

УДК 81

DOI: 10.24045/fv.2017.3.1

КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТАФОРЫ  
ПРОСТРАНСТВА В ИНТЕРНЕТЕ

М. Н. Макеева  
Н. Ю. Бородулина

*Доктор филологических наук, профессор  
доктор филологических наук, доцент  
Тамбовский государственный  
технический университет  
г. Тамбов, Россия*

COGNITIVE ASPECT OF USING SPACE METAPHOR  
ON THE INTERNET

M. N. Makeyeva  
N. Yu. Borodulina

*Doctor of Philological Sciences, professor  
doctor of Philological Sciences  
assistant professor  
Tambov State Technical University  
Tambov, Russia*

---

**Abstract.** The article considers conceptual metaphors used in the subject area of Internet. The authors examine the interpretation of cognition metaphors in the French linguistic school. It is revealed that metaphors of space prevail among the metaphors interpreting the Internet: Agora, labyrinth, forests, tunnels, grottos, mines, nests, spider webs, castles, cities, "global village", highways, network. The most productive are the metaphors of the water space: ocean, sea, source, stream, surfing, navigation. The paper identifies the sources of this metaphorical model, including the new tendencies in the metaphorical representation of Internet concepts.

**Keywords:** metaphor; space metaphors; heuristicity of metaphor; iconic nature; water space metaphors.

---

Интернет – это океан информации, в котором каждый хочет поймать свою золотую рыбку.

*Юрий Серезжин, блогер*

**ВВЕДЕНИЕ**

Внимание отечественных и зарубежных ученых, работающих в об-

ласти когнитивной лингвистики, всегда привлекали вопросы языкового оперирования знанием, как собственно репрезентативного, так семиотического и интерпретационного [1; 2; 6]. Под данным углом зрения рассматриваются когнитологами и метафоры познания (гносео-

логические или онтологические метафоры), в том числе метафоры, используемые для вербализации понятий предметной области ИНТЕРНЕТ [3; 5].

В настоящей статье предполагается обзор теоретического материала, накопленного французскими когнитологами, исследующими метафоры познания, в частности пространственные метафоры предметной области Интернет. Анализ теоретического материала свидетельствует о том, что французская лингвистика довольно широко интерпретирует метафоры познания, к которым причисляются и метафоры ИТ, в их связи с античной риторикой, утопическими учениями энциклопедистов, семиотическими идеями Ч. Пирса, идеальными когнитивными моделями Лакоффа, Джонсона и их последователей. При этом почти все французские метафоры Интернета являются терминологическими и заимствованными из английского /американского языка, поскольку Интернет как явление родился в США и как любой язык для специалистов «оброс» своими метафорами, которые сразу и без изменения были калькированы во французский язык. Исследование корпуса французских метафорических моделей предметной области ИНТЕРНЕТ свидетельствует о превалировании метафор, в которых актуализируется признак движения, скольжения, перемещения в пространстве. При этом морская тематика с самого начала формирования метафорического языка Интернета доминировала как в английском, так

и во французском языках (*naviguer, surfer, débarquer sur Internet, etc*). В задачи написания данной статьи входит исследовать роль метафоры, в частности пространственной метафоры, в процессе метафоризации языка Интернета, определить и проанализировать концептуальные области, используемые в качестве источника пространственных метафор.

### **МЕТАФОРЫ ПРОСТРАНСТВА И ИХ РОЛЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ИНТЕРНЕТА**

Согласно ставшей классической работе Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» [4], метафоры, которые категоризируют абстрактные сущности путем очерчивания их границ в пространстве, это онтологические метафоры. Они используются для постижения событий, действий, занятий и состояний. События и действия метафорически осмысливаются как объекты, занятия – как вещества, состояния – как вместилища. Понятие пространства определяет базовое различие между «в» и «из». Человек постоянно находится в определенном пространстве. Процесс передачи информации (или коммуникации) интерпретируется как движение смыслов, «наполняющих» языковые выражения (вместилища), по «каналу», связывающему говорящего и слушающего. Языковые выражения представляют собой контейнеры, которые заполняются информацией в виде мыслей, суждений. Выделяя метафору «контейнера информации», Лакофф, Джонсон видят в ней подтипы, связанные с

движением и визуальным полем. Таким образом, конкретные языковые единицы обозначают абстрактные сущности. Важнейшую роль при этом играют психологические концепты, основанные на человеческом опыте.

Разделяющие данную концепцию когнитивной метафоры современные французские лингвисты анализируют метафоры, в которых абстрактное понятие Интернет соотносится с предметными областями, заимствованными из культуры и философии Древней Греции, философских трудов Дидро, Бэкона, утопических произведений Т. Мора и Вольтера, романов о реальных и фантастических приключениях и т.п. [9; 13]. Результатом проведенных исследований стало выявление следующих пространственных метафор, репрезентирующих Интернет:

*Агора* – собрание граждан Древней Греции для свободного обсуждения новостей и принятия относящихся к общественной жизни решений; городская площадь для этих собраний, а также и для развлечений (в том числе театральных и гимнастических), позднее для торговли. Метафоры, интерпретирующие Интернет как агору, подчеркивают его демократический характер, возможность свободного общения на свободном пространстве: «une Agora publique, un espace public mondialisé où les acteurs de la société civile comme les agents institutionnels où les représentants politiques prennent part aux débats qui concernent l'avenir de la cité-monde» [16] и «agora informationnelle» [19, p. 118]. Однако эти метафоры не

прижились, лексема «агора» используется сегодня в названиях ассоциаций, организаций, порталов, групп в Фейсбуке и Твиттере.

*Лабиринт* – символическая фигура и ментальный образ, отсылающий к греческой мифологии, конкретно к мифу о Тесее, который на пути к Минотавру столкнулся с выбором пути из множества дорог. Эти трудности были преодолены, благодаря нити Ариадны был найден единственный выход. Метафора лабиринта активно использовалась как метафора познания, к ней добавились другие метафоры пространства, представляющие сложности поиска пути (*леса, туннели, гроты, шахты, гнезда, паутина, замки, города, «глобальная деревня», автотрассы, сеть*) Все эти представления и фигуры, физические, символические и утопические, активизировались с приходом цифровых технологий, в частности, при интерпретации и вербальной репрезентации способа организации информации в гипертексте [10; 17].

*Океан* как метафора познания появляется в Новом Органоне Ф. Бэкона. Главным символическим проводником в этом путешествии по просторам океана знания было понятие «boussole» (компас, путеводитель), который впоследствии был заменен другим аналогичным понятием – «navigateur». Словачемоданы «internaute» (Internet и astronaute), «infonaute» (information и astronaute), «cybernaute» (cyberespace и astronaute) часто встречаются и наводят мысли о бесконечных путешествиях в океаническом и космическом простран-

ствах. Они навеяны мифологическими образами Аргонавтов, отправившихся на поиски Золотого руна, и воспоминаниями о реальных полетах астронавтов к Луне. Освоение Интернета интерпретируется метафорическими терминами как цель овладения и завоевания новых пространств [14]. Центральным термином, выраженным метафорически, становится «surf» [15], который имеет различные дериваты в данной предметной области: *surfer*, *surfeur*, *egosurf*, *egosurfeur*, *egosurfer* [12]. На примере глаголов *naviguer* и *surfer* Д. Жаме иллюстрирует, как термины морской тематики получили метафорическое значение (которого раньше они не имели) в связи с появлением Интернета и развития идеи получения информации в результате как бы скольжения, перемещения по гладкой поверхности океана. В словаре *Petit Robert 1995* года эти слова не имеют переносного значения, характеризующего поиск информации:

**surfer** – faire du surf;

**naviguer** – se déplacer sur l'eau.

Но в 2006 году в этом же словаре появляются новые значения:

**surfer** – 2. se déplacer dans un réseau télématique grâce aux liens hypertextuels. → naviguer. Surfer sur Internet;

**naviguer** – 6. Inform. Passer de manière non linéaire d'un document électronique, d'un site d'un réseau à l'autre grâce aux liens hypertextuels. Naviguer sur la Toile. Surfer [там же].

Несколькими годами раньше появляется и сопровождается толко-

ванием еще одно важное понятие Интернета:

**Cyberespace**: Lieu imaginaire appliqué métaphoriquement au réseau Internet et dans lequel les internautes qui y naviguent s'adonnent à des activités diverses [там же].

Лексикализованная природа метафор подчеркивается отсутствием кавычек. Метафоры имеют терминологическое обоснование, поскольку их появление соответствует нуждам обозначить реалии, которые до этого времени не были известны. С тех пор, как бесцельное брожение по Интернету стало любимым занятием миллионов людей, метафора океана стала превалировать в описаниях Сети, эксплуатируя такие его свойства, как необъятность, безбрежность, простор. А общение в мировой Сетью сравнивают с погружением в непрерывно обновляемые воды.

С осмыслением Интернета в терминах океана во французском языке продуктивными становятся и другие морские метафоры, например: *débarquer sur Internet*, *pirate informatique*, *inondation*, *flux*, *îlot*, *passerelle éclose*, etc. Метафоры океана эвристичны: они говорят о рисках морских прогулок (или путешествий), о возможных ошибках. Они апеллируют к таким человеческим качествам, как изобретательность, мечтательность, стремление к воображению.

## МЕТАФОРЫ-МЕТКИ В НЕОБЪЯТНЫХ ПРОСТОРАХ ИНТЕРНЕТА

Огромная скорость распространения Интернета, проникновение его во все сферы человеческой деятельности, от ведения блогов политиками и рекламы до совершения банковских операций и бытовых покупок обывателями, поставило перед пользователями новые задачи, связанные с облегчением выбора поиска нужной информации в необъятных просторах Интернета, а также новых обозначений, в том числе метафорических. Количество метафор стало расти, при этом они не ограничивались вербальным планом по причине той легкости, с которой они стали воспроизводиться. Воображение толкало к поиску новых форм и образов, и метафора стала удваиваться иконическим аспектом (если вспомнить классификацию знаков Ч. Пирса) [7]. Два главных навигатора сети, Explorer и Netscape, имеют визуальное метафорическое обозначение – это планета и океан с преобладанием голубого цвета, воплощающие образы пространственных или океанических путешествий. Прогулки, путешествия, приключения и возможные открытия не только дублируют в виртуальном мире освоение конкретных географических и космических просторов, но и требуют подсказок, указаний, проводников. В качестве последних выступают так называемые метафоры-метки, которые имеют графическое воплощение: кадры, кнопки, указатель (рука или стрелка) и т. п. Знак @ служит не только для обозначения адреса

виртуального почтового ящика, но и для того, чтобы предложить какую-либо услугу в сети. Так, страховые общества предлагают рекламные вкладки «en s@voir plus» в виде набора ссылок [там же]. *Arobase*, *arobas*, *arrobe*, *escargot* – это примеры языковой метафорической презентации знака @ во французском языке (в русском языке – *собака*). В других языках существуют и более экзотические обозначения: *shtrudel* / штрудель в Израиле, *queue de singe* / обезьяний хвостик в Голландии, *trompe d'éléphant* / хобот в Дании и Швеции, *chiocciola* / улитка в Италии и т. д. Этот знак появился давно и имеет разные этимологические толкования [18]. Заметим, что из существующих толкований французского «arobase» нам более импонирует то, которое ассоциирует @ с амфорой, артефактом, отсылающем к путешествиям по Древней Греции, к возможным находкам, покоящимся пока на дне океана. Но главное, что этот знак стал символом Интернета, присутствует на клавиатуре компьютера, введен в информационные стандарты.

Другим важным символом и метафорой-меткой можно считать знак # – *решетка*, по определению словаря С. А. Кузнецова, это «заграждение из переплетающихся рядов деревянных или металлических прутьев, полос и т. п.» [11]. Подобно метафоре вместилища сочетание решетки и слова (или слов без пробелов) превращается в ссылку, хэштег, под ней скрывается подборка всех сообщений, в которых присутствует данный хэштег. Известный французский лингвист и лексико-

граф Алан Рей считает, что слово «hashtag» было заимствовано во французский язык в 2009 году. Это заимствование колеблется между двумя смыслами: mots-clés / ключевые слова, mot-dièse, (очень распространенный термин во французских соцсетях), mot-clic и croisillon / крестовина (схоже с русской «решеткой»). Однако, несмотря на имеющиеся французские эквиваленты, именно англицизм «hashtag» широко используется во франкоговорящих странах Европы и в Канаде [20]. Сегодня хэштеги применяются, в основном, в социальных сетях. Они знакомы и простым пользователям, и маркетологам, вебмастерам, специалистам по продвижению в социальных сетях бренда компании, товара, услуги, сайта или чего-то другого.

Наличие метафор-меток позволяет не только быстро и целенаправленно продвигаться по бескрайним просторам информации, но и в случае необходимости возвращаться в исходную точку пути или откладывать необходимые ссылки, чтобы потом вернуться к ним. Таким образом, понятие «навигации» и «серфинга» обогащается новыми содержательными смыслами, превращаясь в «когнитивную стратегию» [8].

## **ВЫВОДЫ**

Исследование когнитивных метафор Интернета на основе теоретического материала, накопленного французскими лингвистами, свидетельствует о том, что французская лингвистическая школа посвящает

многие работы данной теме и интерпретирует анализируемые концептуальные модели как метафоры познания, в которых важную роль играют метафоры пространства, при этом в качестве источников доминирует морская тематика. Метафоры пространства отличаются эвристическим характером и иконичностью. Кроме вербальных метафор существуют и визуальные, в том числе знаки-символы, обладающие признаками метафоры, которые могут интерпретироваться как метафоры-метки, помогающие обеспечить поиск информации в бескрайних просторах океана информации, размещенной в Интернете.

Скорость, с которой развивается Интернет и его практическое применение, превращает современный язык Интернета из специализированного в близкий разговорному языку. Появление и быстрое распространение социальных сетей, таких как Фейсбук и Твиттер, привело к значительным изменениям в языке пользователей Интернета, в том числе к появлению новых метафор. Перспективу дальнейших изысканий мы видим в исследовании метафорической вербальной и невербальной коммуникации в социальных сетях, а также в анализе метафор, интерпретирующих результативность поиска информации в Интернете.

## **Библиографический список**

1. Болдырев Н. Н. Актуальные задачи когнитивной лингвистики на современном этапе // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2013. – № 1. – С. 5–13.

2. Демьянков В. З. Цивилизационные и культурные ограничения на трансфер знаний в свете концепции В. Н. Телля // *Язык, сознание, коммуникация* : сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2016. Вып. 53. – С. 86–90.
3. Лакофф Дж. Когнитивная семантика // *Язык и интеллект*. – М. : Прогресс: Универс, 1995. – С. 143–184.
4. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // *Теория метафоры* : сб. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387–415.
5. Панасенко Е. А. Гносеологическая функция метафоры в номинировании новой предметной области // *Вестник Томского государственного университета*. – 2014. – Выпуск № 387. – С. 27–33.
6. Солсо Когнитивная психология. 6-е изд. – СПб. : Питер, 2006 [электронный ресурс]. URL: [http://yanko.lib.ru/books/psycho/solso.cognitive\\_psychology-6.ru\\_sl.htm](http://yanko.lib.ru/books/psycho/solso.cognitive_psychology-6.ru_sl.htm).
7. Béguin-Verbrugge A. Métaphores et intégration sociale des technologies nouvelles // *Communication et langages*. – 2004. – Volume 141. – № 1. – pp. 83–93.
8. Candel E. L'imaginaire du « portail»: le cas de Rezo.net // *Communication et langages*. – 2005. – Volume 146. – № 1. [электронный ресурс] URL: [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_146\\_1\\_3374?q=metaphores%20dans%20l'internet](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_146_1_3374?q=metaphores%20dans%20l'internet)
9. Cardon D. Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation // *Communications*. – 2013. – Volume 93. – № 1. – P. 173–186.
10. Davallon J., Jeanneret Y. La fausse évidence du lien hypertexte // *Communication et langages*. – 2004. – Volume 140. – № 1. – P. 43–54.
11. <http://enc-dic.com/kuzhecov/Reshetka-42470/>
12. Jamet D. La perception d'Internet via ses métaphores // *Métaphores et perception*. 2006. Lyon, France [электронный ресурс]. URL: <https://hal-univ-lyon3.archives-ouvertes.fr/hal-00366624/document>.
13. Jamet D. What do Internet metaphors reveal about the perception of the Internet // *Metaphorik*. 2010 [электронный ресурс]. URL: [http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/18\\_2010\\_jamet.pdf](http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/18_2010_jamet.pdf).
14. Juanals B. L'arbre, le labyrinthe et l'océan. Les métaphores du savoir, des Lumières au numérique // *Communication et langages*. – 2004. – Volume 139. – № 1. – pp. 101–110.
15. Labarthe F. Ce que chatter veut dire. Pratiques internautes des jeunes des classes populaires // *Communication et langages*. – 2006. – Volume 147. – № 1. – pp. 87–103.
16. Lagrée J.-Ch. Manuel Castells 'The internet galaxy'. reflections on the internet, business and society // *Agora débats/jeunesses*. – 2002. – Volume 27. – № 1 [электронный ресурс]. URL: [http://www.persee.fr/doc/agora\\_1268-5666\\_2002\\_num\\_27\\_1\\_2007\\_t14\\_0148\\_0000\\_2?q=internet%20est%20agora](http://www.persee.fr/doc/agora_1268-5666_2002_num_27_1_2007_t14_0148_0000_2?q=internet%20est%20agora).
17. Lebas F. Le vertige des collusions d'espaces // *Communications*. – 2010. – Volume 86. – № 1. – P. 211–228.
18. L'histoire d'arobase [электронный ресурс]. URL: <http://expositions.bnf.fr/utopie/pistes/ateliers/image/fiches/arobase.htm>.
19. Proulx S. Interroger la métaphore d'une société de l'information : horizon et limites d'une utopie // *Communication et langages*. – 2007. – Volume 152. – № 1. – P. 107–124.
20. Rey A. Dictionnaire historique de la langue française. 2016 [электронный ресурс]. URL: <http://www.lerobert.com/docs/20pDHLF-WEB.pdf>.

#### **Bibliograficheskiy spisok**

1. Boldyrev N. N. Aktual'nye zadachi kognitivnoj lingvistiki na sovremennom jetape // *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. – 2013. – № 1. – S. 5–13.

2. Dem'jankov V. Z. *Civilizacionnye i kul'turnye ogranichenija na transfer znaniy v svete koncepcii V. N. Telija // Jazyk, soznanie, komunikacija : sb. statej / otv. red. V. V. Krasnyh, A. I. Izotov. – M. : MAKS Press, 2016. Vyp. 53. – S. 86–90.*
3. Lakoff Dzh. *Kognitivnaja semantika // Jazyk i intellekt. – M. : Progress: Univers, 1995. – S. 143–184.*
4. Lakoff D., Dzhonson M. *Metafori, kotorymi my zhivem // Teorija metafori : sb. – M. : Progress, 1990. – S. 387–415.*
5. Panasenko E. A. *Gnoseologičeskaja funkcija metafori v nominirovanii novoj predmetnoj oblasti // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2014. – Vypusk № 387. – S. 27–33.*
6. Solso *Kognitivnaja psihologija. 6-e izd. – SPb. : Piter, 2006 [jelektronnyj resurs]. URL: [http://yanko.lib.ru/books/psycho/solso.cognitive\\_psychology-6.ru\\_sl.htm](http://yanko.lib.ru/books/psycho/solso.cognitive_psychology-6.ru_sl.htm).*
7. Béguin-Verbrugge A. *Métaphores et intégration sociale des technologies nouvelles // Communication et langages. – 2004. – Volume 141. – № 1. – pp. 83–93.*
8. Candel E. *L'imaginaire du « portail »: le cas de Rezo.net // Communication et langages. – 2005. – Volume 146. – № 1. [jelektronnyj resurs] URL: [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_146\\_1\\_3374?q=metaphores%20dans%20%27internet](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_146_1_3374?q=metaphores%20dans%20%27internet)*
9. Cardon D. *Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation // Communications. – 2013. – Volume 93. – № 1. – P. 173–186.*
10. Davallon J., Jeanneret Y. *La fausse évidence du lien hypertexte // Communication et langages. – 2004. – Volume 140. – № 1. – P. 43–54.*
11. <http://enc-dic.com/kuzhecov/Reshetka-42470/>
12. Jamet D. *La perception d'Internet via ses métaphores // Métaphores et perception. 2006. Lyon. France [jelektronnyj resurs]. URL: <https://hal-univ-lyon3.archives-ouvertes.fr/hal-00366624/document>.*
13. Jamet D. *What do Internet metaphors reveal about the perception of the Internet // Metaphorik. 2010 [jelektronnyj resurs]. URL: [http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/18\\_2010\\_jamet.pdf](http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/18_2010_jamet.pdf).*
14. Juanals B. *L'arbre, le labyrinthe et l'océan. Les métaphores du savoir, des Lumières au numérique // Communication et langages. – 2004. – Volume 139. – № 1. – pp. 101–110.*
15. Labarthe F. *Ce que chatter veut dire. Pratiques internautes des jeunes des classes populaires // Communication et langages. – 2006. – Volume 147. – № 1. – pp. 87–103.*
16. Lagrée J.-Ch. *Manuel Castells The internet galaxy? reflections on the internet, business and society // Agora débats/jeunesses. – 2002. – Volume 27. – № 1 [jelektronnyj resurs]. URL: [http://www.persee.fr/doc/agora\\_1268-5666\\_2002\\_num\\_27\\_1\\_2007\\_t14\\_0148\\_0000\\_2?q=internet%20est%20agora](http://www.persee.fr/doc/agora_1268-5666_2002_num_27_1_2007_t14_0148_0000_2?q=internet%20est%20agora).*
17. Lebas F. *Le vertige des collusions d'espaces // Communications. – 2010. – Volume 86. – № 1. – P. 211–228.*
18. *L'histoire d'arobase [jelektronnyj resurs]. URL: <http://expositions.bnf.fr/utopie/pistes/ateliers/image/fiches/arobase.htm>.*
19. Proulx S. *Interroger la métaphore d'une société de l'information : horizon et limites d'une utopie // Communication et langages. – 2007. – Volume 152. – № 1. – P. 107–124.*
20. Rey A. *Dictionnaire historique de la langue française. 2016 [jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.lerobert.com/docs/20pDHLF-WEB.pdf>.*

© *Макеева М. Н.,  
Бородулина Н. Ю., 2017.*