

МЕТАФОРИЧНОСТЬ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

С. А. Дубинко

Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, dubinko@bsu.by

В данной работе метафоричность рассматривается как явление, проникающее в сферу повседневной жизни, делового и профессионального общения через наше мышление и поступки, определяя специфику языка данной культуры. Поскольку коммуникация основана на концептуальной системе, определяющей наши действия и поступки, отражая ценности и мировоззрения разных культур, язык является важным источником того, как структурируется процесс человеческого мышления в целом и в различных культурах – в частности. Изучение базовых когнитивных метафор в различных культурах с учетом ценностей, укоренившихся в этих культурах, может пролить свет коммуникативную специфику данной культуры, а также на особенности концептуальной структуры английского дискурса.

Ключевые слова: метафоричность; концептуальная система; когнитивная метафора; монохронные культуры; полихронные культуры; культуры, ориентированные на деятельность; культуры, ориентированные на гармонию личных отношений; ценности; убеждения.

METAPHORICITY IN INTERCULTURAL ASPECT OF BUSINESS COMMUNICATION

S. A. Dubinko

Belarusian State University,
4 Nezavisimosti ave., Minsk, 220030, Republic of Belarus, dubinko@bsu.by

Metaphoricity is seen as a phenomenon that penetrates the sphere of everyday life, business and professional communication through our thinking and actions, determining the specifics of the language of a given culture. Since communication is based on a conceptual system that determines our actions and behaviour, reflecting the values and worldviews of different cultures, language is an important source of how the process of human thinking is structured in general and in different cultures in particular. The study of basic cognitive metaphors in different cultures, taking into account the values ingrained in these cultures, can shed light on the communicative specifics of a given culture, as well as on the features of the conceptual structure of English discourse.

Key words: metaphoricity; conceptual system; cognitive metaphor; monochromic cultures; polychromic cultures; doing-oriented cultures; being-based cultures; values; beliefs.

В основе нашего рассмотрения метафоричности в сфере делового и профессионального общения лежит взгляд на метафору не только как характерную особенность языка, а как явление, которое глубоко проникает в сферу нашей деловой и повседневной жизни через наше сознание и действия [1, с. 4]. Наша концептуальная система является изначально метафоричной по своей природе, а языковая метафора отражает базовый когнитивный механизм. Концептуальная система играет важную роль в определении реалий, которые нас окружают, а также взглядов и мировоззрений, в основе которых лежат фундаментальные ценности каждой культуры. Ценности, глубоко укоренившиеся в разных культурах, отражаются в базовых когнитивных метафорах языка, и их изучение может пролить свет на коммуникативную специфику данной культуры. На примере концепта “*argument*” (аргумент, спор) и концептуальной метафоры “*argument is war*” (спор-война) Дж. Лакофф приводит ряд выражений, в которых отражена эта метафора: “*He attacked every weak point in my argument*” (Он атаковал все слабые положения моего аргумента), “*He shot down all my arguments*” (Он разбил все мои доводы). Хотя нет физической битвы, есть вербальная битва, и структура аргумента (атаковать, защищать, подвергать контратаке) отражает это в языке. Таким образом, метафора “*argument is war*” (спор-война) структурирует наши действия, которые мы осуществляем в споре. Метафора как лингвистическое выражение возможна потому, что существуют метафоры в концептуальной системе человека и, соответственно, язык метафорически структурирован [1]. И здесь важно подчеркнуть, что различные культуры по-разному расставляют приоритеты в ценностной картине мира. Это отражается и в отношении ко времени в бизнесе, достижениям, карьере: “*doing-oriented*” (культуры, ориентированные на деятельность, результат) и “*being-based*” (культуры, ориентированные на гармонию личных отношений).

В классификации метафор, представленной в работах Дж. Лакоффа, М. Джонсона и М. Тернера [1, 2], отражены различные сферы деятельности: международные отношения, экономика и т.д. Государство, например, может быть представлено как личность (братья, соседи).

Предметом исследования являются также метафоры движения, метафоры чувственного восприятия, времени [3, с. 193]. Некоторые метафоры настолько укоренились в человеческой концептуальной системе, что их уже не рассматривают как образные выражения: “*Do you follow my argument?*” (Вы следуете моим аргументам?), “*We have already covered those points*” (Мы уже затронули эти вопросы).

Сравнительный анализ различных языков и языков двух культурно противоположных групп, имеющих общий языковой код, показывает, что высказывания представителей этих двух групп, сделанные на одном языке, английском, по-разному могут восприниматься ими в разных сценариях. Традиции использования тактик речевого взаимодействия имеют социологические и культурные корни. Они включают знания о ценностях, убеждениях, нормах и отношениях, которые различаются в разных культурах. Есть также общие, базовые ценности, которые принадлежат к общему фонду знаний *Homo Sapiens* и лежат в основе так называемых базовых метафор. Другие же составляют основу коммуникативной компетенции, которая обусловлена межкультурным фактором общения.

Лингвистический анализ метафоричности показывает, что в современном англоязычном дискурсе он носит многоступенчатый характер, и его изучение может значительно повысить нашу компетентность в отношении коммуникативной специфики конкретной культуры. Метафорическая структура в языке отражает фундаментальные понятия и фундаментальные ценности каждой культуры. Так, в монохронных культурах, к которым относятся американцы и большинство представителей западноевропейских линейных культур, отношение ко времени как высшей ценности отражено в метафорах “*You are running out of time*” (Ваше время истекает), “*You don't use your time profitably*” (Вы не используете свое время с выгодой) и др. В полихронных культурах (мультиактивные культуры), к которым в большей степени принадлежат некоторые южноевропейские страны, приоритеты смещаются в сторону общения на деловой встрече, на самой дискуссии, а не к повестке дня. Отсюда возможно планирование нескольких событий в единицу времени, а шкала ожидания может быть несколько растянута “*to stretch time*” (растягивать время), “*to manipulate time*” (манипулировать временем).

Приоритеты в ценностной картине мира по-разному распределяются не только в различных культурах и субкультурах, но и в менталитете различных представителей культур. Как отмечает Дж. Лакофф, концепция «чем больше, тем лучше» может вступить в противоречие с вопросом: «Стоит ли мне теперь выбирать большую машину, за которую я буду выплачивать ссуду из зарплаты на длительный срок, или я ограничусь лишь той, что дешевле, малолитражкой?». Здесь в выборе преобладает отношение человека к концепции будущего: возможно, стоит отказаться от машины, которая будет «съедать» большую часть его зарплаты на выплатах [1, с. 23].

В повседневной жизни и деловом общении мы порой неосознанно используем метафоры: “облекаем идеи в слова” (*put ideas into words*), “дарим, отдаем кому-то идеи” (*give ideas*), “хороним идеи” (*bury ideas*), выигрываем или проигрываем споры (*win or lose arguments*).

В текстах экономического характера мы также наблюдаем широкое применение метафор, которые обращаются к таким концептуальным вопросам в нашей повседневной жизни, как время, движение, пространство и т. д. Многие метафорические выражения относятся, в частности, к деньгам: “*spend*” (тратить), “*invest*” (инвестировать), “*budget*” (бюджет), “*profitably*” (выгодно). Некоторые из них относятся к ограниченным ресурсам: “*use up*” (израсходовать), “*have enough of*” (иметь в полном объеме), “*run out of*” (закончиться) [1, с. 8].

Метафоры отражают культурные особенности в отношении концепции будущего. В западных культурах, в Соединенных Штатах люди склонны думать о времени как о чем-то фиксированном в природе. Концепция времени представлена как дорога или лента, уходящая в будущее, по которой человек движется вперед. Дорога состоит из множества участков, которые нужно разделять – по одному. Это основная особенность монохронных культур: будущее обозримо, планируется одно событие в единицу времени. Люди, которые не умеют планировать мероприятия, не пользуются большим уважением. Слово “*future*” (будущее) используется с определенным артиклем в американском английском языке: “*in the future*” (в будущем). Представление о будущем полихронных культур может охватывать столетия. Время и будущее можно сравнить с музеем с бесконечными залами и комнатами. Зрители идут по музею, освещая

каждую сцену, проходя по ней. Допустимо несколько событий в единицу времени. Эти разные подходы ко времени и представлению о будущем показывают различия в подходах к деловым встречам, повестке дня, контракту, долгосрочному и краткосрочному планированию, срокам: “*All upcoming events are listed in the paper*” (Все предстоящие события перечислены в газете), “*What’s coming up this week?*” (Что будет на этой неделе?), “*I’m afraid of what’s up ahead of us*” (Я боюсь того, что нас ждет впереди).

Поскольку концепция времени и представления о будущем различны в разных культурах, что выражается в языке, общение порой затруднено.

Уровни и стадии метафоризации дискурса отражают несколько наиболее часто встречающихся групп метафор, а также обеспечивают их последовательную метафорическую проекцию. Государства, например, могут сравниваться с людьми, что позволяет понять их действия с позиции основных категорий перцептивного опыта и взаимодействия с окружающей средой: у них есть своя линия поведения, они могут быть друзьями, партнерами. С помощью перцептивных метафор могут отражаться международные отношения и контакты: углубление сотрудничества, тесные контакты, болезненные переговоры, смягчение позиций и т. д. [5].

Последовательная метафоризация также может происходить через активацию метафор движения: “*to back down*” (отступить), “*to challenge*” (бросить вызов), “*to raise a question*” (поднять вопрос), “*Let’s bring it up for discussion*” (Давайте вынесем это на обсуждение), “*That’s still up in the air*” (Это все еще висит еще в воздухе).

Таким образом, социокультурный аспект (то есть повседневная деятельность людей, их обычаи, образ мышления, ценности, верования) – важное составляющее эффективного речевого общения, которое должно носить осмысленный характер с первых этапов процесса изучения языка. Именно с этим аспектом тесно связано формирование социокультурной и коммуникативной компетенции, успех или неудача в общении. В этом контексте изучение уровней метафоричности весьма значимо и актуально, т. к. может значительно повысить нашу межкультурную осведомленность в различных сферах делового общения, а также пролить свет на особенности концептуальной структуры английского дискурса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors we live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago and London: The University of Chicago Press, 2003. – 276 p.
2. Turner, M. *The literary mind* / M. Turner New York. – Oxford University Press, 1996. – 187 p.
3. Скребцова, Т. Г., Уровни метафоричности дискурса / Т. Г. Скребцова // Когнитивные сценарии коммуникации. На перекрестке языков и культур. Доклады меж. науч. конф. / Ред. С. С. Дикарева, Т. Г. Скребцова. – Симферополь: Изд-во ТНУ им. В. И. Вернадского, 2002. – 230 с.
4. Lewis, Richard D. *When Cultures Collide: Leading Across Cultures* / Richard Lewis – 3rd ed. Nicholas Brealey International, 2006. – 591 p.
5. Баранов, А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры. // Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М., 1991. – С. 184 – 193.