

УДК 811.111  
ББК 81.1

## ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ ИЗ ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ ПОСРЕДСТВОМ ОНОМАСТИЧЕСКИХ МЕТАФОР

**Е.Ю. Воякина, В.В. Зайцева, Т.В. Мордовина**

**Аннотация.** В статье анализируется феномен ономастической метафоры в экономическом дискурсе. Авторы показывают роль ономастических метафор в вербализации понятий мира экономики, в частности, в выражении национально-культурных и культурно-аксиологических особенностей метафорической репрезентации. Ономастические метафоры, употребляемые в экономическом дискурсе, позволяют использовать концепты, исторически закрепившиеся в сознании носителей языка, и переносить их в совершенно иную область знания для объяснения сложных экономических понятий. Описываются универсальные и национально-культурные особенности данного типа метафор, участвующих в репрезентации экономических понятий. Устанавливается, что высказывания, содержащие ономастические метафоры, являются средством выражения отношения к общественно-политическим и социально-экономическим реалиям, позволяющим сформировать оценку к описываемым событиям и изменить отношение адресата к предмету или объекту высказывания.

**Ключевые слова:** ономастическая метафора, экономический дискурс, картина мира, вторичная номинация, вербализация, концептуализация.

399

## VERBALIZATION OF CONCEPTS FROM THE FIELD OF ECONOMICS BY MEANS OF ONOMASTIC METAFORS

**E.Yu. Voyakina, V.V. Zaitseva, T.V. Mordovina**

**Abstract.** The article analyzes the role and function of the onomastic metaphor in the economic discourse. The authors show the role of onomastic metaphors in the verbalization of economic concepts, in particular, the expression of national-cultural and cultural-axiological features of metaphorical representation. Onomastic metaphors used in the economic discourse make it possible to use concepts which historically have been fixed in the minds of native speakers and to transfer them to a completely different area of knowledge in order to explain complex economic concepts. The universal and na-

*tional-cultural features of this type of metaphors involved in the representation of economic concepts are described. It is established that statements containing onomastic metaphors serve as means of expressing attitudes towards sociopolitical and socioeconomic realities, therefore making it possible to evaluate the described events and to change the attitude of the addressee to the subject or object of the statement.*

**Keywords:** *onomastic metaphor, economic discourse, picture of the world, secondary nomination, verbalization, conceptualization.*

Метафора, представляющая собой ключ к познанию окружающей человека действительности, не перестает привлекать внимание научного сообщества. Существует объемный корпус работ, посвященных метафоре, что свидетельствует о комплексном характере данного лингвистического феномена. Исследователи анализируют метафорический характер человеческого мышления, функции метафоры в когнитивной и языковой картинах мира, ее использования в различных типах дискурса [1–3].

Однако, несмотря на наличие большого корпуса работ по метафоре, все еще остаются недостаточно разработанные области, связанные с ее исследованием, среди которых выделяется ономастическая метафора как одна из разновидностей речевой метафоры, базирующейся на использовании имен собственных вторичной номинации.

В современной лингвистике большая роль отводится метафоре как способу концептуализации современной действительности. В этом смысле ономастическая метафора является сегодня одним из способов концептуализации окружающего нас мира, в том числе мира экономики. Номинативно-информативная функция, которую выполняет ономастическая ме-

тафора, продиктована необходимостью отражать реальную действительность так, как видят ее носители того или иного языка.

Целью данной статьи является выявление роли ономастической метафоры в вербализации экономических понятий, а также описание ее универсальных и национально-культурных особенностей в экономическом дискурсе. Обращение к ономастической метафоре оправдано ее широким распространением в экономическом дискурсе, ее способностью вбирать в себя национально-культурную и оценочную информацию разных стран, а также выявлять позицию продуцента к объекту высказывания.

Экономические события затрагивают большую часть населения, таким образом, простой обыватель интересуется экономической жизнью не только своей страны, но и всего мира. В связи с этим язык экономики упрощается на уровне СМИ для доступности экономических новостей широким массам. Ономастическая метафора как один из эффективных способов отображения реалий мира экономики позволяет вербализовать экономические понятия таким образом, чтобы они были понятны не только специалистам в области экономики, но и простому обывателю.

В любом языке присутствуют понятия материальной и духовной культуры, которые отражаются в словарном составе данного языка и являются частью языковой картины мира. Разное представление об одном и том же явлении в различных культурах ведет к несоответствию картин мира, что тем самым влечет появление отличий в метафорической картине мира.

Ономастическая метафора является национально-ориентированной метафорой и представляет собой продукт человеческой культуры. В основе данного типа метафор лежит принцип антропоцентризма, при котором все объекты и явления окружающей действительности рассматриваются сквозь призму сознания человека. Выстраиваемая человеком картина мира насквозь антропоцентрична, поскольку человек воспринимает мир вокруг себя, основываясь на своих собственных представлениях об отношениях мира и человека в нем. «Ономастическое пространство любого языка является фундаментальным материалом для познания национальной картины мира, раскрытия самосознания народа» [4, с. 3].

Согласно С.Г. Тер-Минасовой, коннотативность онимов, в отличие от имен нарицательных, «более открыто требует культурных знаний от воспринимающего речь» [6, с. 16]. Для того чтобы осознать, что подразумевается, когда С.-Петербург называют *российским Давосом*, а Киотский протокол – *экономическим Освенцимом*, необходимо иметь культурные знания о Давосе и Освенциме и даже не вообще историю или географию этих мест, а тех событиях,

которые происходили в данных географических пунктах в значимые исторические периоды. Точно такие же знания требуются для понимания социокультурных коннотаций таких выражений, как *Бухенвальд для русских банков, экономический ГУЛАГ для предпринимателей, экономический Освенцим* и т.д.

Ономастическая метафора имеет комплексный характер, напрямую зависящий от социально-общественного и культурного контекста эпохи. В состав ономастической метафоры входит имя собственное, которое хранит в себе культурную информацию, включающую различные, в том числе экстралингвистические, факторы.

При сравнительном анализе экономических дискурсов разных стран можно заметить взаимодействие двух тенденций. С одной стороны, по мнению Т.В. Шмелевой, «при обсуждении современных событий мировая пресса мгновенно подхватывает сказанное кем-то удачное выражение, оно разносится по изданиям и языкам. Мы смотрим на мир (или нам предлагается смотреть) очень схоже» [7, с. 5]. С другой стороны, мы согласны и с позицией Дж. Лакоффа и М. Джонсона о том, что все ценности культуры зафиксированы в метафорической структуре основных понятий данной культуры [3].

Существуют свойственные для той или иной культуры прототипы, свои прецедентные имена. Следует также отметить, что в каждой культуре ономастические метафоры воспринимаются по-разному. Различна и их структура, т.е. сферы-источники и сферы-мишени. При межкультурном сопоставлении ономастических метафор хорошо видны националь-

ные предпочтения в выборе сфер-источников.

Так, в русском экономическом дискурсе часто встречаются ономастические метафоры, характерные именно для данной культуры, поскольку они содержат образы, близкие носителям данного языка. Эти метафоры здесь являются прецедентными: *восточный Сусанин* (о первопроходце в экономике на Востоке), *юный Абрамович* (о подростке, выигравшем в лотерею крупную сумму денег), *симптом Плюшкина* (о бизнесмене, поглощающем малые фирмы), *Доктор Айболит* (о том, кто предпринимает меры по восстановлению, реабилитации экономики).

В англоязычном экономическом дискурсе употребляются ономастические метафоры, свойственные культуре данных стран: *Aladdin Bail Bonds* (фирма, занимающаяся предоставлением денежных займов на основе залога), *Bo Derek and Jennifer Lopez traders* (используются для описания идеального инвестиционного фонда, а также позитивных изменений рынка), *Titanic* (о кризисной ситуации в экономике), *the 11<sup>th</sup> of September* (о любых угрозах для страны), *Boston Tea Party* (акции протеста, связанные с налогами и экономикой).

С помощью ономастических метафор не только описываются экономические понятия, но и образуются экономические термины, например, *Veuve de Carpenteras* (мелкий провинциальный акционер, опасющийся, что либерализация ставок комиссионных приведет к исчезновению прямого владения акциями), *Matilda bond* («сильная», устойчивая на фондовом рынке облигация облигация, выпущенная иностранным

заемщиком в Австралии в австралийских долларах), *nervous Nellie* (инвестор, который не устраивает инвестирование из-за рисков, связанных с ним).

Таким образом, при обращении к одним и тем же сферам-источникам метафорной экспансии в русском и английском языках, мы можем увидеть, что сферы-мишени метафорического притяжения отличаются, так как носители разных языков вербализуют понятия из сферы экономики по-разному.

В содержании ономастических метафор входит определенный фонд знаний, общий для реципиента и продуцента высказывания, обеспечивающий адекватное усвоение информации. Однако ономастические метафоры как часть пространства иноязычной культуры включают национально-специфические элементы, понятные носителям именно данного языка и культуры, т.е. лакуны, которые зачастую неадекватно интерпретируются реципиентом.

Так, в русской культуре существуют такие ономастические метафоры, как *Варяг*, *Плюшкин*, *Тришкин кафтан*, *Сусанин*, *Потемкинские деревни* и др., которые понятны лишь русскоязычному населению, например:

*«Старыми методами хозяйствования мы не можем столкнуть наш экономический корабль Варяг с той мели, на которой он сидит уже не один год»* [5, с. 73];

*«Кризис превратил американцев в «плюшкиных»* [8];

*«Плюшкин-style – современное направление в экономике и жизни людей»* [9];

*«Прежде всего это изношенность национальной экономической ин-*

*фраструктуры: нам пока удается лишь латать тришкин кафтан. Но каждый новый отопительный сезон выявляет целые микрорайоны и некрупные города, внезапно оставшиеся без тепла и света» [10].*

В экономическом дискурсе Великобритании и США также можно найти ономастические метафоры, характерные для англоязычной культуры:

*“Like the cartoons in the picture, as well as many passengers of Titanic, many people have fallen into the deep and dark sea of debt, the one in which the Titanic of economy is sinking even faster than they are” [11].*

В ономастических метафорах также может выражаться и отношение к экономической политике других стран, например отношение США к России:

*“When Barack Obama goes to Moscow, he will find a sulky former superpower, a former Titan that no longer wants to be a part of Western clubs” [12];*

*“Russian banks face serious Tornado” [13].*

Анализируя понятия из сферы экономики, можно выяснить, что сферы-источники в русской и англоязычной культуре различны, поскольку их носители вербализируют экономические понятия по-разному в соответствии с их мышлением, менталитетом.

Однако, несмотря на большое количество национально-специфичных примеров, в последнее время наблюдается тенденция к интернационализации ономастических метафор экономического дискурса, что во многом оправдывается происходящими в мире процессами глобализации и европеизации. Появляется необходимость ведения диалога, кото-

рый подразумевает знание культуры собеседника. Подобные ономастические метафоры относятся к категории «стертых», например метафора *Титан*:

*«Газовый Титан может получить доступ на французский рынок» [14];*

*“Hedge-Fund Titans who backed Democrats open their wallets for Republicans” [15].*

Универсальный, интернациональный характер ономастических метафор зачастую выражается в использовании сфер-источников, хорошо знакомых любому человеку, независимо от их культурной принадлежности:

*«Гордиев узел Карабаха: каковы перспективы решения больших и малых задач в политике, экономике, на властном и бытовом уровне?» [176];*

*“The Gordian Knot : Political Gridlock on the Information Highway” [17].*

Такие мифологические образы и топосы как *Зевс, Карфаген, Вавилон, Ноев Ковчег* и многие другие прочно укрепились в сознании любого носителя языка, тем самым выступая в качестве сферы-мишени для вербализации новых понятий из различных областей знания, в том числе и экономики. Универсальные ономастические метафоры свидетельствуют о стабильности метафорических образов, основанных на определенных культурных архетипах.

Ономастические метафоры активно участвуют в репрезентации экономических понятий, отражающих развитие отношений между странами. Так, во многих источниках демонстрируется негативное отношение России к странам Балтии.

Российские СМИ при упоминании балтийских стран используют такие ОМ, как *Евромитрофанушка* или *Иванушка-дурачок*, выставляя их «новичками» Евросоюза, которые плохо разбираются в современных проблемах. Данные ономастические метафоры включают отрицательную коннотацию, что вызывает у реципиента высказывания чувство жалости по отношению к этим странам. И, наоборот, в англоязычном экономическом дискурсе данные страны выступают в качестве перспективного «детища», которое всегда будет подчинено англо-американской политике. Высказывания, содержащие ономастические метафоры, являются средством выражения отношения к политической и социально-экономической жизни страны. Подобные метафоры позволяют эмоционально формировать отношение и оценка к описываемой ситуации, в которой прослеживается установка деления на «свои» – «чужие» и делается попытка изменить отношение реципиента в соответствии с целью, которое вкладывает говорящий в свое сообщение.

Таким образом, ономастические метафоры играют особую роль в вербализации понятий мира экономики, в частности, в выражении национально-культурных и культурно-аксиологических особенностей метафорической репрезентации. С другой стороны, процессы глобализации и интернационализации, активно происходящие в настоящее время, размывают национально-культурные грани, и намечается тенденция к восприятию ономастических метафор экономического дискурса как достояния общемировой культуры и цивилизации. Ономастические метафоры,

употребляемые в экономическом дискурсе, позволяют использовать концепты, исторически закрепившиеся в сознании носителей языка, и переносить их в совершенно иную область знания для объяснения сложных экономических понятий.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): Монография [Текст] / А.П. Чудинов. — Екатеринбург, 2001. — 238 с.
2. Шустрова, Е.В. Когнитивно-дискурсивное исследование концептуальной метафоры в афроамериканской художественной картине мира: автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Текст] / Е.В. Шустрова. — Воронеж, 2008. — 43 с.
3. Lakoff, G. *Metaphors We Live By* [Text] / G. Lakoff, M. Johnson. — Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980. — 328 p.
4. Галиуллина, Г.Р. Татарская антропонимия в лингвокультурологическом контексте: автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Текст] / Г.Р. Галиуллина. — Казань, 2009. — 40 с.
5. Баранов, А.Н. Словарь русских политических метафор [Текст] / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов. — М.: АСМ, «Помовский и партнеры», 1994. — 351 с.
6. Тер-Минасова, С.Г. Имена собственные в двуязычном словаре: культурно-языковая картина мира [Текст] / С.Г. Тер-Минасова // Вестник МГУ. — М.: Изд-во МГУ, 2010. — Вып. 1. — С. 9-16.
7. Шмелева, Т.В. Морбуальная оптика [Текст] / Т.В. Шмелева // Антропоцентрический подход в лингвистике. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2001. — С. 5-12.
8. Мехтиев, А. Кризис превратил американцев в «плюшкиных» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.presssito.ru/> (дата обращения 15.12.2018)
9. Плюшкин-style [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.aif.ru/> (дата обращения 15.12.2018).

10. Без тепла и света [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rg.ru/> (дата обращения 15.12.2018).
11. Barack Obama goes to Moscow [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.economist.com/> (дата обращения 02.07.2009).
12. Russian banks face serious Tornado [Электронный ресурс]. — URL: <http://www/economist.com/> (дата обращения 08.05.2009).
13. Газовый Титан может получить доступ на французский рынок [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.russianamerica.com/common/arc/story.php/584473> (дата обращения 18.12.2018).
14. Hedge-Fund Titans who backed Democrats open their wallets for Republicans [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703461504576231121265117538> (дата обращения 18.12.2018).
15. Гордиев узел Карабаха: каковы перспективы решения больших и малых задач в политике, экономике, на властном и бытовом уровне? [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.disput.az/index.php?app=forums&module=forums&controller=topic&id=1002728> (дата обращения 18.12.2018).
16. Neuman W.R., Solomon R.J., McKnight L.W. The Gordian Knot: Political Gridlock on the Information Highway. [Электронный ресурс]. — URL: <https://books.telegraph.co.uk/Product/W-Russell-Neuman/The-Gordian-Knot--Political-Gridlock-on-the-Information-Highway/19120656> (дата обращения 18.12.2018).
- tended Abstract of ScD dissertation (Philology), Kazan, 2009, 40 p. (in Russian)
5. *Gazovyy Titan mozhet poluchit' dostup na francuzskij rynek*, available at: <http://www.russian-america.com/common/arc/story.php/584473> (accessed: 18.12.2018). (in Russian)
6. *Gordiev uzel Karabaha: kakovy perspektivy resheniya bol'shix i malyx zadach v politike, ehkonomie, na vlastnom i bytovom urovne?*, available at: <https://www.disput.az/index.php?app=forums&module=forums&controller=topic&id=1002728> (accessed: 18.12.2018). (in Russian)
7. *Hedge-Fund Titans who backed Democrats open their wallets for Republicans*, available at: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703461504576231121265117538> (accessed: 18.12.2018)
8. Lakoff G., Johnson M., *Metaphors We Live By*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980, 328 p.
9. Mekhtiev A., *Krizis prevratil amerikancev v "plyushkinykh"*, available at: <http://www.presssito.ru/> (accessed: 15.12.2018). (in Russian)
10. Neuman W.R., Solomon R.J., McKnight L.W., *The Gordian Knot: Political Gridlock on the Information Highway*, available at: <https://books.telegraph.co.uk/Product/W-Russell-Neuman/The-Gordian-Knot--Political-Gridlock-on-the-Information-Highway/19120656> (accessed: 18.12.2018).
11. *Plyushkin-style*, available at: <http://www.aif.ru/> (accessed: 15.12.2018). (in Russian)
12. *Bez tepla i sveta*, available at: <http://www.rg.ru/> (accessed: 15.12.2018). (in Russian)
13. *Russian banks face serious Tornado*, available at: <http://www.economist.com/> (accessed: 18.12.2018). (in Russian)
14. Shmeleva T.V., *Morbualnaya optika. Antropocentricheskij podhod v lingvistike*, Ekaterinburg, Izd-vo Ural. gos. ped. un-ta, 2001, pp. 5-12. (in Russian)
15. Shustrova E.V., *Kognitivno-diskursivnoe issledovanie konceptualnoj metafory v afroamerikanskoj hudozhestvennoj kartine mira*: Extended Abstract of ScD dissertation (Philology), Voronezh, 2008, 43 p. (in Russian)
16. Ter-Minasova S.G., *Imena sobstvennye v dvuyazychnom slovare: kulturno-yazykova-*

## REFERENCES

1. *Barack Obama goes to Moscow*, available at: <http://www.economist.com/> (accessed: 20.12.2018). (in Russian)
2. Baranov A.N., Karaulov Yu.N., *Slovar russkikh politicheskikh metaphor*, Moscow: ASM, Pomovskij i partnery, 1994, 351 p. (in Russian)
3. Chudinov A.P., *Rossiya v metaforicheskom zerkale: Kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991 – 2000): Monografiya*. Ekaterinburg, 2001, 238 p. (in Russian)
4. Galiullina G.R., *Tatarskaya antroponimiya v lingvokulturologicheskom kontekste: Ex-*

ya kartina mira. *Vestnik MGU*, M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 2010, issue 1, pp. 9-16. (in Russian)

17. *The Titanic of economy*, available at: <http://tantalizingteal.wordpress.com/> (accessed: 15.12.2018). (in Russian)

---

**Воякина Елена Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент, кафедра международной профессиональной и научной коммуникации, Тамбовский государственный технический университет, voyackina.elena@yandex.ru

**Voyackina E.Yu.**, PhD in Philology, Associate Professor, Department of International Professional and Scientific Communication, Tambov State Technical University, voyackina.elena@yandex.ru

**Зайцева Валентина Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков, Тамбовский государственный технический университет, apolinarija@mail.ru

**Zaitseva V.V.**, PhD in Philology, Associate Professor, Foreign Languages Department, Tambov State Technical University, apolinarija@mail.ru

**Мордовина Татьяна Валерьевна**, кандидат филологических наук, доцент, кафедра международной профессиональной и научной коммуникации, Тамбовский государственный технический университет, tvmordovina76@mail.ru

**Mordovina T.V.**, PhD in Philology, Associate Professor, Department of International Professional and Scientific Communication, Tambov State Technical University, tvmordovina76@mail.ru