

Список литературы

1. *Осинов, Б.И.* История русской орфографии и пунктуации / Б.И.Осинов. - Новосибирск: НАУКА, 2003. - 251 с.
2. *Павленко, Н.А.* История письма / Н.А.Павленко. - Минск: Прогресс, 2000. - 178 с.
3. *Яскевіч, І.* Старабеларускія граматыкі / І.Яскевіч. - Минск: БГУ, 2001. - 40 с.
4. *McArthur, Tom.* The Oxford Companion to the English Language / Tom McArthur, - Oxford, New York, 2005. - 215 p.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЗНАНИЯ И СТРУКТУРИРОВАНИЯ МИРА

Т.Н. Нестерович

The goal of our research is to reveal the special features of the use of metaphors to describe economic phenomena of different countries during the world financial crisis, as well as intercultural peculiarities of conceptual metaphors and their linguistic interpretation. Publicistic pieces of writing strongly reflect economic, social, linguistic, and political changes. Therefore, a so called economic metaphor as a unit of language exercises pragmatic influence over the reader.

It should be noted that within the context of the world financial crisis one can observe a tendency of development of a conceptual economic metaphor: basic anthropocentric models are replaced by the models from such spheres as catastrophes and disasters, diseases, wars and conflicts, etc. Analysis of the examples helps to find out metaphorical similarities between languages, as well as research the differences in order to understand their nature.

Неугасаемый интерес исследователей к метафоре свидетельствует о сложности этого языкового явления и стимулируется ее уникальной способностью проникать в любые контексты, будучи одновременно средством языка и поэтической фигурой. В статье ставится задача проанализировать и систематизировать наиболее продуктивные типы используемых в медиадискурсе концептуальных метафор, которые направлены на представление современной экономической действительности.

Ученые отмечают, что центр тяжести в изучении метафоры переместился из филологии, в которой превалировали анализ и оценка художественной метафоры, в область изучения практической речи и в те сферы, которые обращены к мышлению, познанию и сознанию, а именно, к концептуальным системам [1, с. 5-6]. Следовательно, метафора как языковое выражение становится возможной, потому, что ею в значительной степени обуславливаются наше мышление, повседневный опыт и поведение. Тезис о том, что метафора – это фундаментальное свойство языка, один из важнейших инструментов познания, становится общим для современных исследователей.

Как отмечает И. В. Толочин, «в основе всех взглядов на метафору находится положение о метафорической природе мышления как такового» [2, с. 41–48].

На основании того, что понятийная система человека упорядочивается и определяется метафорически, можно утверждать, что теория метафоры приобретает статус когнитивной. При таком видении метафора как составляющая риторической стороны языка предстает вторичной по отношению к метафоре в когнитивном аспекте как факту мышления, части семантической системы. Современные исследователи не находят принципиального различия между метафоризацией обыденного и поэтического языка, так как и в прозаической, и в поэтической речи метафора лежит вне языка, в мысли, в воображении.

Поскольку метафора пронизывает всю повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и в действии, она упорядочивает понятийную систему человека: в основе метафоры лежит взаимодействие двух информационно-смысловых комплексов, чем обуславливается ее бинарность. Метафорическая модель представляет собой исходную понятийную область и новую понятийную область, которая обычно сохраняет не только структуру исходной области, но и эмотивный потенциал, характерный для концептов исходной. Таким образом, если наша понятийная система носит преимущественно метафорический характер, то теория метафоры, представляющая собой двухмерную структуру, приобретает статус когнитивной. Справедливым выглядит заключение Н. Д. Арутюновой о том, что «...смена научной парадигмы всегда сопровождается сменой ключевой метафоры, вводящей новую область уподоблений, новую аналогию» [1, с. 15].

Можно предположить, что каждая конкретная метафора отражает мировосприятие одного человека, нередко метафорическая конструкция передает его сиюминутное настроение. Однако анализ конкретных примеров не только выявляет их повторяемость, но и позволяет отметить наиболее существенные различия в метафорическом моделировании экономической реальности, проявляющиеся в различных лингвокультурных контекстах. По мнению Э. Кассирера, такие метафоры всегда отражают определенные культурные доминанты, национальный характер [3]. Языковые (речевые) метафоры, с этой точки зрения, отражают глубинные структуры восприятия мира, в том числе научной, экономической и культурной мысли, являясь принадлежностью национального менталитета в целом.

Проведенный анализ выявил широкое распространение модели концептуальной метафоры «экономические процессы как жизнедеятельность человеческого организма». Так, метафорическое употребление имени существительного *сердце* в экономических текстах на разных языках связано с

его прототипической функцией – центральный, главный орган, обеспечивающий жизнедеятельность, что подтверждают примеры, взятые из французских источников: *Cela dit, ce marché reste au coeur de notre entreprise. (Le Figaro)* – ‘Тем не менее, этот рынок остается главным для нашей компании.’ (Досл.: ‘в сердце нашей компании’).

В русскоязычных экономических текстах часто встречаются такие словосочетания, как *сердце производства, сердце фонда, сердце компании*. Однако в русском языке *сердце* выступает также как орган чувств: компании могут быть расположены к клиентам *всем сердцем*, они призывают клиентов принимать решение *сердцем*.

Самые различные субъекты экономической деятельности имеют метафорические *руки*: типичны такие словосочетания, как *руки банка, руки фонда, руки компаний*. Как в русском, так и во французском языке данное существительное используется для обозначения принадлежности экономического объекта какому-либо субъекту, поэтому часто встречаются такие выражения: *заполучить в свои руки, находиться в чьих-то руках - aux mains de*, что иллюстрируют следующие примеры: *Sur les 520 hectares du futur site, la moitié environ est aux mains de particuliers. (Le Figaro)* – ‘Из 520 гектаров будущей площадки примерно половина находится в руках частных лиц.’

Для обозначения субъектов экономической деятельности в экономической иерархии или взаимоотношения в структуре компании в русском языке могут служить словосочетания – *глава холдинга, головной банк, головная компания, глава компании, отдела*, а во французском – *la tête de l'entreprise, la direction à deux têtes*. Основная прототипическая функция, которая характерна для обоих языков, – общее руководство всем предприятием.

Типичные для русского языка выражения *лицо компании, лицо банка* редко находят аналог во французских публицистических текстах; один из примеров демонстрирует сходное употребление : *...cette école a pour but de constituer une référence face. comme la London School of Economics (LSE) ou le Massachusetts Institute of Technology (Le Figaro)* – ‘...это учебное заведение имеет целью ...приобрести собственное **лицо** (создать свой имидж)...’ Это не исключает, в свою очередь, употребления таких словосочетаний, как *faire face aux dérapages économiques* ‘противостоять кризисным явлениям в экономике’.

Лицо фирмы формирует ее имидж и влияет на восприятие фирмы участниками экономической коммуникации, поэтому многие организации стремятся *сохранить лицо (престиж, достоинство) – sauver la face* или *не упасть в грязь лицом (не потерять престиж) – ne pas perdre la face*, что

подтверждает пример *Nous avons manqué notre coup mais nous pourrions peut-être sauver la face.* – ‘Мы потерпели неудачу, но, возможно, сможем сохранить лицо.’

Экономика может быть представлена в языке в образе организма; который рождается, растет, развивается, умирает. Концептуальная метафора роста экономики или развития экономических процессов выражается рядом однотипных конструкций в русском и во французском языках: *рост безработицы, опережающий рост промышленности, рост денежной массы, болезнь роста, увеличение. прирост; la croissance du chômage, la croissance supérieure de l'industrie, augmentation de la masse monétaire, crise de croissance, action d'augmenter.*

Субъекты экономической деятельности, образованные как филиалы либо дочерние предприятия основной компании, часто метафорически представляются в виде детей и наследников. Случается, что и сами руководители корпораций становятся детьми отраслей промышленности, как, например, Стив Джобс, пионер эры IT-технологий, ‘бедовый ребенок индустрии информатики’: *Le 9 janvier, lors de l'ouverture du Salon MacWorld à San Francisco, Steve Jobs, l'enfant terrible de l'informatique, a présenté l'iPhone et un téléphone mobile (La Tribune).*

На современном этапе развития метафорических моделей в их составе могут выявляться компоненты, указывающие на заболевания субъектов экономической деятельности, что объединяет их в концептуальную метафору «экономика – больной организм». Чаще всего кризисная экономические ситуация метафорически осмысливается как болезнь, аномалия, а выход из нее предстает в образе излечения: *экономическая болезнь, поставить диагноз, экономика выздоравливает, выздоровление от глубокой аллергии к рынку и т.д.* При этом образы, входящие в состав метафор, могут дифференцироваться в различных культурах, что обусловлено особенностями исторического развития и менталитета народов. Так, в английских текстах социальным злом становится экономика в состоянии алкогольного опьянения, в русских – в состоянии наркотической зависимости. Существует мнение, что это объясняется особенностями менталитета, якобы для русских пьянство хоть и считается злом, но мало преодолимым [4].

В период мирового финансового кризиса все чаще используется ресурс метафоры болезни, стихийного бедствия, катастрофы, тупика и поиска выхода из них.

Современные метафорические модели подобной направленности нашли, к примеру, свое выражение в текстах интернет-версий французского телеканала TV5 [5]: *Crise grecque : le remède pire que le mal ?* – ‘Греческий

кризис: лекарство хуже болезни ?' *Et si la recette grecque n'était pas la bonne ?* – 'А если греческий рецепт непригоден ?'

Картина болезненного состояния дополняется другим ярким образом: фраза *L'interminable chemin de croix imposé à la population grecque...* (*ibidem*) – 'Нескончаемый крестный путь, навязанный жителям Греции...' вызывает в сознании человека ассоциации с тяжкими испытаниями, мученичеством и страданиями Иисуса Христа при восхождении на Голгофу. В переносном смысле 'крестный путь' – это дорога страданий, жизнь, полная стойко переносимых бедствий.

Употребление глагола *s'enfoncer* 'погружаться; увязать, погрязать' демонстрирует метафорический эффект последствий плохой погоды и бездорожья: *Pourtant, malgré les plans successifs, le pays semble s'enfoncer inexorablement...* (*ibidem*) – 'Однако, несмотря на последовательные планы, страна неумолимо оказывается во всё более тяжёлом положении.' С этой мыслью перекликается близкое по смыслу высказывание *L'Europe dégradée replonge dans la tourmente.* (*ibidem*) – 'Униженная Европа снова погружается во мрак.' (*tourmente* 'буря; шквал', *перен.* 'муки; терзания').

В приведенных примерах находят отклик не только последствия плохих погодных условий, но и безнадежность болезненного состояния.

Скептическое отношение к евровалюте в статье «10 ans de l'euro : l'ambiance n'est pas à la fête» приводит к утверждению: *10 ans après sa première mise en circulation, l'euro est moribond au point que de nombreux spécialistes parient aujourd'hui sur sa mort prochaine.* (*ibidem*) – 'Спустя 10 лет после введения в обращение, евро умирает, так что многие специалисты предрекают (ставят на) его близкую смерть.' (*moribond* 'умирающий; агонизирующий'). Более того, единая евровалюта названа 'последней утопией XXI века', что вызывает у читателя и слушателя ассоциации с грезами о счастье как о чем-то несбыточном: *dernière utopie du XXIème siècle.* (*ibidem*) Таким образом, приведенные метафоры, относящиеся к сферам медицины и философии, призваны убедить читателя в правоте позиции автора.

В одной из статей о Давосе бизнес-лидеры призывают учитывать социальные цели в стратегиях компаний, обращая при этом внимание на трудности продвижения: *Многие компании потеряли свой путь, особенно в преддверии финансового кризиса 2008 года* [6]. Употребленное в переносном смысле, слово *путь*, как средство, способ достижения чего-либо, помогает наглядно и реально представить ситуацию.

В то же время, веб-сайт *delo.ua* публикует статью «Чем полезен кризис», в которой один из экспертов в области ведения бизнеса делится своим мнением о том, как кризис может повлиять на компанию [7]. Разнообразные

метафорические образы вызывают у читателя ассоциации, связанные с плохим состоянием дорог: *Компании трясет и ломает на ухабах финансового кризиса*, в них можно также рассмотреть резкие изменения погоды: *Люди всегда боятся перемен, особенно если они налетают быстро и неожиданно.... (ibidem)*

Далее речь идет о заболеваниях и их негативном исходе: *Мы заболеваем не от ветра, не от холодной воды, а от неготовности к новым условиям. Это же относится и к организациям. Те из них, что подготовились к переменам, становятся сильнее, а неподготовленные оказываются на грани гибели. Тем не менее, состязательный мотив заключительного абзаца оставляет надежду закалиться и обойти соперников: Перемены закаляют сильнейших. Перемены дают им возможность оставить позади слабых и больных соперников. Перемены — ваш лучший союзник, если вы к ним готовы. (ibidem)*

В данном контексте оказывается небезинтересно проследить, каким образом разворачиваются метафорические модели на протяжении дискурса: от бездорожья, неблагоприятных погодных условий к соревновательности, от плохого здоровья и болезненного состояния к закаливанию, подготовке к переменам; закаливание противостоит слабости и болезням.

Метафорическая модель «экономика – борьба» находит все большее распространение в публицистических текстах на современном этапе. Наряду с этим распространенным оказывается влияние метеорологических условий, неустойчивое, зачастую болезненное моральное и физическое состояние. Подобные образы вызывают убедительные ассоциации и формируют отношение индивидуума к услышанной или прочитанной информации. Не случайно ходовыми в наши дни оказались не только метафоры кризисного положения, катастрофы, тупика, но и поиска выхода из них, такие как: *оказаться в тупике – выйти из тупика, повергнуть в бездну – выбраться из бездны, находиться на самом дне пропасти – выбраться из пропасти.*

Таким образом, концептуальные метафоры медиадискурса в экономической сфере выступают как одно из проявлений политтехнологий. В силу своей образности они активно воздействуют на воображение и влияют на сознание читателя, вызывая его эмоции и формируя восприятие и оценочное отношение.

Важную роль играют при этом национальные традиции и особенности исторического развития народов. В силу того, что метафора основана на ассоциативном мышлении, при ее создании и использовании возникает множество ощущений, представлений, идей, которые могут быть схожими или отличаются в различных культурах и специфически проявляются в экономических дискурсах различных стран.

При анализе отобранных образцов медиадискурса выявляются лингвокультурологические особенности образования и функционирования метафорических моделей в национальной экономической картине мира. В ходе исследования намечены пути семиотического подхода к представлению своеобразия русской, английской и французской метафорической картины экономической реальности.

Изучение межкультурных особенностей функционирования метафор в экономическом дискурсе является новым направлением в лингвистике. По семантике метафор можно изучать экономическую историю страны, по распространенности тех или иных метафорических моделей – составить представление о ситуации, в которой она оказалась. Перспективы изучения концептуальной экономической метафоры мы видим в исследовании развития данного феномена в период выхода стран из мирового финансового кризиса, в том числе с учетом межкультурных особенностей.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры: Сборник: Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.
2. Толочин, И.В. Метафора и интертекст в англоязычной поэзии: лингвистический аспект / И. В. Толочин. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996. – 96 с.
3. Кассирер, Э. Сила метафоры / Э. Кассирер // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С.33-43.
4. Колотнина, Е. В. Метафорическое использование лексики понятийной сферы «Больной - здоровый» / Е. В. Колотнина // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Екатеринбург, 2000. – Т. 5. – С. 71-74.
5. TV5. Le journal de l'économie [Source électronique]. – Mode d'accès: <http://www.tv5.org/cms/chaine-francophone/Revoir-nosemissions/Le-journal-de-l-economie/p-15756-Accueil.htm> – Date de l'accès: 27.01.2013.
6. Давос 2013: Бизнес-лидеры призывают учитывать социальные цели в бизнес-стратегиях компаний [Source électronique]. – Mode d'accès: <http://www.csr-review.net/index/davos-2013-business-lidery-prizuyayut.html> – Date de l'accès: 27.01.2013.
7. Чем полезен кризис [Source électronique]. – Mode d'accès: <http://delo.ua/opinions/chem-polezen-krizis-196096/> – Date de l'accès: 27.01.2013.