

УДК 811.11

ВЫЯВЛЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕТАФОРЫ В TED-ЛЕКЦИЯХ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

О. В. ДУБЯГО
(Представлено: Е. М. ЧЕБОТАРЕВА)

В работе представлена характеристики медийного экологического дискурса, в частности такого его жанра как TED-лекции. Определены функции метафор в дискурсе. Проведен анализ взаимосвязи речевого воздействия с плотностью метафор и их распределением в различных частях композиционной структуры текста, что позволило установить закономерности в использовании метафор как средства усиления воздействия на адресата и улучшения восприятия информации.

Медийные коммуникации играют ключевую роль в формировании общественного мнения к глобальным проблемам в отношениях «человек – природа». В условиях информационной перегрузки и борьбы за внимание аудитории особое значение приобретает способность медиатекстов эффективно воздействовать на восприятие и поведение читателя или зрителя. Одним из таких средств речевого воздействия на реципиента, используемых в медийном экологическом дискурсе, является метафора.

Метафора – это не просто украшение речи, а важное средство концептуализации и категоризации, через которые происходит субъективная интерпретация окружающей действительности участниками дискурсивного процесса. В связи с чем исследование функционально-воздействующего потенциала метафоры как средства формирования образа экологической ситуации в медийном экологическом дискурсе и создания у реципиентов определённого отношения к антропогенно-техногенным катастрофам приобретает особую актуальность.

Объектом исследования является медийный экологический дискурс.

Предметом исследования является метафоричность как специфическая характеристика дискурса, детерминирующая его речевое воздействие.

Цель работы – выявить взаимосвязь функционирования метафор в TED-лекциях экологической направленности и речевого воздействия.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- выявить основные характеристики медийного экологического дискурса;
- определить функции, которые выполняют метафоры в дискурсе;
- проанализировать взаимосвязь речевого воздействия с плотностью метафор в тексте TED-лекций;
- выявить взаимосвязь речевого воздействия с распределением метафор в различных частях композиционной структуры текста TED-лекций.

Методы исследования включают: метод сравнительного анализа и сопоставления различных источников и примеров, метод идентификации метафор MIP (Metaphor identification procedure), индекс плотности метафор MDI (Metaphor density index), индекс метафоричности и внешней структуры текста MStI(ex) (Metaphor Structural Index external), интерпретативный и структурно-коммуникативный анализ.

В ходе исследования медийный экологический дискурс был охарактеризован по критериям В.И. Карасика [1, с. 209]. Участниками являются журналисты и аудитория (читатели, зрители, слушатели), а также экологические эксперты и широкая общественность. Хронотоп охватывает письменную коммуникацию (печать, интернет) и устную (телеvisãoдение, радио). Цель – информировать и побуждать к действиям в сфере охраны природы, формировать осведомленность о проблемах экологии. Ценности дискурса выражаются через защиту природы, ответственность перед будущими поколениями и устойчивое развитие. Стратегии заключаются в освещении экопроблем, анализе причин и последствий, информировании о мерах и побуждении к участию в экологических инициативах (акции, участие в охране природы). Тематика включает вопросы изменения климата, загрязнения окружающей среды, утраты биоразнообразия, устойчивого развития. Жанры дискурса варьируются от публицистических материалов (статей, репортажей) до политico-агитационных текстов (выступлений, призывов) и рекламных материалов (плакатов, слоганов). Прецедентные тексты и дискурсивные формулы выражаются через отсылки к культурным фрагментам, научным теориям и экологическим законам, а также посредством интертекстуальности. Стилистическими маркерами языка экологического дискурса выступают метафоры, гиперболы, риторические вопросы и повторения, усиливая у адресата эмоциональное восприятие экологических угроз.

В исследовании были рассмотрены подходы различных ученых к определению проблемы речевого воздействия метафор (В. Оттати, Р. Ренстром, П. Сопори, С. ван Стее), реализации их функционального потенциала, методу его выявления и анализа (Е.В. Иванова, О.И. Калинин, К. де Ландтсхеер,

В.К. Харченко) в дискурсе. На основе существующих теорий были выделены следующие функции метафор, характерные для экологического дискурса, в частности жанра публичных TED-лекций: информативная, идентификационная, суггестивная, объяснительная, эмоционально-оценочная, персузивная, аттрактивная, мнемоническая, этическая, игровая. TED-лекции информируют, разъясняют с опорой на анализ и оценки, убеждают, воздействуя рационально и эмоционально, развлекают, побуждают к действию. Метафоры в них явление совершенно не редкое, однако в большинстве своем это тривиальные, устоявшиеся и широко известные выражения, ибо оригинальные тропы сложно декодировать, и они могут отвести внимание аудитории от ключевой дискуссионной проблемы. Даже единичное уместное использование метафор способно существенно изменить подход к оценке сложных социальных проблем, влияя на сбор и анализ информации для принятия решений, при этом эффективность метафор во многом определяется особенностями восприятия, социальными и культурными характеристиками аудитории.

Материалом исследования послужили восемь TED-лекций на экологическую тематику общей продолжительностью 82 минуты, в текстовом объеме 12489 слов. Отобранные TED-лекции демонстрируют различные подходы к представлению экологических проблем – от вопросов изменения климата до сокращения продовольственных потерь и отходов, и последствий пластикового загрязнения.

Отметим, что формат TED-лекций характеризуется универсальностью и широким охватом тематик, что позволяет использовать его для анализа современных форм коммуникации. Г. Калиендо и А. Компаньоне дают следующее определение TED-лекций: «TED talks – это серия коротких ораторских выступлений продолжительностью 20 минут, адресованных широкой аудитории и представляемых ведущими специалистами в различных областях. Название TED является аббревиатурой от Technology (технологии), Entertainment (развлечения) и Design (дизайн) – трёх первоначальных направлений, в рамках которых проводились первые лекции. Все выступления доступны бесплатно в видеоформате на официальном сайте некоммерческой организации, цель которой заключается в продвижении “идей, достойных распространения”. Платформа TED представляет собой новую прагматическую площадку, позволяющую экспертам делиться знаниями за пределами узких профессиональных сообществ и охватывать две аудитории: участников конференций и пользователей интернета. Благодаря своим особенностям TED можно расценивать как гибридный веб-жанр, находящийся на пересечении таких форматов, как университетская лекция, конференция и телевизионный документальный фильм» [2, с. 105].

Процедура исследования взаимосвязи речевого воздействия с плотностью метафор и их распределением в частях композиционной структуры текста отобранных лекций включала несколько этапов: 1) выявление всех метафор в тексте с использованием метода MIP; 2) определение показателя плотности метафор (MDI) в каждой из отобранных TED-лекций; 3) сопоставление полученных индексов плотности метафор с количеством просмотров каждой из TED-лекций; 4) анализ реализации воздействующего потенциала ключевых метафор в текстах лекций с высоким индексом частотности метафор; 5) определение внешней структуры текста TED-лекции; 6) определение структурно-коммуникативного воздействия метафор в отобранных TED-лекциях.

С помощью метода идентификации метафор MIP было выявлено 156 метафорических выражений. Далее мы определили показатель плотности метафор MDI в каждой из отобранных TED-лекций по формуле, предложенной К. де Ландсхеер [3]:

$$MDI \text{ (metaphor density index)} = \frac{n_{\text{met}} \times 100}{n_{\text{words}}}$$

где n_{met} – количество метафор;

n_{words} – количество слов в тексте.

Индекс частотности метафор MDI отражает среднее количество метафор на 100 слов текста.

Далее мы сопоставили полученные индексы плотности метафор с количеством просмотров. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Влияние плотности метафор на количество просмотров TED-лекций

Название лекции	Плотность метафор (MDI)	Количество просмотров (млн.)
What to do when climate change feels unstoppable	1,9	2
Love, sorrow and the emotions that power climate action	1,7	1,4
A menu of foods we might lose forever	1,6	0,51
The problem with food and climate – and how to fix it	1,4	0,49
Let's fix food waste and hunger	1,1	0,05
The global food waste scandal	0,8	0,32
What can we do to reduce food waste?	0,8	0,21
Tough truths about plastic pollution	0,6	0,13

Проведённый сравнительно-сопоставительный анализ выявил зависимость между метафорической плотностью (MDI) и количеством просмотров TED-лекций. Лекции с показателями MDI 1,7–1,9 набрали от 1,4 до 2,0 млн просмотров, что указывает на наличие взаимосвязи между числом метафор и зрительской реакцией. При снижении метафорической плотности (MDI 1,4–1,6) число просмотров сократилось до 490–510 тыс., а при минимальных значениях (MDI 0,6–0,8) показатели варьировались от 130 до 320 тыс. просмотров. Полученные результаты можно объяснить тем, что высокая плотность метафор повышает привлекательность текста и усиливает его воздействие на аудиторию, способствуя более эффективному восприятию сложной информации и обогащая речь выразительными средствами. При этом стертые метафоры делают речевое сообщение более понятным и легким для восприятия посредством снижения сложности воспринимаемого сообщения и повышения качества воспринимаемых аргументов. Индивидуально-авторские метафоры позволяют увеличить эмоциональную привлекательность сообщения и возбудить воображение аудитории, тем самым улучшая эмоциональное восприятие речевого сообщения.

Однако отметим, что наличие метафор не всегда гарантирует высокий уровень речевого воздействия, особенно если их содержательная направленность не соответствует тематике лекции или не способствует практическому осмысливанию представляемых проблем, например, TED-лекция “Let’s fix food waste and hunger” с показателем MDI 1,1 набрала всего 50 тыс. просмотров. Мы сделали вывод, что необходим сбалансированный подход, при котором частота и содержание метафор адаптируются в зависимости от характеристик аудитории и целей коммуникации.

Мы также установили, что эффективность речевого воздействия метафор тесно связана с их расположением в тексте. Анализ выборки показал, что из 156 метафор 19 (12%) встречаются во вступлении, 95 (61%) – в основной части и 42 (27%) – в заключении. Метафоры во вступлении закладывают основу проблемы, способствуют её концептуализации, снижают критичность восприятия и активируют когнитивные ресурсы слушателей, что помогает осознать актуальность проблемы и уменьшает вероятность появления контраргументов. В основной части лекции метафоры усиливают аргументацию, устанавливая эмоциональный контакт и укрепляя доверие к оратору, а в заключении метафоры повторно акцентируют внимание на проблеме, усиливая её значимость и обоснование, что делает их эффективным инструментом убеждения. Стоит отметить, что при порождении речевого сообщения автор будет подсознательно стремиться использовать больше метафор для описания позиции, наиболее близкой ему.

Структурно-коммуникативный анализ распределения метафор с использованием индекса MStI(ex) [21, с. 244] показал, что использование метафор разных частях композиционной структуры текста отражает разные функции метафоры: во введении – идентификационную, в основной части – суггестивную и аттрактивную, в заключении – персуазивную. В 75% текстов персуазивная функция (индекс выше 1,5) является доминирующей, в 12,5% преобладает суггестивная функция (индекс ниже 1,5), а переходный характер воздействия (индекс равен 1,5), характеризующийся одновременным влиянием на понимание проблемы и функцию убеждения, зафиксирован в 12,5% текстов.

В TED-лекциях на экологическую тематику метафоры играют решающую роль в донесении экологических проблем, таких как изменение климата, загрязнение окружающей среды и уграта биоразнообразия. Через яркие и доступные образы ораторы не только иллюстрируют масштаб угроз, но и формируют в воображении аудитории картину надвигающейся экологической катастрофы, что побуждает людей к активным действиям по защите природы. Метафоры оказывают воздействие на аудиторию через объяснятельно-информационную функцию, посредством которой сложные экологические концепты упрощаются и становятся доступными для понимания, что позволяет детально разобраться в причинах и механизмах экологического кризиса. Например, посредством метафоры “*landfills don’t biodegrade food – they mummify it*” оратор сравнивает естественный процесс разложения с процессом мумификации – пища на свалках не разлагается естественным образом, а сохраняется в неподобающих условиях, напоминающих сохранение тела в гробнице. Вместо того чтобы питательные вещества возвращались в экосистему, они «консервируются» в виде замороженных во времени масс. Данная метафора подчёркивает долгосрочные негативные экологические последствия неэффективного управления пищевыми отходами и усиливает суггестивно-персуазивное воздействие на аудиторию.

Метафоры выполняют этическую функцию, напоминая слушателям о моральной ответственности перед природой и подчеркивая обязательство каждого участвовать в решении глобальных проблем. Например, метафора “...we were *devouring* the Earth” описывает неумолимое потребление природных ресурсов, сравнивая экспансию с актом поедания, в котором планета становится пищей для жадного организма. Человеческая деятельность буквально «пожирает» природу, лишая её возможности восстановиться. Образ чудовищного существа, поглощающего всё живое, передает концепцию саморазрушения и нарушения экологического баланса. Оратор призывает пересмотреть наше отношение к планете и напоминает о необходимости поиска стратегий устойчивого развития.

Метафоры выполняют эмоционально-оценочную функцию, вызывающую чувство тревоги и страдания. Например, “*Salmon are also having a really tough time. We all know their epic journeys up rivers to spawn*”. Здесь оратор использует олицетворение: лососям приписываются человеческие качества, выраженные в фразе “*having a really tough time*”. Описание их «эпических путешествий» в поисках мест для нереста выходит за рамки биологической миграции и символизирует борьбу за выживание в суровых условиях, вызванных изменениями климата. Данная метафора подчёркивает необходимость активных мер по сохранению естественной среды обитания данного вида.

Метафоры в экологическом дискурсе в большинстве случаев обладают негативной эмоциональной окраской, как видно из примеров выше, однако существуют отдельные случаи их употребления в игровой функции. Так, например, метафора “*fishing frogs from the toilet*” стирает границу между цивилизацией и природой, передаёт ощущение детского восхищения и напоминает, что природа может проникнуть даже в самые неожиданные уголки.

Идентификационная функция способствует постановке проблемы и определяет тему высказывания, что позволяют аудитории быстро определить суть вопроса и установить с оратором эмоциональный контакт. Так, метафора “*the gyre of plastic in the supermarket*” образно передаёт идею замкнутого цикла, в котором пластик становится неотъемлемой частью повседневной жизни. Термин “гуге”, изначально обозначающий природный процесс – водоворот в океане, где собирается мусор, приобретает новое значение в контексте супермаркета. В данном случае “гуге” символизирует нарастающий и повторяющийся процесс накопления пластиковых отходов, когда практически все товары упакованы в пластик. С помощью этого образа автор напоминает, что проблема загрязнения пластиком распространяется не только на океаны, но и на места, где люди ежедневно совершают покупки.

Мнемоническая функция способствует запоминанию ключевых концептов и идей, проводя, например, образную аналогию с пазлом: “*This is the most stubborn and difficult part of the whole climate puzzle*”. Здесь одна из ключевых проблем климатического кризиса сравнивается с «упрямой» деталью сложной головоломки, что делает её критически важной для решения всего вопроса. Такое сравнение наглядно демонстрирует, что даже при успехе в решении многих аспектов, одна нерешённая проблема способна остановить или замедлить общий прогресс.

Аттрактивная функция посредством ярких экспрессивных образов привлекает внимание аудитории и усиливает эмоциональное восприятие представленного материала. Например, в метафоре “*...sleepwalking, even though the science tells us that we're hurtling toward the cliff*” образ «бессознательного сна» метафорически описывает общество, погруженное в повседневную рутину и не осознающее надвигающейся опасности, несмотря на научные данные. «Падение с обрыва», в свою очередь, отражает стремительность и неизбежность наступления экологического кризиса.

Таким образом, комплексное использование метафор в TED-лекциях позволяет не только доступно передать сложные экологические концепты, но и эффективно воздействовать на аудиторию для личного и общественного участия в защите природы и формирования устойчивого общественное сознания, в котором каждый осознаёт свою роль в поддержании экологического баланса.

Мы пришли к выводу, что метафоры являются стратегически важным риторическим инструментом в экологическом медиадискурсе, способствующим формированию представления об актуальных проблемах и усилинию аргументации посредством эмоционально-когнитивного воздействия на аудиторию. Исследование показало, что оптимальное распределение метафор по структуре текста улучшает восприятие сообщения, а высокая плотность метафор, особенно с персуазивной функцией, напрямую коррелирует с более активной реакцией аудитории, что подтверждается статистикой просмотров TED-лекций. В конечном итоге, метафора является действенным средством формирования общественного мнения и повышения воздействия экологических сообщений, и ее успех зависит от умелого сочетания различных факторов и индивидуального подхода к целевой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик, В.И. Дискурс / В.И. Карасик // Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – Гл. 3. – С. 188–297.
2. Caliendo, G. Expressing epistemic stance in university lectures and TED talks: a contrastive corpus-based analysis / G. Caliendo, A. Compagnone // Lingue e Linguaggi. – 2014. – Vol. 11. – P. 105–122.
3. Landtsheer, C. De. Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor / C.De. Landtsheer // Metaphor and Discourse / ed.: A. Musolff, J. Zinken. – London: Palgrave Macmillan, 2009. – P. 59–78.
4. Калинин, О.И. Функциональный потенциал метафоры в дискурсе: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / О.И. Калинин. – Москва, 2022. – 480 с.