категоризация естественных феноменов – довольно сложный процесс, включающий следующие моменты:

1. *Отбор стимулов* (selection of stimuli): из всего богатства стимулов, воспринимаемых сенсорными системами человека (визуальными, слуховыми, тактильными и др.), лишь несколько наиболее значимых отбираются для когнитивной обработки.
2. *Идентификация и классификация* достигаются сравнением отобранных стимулов с релевантным знанием, хранящимся в памяти.
3. *Наименование* (naming): большинству когнитивных категорий присваивается имя, хотя некоторые не получают специального обозначения, например, “things to eat on a diet”, “things to pack in a suitcase”.

Механизмом, в немалой степени детерминирующим ментальный процесс категоризации, как считают исследователи, является так называемый принцип «экономии мышления», в соответствии с которым мозг, «рассортировывая» предметы по определенным, заданным категориям, значительно «облегчает» себе работу по обработке большого количества данных. Эта особенность мозга, однако, нередко ведет к упрощенной схеме интерпретации сложных феноменов, подводя их под один знаменатель с другими, *кажущимися* подобными им явлениями, что в рамках социальной категоризации имеет весьма опасные последствия. В настоящее время можно говорить о двух исследовательских подходах к категоризации человеческого опыта: традиционном, «классическом», ассоциирующимся с именем Аристотеля, и «новом», альтернативном, *прототипическом* подходе. В соответствии с классической логикой Аристотеля, категорию определяет фиксированный набор существенных признаков, которые являются необходимыми и достаточными условиями отнесения той или иной сущности к данной категории. Отсюда следует, что если единица обладает требуемым набором признаков, она входит в категорию, в противном случае – нет. Большей или меньшей степени принадлежности объекта категории не предполагается. Категории дискретны, у них не может быть размытых границ и нет значимой внутренней организации.

Традиционный взгляд на категоризацию в терминах четко определяемых категорий находится в оппозиции к прототипической модели категоризации, разработанной когнитивным психологом Э. Рош и ее коллегами. Важно отметить, что на формирование когнитивной теории категоризации большое влияние оказала идея «фамильных сходств» известного австрийского философа Л. Витгенштейна как объединяющем члены категории принципе.

Согласно *современным* представлениям, принадлежность элемента к категории определяется не наличием у него совокупности обязательных для включения в данную категорию признаков, а на основе его сходства или подобия (“family resemblances”) с прототипом – «лучшим» и наиболее типичным представителем категории, отражающим существенные свойства нашего представления о предмете. Прототип определяется как *центр* категории, а единицы, отличающиеся по каким-либо параметрам от наиболее репрезентативных (прототипических), также включаются в данную категорию, но в качестве ее периферийных элементов; т.е. *составляющие* когнитивной категории могут располагаться ближе или дальше от прототипа.

Э. Рош иллюстрирует это положение категорией *bird* (пример, ставший хрестоматийным): несмотря на то что существуют четкие критерии, позволяющие отличать птиц от других живых существ, люди считают одних птиц «хорошими» примерами данной категории, а других - нет. Так, малиновки и воробьи – типичные представители категории «птица», а куры, орлы, страусы или пингвины, в представлении большинства говорящих как на английском, так и на русском языке, не являются характерными примерами птиц и поэтому образуют периферию категории.

Итак, в отличие от «классической логики», когнитивная теория категоризации постулирует следующее: категории не имеют четко очерченных границ, т.е. являются *размытыми*; в них обнаруживается внутренняя структура (центральные и периферийные члены); включение единицы в категорию не является однозначным и «зависит от решения говорящего и его терпимости по отношению к элементам, не похожим на прототипический».

Когнитивисты установили, что «продукты» ментального процесса классифицирования – категории – наиболее органично развиваются на основе имен базового уровня категоризации. Этот уровень (basic-level) занимает промежуточное положение между самым высоким (суперординатным) и нижним (субординатным) и отражается такими лексическими единицами, как, например, *машина*, *самолет*, *корабль*, но не более «обобщающими» (*транспортное средство*) и не более конкретными (*Мерседес*, *Конкорд*) словами. Категориальные имена базового уровня, как правило, являются самыми короткими, нейтральными, наиболее частотными в речевом употреблении; они усваиваются детьми в первую очередь и появляются в языке раньше других слов, образуя его «костяк».

Интересным примером, демонстрирующим несостоятельность классической теории категоризации, являются описанные Дж. Лакоффом (1987) когнитивные механизмы, лежащие в основе употребления классификатора HON в японском языке. Данный классификатор чаще всего используется с обозначениями длинных, тонких, негибких предметов (палок, карандашей, свечей и т.п.), однако HON может употребляться и с такими предметами, как удары и подачи в бейсболе, телефонные разговоры, состязания, в ходе которых используются шесты и мечи (длинные и негибкие), что, как показывает Дж. Лакофф, не является произвольным и вполне логично. Хотя, в соответствии с традиционной точкой зрения, указанные объекты не имеют общих характеристик, релевантных для классификации, и не могут быть включены в одну категорию.

Дж. Лакофф наглядно демонстрирует, что в процессе категоризации, осуществляемой с помощью классификаторов в японском языке (а также в других языках), могут участвовать:

* *метонимический перенос* (шесты и мечи – главные функциональные предметы в состязаниях, поэтому слово, обозначающее победу в них (главная цель этой сферы опыта), употребляется тоже с HON);
* *трансформация схематического представления образа* (траектория полета мяча в бейсболе представляет собой образ, принадлежащий категории HON – образ длинной тонкой линии, поэтому удачные подачи входят в категорию HON, а неудачные – не попадают в нее);
* *метафорический перенос* (конвенциональный образ, связанный с телефонным разговором, - телефонные провода – соответствует схематическому представлению длинного тонкого предмета и реализует основную метафору коммуникации – канал).

Важным наблюдением Дж. Лакоффа является то, что употребление классификатора распространяется в направлении *от* обозначений объектов базового уровня (палки, свечи, деревья) *на* обозначение других предметов (удары, состязания), т.е. категория имеет радиальную структуру; причем есть основания считать, что последние составляют своего рода периферию категории: не все носители японского языка используют HON с обозначениями этих вещей, в то время как для всех без исключения центральными членами категории, бесспорно, являются обозначения тонких, негибких предметов.

На примере японского классификатора HON [а также классификации реалий окружающей действительности, представленной в языке аборигенов Австралии – дьирбал] Дж. Лакофф показывает действие *ненаблюдаемых* когнитивных механизмов категоризации, в которых участвует множество факторов (мотивация, цепочечная связь, принцип сферы опыта, принцип мифа и поверья, центральность некоторых членов категории и др.), и, что самое главное – подтверждает значимость когнитивной теории категоризации, согласно которой в основе категории *необязательно* должны лежать *общие* для всех членов категории характеристики (например, *женщины*, *огонь* и *опасные предметы* принадлежали к *одному* классу существительных в языке дьирбал).

Дж. Лакофф значительно «усиливает» естественную теорию категоризации, развивает ее положения, вводя в научный оборот такие понятия, как «радиальная структура», «идеализированная когнитивная модель» (ИКМ), «прототипические эффекты», а также выделяя на основе категориальной метонимии *типы* прототипов (социальные стереотипы, типичные примеры, идеалы, образцы, частные модели и др.). Суть последнего явления состоит в том, что отдельный элемент категории способен заменить всю категорию для какой-либо когнитивной цели (1987).

Интересно отметить, что в концептуализации такой сложной сферы, как «идеология», люди нередко прибегают к «использованию» типичных примеров, стереотипов или идеальных образов. Известно, что в современном американском обществе отдельные идеологии, постепенно теряя влияние, «выходят из моды»; другие же (например, феминизм), напротив, с каждым годом набирают силу и все чаще заявляют о себе. Однако в качестве *типичных* примеров идеологии, что подтверждается данными опроса информантов, американцы называют *коммунизм*, *социализм*, *капитализм*, *фашизм* - доктрины, далеко не самые актуальные на сегодняшний день для Америки. Эти же идеологии часто даются в качестве примеров в лексикографических источниках. Вместе с тем статус такого явления, как, скажем, *феминизм*, не вполне определен в сознании некоторых носителей языка (т.е. до конца неясно, идеология это или что-то еще). Так, на веб-сайте Feminist.com находим такой вопрос: …is it fair to treat feminism as a full ideology, or is it merely a movement that permeates political discourse?

Получается, что *коммунизм* оказывается хорошим примером идеологии, а *феминизм* не является таковым, больше ассоциируясь с общественным движением. На основании того, какие примеры идеологии приводятся в качестве *типичных*, можно предположить, что в представлении современных носителей языка существует некий прототипический «образ» идеологии: она должна охватывать большое количество людей, иметь солидный возраст, оказывать существенное влияние на ход истории и т.п.

Отдельные категории, имеющие отношение к идеологии, могут также восприниматься через идеальные образцы.

Так, категория «лидер» в сознании большинства людей, скорее всего, соотносится с «идеальным» образом руководителя: справедливым, неподкупным, честным, хорошим оратором, умеющим повести за собой и обладающим харизмой, и т.п. Хорошо известно, что «идеальные» образы политических лидеров, активно тиражируются и эксплуатируются в политической рекламе. Ср., в частности:

1. [Al Gore] … worked as a reporter exposing corruption. Stood against the tide, opposing the Reagan budget cuts on health, education and help for the poor…
2. George W. Bush. A compassionate conservative leader. A fresh start for America.
3. Bill Bradley… was a basketball hero, an Olympic gold medalist … and a U.S. Senator for 18 years (WP, 1999-2000).

Что же касается социальных стереотипов, то их роль в идеологическом мышлении трудно переоценить. Именно этот «продукт» социальной категоризации признается наиболее опасным (что и будет показано в главе 3 в связи с концептуальной оппозицией «Свои» и «Чужие»).

**4. Теория концептуальной метафоры**

В когнитивной лингвистике огромный резонанс получила теория концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона. В противовес классической теории, рассматривающей метафору прежде всего как средство художественной выразительности, «украшение» речи когнитивная наука интерпретирует этот феномен как важнейшую когнитивную операцию над понятиями, способ структурирования понятийной системы.

Как убедительно показывают Дж. Лакофф и М. Джонсон, метафора не является лишь языковым явлением (“…is not a matter of mere language”) (1980:145), напротив, они утверждают, что «наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, является метафоричной по своей сути» (ibid., p. 3). Перечислим кратко основные положения данной теории.

1. Сущность метафоры состоит в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах сущностей другого рода.

2. Понятийная система человека упорядочивается и определяется метафорически. Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека. Поскольку языковое общение базируется на понятийной системе человека, язык выступает как важнейший источник информации о том, что есть эта система.

3. При метафорическом переносе осуществляется «проекция одной концептуальной области в другую, своего рода экспансия концептов области источника [source domain], в результате которой происходит захват и освоение ими новой области – области цели [target domain]», причем «переносится» не изолированное имя (с прямым номинативным значением), а целая концептуальная структура (схема, фрейм, модель, сценарий), активируемая в сознании некоторым словом благодаря конвенциональной связи данного слова с концептуальной структурой.

4. В качестве *базовой* метафоры выдвигается метафора человеческого тела (The mind is inherently embodied).

5. Концептуальные метафоры настолько естественны и так глубоко пронизывают мышление, что, как правило, их «метафоричность» не ощущается и не осознается носителями языка; они понимаются как самоочевидные, как прямое описание тех или иных явлений внутреннего мира человека.

6. Концептуальная метафора дает возможность понять чрезвычайно сложные ситуации, феномены и абстрактные понятия (идеи, эмоции). Большая часть концептуальной системы посвящена осмыслению международных отношений, войны, социально-экономических вопросов, политических дебатов, где избежать метафорического мышления невозможно.

Дж. Лакофф и М. Джонсон выделяют три типа концептуальных метафор: ориентационные, структурные и онтологические.

**Ориентационные метафоры** опираются на пространственные оппозиции типа «верх - низ», «в - из», «внутри – снаружи», «передняя сторона – задняя сторона», «глубокий – мелкий», «центральный – периферийный» и т.д. и придают понятию пространственную ориентацию, например, HAPPY IS UP. Тот факт, что понятие счастья (удачи, успеха) ориентировано на ВЕРХ (the concept of HAPPY is oriented UP), может быть проиллюстрирован таким выражением в английском языке: *I am feeling up today*.

Ориентационные метафоры не являются произвольными, но основаны на физическом и культурном опыте человека. Так, физической основой метафоры CONSCIOUS IS UP; UNCONSCIOUS IS DOWN (Get up. I’m up already. He fell asleep.) является то, что человек и большинство животных спят лежа, а когда просыпаются, - встают. Оппозиция «верх – низ» присутствует в следующих метафорах: health and life are up; sickness and death are down (He’s at the peak of health. His health is declining); more is up; less is down (My income rose last year. His income has fallen).

Большинство важнейших для человека понятий организовано одной или несколькими ориентационными метафорами, которые согласованы между собой. Например, метафора ХОРОШЕЕ – ВЕРХ (GOOD IS UP) задает ориентацию ВЕРХ для общего состояния благополучия, что согласуется с такими метафорами, как СЧАСТЬЕ – ВЕРХ, ЗДОРОВЬЕ – ВЕРХ и т.д.

Система ориентационных метафор соответствует фундаментальным ценностям той или иной культуры. Например, ценностные суждения, принятые в американской культуре (типа утверждения прогресса - *Будущее будет лучше* или карьеризма – *Ваш статус должен повыситься в будущем*), согласованы с метафорами БУДУЩЕЕ – ВЕРХ и ВЫСОКИЙ СТАТУС - ВЕРХ, которые в свою очередь согласованы с пространственной метафорой хорошее - верх. Однако в любой культуре отдельные ее представители, а также социальные группы могут исповедовать другие ценности и, следовательно, живут в соответствии с другой системой метафор (так, для монахов принцип «меньше – лучше» по отношению к материальной собственности является очень важным, но он не разделяется большинством людей).

Важно отметить, что с помощью ориентационных метафор в сознании англоговорящего социума организовано очень большое количество идеологических понятий. Это относится, например, к такому концепту, как «Общественные классы». Так, одним из ярких случаев реализации пространственной метафоры GOOD IS UP по отношению к классовой иерархии является метафора «Принадлежность к привилегированным слоям общества, элите – верх» и наоборот «Принадлежность к низшему классу – низ» (HIGH STATUS IS UP; LOW IS DOWN).

Ср. примеры из НБАРС: the **high** and mighties – великие / сильные / мира сего; in **high** spheres – б) в высших слоях общества; **base** blood – 2. 1) б) низкое происхождение; **high** blood – родовитость, аристократическое происхождение; the **lower** [**higher**] orders – низшие [высшие] слои общества; **top**-bracket *a* принадлежащий к элите или высшему эшелону власти; **top**-drawer / **top**-hat / *a* *разг*. принадлежащий к высшему обществу; **high** places – высший свет; **high**born *a* знатного происхождения: **low**born *a* низкого происхождения; the **top** of society – элита / сливки общества; the **lower** ranks of life, the **lower** walks of life – *разг*.

низшие слои общества; the **upper** class – а) аристократия, дворянство; б) высшее сословие, высшие слои общества; **lower**-class origin – происхождение из низов; **high** life – светское общество, высший свет; светская жизнь.

«Верх» и «низ» в данном контексте имеют вполне определенные, обусловленные данной культурой, коннотации, закодированные в общей формуле GOOD IS UP, BAD IS DOWN: высокое общественное положение соотносится в сознании с безбедным существованием, возможностью не работать (или мало работать), высокими моральными качествами, образованностью, властью, а принадлежность к низшим классам ассоциируется с бедностью, тяжелой работой, преступностью, безнравственностью, зависимым положением и т.п. Ср. ЛСВ следующих лексических единиц:

|  |  |
| --- | --- |
| **lowlife** I *n* | 1. 1) жалкое существование; дно жизни 2) человек из низов общества 2. *разг*. подонок; опустившийся тип, босяк |
| **underclass** *n* | низшие слои общества; беднота |
| **overworld** *n* | 1. уважаемые, добропорядочные граждане 2. избранные; привилегированная часть общества, элита 3. небеса, царство небесное, рай |

Пространственные концепты «впереди» и «сзади» участвуют в формировании таких понятий, как «прогрессивные/ устаревшие/ взгляды» (ср.: **advanced** ideas – передовые, прогрессивные идеи; **forward** movement – прогрессивное движение; to have a **back** view of something – иметь отсталые взгляды): движение вперед и назад в сознании представителей многих культур соотносится с прогрессом и регрессом соответственно. Но, пожалуй, одним из центральных ориентационных концептов в структурировании понятий сферы «идеология» является концепт «противопоставленный», «противостоящий». Именно он лег в основу таких базовых идеологических терминов, как *opposition*, *oppose*, *oppositionist*, *opposing* (**opposing** votes, to be in **opposition**, to **oppose** the government, they are diametrically **opposed** to one another).

Cр. другие идеологические понятия, имеющие в своей структуре пространственный компонент: **intra**party *a* внутрипартийный; **out**party *n* политическая партия, не стоящая у власти; оппозиционная партия; **extreme** *a* 3. крайний, экстремистский; to hold **extreme** views – придерживаться крайних воззрений, быть экстремистом; **out** *n* 1. (the outs) *pl парл. разг*. оппозиция; the **ins** and **outs** – правительственная партия и оппозиция; **turnabout** *n* 2. 1) изменение позиции, взглядов и т.п.; переход на другую сторону; **backslide** *n* 1) *рел.* вероотступничество 2) отступничество, ренегатство; **crossover** *n* 4. *полит.* переход из одной партии в другую; **go over** *phr v* 4. 2) переходить (в другую партию, веру и т.п.); примкнуть (к другой организации).

**Структурные метафоры**, в отличие от других типов концептуальных метафор, дают «возможность использовать одно высоко структурированное понятие для структурирования другого». Анализируя метафору ARGUMENT IS WAR, которая в языке представлена в многочисленных выражениях (*Your claims are indefensible; I demolished his argument* и мн. др.), авторы подчеркивают, что многие аспекты спора в американской культуре частично осмысляются, упорядочиваются и осуществляются в понятийных терминах войны (победа в споре, атака, противник), и потому о нем говорят, используя «военную терминологию» (причем в других культурах для осмысления этого понятия могут использоваться совсем другие метафоры). TIME IS MONEY (*You are wasting my time*); IDEAS ARE FOOD (*The class gave me food for thought*); LOVE IS JOURNEY (*We are at a crossroads in our relationship*) – также являются примерами структурных метафор.

Важной особенностью данного типа метафор является их способность «освещать» одни и «затемнять» (маскировать) другие аспекты того или иного понятия (например, спор – это не только «война», но и «сотрудничество» и т.п.) и давать, таким образом, лишь его частичное видение. В отдельных случаях это позволяет использовать метафоры в целях манипуляции сознанием, способствуя выработке одностороннего понимания какой-либо сложной проблемы.

**Онтологические метафоры** помогают осмыслить события, действия, эмоции и идеи как дискретные, чувственно воспринимаемые объекты и сущности. Наиболее распространенная онтологическая метафора – метафора ПЕРСОНИФИКАЦИИ (*His religion tells him…; The fact argues…*), причем в каждом случае выбирается особый ракурс рассмотрения человека, например, возраст, характер, социальная роль и т.п.

Метафора ВМЕСТИЛИЩА (CONTAINER) также является важнейшей онтологической метафорой. Ее значение в осмыслении опыта обусловлено физической сущностью человека, который представляет собой некое вместилище, ограниченное поверхностью тела и наделенного способностью ориентации типа «внутри – вне». Эта ориентация переносится на другие физические объекты, многие из которых также могут рассматриваться как вместилища (*комнаты, дома, булыжник, лесная поляна*). Поле зрения (visual field) – это тоже своего рода вместилище для человека, а то, что попадает в поле зрения, – его содержимое. Отсюда – концептуальная метафора ПОЛЕ ЗРЕНИЯ – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ (The ship is coming into view; I have him in/ out of/ sight).

Особый интерес представляют более поздние работы Дж. Лакоффа, в которых он обращается к метафорическому анализу сферы международных отношений, войны, политики, идеологии. Так, в статье “Metaphor and war: The metaphor system used to justify War in the Gulf” (1991), детально проанализировав метафоры времен войны в Персидском Заливе, исследователь приходит к выводу, что именно стройная система метафор помогла американским властям оправдать эту войну в глазах общественности.

Дж. Лакофф пишет: “Metaphors can kill. The discourse over whether to go to war in the gulf was a panorama of metaphor. Secretary of State Baker saw Saddam Hussein as “sitting on our economic lifeline”. President Bush portrayed him as having a “stranglehold” on our economy. General Schwarzkopf characterized the occupation of Kuwait as a “rape”… The President said that the US was in the gulf to “protect freedom, protect our future, and protect the innocent”… Saddam Hussein was painted as Hitler” (Lakoff, 1991). Автор подчеркивает, что понять систему метафор (metaphorical thought), способствовавшей тому, что американцы оказались втянуты в эту войну, является жизненно важным.

В своей работе Дж. Лакофф делает акцент на следующих метафорах:

The State-as-Person System: государство концептуализируется как человек, вовлекаемый в общественные отношения внутри мирового сообщества. Его земля (land-mass) – это его дом; у него есть соседи, друзья, враги. У государства (как и у человека) – особый характер (мирный, агрессивный и т.п.).

Well-being as Wealth: Общее благосостояние государства осмысляется в экономических терминах. Сила государства – военная мощь, а зрелость государства-человека – индустриализация. С этой точки зрения, страны третьего мира считаются недоразвитыми и незрелыми; к индустриализации, как к «естественному» состоянию, они должны прийти.

Интерес представляет также анализ применения в этой ситуации многочисленных военных метафор: War is a violent crime; War is a competitive game; War as medicine и др. Но, пожалуй, одним из главных моментов, на который обращает внимание Дж. Лакофф, является «сказка о справедливой войне» (“the fairy tale of the just war”), созданная в ходе войны, по сценарию которой Америка (в лице Дж. Буша) концептуализировалась как герой (America as Hero, Savior и т.д.); Ирак (в лице С. Хуссейна) – как злодей (Villain) (ср. лексические единицы, характеризующие С. Хуссейна – Baghdad’s Butcher, another Adolf Hitler, monster, madman, moron), а Кувейт – как невинная жертва (Victim), которую потом «спасает» герой.

Умело использованные метафоры, освещающие одни и затемняющие другие аспекты сложной ситуации кризиса в Персидском Заливе, не могли не оказать влияния на общественное сознание. Первая телевизионная война XX века была выиграна с помощью метафоры, как считают исследователи. «Без стереотипов и метафор, или без “language as loaded weapon” (Bolinger), было бы гораздо сложнее убедить мир в неизбежности использования настоящего оружия (virtually loaded weapon) – томагавков и крылатых ракет, чтобы заставить Ирак подчиниться (по требованию США) решениям ООН» (Sandikcioglu, 1999).

В книге “What Conservatives Know That Liberals Don’t” (Lakoff, 1996) Дж. Лакофф находит объяснение политическим взглядам американских консерваторов и либералов в метафоре идеальной семьи (Nation-as-Family metaphor). Однако у представителей этих двух политических партий имеется разная версия идеальной семьи: у консерваторов – “The Strict Father Model”, а у либералов – “The Nurturant Parent Model”. Автор утверждает, что общая метафора НАЦИЯ – ЭТО СЕМЬЯ проецирует эти модели в политику. Семейная мораль (family-based morality) помогает объяснить, почему взгляды либералов и консерваторов образуют стройные системы, а также кажущиеся противоречия в них. Так, либералы не понимают, как активисты, выступающие против абортов (anti-abortion “right-to-life”), могут одобрять смертную казнь, им трудно ответить на вопрос, почему консерваторы борются с насилием в СМИ и вместе с тем добиваются права носить оружие и т.п.

Оказывается, необходимо разобраться в той форме метафорического мышления, которая вносит смысл в системы ценностей консерваторов и либералов. Центральной для концептуализации сферы морали является метафора Moral Accounting (Keeping the Moral Books), реализующаяся в небольшом количестве «моральных схем» (“moral schemes”): ответное действие (reciprocation), возмездие (retribution), месть, альтруизм и др., которые имеют разные приоритеты у консерваторов и либералов, что создает две радикально противоположные системы морали. Так, у консерваторов наибольший приоритет имеет метафора Moral Strength (being good is being upright; being bad is being low; doing evil is falling), Moral Authority, Morality is Obedience, а у либералов – Morality as Empathy, Nurturance, Happiness. Дж. Лакофф доказывает, что такие разные метафоры являются следствием существования различных моделей идеальной семьи в сознании либералов и консерваторов.