

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ПРОЦЕССА МЕТАФОРИЗАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ*

Аннотация: В работе рассматриваются процессы метафоризации как явления и ее особенности на материале лексики экономического подъязыка.

Ключевые слова: Метафора, экономическая терминология, национальная культура, языковая личность.

Проблемы метафоризации, являясь сейчас в языкознании наиболее актуальными, в полной мере касаются и экономической терминологии. Исследованный материал убедительно показал, что в основе одной из разновидностей языка для специальных целей – экономического подъязыка – лежит метафора. Для проводимого анализа важным является мнение Е.С. Кубряковой: – «Склонность человека к сравнению, к сопоставлению вещей, к обнаружению в них общих черт как на поверхности, так и в глубине, становится, тем самым, психологическими предпосылками метафоры. Чем богаче развито у человека воображение, чем разветвленнее у него система живых ассоциаций, тем образнее его метафора и тем больше ощущается в них творческое индивидуальное начало.<...> Метафорические значения слов хранят опыт человечества, отражают не только языковые, но и чисто мыслительные и познавательные особенности людей» [1, 4].

Язык, являясь одним из основных составляющих компонентов национальной культуры, обладает целым рядом определенных, национально окрашенных черт. Следует отметить, что язык отражает результаты культурного наследия общества и одновременно является средством репрезентации его национальных особенностей. По справедливому замечанию В.Н. Телия, «в языковых средствах запечатлевается все то национально-культурное богатство, которое накапливается языковым коллективом в процессе его исторического развития» [9, 36].

Язык является культурно детерминированной формой выражения языковой личности. Как справедливо замечает В.А. Маслова, «человек – носитель национальной ментальности, которая может быть исследована через язык, являющийся важнейшим из средств идентификации человека» [4, 142].

Национальный менталитет как философско-социальное явление включает в себя множество структурных компонентов, формирующих языковую личность. С.Г. Тер-Минасова [7] использует следующее определение, данное Л.В. Лесной: – «Менталитет – это обобщенное социально-психологическое состояние субъекта (народа, нации, народности, социальной группы, человека), сложившееся в результате исторически длительного и достаточно устойчивого воздействия естественно-географических, этнических, социально-политических и культурных условий проживания на субъект менталитета, возникающее на основе органической связи прошлого с настоящим. Складываясь, формируясь, вырабатываясь исторически и генетически, менталитет представляет собой устойчивую совокупность социально-психологических качеств и черт, их органическую целостность, определяющих многие стороны жизнедеятельности данной общности людей» [7, 35-36].

Схема *национальная культура – национальный менталитет – язык – национальная культура* является логическим отображением связи между менталитетом

* © Калугина Ю.Е.

языковой личности и особенностями национальной культуры. Язык в этом случае не только средство выражения, но и средство идентификации национальной принадлежности.

Известно, что причиной появления метафорических переносов является работа мышления, зависящего от национально-культурных особенностей. Терминологическая номинация, как правило, также основывается на специфически национальной мотивировке. Особенно это относится к терминам, созданным в недрах родного языка, где господствуют метафорические переносы. Характерным при этом явлением считается движение семантики таких терминов от первичного значения метафоры к специальному, отраслевому значению.

Анализ собранного материала, представляющего словарный запас подъязыка экономики, убеждает в том, что для каждого подъязыка должен применяться индивидуальный подход к классификации метафор. Так, например, большой массив метафор подъязыка финансовой экономики не поддается классифицированию по выделенным группам. Мы сделали попытку распределить рассматриваемые метафоры по тематическим группам, основываясь на формальных признаках метафоры. Следует отметить, что многие метафоры оказались вне классификации, в связи с трудностями выделения признака, легшего в основу метафорического процесса, в силу своей индивидуальности. С другой стороны, часто метафоры одновременно могут быть включены в несколько групп, по причине сложности признака, легшего в основу переноса.

Термины подъязыка экономики, в процессе создания которых участвовала метафора, можно расклассифицировать по нескольким группам. Прежде всего выделяются две большие группы: 1. Термины, образованные от имен собственных, и 2. Термины, образованные от имен нарицательных.

В первой группе, условно названной как «отономастические термины» (термины, в основе которых лежит метафора, связанная с именем собственным), выделены две подгруппы, имеющие свои четко очерченные границы:

1. Оттопонимические термины: *Belgian dentist, Dutch disease, New-York interest, Nigerian scam, Mexican stand-off, old Lady of Thredneedle Street, Oracle of Omaha, Throgmorton Street, Wall Street crash;*

2. Отантропонимические термины: *Dolly, Ginnie Mae, Maggie Mae, Lady Macbeth strategy, Lady Godiva accounting Principals, Matilda bond, nervous Nellie, Rembrandt bond, Peter principle, Tiffany list.*

Вторая группа, условно названная как «термины, образованные от имен нарицательных», представлена большим количеством выделяемых подгрупп:

1. Отзоосемические (термины, в основе которых лежит метафора зоологических понятий): *alligator property, African lion, American Eagle, bear market, bed-bug letter, bird dog, bobtail pool, bunny bonds, bulldog bond, cash cow, condor, cockroach theory, dead cat bounce, dove, eager beaver, elephants, fat cat, gold bug, kangaroo, hawk, herd instinct, gorilla, killer bees, kiwi, lame duck, lemming, loan shark, lobster trap, loonie, mare-to-foal policy, mothballing, nest egg, panda, pig, paper tiger, tiger economy, dog eat dog, eat your own dog food, rat trading, red herring, dog and pony show, dogs of the Dow, yellow dog contract, black swan, chameleon option, deer market, snake in the tunnel, stool pigeon, sheep, stalking-horse bid, turtle, turkey, vulture capitalist, vulture fund, wildcat banking.*

2. Отботанические термины (термины, основанные на метафоре ботанических понятий): *carrot equity, cherry-picking, daisy chain, flower bond, wallflower, jungle market, lemon, lemon laws, melon-cutting, seed capital, maple bond, taiga bonds.*

3. Отмифологические термины (термины, базирующиеся на метафоре, связан-

ной с мифологическими сюжетами): *act of God, good Samaritan, Aladdin bonds, Santa Clause rally, angel, fallen angel, elves, ghosting, grey/ white knight, halo effect, dragon bonds, little dragons, phantom competition, pirate issue, purgatory and hell, heaven and hell bond, Christmas tree, Doomsday call, Leprechaun leader, Jekyll and Hyde, Sleeping Beauty, sinful stock, sin tax, vice fund, zombies.*

4. Отгенетические (термины, созданные путем метафорического переноса понятий, номинирующих родственные отношения): *aunt Millie, mother Hubbard clause, godfather offer, grandfather clause, grandfathered activities, Granny bonds, junior bond, mom-and-pop store, married put, marrying price, orphan stock, problem child, seven sisters, Siamese shares, twin shares, weak sister, widow-and-orphan stocks.*

5. Отантропогенные термины (термины, основывающиеся на метафоре понятий, связанных с человеком): *ankle biter, arm's length transaction, belly up, barefoot pilgrim, blind broker, blind pool, blind trust, face interest rate, face value, footloose industries, jawbone, head and shoulders, lifting a leg, legging out, skeleton account, strong hands, weak hands.*

6. Откалендарные термины (термины, образованные при помощи метафорического переноса наименований дней недели и месяцев): *Maundy, May Day, black Monday, cyber Monday, Monday effect, January barometer, January effect, black Friday, Marlboro Friday, October effect, Saturday night, silver Thursday, Wednesday scramble, weekend effect.*

7. Отколористические термины (термины, созданные на основе метафоры цветообозначения): *blue list, green bond, green fund, green investing, greenwashing, green revolution, golden boot, golden hallo, golden share, golden handshakes, golden handcuffs, gilt-edged securities, green investing, grey list, grey market, in the pink, pink sheets, orange goods, moon-lighting, rainbow, red chip, red goods, redlining, silver bond, white-shoe firm, yellow knight.*

8. Отгастрономические термины (термины, основанные на метафоре, использующей наименования продуктов питания, кухонных принадлежностей и кулинарии): *eating stock, financial menu, falling knife, macaroni defense, marzipan layer, plain vanilla, pork bellies, piechart, piecemeal option, pot, salad oil scandal, sandwich generation, Tequila crisis, three-martini launch, waiters.*

7. Военно-морские термины (термины, образованные при помощи метафоры, использующей военные и морские понятия): *anchor capital, shotgun approach, golden parachute, gun jumping, radar alert, nominal anchor, non-revolver, short anchor, safe harbor, torpedo stock debt bomb, camouflage compensation, sluice gate price, trigger price, price war, war chest.*

8. Спортивные термины (термины, образованные при помощи метафоры, использующей спортивные понятия): *dumbbell, soccer tom indicator, hockey stick bidding, hurdle rate, job-hunting, headhunt.*

10. Национально-маркированные термины (термины, метафорический перенос которых основывается на понятии, отражающем уникальную национальную черту): *gentleman's agreement, Chinese Walls, Samurai bond, Geisha bond, Harakiri swap.*

По справедливому замечанию Г.Г. Молчановой, «при использовании метафоры как процедурного механизма когнитивной обработки для понимания сложных перемен, происходящих в окружающем его мире, человек пользуется, естественно, наиболее близкими и родственными ему понятиями» [5, 44]. В подтверждение мысли о национальной обусловленности метафорических процессов важным является точка зрения Э. Маккормака о том, что «рассматриваемые изнутри, метафоры функционируют как когнитивные процессы, с помощью которых мы углубляем наши представления о мире и создаем новые гипотезы. Рассматриваемые извне, они функционируют в

качестве посредников между человеческим разумом и культурой» [9, 35].

Оттопонимические метафоры, в основе которых заложено переосмысление топонима, номинирующего место расположения крупных фондовых бирж, активно используются в финансовом подъязыке экономики: *New-York interest* (ню-йоркские проценты), *Boston interest* (бостонские проценты), *Wall Street crash* (крах Уолл-стрит), *Wall Street Walk* (прогулка по Уолл-стрит), *old Lady of Threadneedle Street* (Банк Англии), *Throgmorton Street* (Лондонская фондовая биржа).

Отантропонимические термины, представленные в подъязыке экономики, будучи образованными от имен собственных, одновременно своей формой указывают и на принадлежность к культурно-специфическим понятиям. Например: *Matilda bond* («облигация Матильда») – облигация, выпущенная иностранным заемщиком в Австралии в австралийских долларах [10, 440]. Для австралийцев имя *Матильда* ассоциируется с весьма популярной национальной песней, являвшейся неофициальным гимном Австралии “Waltzing Matilda” (1895 г.). Другой пример: *Lady Macbeth strategy* (стратегия леди Макбет) – тактика поглощения компании, при которой третье лицо изображает из себя «белого рыцаря», а затем присоединяется к враждебному претенденту на покупку компании [10, 399]. Несомненно, что в данном случае имеет место оценочная коннотация, указывающая на коварство шекспировского персонажа – *леди Макбет*.

Приведенные нами примеры подчеркивают справедливость высказывания В.Н. Прохоровой о том, что «при метафорическом терминообразовании обычны коннотации эмоциональности и экспрессивности» [6, 88]. Следует отметить, что эмоциональность как постоянное и обязательное свойство метафоры свойственна и тем метафорам, которые функционируют в языке нации, представители которой на первый взгляд кажутся эмоционально сдержанными.

Особый интерес представляют отантропонимические термины, т.е. специальные лексемы, образованные от имени известной личности и используемые как наименование определенного понятия. Созданные журналистами для описания экономической политики, проводимой конкретными политическими деятелями, слова-гибриды *Reaganomics*, *Rogernomics*, *Clintonomics*, *Rubinomics*, *Putinomics*, *Sarconomics* широко используются в экономическом дискурсе. Эти лексемы отличаются идиоматичностью значения, прозрачной внутренней формой, краткостью и сжатостью внешней формы.

Очевидно, что при исследовании данного пласта подъязыка экономики следует согласиться с мнением О.А. Корнилова, говорящего, что «иногда в языке науки закрепляется не просто языковая метафора, свидетельствующая о специфике национальной образности, а просто факт национальной истории, культуры, или даже литературы» [2, 66].

Для такого рода метафор применяется метод дефиниционного анализа, при котором только перифраза или семантический эквивалент определяемого слова может раскрыть понятие. Так, например, «Новый англо-русский банковский и экономический словарь» Б.Г. Федорова определяет термин *Old Lady of Thredneedle Street* («Старая леди с Треднидл-стрит») как *Банк Англии*; Треднидл-стрит – место расположения Банка Англии; название происходит от карикатуры XIX в. с изображением премьер-министра У. Пита, пытающегося добратся до золота в сундуке, на котором сидит пожилая леди [10, 498].

Большое место в подъязыке экономики занимают метафоры, связанные с животным миром, и особенно – с образами животных, ставших компонентами национальной символики. По мнению О.А. Корнилова, «при любых интеркультурных кон-

тактах трудно переоценить значение национальной символики. <...> Символика же самым тесным образом связана с коннотативной зоной языка, т.е. той частью НЯКМ (научной языковой картины мира – прим. Ю.К.), которая содержит информацию об устойчивых в данной национальной традиции ассоциациях, вызываемых в коллективном языковом сознании различными объектами окружающего мира. Если, к примеру, в какой-либо культуре какие-то виды животных являются символами силы, трудолюбия, мудрости, покорности, трусости, подлости и т.п., то применительно к лингвистике это означает, что лексические значения слов, называющих этих животных, включают в себя эту информацию (уникальную для каждого языка)» [2, 83-84].

Многие метафоры-зоосемизмы становятся символами, используемыми для обозначения национальной валюты, как, например, *American Eagles* (американские орлы) – вид американских золотых и серебряных монет; *Panda* (Панда) – современная китайская золотая монета [10, 38, 517]. Термин-зоосемизм *loonie* (производный от *loon* – *гагара*) используется для названия Канадского доллара, на котором изображена *гагара*. Национальным символом Новой Зеландии является нелетающая птица *киви* и одноименный термин *kiwi* (киви, бескрыл), обозначающий национальную валюту, пользуется большой популярностью. Акции *kangaroo* (кенгуру) рождают в сознании четкие ассоциации с Австралийским континентом, где обитают эти животные. Поскольку любовь к животным является одной из самых ярких черт английской нации, вероятно, закономерным является образование такого количества англоязычных метафор, связанных с зоологическими понятиями. Так, в термине *bulldog bond* (облигации «бульдог») используется английский символ – *бульдог*. Поэтому важным представляется мнение М. Блэка о том, что в ряде случаев было бы правильно говорить, что метафора именно создает, а не выражает сходство [9, 22].

Другими примерами метафор, порождающих четкие ассоциации, в основе которых лежит национально-специфическая черта, могут служить такие термины, как *gentlemen's agreement* (*джентльмен*, хорошо воспитанный человек), *oracle of Omaha* (самый удачливый известный инвестор Уоррен Бафетт, проживающий в городе *Омаха* штата Небраска, США), *soccer mom indicator* (*сокер* – американский футбол), *Tequila crisis* (кактусовая водка *текила*, которая производится в Мексике), *Leprechaun leader* (известный персонаж ирландского эпоса *Леприкон*), *Chinese Walls* (*Китайская стена*), *Samurai bond* (*самурай* – японский воин).

Проведенный анализ метафор подъязыка экономики дает основания для следующих выводов. Во-первых, несмотря на то, что подъязык экономики использует множество метафор из разных областей-доноров, количественное преимущество остается за терминами-зоосемизмами. Во-вторых, большинство метафор основывается на определенном национально-культурном признаке, который зачастую не является очевидным или общеизвестным. В-третьих, наблюдается тенденция к интернационализации терминов-метафор, отражающих чисто национальный колорит.

По мнению С.Г. Тер-Минасовой, «язык – зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира» [Тер-Минасова С.Г. 2004, с. 17]. Продолжая эту мысль, можно сказать, что подъязык экономики также является отражением особенностей национального менталитета в рамках сложившейся культурной традиции.

В качестве резюмирующего заключения можно сказать о том, что языковые единицы с метафорическим значением представляют собой прецедентный феномен. Язык, при этом, является культурно детерминированной формой выражения языко-

вой личности, поскольку появление метафоры есть результат мыслительной деятельности человека. «Благодаря тому, что метафора действует как когнитивный инструмент, из нее можно извлечь информацию о признаке, мотивирующем метафорический перенос. Этот признак отражает наиболее релевантные характеристики обозначаемого, которые объективизируются в сознании говорящего на основании имеющегося в семантической памяти запаса знаний, представлений об этом обозначаемом» [3, 97]. Таким образом, «метафора отображает базовый когнитивный процесс, служит существенной необходимостью мысли, а не просто риторической фигурой, украшением речи» [3, 88].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дюжикова Е.А. Метафора в словосложении. Владивосток: Изд-во Дальневост. Ун-та, 1990. 156 с.
2. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: ЧеРо, 2003. 349 с.
3. Лапшина М.Н. Семантическая эволюция английского слова (изучение лексики в когнитивном аспекте). СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1998. 160 с.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2004. 208 с.
5. Молчанова Г.Г. Английский как неродной: текст, стиль, культура, коммуникация. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2007. 384 с.
6. Прохорова В.Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование). М.: Филологический факультет, 1996. 125 с.
7. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Издательство Астрель, 2007. 286 с..
8. Тер-Минасова С.Г. Язык межкультурная коммуникация. –М.: Слово/ Slovo, 2000. 262 с.
9. Шибанова Е.О. Метафорические концептуальные системы сфере экономики и политики (на материале англоязычной прессы): Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1999. 198 с.
10. Федоров Б.Г. Новый англо-русский банковский и экономический словарь. СПб.: Лимбус Пресс, 2006. 848 с.

J. Kalugina

METAFOR USAGE SPECIFICS IN ECONOMIC TERMINOLOGY

Abstract: This article reviews the processes of metaphorization and its attributes in economic vocabulary.

Key words: metaphor, economic terminology, national culture, language personality