

УДК 81'42

Г. И. Михайлюк,

Высшая школа дизайна и архитектуры,

Пятигорский государственный университет, Ставропольский край

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Е. В. Милетова

Роль метафоры в англоязычных текстах об искусстве и дизайне

Аннотация. Статья посвящена изучению роли метафоры в англоязычных текстах об искусстве и дизайне. Материалом исследования послужили 50 англоязычных текстов, опубликованных в журнале *The Art of Design*. Опираясь на результаты практического анализа, автор подчеркивает значимость метафоры в контексте процесса создания особого эмоционального фона и экспрессии, а также при передаче отношения и оценки предмета обсуждения посредством аналогии между двумя элементами.

Ключевые слова: английский язык, дизайн, искусство, метафора, СМИ, речевое воздействие, текст.

Изучение специфики языка средств массовой информации (СМИ) ведется давно и не теряет актуальности с течением времени в силу динамичности жизни и происходящих в ней событий и процессов. Регулярный и неослабевающий интерес исследователей к данному вопросу обусловлен в том числе возрастающей ролью СМИ в социуме и их значимостью в формировании общественного мнения, вкусов, идеалов и ценностей [4; 5]. В настоящее время издаваемые газеты и журналы варьируются по тематике и содержанию, могут быть представлены как в печатных, так и в электронных СМИ. Особая специфика современных изданий в том, что они оказывают сильное воздействие на точку зрения людей, оставляют то или иное впечатление, достигаемое с помощью экспрессивной окраски суждений и использования различных средств речевой выразительности. Публицистические тексты об искусстве приобретают всё большую популярность во многом благодаря яркому, образному языку, понятному широкой аудитории [3].

Эмоциональное воздействие достигается с помощью использования спектра языковых средств, позволяющих передать мысли, чувства и эмоции автора. Отметим, что метафора как скрытое образное сравнение, уподобление одного предмета, явления другому выступает одним из самых распространенных и часто встречающихся средств; ее задача — произвести мыслительную операцию на основе ассоциации [1; 2], наполнить публицистический текст образностью, яркостью и тем самым оказать воздействие на получателя информации [5].

Анализ фактического материала показал, что в процессе описания предметов и явлений в пространстве искусства и дизайна авторы текстов используют определенные виды ассоциаций, например, с человеком и его способностями, природными состояниями и т. д. В трудах отечественных ученых подобные метафоры получили соответствующие названия: антропоморфные, природоморфные, социоморфные, артефактные [5]. Данная классификация применима и при изучении англоязычных текстов об искусстве и дизайне.

В масштабе нашей выборки, включающей 50 англоязычных текстов, были отмечены аналогии с человеком, результатами деятельности, природными явлениями и т. д. Далее на конкретных примерах рассмотрим специфику употребления метафоры в указанных текстах и определим наиболее частотные ассоциации, создаваемые авторами.

Начнем с самого распространенного случая употребления метафоры, в основе которой аналогия «продукт — это результат деятельности». Приведем пример: “*The Palissandro bathroom with an open-book pattern is an ode to the harmony between human creativity and the beauty of nature*” [7] (здесь и далее курсив наш. — Г. М.). Ванная комната ассоциируется с *одой* (*ode to the harmony*) — творением, создаваемым человеком. Очевидно, что при помощи метафоры автор текста дает высокую оценку предмету обсуждения и призывает читателя обратить внимание на данный факт и принять информацию к сведению.

В следующем отрывке также фиксируем использование метафоры: “It’s an exquisite marble

known for its delicate cream tones and subtle veins, making it *the perfect choice for creating a well-being sanctuary* like this domestic Spa located within a castle in Germany” [7]. Согласно тексту, домашний спа-центр предстает перед читателями в виде умиротворенного храма (*sanctuary*), излучающего благополучие. Полагаем, что метафора в данном контексте призвана заявить читателям (потенциальным потребителям) о новой технологии, показав преимущества ее использования.

Вторую разновидность метафоры составляют примеры, основанные на ассоциации с различными формами общественной жизни, подразумевающие то или иное взаимодействие участников или целой группы, например, любовь, война, театр и т. д. Приведем пример: “*The well-known furniture and decoration Taiwanese has chosen Boca to Lobo pieces to be the stars of this project*” [6].

В данном примере элементы декора и интерьера отождествляются со звездами (*stars of this project*), подобно тем, которые выступают на сцене в рамках шоу. Такая характеристика предметов усиливает эффект воздействия на целевую аудиторию, подчеркивает их популярность и значимость, а также свидетельствует о престиже и высоком качестве продукта.

Не менее значима в выборке группа метафор, реализующих аналогию с человеком, его способностями и даже частями тела. Обратимся к примеру: “*The kitchen is the heart of the home, and natural stone elements add a touch of elegance to this space, complementing both classic and modern kitchens*” [7].

В представленном примере отмечаем употребление метафоры *kitchen is the heart of the home*, в соответствии с которой кухня — *сердце* дома, т. е. его центральный и неотъемлемый элемент. Очевидно, что автор статьи использует данную аналогию с целью подчеркнуть роль кухни в пространстве дома. Помимо этого, заслуживает внимания идея о том, что использование природного камня в интерьере кухни добавляет помещению *изысканности (elegance)*, что также сближает описываемый продукт с человеком, которому характерно указанное качество.

В выборке присутствуют метафорические употребления, основанные на аналогии с природой, придающие контексту особую образность. Приведем пример: “*Selecting the right marble can transform these areas into oasis of comfort, luxury, and well-being*” [7].

Согласно тексту, использование определенных интерьерных материалов превращает комнату в *oasis* комфорта и роскоши (*oasis of comfort, luxury*). Полагаем, что такая ассоциация используется автором целенаправленно для оказания воздействия на читателя и фиксации запоминающегося образа в его сознании на основании его представлений об оазисе.

Подводя некоторые итоги, отметим, что метафора в англоязычных текстах об искусстве и дизайне играет важную роль, ее главное предназначение сводится к оказанию речевого воздействия на аудиторию с целью последующего формирования у адресата особого мировоззрения, вкусов, идеалов и ценностей.

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова и Н. А. Морозовой ; под ред. А. Н. Баранова. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.

2. Милетова Е. В. Метафорические модели с участием имен прилагательных, реализуемые в современном англоязычном религиозном дискурсе // *Филологос*. — 2014. — № 20 (1). — С. 41–50.

3. Милетова Е. В. Профессиональная коммуникация художников: анализ терминосистемы (на материале английского языка) // *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики*. — 2021. — № 14. — С. 97–104.

4. Милетова Е. В., Чалая. Ю. П. Процесс метафоризации в дискурсе СМИ (на материале британской газеты *The Guardian*) // *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики*. — 2022. — № 15. — С. 125–134.

5. Чудинов А. П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие / отв. ред. М. Н. Володина*. — М. : Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2004. — Т. 2. — С. 175–197.

6. An Extravagant and Luxury Penthouse in Taiwan by Edicom Corp // *Boca do Lobo* : [сайт]. — URL: <https://www.bocadolobo.com/blog/furniture/an-extravagant-and-luxury-penthouse-in-taiwan-by-edicom-corp/> (дата обращения: 29.11.2023).

7. 3 Creative Ways to Incorporate Marble into Your Interior Design Projects by Pistore Marmi // *The Art of Design* : [сайт]. — 2023. — 29 сент. — URL: <https://www.theartofdesignmagazine.com/3-creative-ways-to-incorporate-marble-into-your-interior-design-projects-by-pistore-marmi/> (дата обращения: 29.11.2023).