

DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-3-447

УДК 81



Научная статья |

Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

ПЕРСУАЗИВНЫЙ КОМПОНЕНТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ «ПРИРОДА – ЭТО ИСКУССТВО» В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: ПРАГМА-КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

К.А. Павлова

***Обоснование.** Исследование посвящено вопросу персуазивного функционирования метафорической модели «Природа – это искусство» в экологическом дискурсе. Актуальность обусловлена необходимостью изучения в рамках прагма-когнитивного подхода функции воздействия на читательскую аудиторию, осуществляемую с помощью текстов СМИ по экологической тематике. Одна из наиболее острых проблем современности – это проблема взаимодействия Человека и Природы. Данная проблема широко освещается в экологическом медиадискурсе, основная задача которого, наравне с распространением информации экологического характера, заключается в формировании общественного экологического сознания – замещении эгоцентрической потребительской модели поведения на более внимательное и благосклонное отношение к окружающей среде. Так как основополагающей функцией СМИ является функция воздействия, представляется необходимым изучить персуазивный компонент одной из наиболее широко распространенных метафорических моделей «Природа – это искусство» в экологическом дискурсе.*

***Цель.** Выделить фреймы и слоты в метафорической модели «Природа – это искусство» и провести лингвистический анализ их персуазивного компонента.*

Материалы и методы. В качестве материалов для исследования были использованы англоязычные статьи по экологической тематике, опубликованные в британском онлайн издании 'The Guardian'. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе были использованы следующие методы исследования: метод анализа и синтеза теоретического материала; метод лексико-семантического, прагма-стилистического и компонентного анализов с использованием англоязычных словарей (Merriam Webster Dictionary, Cambridge Dictionary); метод дискурсивного анализа; метод контекстуального анализа; описательный метод. Вышеперечисленные методы позволили получить достоверные сведения о реализации персуазивного воздействия в экологическом дискурсе посредством метафоры.

Результаты. В ходе исследования в проанализированной нами метафорической модели были выделены следующие фреймы: 'Природа как танец', 'Природа как литература' и 'Природа как театр'. Результаты исследования показали, что каждый фрейм характеризуется набором определенных маркеров персуазивности, посредством которых осуществляется эффект воздействия на читательскую аудиторию. Были рассмотрены языковые способы экспликации основных маркеров персуазивности.

Область применения. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего исследования способов персуазивного воздействия в рамках экологического дискурса, при разработке вузовских курсов лекций по общему языкознанию и в чтении спецкурсов, посвященных экологическому дискурсу, категории персуазивности и метафорическому моделированию.

Ключевые слова: экологический дискурс; категория персуазивности; метафора; метафорическая модель

Для цитирования. Павлова К.А. Персуазивный компонент метафорической модели «Природа – это искусство» в экологическом дискурсе: прагма-когнитивный аспект // Современные исследования социальных проблем. 2024. Т. 16, № 3. С. 114-137. DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-3-447

Original article | Theoretical, Applied and Comparative Linguistics

PERSUASIVE COMPONENT OF THE METAPHORICAL MODEL “NATURE IS ART” IN ECOLOGICAL DISCOURSE: PRAGMA-COGNITIVE ASPECT

K.A. Pavlova

Background. *The article focuses on the issue of persuasive functioning of a metaphorical model ‘Nature is Art’ in ecological discourse. The relevance is due to the necessity of thorough investigation of a persuasive component of ecological discourse within the framework of pragmatic and cognitive approaches. One of the most acute problems existing nowadays is the problem of interaction of a human being with nature. This problem is widely discussed in mass media. Since one of the main functions of mass media is the function to influence the reader, it is of prime importance to analyze the persuasive component of eco-texts realized by means of metaphors that are connected to the theme of Art.*

Purpose. *The purpose of the study is to present a structure of frames and slots in the metaphorical model ‘Nature is Art’ and provide a linguistic analysis of its persuasive component.*

Materials and methods. *The research material comprises articles on the theme of ecology taken from the digital version of the British magazine ‘The Guardian’. The main research methods include analysis and synthesis of theoretical materials; lexico-semantic, pragma-stylistic and componential analyses with the application of online dictionaries (Merriam Webster Dictionary, Cambridge Dictionary); discourse and contextual analysis together with descriptive method. The aforementioned methods have given an opportunity to obtain accurate data on realization of persuasive influence in ecological discourse by means of metaphors.*

Results. *As part of the study the key frames within the metaphorical model ‘Nature is Art’, videlicet, ‘Nature as Dance’, ‘Nature as Literature’ and ‘Nature as Theatre’ have been investigated. The results demonstrated that each frame is characterized by a set of persuasive markers*

that influence the reader. The ways of linguistic representation of these markers were analyzed.

Practical implications. *The research results can be used for further investigation of ways of persuasive influence within ecological discourse as well as in the development of courses on ecological discourse, category of persuasion and metaphorical modelling.*

Keywords: *ecological discourse; category of persuasion; metaphor; metaphorical model*

For citation. *Pavlova K.A. Persuasive Component of the Metaphorical Model “Nature Is Art” in Ecological Discourse: Pragma-Cognitive Aspect. Sovremennye Issledovaniya Sotsialnykh Problem [Modern Studies of Social Issues], 2024, vol. 16, no. 3, pp. 114-137. DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-3-447*

Введение

На сегодняшний день отмечается существенное усложнение и расширение отношений между *Человеком* и *Природой*. Обострение экологического кризиса, ухудшение экологической обстановки по всей планете выводят на передний план вопрос сохранения природной среды обитания всех живых существ. Рост общественных дискуссий о пагубных последствиях человеческой деятельности, формирование «зеленой» повестки и создание природоохранных движений создают необходимые условия для развития столь необходимого нам экологического сознания – понимания значимости природы и принятия необходимости выстраивания с ней симбиотических отношений.

Повышенный интерес мирового сообщества к ухудшению экологической обстановки способствует освещению экологической проблематики в различных средствах массовой информации, что, в свою очередь, привело к возникновению экологического дискурса – относительно нового направления в лингвистике, которое, однако, уже стало объектом пристального внимания в трудах многих лингвистов (А.В. Голоднов [1], А.А. Громорушкина [2], Е.В. Иванова [4] и др.). Подобная заинтересованность ученых в экологическом дискурсе ука-

зывает на актуальность исследований в данном направлении, в том числе и настоящей работы, сконцентрированной на вопросе персуазивного воздействия в рамках экологического дискурса.

Обоснование исследования

Как показывает обзор теоретической литературы, экологический дискурс предоставляет значительные возможности для анализа языковых механизмов его функционирования и влияния на реципиента, включая механизмы формирования экологических ориентиров и ценностей. Попытки трансформировать поведение людей, изменить их экологическое мировоззрение, обуславливают ключевую роль *персуазивного* компонента текстов по экологической тематике. Персуазивность коммуникативной ситуации представляет собой процесс намеренного продуцирования сообщения таким образом, чтобы изменить точку зрения адресата выгодным для адресанта образом. Так, в рамках нашего исследования мы считаем целесообразным понимать под персуазивностью одну из прагматических характеристик текста по экологической тематике. Данная характеристика связана с реализацией воздействующей функции, которая может быть осуществлена посредством *концептуальной метафоры*.

Метафора представляет собой яркое выражение, потенциально способное выстроить запоминающийся, необычный образ в сознании реципиента и является одним из самых популярных инструментов персуазивности. Выделяя определенный аспект проблемы и отвлекая внимание от других, не столь важных деталей, метафора формирует конкретное мнение среди адресатов. В рамках данной работы мы говорим о возможности метафорического персуазивного воздействия в статьях по экологической тематике. Таким образом, в качестве *объекта* исследования выступает метафорическая модель «Природа – это искусство», выделенная в англоязычных статьях, объединенных темой экологии; в качестве *предмета* – языковая экспликация персуазивного компонента анализируемой метафорической модели. *Целью* является лингвистический анализ персуазивного функционирования метафорической модели «Природа – это искусство» посредством выделения ее фреймов и слотов.

Рассмотрение метафорических моделей в рамках экологического медиадискурса, ключевой функцией которого является функция воздействия, позволяет нам сформулировать следующую гипотезу: метафорическая модель «Природа – это искусство» обладает существенным персуазивным потенциалом, обусловленным интенцией адресанта (автор статьи) повлиять, изменить или же полностью трансформировать отношение адресата (читатель статьи) к освещаемому экологическому событию.

Таким образом, мы предпринимаем попытку структурировать одну из наиболее частотных метафорических моделей «Природа – это искусство» в фреймово-слотовую иерархию и рассмотреть возможности её функционирования в качестве инструмента воздействия для реализации интенции адресанта.

Методика данной работы состоит в следующем:

(1) исследование текстов статей по экологической тематике на предмет метафор, объединенных темой искусства и характеризующихся персуазивным потенциалом, на базе лексико-семантического, прагма-стилистического и компонентного анализов с использованием англоязычных словарей (Merriam Webster Dictionary, Cambridge Dictionary); (2) анализ метафорической модели «Природа – это искусство» в рамках прагма-когнитивного подхода; (3) структурирование обнаруженных и проанализированных метафор в иерархию из фреймов и слотов.

В качестве материала для исследования было проанализировано 9 статей из онлайн версии британского издания 'The Guardian'.

Обзор литературы

Прежде чем приступить к эмпирическому доказательству вышеуказанной гипотезы, необходимо дать краткий обзор основных работ по освещаемому нами вопросу. Для получения представления о степени изученности категории персуазивности и метафорического моделирования в экологическом дискурсе, был проведен обзор зарубежных и отечественных источников, посвященных данной тематике. Ключевыми словами для поиска выступали: 'экологический дискурс', 'экологический медиадискурс'; 'персуазивность', 'кате-

гория персуазивности»; ‘метафора’, ‘концептуальная метафора’, ‘метафорическая модель’. В зарубежных исследованиях по метафорическому моделированию выделяют такие метафорические модели, как «Природа – это соревнование», «Природа – это машина», «Земля – это космический корабль» [26], «Природа – это машина», «Природа – это мать» [28, р. 371], «Природа – это дом» [21, р. 14]. Обзор отечественных исследований по метафорическому моделированию позволил выделить следующие модели: «Природа – это дом» [9], «Природа – это человек», «Природа – это одежда», «Глобальное потепление как преступление» [2].

Вышеприведенные работы указывают на актуальность исследований в области экологического дискурса и метафорического моделирования. Тем не менее нами не было отмечено исследований, в которых наиболее типичные метафорические модели экологического дискурса рассматривались бы не только как средство познания и структурирования реальности, но и как эффективный инструмент воздействия, способный повлиять на мировоззрение реципиента. В данной работе мы акцентируем внимание на персуазивном компоненте метафорической модели «Природа – это искусство» и его языковой экспликации, что позволяет нам говорить о *новизне* исследования.

Результаты и обсуждение

1. Экологический дискурс: теоретический аспект

Экологический дискурс – это объект изучения лингвистической экологии (эколингвистики), научного направления, учитывающего знания социальных наук, лингвистики, психологии и занимающегося описанием приемов языковой репрезентации злободневных экологических тем [8, с. 45]. Таким образом, опираясь на уже предложенную лингвистами терминологию (А.В. Голоднов [1], А.А. Громорушкина [2], Е.В. Иванова [4], З.В. Маньковская [8]), в качестве основы мы возьмем широкое определение экологического дискурса: совокупность текстов (как устных, так и письменных), освещающих экологические темы, затрагивающих вопросы сохранения природы и окружающей среды и направленных на формиро-

вание общественного экологического сознания. Под *экологическим медиадискурсом* мы будем понимать тексты периодических изданий, сконцентрированные на вопросах экологического характера.

Обзор работ, в которых анализируется понятийный аспект экологического дискурса (Е.В. Иванова [4], З.В. Маньковская [8], Д.В. Шапочкин [10]), позволяет нам рассматривать его строение следующим образом: (1) в качестве основы экологического дискурса выступают тексты научного и научно-популярного стиля, созданные экологами; (2) экологический медиадискурс, включающий в себя тексты, опубликованные в периодических изданиях и освещающие вопросы экологического характера, находятся в ближайшей зоне от «ядра» экологического дискурса; (3) к окраине относятся тексты художественного характера и иные тексты по экологической тематике.

Главная цель данного типа дискурса – трансформация отношения Человека к окружающей среде. Осознание неповторимости нашей планеты, ее уникальности и ценности в жизни каждого без исключения, является основополагающим для понимания необходимости бережного отношения к ней. Опираясь на особо значимые концепты, выделяемые в экологическом дискурсе («природа» и «защита природы»), можно выделить два направления, согласно которым формируется экологическое сознание:

1. дискредитация действий, наносящих вред природе;
2. популяризация действий, направленных на бережное отношение к природе [7, с. 72].

Ключевая роль в формировании экологического сознания, воспитании внимательного и бережного отношения к окружающему миру, отводится экологическому медиадискурсу, для которого свойственен высокий персуазивный потенциал.

Категория персуазивности: теоретический аспект

Персуазивность – это функционально-прагматическая категория текста, непосредственно связанная с осуществлением его воздействующей функции. Персуазивная коммуникация обусловлена построением процесса общения таким образом, что адресант осознанно выбирает языковые приемы и средства, потенциально способные вызвать

определенное поведение адресата. Следовательно, персуазивная коммуникация, являясь особым видом ментально-речевой деятельности [1], может считаться успешной при условии, если адресат (тот, на кого направлено речевое воздействие), присваивает конкретные установки или намерения, в реальности навязанные извне адресантом (тот, кто осуществляет речевое воздействие), как свои собственные.

Остановимся на основных характеристиках категории персуазивности:

1. Персуазивность не существует вне контекста. Механизмы персуазивности, различные средства и приемы могут отличаться значительной эффективностью в конкретной ситуации общения и быть бессмысленными в другой [5]. Подобные средства зависят от участников коммуникации и целого спектра экстралингвистических факторов, таких как опыт и знания, возраст и сфера деятельности. Таким образом, мы отмечаем большое разнообразие и разнородность средств персуазивности.

2. Эффективность персуазивности часто обусловлена совокупностью не только лингвистических, но и визуальных средств [6, с. 108]. Так, в экологическом дискурсе в качестве визуальных средств могут выступать различные фотографии, усиливающие эмоциональный компонент повествования, а также таблицы и диаграммы, направленные на рациональное восприятие сообщения.

3. Средства персуазивности способны затрагивать как эмоциональную сферу реципиента, так и апеллировать к разуму [Там же, с. 108-109]. В рамках экологического дискурса к интеллектуальным средствам убеждения можно отнести статистические данные, а также данные из научных авторитетных источников, которые позволяют объективно взглянуть на обсуждаемое экологическое событие; к эмоциональным средствам – эмотивная, оценочно-окрашенная лексика, разнообразные стилистические тропы, вызывающие, прежде всего, к интуиции и эмоциям.

Исходя из вышесказанного, мы делаем вывод о разнообразии средств и приемов воздействия, варьируемых в зависимости от коммуникативных личностей адресанта и адресата и коммуникативной

ситуации в целом. В рамках данного исследования мы остановимся на персуазивном функционировании одного из наиболее действенных приемов убеждения – концептуальной метафоре.

II. Метафора и метафорическая модель: теоретический аспект

На современном этапе развития лингвистической мысли метафора все реже рассматривается в качестве стилистического тропа, выполняющего исключительно эстетическую функцию, и все чаще – как способ познания и структурирования мира. Благодаря новому подходу в изучении метафоры, многие ученые начинают обращать внимание на ее воздействующий потенциал. Так, например, при исследовании возможностей воздействующего характера метафоры, С. ван Стее пришла к выводу о существенном вкладе метафор в увеличении персуазивности текста [25]. В совместном труде П. Тибодо и Л. Бородицкой было выяснено, что образность влияет на то, как мы решаем проблемы социального характера, а персуазивность текста объясняется фреймовой структурой метафоры, которая, в свою очередь, признается и воспринимается авторами инструментом воздействия [24]. С точки зрения В. Оттани и Р. Ренстрома, метафора напрямую влияет на восприятие как самого сообщения, так и его автора [22]. Следовательно, персуазивный характер метафор подтвержден различными исследованиями в данной области.

Следует отметить, что для образов, хранящихся в нашем сознании, свойственна системность. Они выстроены в структуру, где все элементы связаны между собой. Таким образом, мы говорим о существовании метафорических моделей – совокупности метафор единого концептуального поля [3, с. 98]. Метафорическая картина мира, заложенная в фундаменте каждого дискурса (в том числе и экологического), оказывает существенное влияние на формирование у реципиента картины мира, его мировоззрения и мировосприятия.

III. Анализ языковой репрезентации персуазивного компонента метафорической модели «Природа – это искусство»

Итак, рисуя живой, надолго остающийся в памяти образ и играя на разнообразии порой неочевидных ассоциаций, метафора способна оказывать существенное воздействие на реципиента.

Исходя из положений теории концептуальной метафоры, предложенной Дж. Лакоффом и М. Джонсоном [19], метафорический перенос основывается на взаимодействии двух структур знаний: *сферы-источника* (source domain) и *сферы-цели* (target domain). В рамках экологического дискурса, где доминантой выступает понятие «природа», мы выделяем метафорическую модель «Природа – это искусство», где *Природа* (сфера-цель) метафорически уподобляется *Искусству* (сфера-источник). При подобном моделировании сфера-цель сохраняет образные, экспрессивные и эмоциональные свойства сферы-источника, что обуславливает высокую персуазивность модели, реализуемую по двум уже упомянутым выше направлениям: (1) дискредитация действий, наносящих вред природе; (2) популяризация действий, направленных на бережное отношение к природе.

Анализ фактического материала позволил нам выстроить рассматриваемую нами модель следующим образом:

Фрейм 1. Природа как танец

Слот 1.1 Виды танца; Слот 1.2 Танцоры

Фрейм 2. Природа как литература

Слот 2.1 Автор; Слот 2.2 Элементы литературных произведений

Фрейм 3. Природа как театр

Слот 3.1 Жанры; Слот 3.2 Сцена

Рассмотрим наиболее иллюстративные примеры, обнаруженные нами в экологических статьях, и на их основе проведем лингвистический анализ заложенного в них персуазивного компонента.

Фрейм 1. Природа как танец

В рамках данного фрейма ключевая лексема ‘dance’ позволяет отождествить мир Человека и мир Природы на основании семы *ритмичного движения* (‘to dance: to **move** one’s body **rhythmically** usually to music: to engage in or perform a dance’ [20] – «ритмично двигать телом, обычно под музыку» (здесь и далее – наш перевод, примеч. автора)). Как правило, в таких словосочетаниях, как “*the sun dances over the water of Havannah Bay*” [23], “*the fireflies began to dance to the nightly frog chorus*” [16], метафора выполняет орна-

ментальную функцию, однако мы не можем ограничиваться эстетической составляющей при объяснении использования подобной образности. Так, в контексте, взятом из статьи, посвященной критическому снижению популяции дюгоней на островах южной части Тихого океана, автор рассуждает на тему поиска возможных решений с целью предотвращения катастрофы. Задействуя метафорический перенос («солнце танцует»), он, рисуя яркий контраст ‘природа прекрасна/то, что делает с ней человек, ужасно’, затрагивает эмоциональную сферу читателя, побуждая его задуматься о том, как можно остановить процесс вымирания. Вина Человека обсуждается более эксплицитно в продолжении статьи, где адресант буквально перечисляет пункты, негативно влияющие на популяцию животных: “*Dugongs globally are threatened by **gill-net fishing, boat traffic, coastal development and hunting***” [23]. Таким образом, воздействие на адресата реализуется по первому направлению (дискредитация действий, наносящих вред природе). Теперь рассмотрим персуазивное функционирование входящих в состав данного фрейма слотов.

Слот 1.1 Виды танца

Обзор фактического материала позволил нам выделить три маркера персуазивности в данном слоте: ‘tango’, ‘waltz’ и ‘ballet’. Проиллюстрируем персуазивный компонент маркера ‘waltz’:

“*A single bolus of 20 to 30 swifts spiralled across the blue, hurling down their communal scream, swerving and twisting and suddenly splintering apart; then they would all come together and resume their crazy sky **waltz***” [14].

В данном случае персуазивный компонент реализуется по второму направлению (популяризация действий, направленных на бережное отношение к природе). Это становится очевидным в последнем абзаце статьи, где автор прямо говорит о необходимости трепетного отношения к окружающей среде и об ответственности Человека за ее будущее: “*Alas, **the miracle of swifts is fading**. In the past decade they’ve declined in Britain by 40%. You wonder if we think swifts so miraculous that they’ll trigger that final Eureka moment when we really get it: that **this whole living landscape is in our hands***” [Там же]. Мета-

форе в данном контексте отводится ключевая роль воздействия, так как именно тема танца акцентируется в финальном предложении, в котором автор приходит к выводу о том, что деятельность Человека, его «собственный танец», поглощает почти все живое вокруг него: “*Just as we might see the swifts’ sky-trawl as composed of nothing but insects, we should recall that our own **dance consumes** almost every other living thing around us*” [Там же]. Таким образом, сравнивая с танцем и полет стрижей, и саму нашу жизнь, адресант усложняет структуру метафорического переноса, добавляя ему «второе дно», что, в свою очередь, привлекает внимание адресата к ключевой теме статьи – существенное сокращение численности птиц и необходимость действий, направленных на исправление ситуации.

Слот 1.2 Танцоры

Рассмотрим данный слот на примере использования лексемы ‘flamenco dancer’ как маркера персуазивности:

“*Country diary: Breeding newts with all **the drama of a flamenco dancer***” [27].

Расположение метафоры в тексте (начало/середина/конец) влияет на ее персуазивный потенциал. Сравнение тритонов с танцорами фламенко выносится в заголовок статьи, а затем повторяется в самом тексте: “*Their display has all the flair and drama of **a flamenco dancer**, tail looped back, fanning and pulsing vigorously to impress a female*” [Там же], что указывает на особую значимость метафоры как приема, задающего тон всему повествованию. Автор позволяет читателю наблюдать за жизнью тритонов своими глазами, раскрывая тему бережного отношения к природе посредством сравнения с «энергичным, ритмичным танцем» (“*flamenco – a **vigorous rhythmic dance style of the Andalusian Gypsies***” [20]).

Фрейм 2. Природа как литература

Природа в статьях на экологическую тематику выступает в качестве нарратива – взаимосвязи разнообразных элементов. Основные герои – это животные и растения, а также моря и океаны, наделенные характеристиками живых существ. Анализ материала позволил выделить два ключевых слота, где Природа представлена

в форме автора (1), а также в форме элементов литературных произведений (2).

Слот 2.1 Автор (писатель/поэт)

В околоэкологической статье, посвященной кулинарии, автор размышляет на тему необычной философии питания, где меню включает в себя нестандартные для традиционной диеты ингредиенты. Природа вербализуется как автор произведения. Подобная вербализация подчеркивает идею адресанта о неисчерпаемых природных богатствах:

*“Nature **writes** our menu and we should listen”* [17].

Природа, являясь неиссякаемым источником ингредиентов, предоставляет разнообразные возможности для кулинарии: она «пишет» меню, к которому Человек должен «прислушиваться». Идея о необходимости заботы о природе прослеживается в статье имплицитно. Маркер персуазивности ‘to write’ усилен модальным глаголом ‘should’ в значении «обязательства», «долга».

Слот 2.2 Элементы литературных произведений.

а) Coda

В статье о возвращении акул, которые долгое время считались вымершими, автор, представляя историю глазами 76-летнего последнего свидетеля массового отлова, проводившегося еще в 50-е годы XX в., воздействует на читателя по первому направлению (дискредитация действий, наносящих вред природе). Отрицательная оценочность действий Человека вынесена в заголовок ко статье: *“‘I’m happy we’re not killing them any more’: Ireland’s last basking shark hunter on the return of the giants”* [13]. Повествование об охоте на гигантскую акулу в Атлантическом океане около побережья Ирландии, а впоследствии ее исчезновении, представлено как цельный рассказ, а неожиданное возвращение хищника – его *эпилог* (‘coda’):

*“Now aged 76, he is one of the last living connections to the hunting era – and a witness to an unexpected **coda**: the sharks are back”* [Там же].

Под данным термином (“*coda – a **concluding** part of a literary or dramatic work”* [20]) подразумевается заключительная часть; точка в литературном произведении, которое, в данном случае, получило

счастливым финал. Однако, несмотря на это, автор считает необходимым помнить о пагубном влиянии Человека на Природу и стараться минимизировать его последствия.

б) *Scenario*

У любой истории есть план, по которому она развивается. История китов, согласно мнению автора статьи, развивается по ужасающему сценарию (“*scenario – an outline or synopsis of a play*” [20]):

“Brownlow’s research proposes a drastic scenario: that mass strandings are increasing exponentially – in the numbers of animals and events” [18].

Персуазивный компонент метафоры усиливается благодаря использованию оценочной лексики ‘drastic’ (*радикальный*), в то время как сама метафора дополняет основной посыл статьи – побуждение читательской аудитории к более бережному отношению к природе: *“We’ve got to be really careful about what else we are doing in those waters”* [Там же].

Фрейм 3. Природа как театр

Природа может представлять собой театральное представление, спектакль с актерами, представленными в виде животных и растений; или же подмостки, сцену (слот 2), на которой развивается действие, воплощенное в разных жанрах (слот 1).

Слот 3.1 Жанры

Среди основных театральных жанров выделяют драму, комедию, трагедию, трагикомедию, мюзикл, буффонаду, мистерию и фарс. Обзор источников, проведенный по ключевым словам, показал, что авторы статей предпочитают сравнивать экологические события с *драмой* и *трагедией*. Данное положение может быть объяснено стремлением адресанта донести свои мысли в понятных адресату терминах, способных оказать влияние на эмоциональное восприятие. Таким образом, мы можем говорить о лексемах ‘drama’ и ‘tragedy’ как основных маркерах персуазивности данного слота. Проиллюстрируем функционирование маркера ‘tragedy’ на примере.

Говоря о необходимости выстроить новое экологическое мышление, которое проявлялось бы в более трепетном отношении к

природе, автор настаивает на необходимости остановить разворачивающуюся на наших глазах трагедию – разрушение «земли, воды и атмосферы»:

“It’s time to halt the tragedy, and focus on the necessity of the commons. Every drop of water we drink, every molecule of oxygen we breathe and every morsel of food we eat comes from nature” [15].

«Трагизм» ситуации дополнительно усиливается на языковом уровне посредством приема параллелизма – эмоционально-экспрессивной синтаксической структуры, заключающейся в повторении тождественных грамматических элементов.

Слот 3.2 Сцена

Данный слот представлен двумя лексемами: ‘stage’ и ‘scene’. Согласно Merriam Webster Dictionary ‘stage’ (сцена) представляет собой часть театра, платформу, на которой разворачивается театральное действие (*“the part of a theater on which the acting takes place and which often includes the wings”* [20]), в то время как ‘scene’ (сцена) – это часть представления, в котором действие происходит в одном месте в течение длительного периода времени (*“a part of a play or film in which the action stays in one place for a continuous period of time”* [12]). Отличаясь смысловым наполнением (часть здания/часть постановки), данные лексемы тождественны в обозначении места действия: в театре, как здании, и в театре, как пьесе или представлении. Рассмотрим подробнее лексему ‘scene’ как маркер персуазивности:

“My encounters with wild lives often leave me with the feeling that I’ve interrupted something – in fact, I’m sometimes accused of disturbing wildlife by merely existing in the same place. There is, among a subset of environmentalists, an idea that in order to allow nature to heal we must write ourselves out of the scene. But we’re neither spectators nor dramaturges in the theatre of life. We’re players. On an individual level, we are nature” [11].

Не соглашаясь с набирающей в последнее время обороты идеей об инородности Человека в природной парадигме, его исключительно пагубном влиянии на окружающую среду, автор настаивает на

симбиотических отношениях Человека и Природы, их неразрывной, взаимовыгодной связи. Человек, по мнению адресанта, такая же неотъемлемая часть Природы, как и «упавшее дерево» [Там же]. Таким образом, он предстает не пассивным, безвольным зрителем в *театре жизни*, а *актером*. Убеждая читателя согласиться с данным мнением, автор прибегает к таким маркерам персуазивности, как ‘write ourself out of the scene’, ‘spectators’, ‘dramaturges’, ‘theatre of life’. Подобные лексические единицы помогают создать яркий, заслуживающий доверия образ, надолго остающийся в памяти у адресата.

Выводы

Лингвистический анализ из фреймов и слотов метафорической модели «Природа – это искусство», эксплицированной в англоязычным экологическом дискурсе, позволяет нам прийти к следующим выводам:

1. Метафора, помимо украшения речи, выполняет функцию познания и структурирования действительности и характеризуется существенным персуазивным потенциалом.

2. Успех персуазивного воздействия зависит от выбора языковых средств (маркеров персуазивности) для его реализации. Данное положение справедливо и для экологического дискурса, в рамках которого автор статьи, стремясь повлиять на читателя по одному из двух направлений ((а) дискредитация действий, наносящих вред природе; (б) популяризация действий, направленных на бережное отношение к природе), использует метафору ‘искусства’ в качестве продуктивного приема убеждения.

3. Эффективность персуазивного функционирования метафорической модели «Природа – это искусство» в экологическом дискурсе обусловлена тем, что многие компоненты природы нередко сравниваются с произведениями искусства и вербализируется соответствующим образом посредством театральной, танцевальной и литературной терминологии. Это позволило нам выделить основные фреймы в проанализированной метафорической модели, а

именно: «природа как танец», «природа как литература» и «природа как театр». Перечисленные фреймы состоят из слотов, каждый из которых обладает персуазивными возможностями – эффектом «убеждения», направленным на непосредственное воздействие на читательскую аудиторию. Так, мы приходим к общему выводу о том, что когнитивный потенциал и воздействующий характер метафорической модели «Природа – это искусство» определяют ее использование в экологическом дискурсе. Прикладным результатом настоящего исследования является выделение наиболее действенных маркеров персуазивности, свойственных экологическому дискурсу. Предложенная версия структуры из фреймов и слотов может быть полезна широкому кругу специалистов в области когнитивной лингвистики и языкознания, а также исследователям в области экологического дискурса и метафорического моделирования.

Список литературы

1. Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации: Дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2003. 101 с.
2. Громорушкина А.А. Концептуальная метафора в экологическом дискурсе СМИ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. № 4(820). С. 91-99.
3. Зарипов Р.И. Метафорическое манипулятивное воздействие как элемент информационной войны // Вопросы психолингвистики. 2015. С. 95-106.
4. Иванова Е.В. Когнитивное моделирование образа природы в медийном экологическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. Вып. 41. № 7(188). С. 65-72.
5. Ивин А.А. Аргументация в процессах коммуникации: Монография. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 557 с.
6. Колчевская В.А. Средства выражения категории персуазивности в гипержанре «сайт» туристического интернет-дискурса: Дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2020. 206 с.
7. Лазуркина А.О. Персуазивные стратегии и тактики в экологическом дискурсе // Электронный сборник трудов молодых специа-

- листов Полоцкого государственного университета. Образование. Педагогика. 2020. Вып. 33(103). С. 71-73. URL: <https://elib.psu.by/handle/123456789/31971> (дата обращения: 20.09.2024).
8. Маньковская З.В. Стратегии воздействия в экологическом дискурсе (на примере англоязычной публичной речи) // Проблемы современной науки и образования. 2018. № 3(123). С. 44-49.
 9. Овсянникова В.В. Метафорические модели в научном геологическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Томск, 2010. 261 с.
 10. Шапочкин Д.В. Экологический дискурс: интенциональный аспект // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 3(39). <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.39.32>
 11. Beer A.-J. Country diary: Humans are nature just as much as the falling tree. 2022. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2022/aug/27/country-diary-humans-are-nature-just-as-much-as-the-falling-tree> (дата обращения: 20.09.2024).
 12. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 20.09.2024).
 13. Carroll R. 'I'm happy we're not killing them any more': Ireland's last basking shark hunter on the return of the giants, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/may/04/ireland-achill-mayo-last-basking-shark-hunter-return-of-giant-fish> (дата обращения: 20.09.2024).
 14. Cocker M. Swifts make sense if you think of them as insects, 2012. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2012/aug/05/ruralaf-fairs-birds> (дата обращения: 20.09.2024).
 15. Figueres Ch. If we keep abusing nature it will collapse, taking us with it. We need a new mindset, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/nov/02/nature-climate-crisis-new-mindset> (дата обращения: 20.09.2024).
 16. Gilbert S. Call of the wild: eco adventures in Argentina's Iberá wetlands, 2020. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2020/feb/13/rewilding-eco-adventures-argentina-ibera-wetlands-conservation> (дата обращения: 20.09.2024).
 17. Henderson F. Fergus Henderson: Feet, glands, shanks, tripe. That's what I like to eat, 2014. URL: <https://www.theguardian.com/lifeand->

- style/2014/apr/27/fergus-henderson-nature-writes-our-menu-st-john (дата обращения: 20.09.2024).
18. Hoare P. How to solve a mass stranding: what caused 77 healthy whales to die on a Scottish beach? 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/jul/18/pilot-whale-stranding-scottish-beach-sanday-orkney-cetaceans-sound> (дата обращения: 20.09.2024).
 19. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by*. The University of Chicago Press Books, 1980, 241 p.
 20. Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 20.09.2024).
 21. Meisner M.S. Metaphors of Nature. Old Vinegar in New Bottles? // *The Trumpeter. Journal of Ecosophy*, 1995, vol. 12, no. 1, pp. 11-18.
 22. Ottati V., Renstrom R. Metaphor and Persuasive Communication: A Multifunctional Approach // *Social and Personality Psychology Compass*, 2010, vol. 10, no. 9, pp. 783-794. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2010.00292.x>
 23. Root R. 'We rarely see them now': just how vulnerable are Vanuatu's dugongs? 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/jul/04/vanuatu-dugong-sea-cow-population-south-pacific-vulnerable> (дата обращения: 20.09.2024).
 24. Thibodeau Ph., Boroditsky L. Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning // *PLoS One*, 2011, vol. 6, no. 2. <https://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0016782>
 25. Van Stee S.K. Meta-Analysis of the Persuasive Effects of Metaphorical vs. Literal Messages // *Communication Studies*, 2018, vol. 69, no. 5, pp. 545-566. <https://doi.org/10.1080/10510974.2018.1457553>
 26. Wang L. Metaphor Research from the Perspective of Ecolinguistics // *Вопросы психолингвистики*, 2021, no. 2(50). С. 162-175.
 27. White S. Country diary: Breeding newts with all the drama of a flamenco dancer, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2022/jun/13/country-diary-breeding-newts-with-all-the-drama-of-a-flamenco-dancer> (дата обращения: 20.09.2024).
 28. Yan J. Metaphoric representation of Nature // 3rd International Conference on Interdisciplinary Social Sciences & Humanities (SOSHU

2020), 2020, pp. 370-374. URL: https://www.webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SOSHU%202020/SOSHU20074.pdf (дата обращения: 20.09.2024).

References

1. Golodnov A.V. *Linguopragmatic peculiarities of persuasive communication*. PhD dissertation. St. Petersburg, 2003, 101 p.
2. Gromorushkina A.A. Conceptual metaphor in ecological discourse of mass media. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Moscow State Linguistic University], 2019, no. 4 (820). pp. 91-99.
3. Zaripov R.I. Manipulation impact through metaphors as an element of information. *Voprosy psikholingvistiki* [Journal of Psycholinguistics]. 2015, pp. 95-106.
4. Ivanova E.V. Cognitive modelling of the image of nature in ecological mediadiscourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2009, is. 41, no. 7 (188), pp. 65-72.
5. Ivin A.A. *Argumentation in the process of communication*. Moscow; Berlin: Direct-Media Publ., 2015, 557 p.
6. Kolchevskaya V.A. *Means of expressing the category of persuasion in the genre "site" of tourist Internet-discourse*. PhD dissertation. Krasnodar, 2020, 206 p.
7. Lazurkina A.O. Persuasive strategies and tactics in ecological discourse. *Elektronnyy sbornik trudov molodykh spetsialistov Polotskogo gosudarstvennogo universiteta. Obrazovanie. Pedagogika* [Electronic catalogue of works by young specialists of Polotsk State University. Education. Pedagogics], 2020, no. 33(103), pp. 71-73. <https://elib.psu.by/handle/123456789/31971> (accessed September 20, 2024)).
8. Man'kovskaya Z.V. The use of persuasive strategies in ecological discourse (on the example of American public speeches). *Problemy sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Problems of Modern Science and Education], 2018, no. 3(123), pp. 44-49.
9. Ovsyannikova V.V. *Metaphorical models in scientific geological discourse*. Abstract of PhD dissertation. Tomsk, 2010, 261 p.

10. Shapochkin D.V. Ecological discourse: an intentional aspect. *Russian Linguistic Bulletin*, 2023, no. 3(39). <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.39.32>
11. Beer A.-J. *Country diary: Humans are nature just as much as the falling tree*, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2022/aug/27/country-diary-humans-are-nature-just-as-much-as-the-falling-tree> (accessed September 20, 2024).
12. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed September 20, 2024).
13. Carroll R. *'I'm happy we're not killing them any more': Ireland's last basking shark hunter on the return of the giants*, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/may/04/ireland-achill-mayo-last-basking-shark-hunter-return-of-giant-fish> (accessed 20.09.2024).
14. Cocker M. *Swifts make sense if you think of them as insects*, 2012. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2012/aug/05/ruralaffairs-birds> (accessed September 20, 2024).
15. Figueres Ch. *If we keep abusing nature it will collapse, taking us with it. We need a new mindset*, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/nov/02/nature-climate-crisis-new-mindset> (accessed September 20, 2024).
16. Gilbert S. *Call of the wild: eco adventures in Argentina's Iberá wetlands*, 2020. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2020/feb/13/rewilding-eco-adventures-argentina-ibera-wetlands-conservation> (accessed September 20, 2024).
17. Henderson F. *Fergus Henderson: Feet, glands, shanks, tripe. That's what I like to eat*, 2014. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/apr/27/fergus-henderson-nature-writes-our-menu-st-john> (accessed September 20, 2024).
18. Hoare P. *How to solve a mass stranding: what caused 77 healthy whales to die on a Scottish beach?* 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/jul/18/pilot-whale-stranding-scottish-beach-sanday-orkney-cetaceans-sound> (accessed September 20, 2024).
19. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by*. The University of Chicago Press Books, 1980, 241 p.

20. *Merriam Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (accessed September 20, 2024).
21. Meisner M.S. Metaphors of Nature. Old Vinegar in New Bottles? *The Trumpeter: Journal of Ecosophy*, 1995, vol. 12, no. 1, pp. 11-18.
22. Ottati V., Renstrom R. Metaphor and Persuasive Communication: A Multifunctional Approach. *Social and Personality Psychology Compass*, 2010, vol. 10, is. 9, pp. 783-794. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2010.00292.x>
23. Root R. 'We rarely see them now': just how vulnerable are Vanuatu's dugongs? 2024. URL: <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/jul/04/vanuatu-dugong-sea-cow-population-south-pacific-vulnerable> (accessed September 20, 2024).
24. Thibodeau Ph., Boroditsky L. Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning. *PLoS One*, 2011, vol. 6. is. 2. <https://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0016782>
25. Van Stee S.K. Meta-Analysis of the Persuasive Effects of Metaphorical vs. Literal Messages. *Communication Studies*, 2018, vol. 69, is. 5, pp. 545-566. <https://doi.org/10.1080/10510974.2018.1457553>
26. Wang L. Metaphor Research from the Perspective of Ecolinguistics. *Journal of Psycholinguistics*, 2021, no. 2(50), pp. 162-175.
27. White S. *Country diary: Breeding newts with all the drama of a flamenco dancer*, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2022/jun/13/country-diary-breeding-newts-with-all-the-drama-of-a-flamenco-dancer> (accessed September 20, 2024).
28. Yan J. Metaphoric representation of Nature. *3rd International Conference on Interdisciplinary Social Sciences & Humanities (SOSHU 2020)*, 2020, pp. 370-374. URL: https://www.webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SOSHU%202020/SOSHU20074.pdf (accessed September 20, 2024).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Павлова Ксения Андреевна, ассистент высшей школы лингвистики и педагогики
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

*ул. Политехническая, 29, г. Санкт-Петербург, 195251, Рос-
сийская Федерация
lone9782@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Ksenia A. Pavlova, Instructor of Graduate School of *Linguistics and
Pedagogy*
Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University
*29, Polytechnicheskaya Str., St. Petersburg, 195251, Russian
Federation*
lone9782@yandex.ru
SPIN-code: 7304-7061
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0898-131X>

Поступила 24.08.2024
После рецензирования 18.09.2024
Принята 28.09.2024

Received 24.08.2024
Revised 18.09.2024
Accepted 28.09.2024