

УДК 811.111'42

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Т.В.Шиляева

преподаватель,

Измаильский государственный гуманитарный университет

В статье ставится цель изучения метафорических моделей в экономическом дискурсе в рамках когнитивной лингвистики и описание их при помощи фреймов. Рассматриваются области источников метафоризации для экономических терминов и профессионализмов метафорического характера, описываются метафорические модели с разной развитостью фреймовой структуры и различной степенью продуктивности. Выделены следующие метафорические модели: антропоморфная, социальная, артефактная, литературно-мифологическая, цветовая, а также модель «Мир природы».

Ключевые слова: *метафора, метафорическая модель, молитва, фрейм, экономика.*

Феномен метафоры, метафорические структуры в языке и речи, метафорическое мышление являются предметом исследования целого ряда гуманитарных дисциплин. В последние 20 лет происходит рост интереса к метафоре, которая проделала большой путь от средства выразительной речи до когнитивного механизма, способа познания и категоризации действительности. Новый толчок к исследованию метафоры дала когнитивная лингвистика. Она позволяет по-новому взглянуть на метафору, которая воспринимается как вербализованный способ восприятия и постижения мира, универсальный познавательный механизм. Большая заслуга в когнитивном понимании метафоры принадлежит Дж.Лакоффу и М.Джонсону. В когнитивной лингвистике метафора рассматривается как перенос когнитивной структуры, прототипически связанной с некоторым языковым выражением, из одной содержательной области на другую, своего рода экспансия концептов области-источника, в результате которой происходит захват и освоение ими области-цели [1, 21]. В основе метафорического переноса лежит скорее не объективное сходство предметов, а субъективно устанавливаемое людьми соответствие между двумя сферами.

Исследование теории концептуальной метафоры и описание ее конкретных моделей – одно из интенсивно развивающихся направлений современной когнитивной лингвистики. С когнитивной точки зрения метафорическое переосмысление отражает базовый когнитивный процесс получения выводного знания, когда из сопутствующих какому-либо понятию ассоциаций формируется новое знание, результатом когнитивной обработки которого будет появление нового концепта. Современная когнитивистика (М.Джонсон, Ф.Джонсон-Лэрд, Е.Киттей, Дж.Лакофф, М.Тернер, Ж.Фоконье, Н.Д.Арутюнова, А.Н.Баранов, Ю.Н.Караулов, И.М.Кобозева, Е.С.Кубрякова, В.В.Петров, А.П.Чудинов и др.) рассматривает метафору как основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования и объяснения мира. Человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет, а также стремится в процессе коммуникативной деятельности преобразовать существующую в сознании адресата языковую картину мира.

Лакофф и Джонсон рассматривают метафору как перенос из области источника (донорской зоны) в область-цель (реципиентную зону). В основе метафорического переноса лежит не столько объективное сходство предметов, сколько субъективно устанавливаемое людьми соответствие между двумя сферами. Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека [2, 390]. Источником метафоры выступает человек, природа или артефакты.

А.П.Чудинов включил в теорию концептуального анализа метафоры описание фреймово-слотовой системы и выделил семантические сферы, способные служить источником метафорической экспансии. К ним относятся антропоморфная метафора,

благодаря которой человек модулирует окружающий мир исключительно по своему подобию, природоморфная метафора, интерпретирующая представления человека о существующей реальности сквозь призму природных явлений, социоморфная метафора, моделирующая действительность по образцу социальной деятельности, и артефактная метафора, связанная с созидательными возможностями человека [3].

Одним из самых перспективных направлений современной теории метафоры является описание метафорических моделей в разных видах дискурса и текстов. В данной статье рассматриваются метафоры и метафорические модели экономического дискурса, что представляется нам актуальным. В период мирового экономического кризиса основная задача экономического дискурса заключается в том, чтобы проследить, как отражаются в метафорическом зеркале мировосприятие людей, их представления о специфике современного этапа экономического развития общества, их отношения к новым условиям жизни.

Целью статьи является выделение метафорических моделей в экономической терминологии в рамках современной когнитивной лингвистики. Материалом исследования послужили электронные версии периодических изданий Los Angeles Times и The Economist.

Категория метафорической модели подразумевает классификацию областей источника метафоризации. Имя метафорической модели дает слово, родовое по отношению к словам, представляющим элементы ее понятийной системы. Метафорическое моделирование – это средство постижения, представления и оценки действительности, отражающее многовековой опыт народа и его национальное самосознание.

В результате классификации метафор, выявленных в текстах экономической тематики, были получены следующие метафорические модели:

1. Антропоморфная метафорическая модель («Экономика – это живой организм»). Антропоморфная метафора одна из наиболее широко представленных и детально структурированных моделей в английской экономической лексике. Данная модель уже давно существует в английском языке, но в последнее время заметна активизация ее отдельных фреймов, что связано с волнообразностью развития мировых и национальных экономик, периодами кризисного развития, в частности, финансовой и банковской сферы, потребностями в номинации новых языковых явлений.

1.1. Фрейм «качества человека»: *leaner companies* (less wasteful companies), *tempting prices* (attracting prices), *fast-moving goods*, *brand identity*, *modest trade*, *vulnerable economies* (economies exposed to the possibility of being attacked or harmed), *earnest money* (money paid to confirm a contract), *lazy market*.

1.2. Фрейм «действия человека»: *a company enters (leaves) a market*, *to plough money into commercial properties*, *jump of the prices*, *to embrace delay*.

1.3. Фрейм «семейные отношения»: *the marriage of the mobile phone and the internet*, *parent company*, *abusive relationship*.

Greece and the euro zone are stuck in an abusive relationship. Relations between the euro zone and Greece are defined in terms of the "concessions" each has screwed out of the other. The marriage may endure, but even more unhappily than before [4].

1.4. Фрейм «тело человека»: *Market Eye* (Stock Exchange Automated Quotation System), *overhead charges* (indirect charges). Экономические реалии представляются как человеческое тело.

1.5. Фрейм «профессии и род деятельности»: *captains of industry* (business leaders), *money laundering* (the crime of processing stolen money through a legitimate business or sending it abroad to a foreign bank, to hide the fact that the money was illegally obtained).

1.6. Фрейм «жизнь и смерть человека»: *product lifecycle* (the series of changes in the period of existence of a product), *commit financial suicide*, *the death of economics*.

1.7. Фрейм «экономика, болезни и медицина». В рамках этой модели образно используется лексика, обозначающая раны, болезни и лечение экономической системы: *an ailing company* (company in poor condition), *healthy market*, *economic recovery*, *poison pill* (a tactic used by a company threatened with an unwelcome takeover bid to make itself unattractive to the bidder),

remedy for crisis, cause headache for the economy, cure for the country's economic illnesses, economic pain, dead patient, thermometers of our economy, banking is a cancer.

Women desert Tories as economic pain hits home

Our economy is a dead patient

Gold and silver are the thermometers of our economy.

Central Banking is a cancer that has infected almost every country on Earth. In 2013 there are only 3 countries on Earth still healthy and free of the malignant tumor of Central Banking; Cuba, North Korea, and Iran [5].

Проблемы здоровья и проблемы экономики всегда вызывают повышенный интерес у человека, они отражают тревожность, страх, душевную боль за экономическое состояние страны. В соответствии с этой моделью образно используется лексика, обозначающая раны и болезни экономической системы. Часто состояние экономики описывается как близкое к смерти. Эта метафорическая модель отражает чувства тревожности за состояние экономики.

2. Социальная метафора.

2.1. Фрейм «война, конфликты»: *to attack executive pay* (criticize or oppose fiercely and publicly executive pay), *battery of advertising*, *price war* (a fierce competition in which retailers cut prices in an attempt to increase their share of the market), *trade conflicts*, *to kill the Dow* (ruin the Dow Jones index), *hostile bid* (unwelcome either to the board of directors of the target company or to its shareholders), *the companies struggle*.

2.2. Фрейм «государство»: *business empire*, *royalty* (a payment made by a producer of minerals, oil, or natural gas to the owner of the site or of the mineral rights over it).

2.3. Фрейм «социальные отношения»: *Orphan stock* (a stock that is not covered by Wall Street research analysts), *Old Lady of Threadneedle Street* (the nickname of the Bank of England, which stands in this street).

2.4. Фрейм «охота»: *to headhunt people* (identify and approach a suitable person employed elsewhere to fill a business position), *prey to a bank* (a person or company that is easily deceived or harmed by a bank).

3. Артефактная метафорическая модель.

3.1. Фрейм «дом и подсобные помещения»: *career ladder* (way of making a career), *in-house personnel* (personnel existing within an organization), *benchmarking* (a process in which a company compares its products and methods with those of the most successful companies in its field, in order to try to improve its own performance), *window dressing* (misleading presentation of something, designed to create a favourable impression), *discount window* (a method by which a central bank supplies a banking system with short-term funds, either by purchasing Treasury bills or by making secured loans), *the traditional threshold for acceptable payment burdens*.

3.2. Фрейм «предметы, механизмы и действия с ними»: *product launch* (the debut of a product into the market), *net profit* (the actual profit after working expenses not included in the calculation of gross profit have been paid), *treadmill* (a job or situation that is tiring or boring and from which it is hard to escape), *bargaining tool*, *price scissors* (effect in which the price of the end product is cheaper than the cost of the raw materials), *fork in interest rates* (the interest rate for individuals between the different types of deposits), *to oil the wheels of the economy*.

3.3. Фрейм «кухня и приготовление пищи»: *Cook the books* (alter facts or figures dishonestly or illegally).

4. Литературно-мифологическая метафорическая модель

4.1. Фрейм «волшебство»: *mystery shoppers* (people employed by retailers to pose as customers at their own or their competitors' stores to compare prices, offers, displays, staff attitude, etc.), *mystery travelers* (people posing as ordinary travellers and then filling in a questionnaire about their trip), *Romney's 'voodoo economics'*, *zombie bank* (informal a financial institution that is insolvent but that continues to operate through government support).

When Ronald Reagan ran for office on a platform of avoiding deficits despite lower taxes and greater Pentagon spending, George H.W. Bush, his opponent in the 1980 GOP primary election, called that approach «voodoo economics» and rightly so considering that Reagan tripled the national debt by the time he left office [6].

4.2. Фрейм «религія»: *business angel* (a person who gives financial support to a commercial venture and receives a share of any profits from it, but who does not expect to be involved in its management), *the banking paradise* (economic zone in which the tax on banking is rather flexible).

5. Метафорическая модель «Мир природы»

5.1. Фрейм «мир животных»: *bear market* (a market in which share prices are falling, encouraging selling), *bull market* (a market in which share prices are rising, encouraging buying), *rat race* (a way of life in which people are caught up in a fiercely competitive struggle for wealth or power), *horse-trading* (hard bargaining to obtain equal concessions by both sides in a dispute), *loan shark* (a moneylender who charges extremely high rates of interest, typically under illegal conditions), *big fish* (influential person), *lame duck* (a company in dire financial straits), *fat cat* (a financial firm which receives extremely high profits by financing risky operations).

5.2. Фрейм «географические понятия»: *cash mountain*, *uphill task* (difficult task), *budget is quicksand*.

For previous governors, California's budget was quicksand [6].

5.3. Фрейм «природные явления»: *economic waves*, *economic dips*, *a rainy day fund* (fund for a future time of need, especially financial).

5.4. Фрейм «мир растений»: *the firm is flowering*, *economic fruits*.

6. Цветовая метафорическая модель: *to bleed red ink*, *to hemorrhage red ink* (to make a loss), *to be in the black* (do not owe anyone any money), *to go (slide) into the red* (to owe money), *blue chips* (blue chip stocks and shares are an investment which are considered fairly safe to invest in while also being profitable), *green issues* (issues arising from concerns about the environment), *grey knight* (person or company making a possibly hostile counter offer for a company already facing a hostile takeover bid), *black knight* (a person or company making an unwelcome takeover bid for another company), *white knight* (a person or company making an acceptable counter-offer for a company facing a hostile takeover bid), *green shoots of recovery* (signs of growth or renewal, especially of economic recovery).

В данной статье мы рассмотрели области источников метафоризации для экономических терминов и профессионализмов метафорического характера, описали метафорические модели с различной степенью продуктивности. Нами выделены следующие метафорические модели: антропоморфная, социальная, артефактная, литературно-мифологическая, цветовая, а также модель «Мир природы».

Перечень примеров свидетельствует о широком наборе метафорических средств, которым пользуется современный подъязык экономики. Метафорическая модель характеризуется открытостью, способностью ко все более детальному развертыванию с использованием все новых и новых компонентов. Продуктивность тех или иных моделей свидетельствует о том, что источниками метафорической экспансии обычно становятся обозначения реалий, которые очень актуальны для общества, хорошо известны людям и вызывают их повышенный интерес. Также важно отметить, что создаваемая человеком картина мира экономики изначально антропоцентрична: этот мир строится человеком, который концептуализирует экономические реалии, опираясь на свои представления о соотношении индивида и мира. Ключевыми метафорами поэтому являются антропоморфная и смежные с ней социальная и артефактная метафоры.

1. Иванова Е.В. Религиозная метафора в текстах СМИ / Е.В. Иванова// Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 14 (305). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 77. – С. 21-24.

2. Теория метафоры. Сборник / Под ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной – М. – 1990. – 512 с.

3. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры / А. П. Чудинов. – Екатеринбург. – 2001. – 238 с. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm>

4. The Economist. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economist.com/news/leaders/21654598-greece-and-euro-zone-are-stuck-abusive-relationship-my-big-fat-greek-divorce>

5. Media Metaphors and Bias. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://newsframes.wordpress.com/2011/10/17/media-metaphor-bias/>
6. Los Angeles Times. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://articles.latimes.com/2014/apr/18/local/la-me-brown-budget-20140419>

Шиляєва Т. В. Метафоричні моделі в англomовному економічному дискурсі.

Метою статті є пошук метафоричних моделей в економічному дискурсі в рамках когнітивної лінгвістики та опис за допомогою фреймів. Розглядаються сфери джерел метафоризації для економічних термінів і професіоналізмів метафоричного характеру, описуються метафоричні моделі з різною розвиненістю фреймової структури і різним ступенем продуктивності. Виокремлені такі метафоричні моделі, як антропоморфна, соціальна, артефактна, літературно-міфологічна, кольорова, а також модель «Світ природи».

Ключові слова: економіка, метафора, метафорична модель, молитва, фрейм.

Shilyaeva T. V. Metaphorical Models in English Economic Discourse.

The aim of the article is to find the metaphorical models in the economic discourse in the course of cognitive linguistics by means of the sub-language of frames. The spheres of the sources of metaphorization of economic terms and professionalisms of metaphorical character are studied. Metaphorical models with different frame structures and level of productivity are described. The following metaphorical models were singled out: anthropomorphous, social, artifact, literary mythological, colour, as well as the model «World of Nature».

Key words: economy, metaphor, metaphorical model, frame, prayer.