

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ГОУ ВПО «ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

БОРОДУЛИНА Наталия Юрьевна

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ПОНЯТИЙ В СЕМИОТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Научный консультант:
доктор филологических наук
профессор М.Н. Макеева

Тамбов 2009

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. РОЛЬ СЕМИОТИКИ В ИССЛЕДОВАНИИ ЯЗЫКОВЫХ ЯВЛЕНИЙ	22
1.1. Вклад Ф. де Соссюра в развитие семиотики и в исследования языковых значений	24
1.2. Классификация знаков Ч.С. Пирса и ее значение для определения знаковой сущности метафоризации	31
1.3. Вклад Ч.У. Морриса и Г. Фреге в развитие терминологического аппарата семиотических исследований	37
1.4. Определение знаковой сущности метафоризации в свете развития современных семиотических исследований	46
1.4.1. Языковые знаки как элементы информационной системы	47
1.4.2. Роль метафор в языковой репрезентации научной картины мира	57
ВЫВОДЫ ПО 1 ГЛАВЕ	69
Глава 2. СИНТАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ	73
2.1. Материальная сторона тропеического знака	75
2.2. Внутренняя форма слова и значение в структуре тропеического знака	91
2.3. Парадигматические и синтагматические отношения	99
2.4. Отношения между признаками означаемого и означающего в структуре тропеического знака	116
ВЫВОДЫ ПО 2 ГЛАВЕ	126

Глава 3. СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ	129
3.1. Тропеический знак как одно из средств смыслопостроения в экономическом тексте	130
3.2. Роль метафоризации в концептуализации и категоризации реалий мира экономики	144
3.3. Типы экономических понятий, репрезентированных метафорами	164
3.4. Метафорическое моделирование как отражение общекультурного и национального сознания	177
ВЫВОДЫ ПО 3 ГЛАВЕ	197
Глава 4. ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ	200
4.1. Роль прагматики в определении знаковой природы метафоризации	202
4.2. Отношения между тропеическими знаками и социокультурной средой	222
4.3. Функции тропеических знаков в экономическом тексте	238
4.4. Место тропеического знака в семиотическом континууме	248
ВЫВОДЫ ПО 4 ГЛАВЕ	259
Глава 5. ОПИСАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКСПЕРИМЕНТА: СПЕЦИФИКА ТРОПЕИЧЕСКИХ ЗНАКОВ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ЛЕКСИКОНЕ	261
5.1. Вопросы организации эксперимента	262
5.1.1. Цели эксперимента и ожидаемые результаты (гипотеза) эксперимента	263
5.1.2. Отбор материала для эксперимента	265

5.1.3. Участники эксперимента и процедура проведения эксперимента	272
5.2. Анализ экспериментальных данных	274
5.2.1. Процедура анализа полученных экспериментальных данных	274
5.2.2. Национально-культурный характер интерпретации метафор русскими и французскими участниками эксперимента	287
5.2.3. Аксиологические оценки, выявляемые при интерпретации метафор русскими и французскими участниками эксперимента	292
ВЫВОДЫ ПО 5 ГЛАВЕ	305
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	308
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	318
СПИСОК СЛОВАРЕЙ	350
СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА (Условные сокращения)	352

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность настоящего исследования обусловлена развитием экономических отношений XXI века в сторону усиления международных контактов, постепенным вращением России в международный рынок, успехами в реализации процессов европеизации, сопровождающихся формированием новых понятий. В языковой репрезентации этих понятий все большее место занимают так называемые новые значения старых слов, с которыми любой человек, даже не имеющий отношения к экономике, сталкивается практически ежедневно. Эти слова ассоциируются в условиях европейского объединения с экономическими событиями, явлениями и субъектами, а не с прежней (исходной) областью референции. В экономический лексикон сегодняшнего дня прочно входят количественные (математические) метафоры (*восьмерка, восемь + восемь, G8, les Quinze*), зоо- и цветообозначения (*галолирующие цены, le mois noir*), переосмысленные слова обыденного языка (*ниша, la navette*) и термины, взятые из таких областей знаний, как химия, физика, биология, механика, геология, медицина (*прозрачный рынок, потоки, подвижки, шок, pouai dur, le démarrage*).

Наблюдается сближение метафорических картин, способствующее созданию целостного представления об изменениях событий мира экономики. Сохраняется также национально-культурная специфика, свидетельствующая о проявлении самобытности народов. Все это настоятельно требует подойти к рассмотрению метафоры экономического лексикона как особого языкового знака, представляющего собой, с одной стороны, важный элемент языковой семиотической системы, с другой - языковой конструкт, коррелирующий со знаками данной и других семиотических систем. В связи с необходимостью описания особого знакового характера, который приобретают в настоящее время метафоры

экономического лексикона, для их обозначения в данной работе вводится понятие *тропеические знаки языка экономики*.

Следует также отметить, что, несмотря на обилие работ по метафоре, начиная с Античности и по настоящее время, когда отмечается проявление особого интереса к метафоре (своеобразный бум) со стороны таких наук, как логика, теория номинации, филологическая герменевтика, философия, психология, когнитивная лингвистика, лингвокультурология и аксиология, не выработано единой теории метафоры. Огромный вклад в исследование метафоры, в частности метафоры научной речи, внесли такие ученые, как Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, В.Г. Гак, Н.Ф. Крюкова, Дж. Лакофф, М.В. Никитин, Г.Н. Склярская, Л.В. Славгородская, В.Н. Телия, А.П. Чудинов и многие другие. Однако наблюдаются некоторые разногласия в трактовании как структуры, так и функциональных аспектов проблемы метафоры, различия в терминологии, а также преобладание анализа метафор, используемых в точных науках и в социально-политическом лексиконе.

Применяя в данном исследовании многоаспектный подход к метафорам, репрезентирующим экономические понятия, объединяющий данные перечисленных наук, мы обращаемся и к таким, которыми отечественное языкознание долгое время пренебрегало - семиотике и современной риторике. По мнению Ю.В. Рождественского, обстановка духовного застоя, неудачное планирование, слабое развитие некоторых отраслей производства, наблюдаемое в нашей стране накануне вступления в новое тысячелетие, были связаны с “пренебрежением семиотической техникой” и недопониманием речи как инструмента речевого развития. В последствии это стало причиной того, что язык научной литературы и жанры научной речи не были достаточно осмыслены в русском языке [Рождественский 2003: 120 - 121]. В момент проведения экономических реформ, связанных с развитием рыночных отношений и становлением нового поколения людей, стремящихся стать богатыми, понятия,

отражающие новые социально-экономические реалии и намерения главных участников событий, через метафоры получили в русском языке резко негативную оценку: *стихия (пучина) рынка, рынок без штанов* и т. п.

Согласно Ч. Моррису, главное назначение семиотики предполагалось как “унифицирующая наука”, “органон, или инструмент всех наук”. Обращаясь к семиотике при исследовании метафорической репрезентации экономических понятий, в настоящей работе предлагается комплексный и многоаспектный анализ, объединяющий, прежде всего, данные, полученные такими науками, как логика и филологическая герменевтика, концептология и когнитивная лингвистика, лингвокультурология и современная риторика.

Объектом диссертационного исследования являются метафоры, понимаемые расширительно, т.е. включающие метонимию и синекдоху как разновидность последней, репрезентирующие экономические понятия русского и французского языков. Фокусировка работы на метафорах объясняется тем, что они играют особую роль среди языковых средств управления речевыми коммуникациями, применяемых при обсуждении проблем глобализации и экономического объединения Европы, а также при решении конфликтов и противоречий, характеризующих состояние российского общества. Так, например, в современном мире противоборствуют два понятия: ОБЪЕДИНЕНИЕ и СУВЕРЕНИТЕТ. Их речевая пропаганда проводится с помощью языковых знаков, нацеленных на убеждение в правильности сделанного выбора, среди которых важное место занимают метафоры. С одной стороны, предлагаются *общий дом* и *общеевропейское пространство*, а с другой - *крепость* и *отдельные квартиры*. Обращение к проблематике, связанной со знаковой природой данных языковых явлений, отвечает насущной потребности в постижении глубинных содержательных механизмов социального взаимодействия людей, способов включения субъективного фактора в общественную практику и экономическое развитие, мотивированного и целенаправленного обмена идеями, представлениями и ценностными ориентациями, образцами

поведения и деятельности. Именно в силу этих причин знаковый механизм метафорической репрезентации экономических знаний выделен в данной работе как **предмет** рассмотрения.

Материалом для исследования служат тропеические знаки экономического лексикона, словарные толкования единиц, представляющих исходные и переносные значения, метафорические контексты. Источником фактического материала явились статьи экономических, финансовых и коммерческих словарей, а также выборки из статей экономического содержания из русских и французских журналов и газет за последние пятнадцать лет. Всего было проанализировано около 5 тысяч единиц.

Целью настоящего исследования является научная разработка и экспериментальное подтверждение концепции формирования тропеических знаков языка экономики и их реализации в репрезентации экономических понятий.

Постановка данной цели служит основанием для экстраполяции семиотического метода в область метафорической репрезентации экономических понятий и анализа последней в соответствии с тремя измерениями семиозиса, разработанными Ч. Моррисом. Исследуются формальные преобразования и отношения знаков в системе языка (синтактика); замещение реалий мира экономики, его означивание, категоризация и концептуализация (семантика); выражение отношения человека (социума) к тому, что означивается (прагматика).

Эта цель обусловила постановку следующих частных **задач** исследования:

- провести анализ работ ученых-семиотиков, внесших вклад в решение проблемы определения знаковой природы метафоры, чтобы обосновать выбор семиотического метода для данного исследования;
- определить структурные составляющие тропеических знаков языка экономики;
- описать их материальную сторону (план выражения);

- проанализировать внутреннюю структуру и отношения между признаками плана содержания исходного знака и экономического понятия;
- выявить внешние отношения между тропеическими знаками языка экономики и знаками языковой семиотической системы, а также знаками других семиотик;
- продемонстрировать смыслообразующий характер тропеических знаков языка экономики в экономическом контексте;
- показать их роль в концептуализации и категоризации реалий мира экономики;
- изучить условия формирования экономических понятий с целью проведения классификации последних;
- перечислить моделирующие возможности тропеических знаков языка экономики, отражающих как общекультурное, так и национальное сознание;
- исследовать прагматический аспект метафорической репрезентации экономических понятий с целью обоснования культурно-аксиологического и социального характера используемых знаков;
- представить иерархию функций, выполняемых тропеическими знаками языка экономики, в зависимости от уровня семиотического измерения;
- обосновать преимущества тропеических знаков языка экономики по сравнению с другими знаками языка, их роль в семиотическом континууме;
- провести экспериментальное исследование содержания интерпретаций слов и словосочетаний, используемых в языке экономики в переносном значении, направленное на выявление совпадений со словарными дефинициями или теми значениями, которые они получают в экономических контекстах, а также их национально-культурной и культурно-аксиологической специфики.

Методы и методики исследования выбраны с учетом определения объекта, целей и задач исследования. В качестве основного используется *семиотический метод*, предусматривающий анализ исследуемых явлений языка по трем уровням семиозиса:

- 1) *синтактическому* - анализ процесса формирования метафор как языковых знаков;
- 2) *семантическому* - анализ условий и способов замещения метафорами реалий окружающей экономической действительности;
- 3) *прагматическому* - анализ реакций человека-пользователя данными языковыми знаками.

Проводимый анализ позволяет выявить соответственно те отношения, в которые вступают знаки языка экономики, определяемые нами как тропеические, на всех уровнях сложного процесса знакообразования.

Были применены также методы: сплошной выборки; компонентного анализа; моделирования; проведения лингвистического эксперимента; методики концептуального, контекстуального и сопоставительного анализов.

Методологическая основа диссертации определяется междисциплинарным характером исследования. Обращение к такому сложному объекту, как знаки языка, формирование которых связано с переносом значения и которые участвуют в репрезентации экономических понятий, отражающих реалии современной российской и европейской жизни, потребовало соединить собственно лингвистический анализ с приемами и методами смежных дисциплин, выводя изучение метафор экономического лексикона на стык различных наук.

Методологическую базу проведенного исследования составляют фундаментальные работы по 1) *семиотике* (Ф. де Соссюр, Ч.С. Пирс, Р. Якобсон, Ч. Моррис, Ю.М. Лотман, Ю.С. Степанов, Н.Б. Мечковская); 2) *теории речевой деятельности* (А.А. Потебня, А.Н. Леонтьев, Т.М. Дридзе); 3) *психолингвистике и этнопсихолингвистике*

(Л.С. Выготский, Н.И. Жинкин, А.А. Леонтьев, А.Н. Леонтьев); 4) *теории номинации* (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, М.В. Никитин, В.Н. Телия); 5) *логике* (Г. Фреге, А.Д. Гетманова); 6) *концептологии и когнитологии* (Ю.С. Степанов, Е.С. Кубрякова, В.И. Карасик, Е.В. Рахилина, И.А. Стернин, Н.Н. Болдырев, Дж. Лакофф, М. Джонсон); 7) *филологической герменевтике* (Г.И. Богин, Н.Ф. Крюкова, М.Н. Макеева); 8) *аксиологии* (Н.Д. Арутюнова, П. Бурдые, П.С. Гуревич); 9) *лингвокультурологии и межкультурной коммуникации* (В.А. Маслова, С.Г. Тер-Минасова, Г.Д. Гачев, С.Г. Карамурза, Т. Зельдин); 10) *современной риторике* (Е.Н. Зарецкая, Ю.В. Рождественский, М.Н. Макеева).

В диссертации развивается следующая **концепция**: особый знаковый характер тропеических знаков языка экономики проявляется в отношениях, которые устанавливаются между ними и другими знаками, включая как внутренние отношения в структуре комплексного языкового знака, так и внешние (отношения с другими знаками), а также отношения с внеязыковой действительностью и самим человеком (социумом). Этот особый знаковый характер приводит к лидированию тех или иных функций исследуемых знаков на каждом уровне семиозиса, а также к взаимосвязи между этими уровнями, что позволяет провести спиралевидный анализ тропеических знаков языка экономики (от витка к витку) по семиотическому кругу. Представляя ментальный алгоритм понимания и интерпретации тропеических знаков языка экономики, анализ по семиотическому кругу дает возможность проследить движение мысли продуцента и/или реципиента от стадии формирования знаков к отражению с их помощью реального мира и, наконец, к анализу взаимоотношений с пользователями знаков. Анализируемые знаки предстают как обладающие многогранной структурой, поворачивающиеся к исследователю той или иной гранью в зависимости от точки круга, в которой на данный момент тот располагается. Особый знаковый характер проявляется также в активном участии

тропеических знаков языка экономики в общем семиотическом континууме, чему должен способствовать применяемый в исследовании пошаговый анализ на каждом витке семиотического круга.

Научная новизна и теоретическая значимость исследования заключается в том, что в нем впервые метафоры, репрезентирующие экономические понятия в русском и французском языках, трактуются как особые знаки, элементы языковой семиотической системы, которые, коррелируя со знаками данной семиотической системы и знаками других семиотик (прежде всего, семиотики культуры, внутренней семиотики, нумеративной семиотики, зоо- и цветосемиотики), участвуют в общем семиотическом континууме.

Впервые проводится семиотический анализ метафорической репрезентации экономических понятий русского и французского языков, нацеленный на выявление отношений, в которые вступают исследуемые языковые знаки в процессе знакообразования на трех его ступенях – синтактике, семантике, прагматике. Исследуются функции метафор, лидирующие на каждом из уровней семиозиса.

Вводится понятие ***тропеические знаки языка экономики***, определение которого последовательно дополняется в соответствии с выводами, полученными после проведения синтактического, семантического и прагматического анализов метафорической репрезентации экономических понятий.

Впервые приводится классификация экономических понятий, репрезентированных метафорами, в зависимости от временного фактора и условий формирования понятия.

Впервые примененный комплексный анализ получает характеристику ментального алгоритма понимания и интерпретации тропеических знаков языка экономики - ***семиотический круг***.

Диссертационная работа вносит также вклад в теоретическую разработку метафоризации как способа репрезентации экономических

понятий, а также демонстрирует эффективность семиотического подхода к исследованию языковых явлений, определяет роль и место тропеических знаков языка экономики в общем семиотическом континууме.

Теоретические положения диссертационного исследования подтверждены результатами лингвистического эксперимента, которому посвящена отдельная (пятая) глава диссертации.

Практическая значимость диссертации состоит в возможности использования представленного материала и полученных выводов при составлении словаря экономических метафор. Диссертация написана на материале русского и французского языков, однако разработанный в ней понятийный аппарат, а также предложенный алгоритм исследования может быть применен при описании любых знаков других языков.

Практический материал исследования может быть использован в вузовских курсах лекций по семиотике, общему языкознанию, стилистике, риторике и лингвокультурологии, а также при обучении русских и иностранных студентов основам экономических знаний, выраженных с помощью метафор.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Семиотика как наука, исследующая любые знаковые системы, предназначенные для представления, хранения и передачи информации, а также как наука, теоретические положения которой глубоко обоснованы, может стать ведущей в контексте мощных процессов междисциплинарных взаимодействий, определяющих современные подходы к исследованию языковых знаков. По Ф. де Соссюру, любое слово может вызвать в памяти все, что способно тем или иным способом с ним ассоциироваться. В современную эпоху в сферу таких ассоциаций попадают экономические понятия, которые входят в повседневную жизнь каждого человека. Даже не будучи специалистом экономистом, он воспринимает многие слова и словосочетания не в своих исходных значениях, а новых, имеющих отношение к экономике. Такие языковые знаки, в которых означаемое

(план выражения) выступает в виде готового двустороннего языкового знака (исходного) со всеми своими свойствами, а означаемое (план содержания) представляет собой понятие, отражающее реалию мира экономики, мы определили как *тропеические знаки языка экономики*. Репрезентативные свойства знака, основанные на взаимоотношениях между означаемым и означающим, связаны с их признаковыми отношениями. Среди интегральных признаков, составляющих план содержания исходного знака, выделяется один доминантный. При наличии определенных условий он пересекается (с использованием иконических элементов - метафора) или соприкасается (с использованием индексальных элементов - метонимия) с признаками нового означаемого, понятием мира экономики. Предложенный Ч. Моррисом метод изучения “синтактического, семантического и прагматического измерений конкретных процессов семиозиса” выступает в качестве алгоритма выявления отношений, в которые вступают тропеические знаки языка экономики на следующих этапах: формирование как знаков языковой системы, обозначение реалий мира экономики, пользование человеком (социумом).

2. Анализ на уровне синтактики позволяет проследить процесс и особенности формирования тропеических знаков языка экономики. Как любые другие знаки, они обладают двумя структурными составляющими. Материальная сторона (означающее) выражена простыми, производными, сложными словами, либо словосочетаниями, нарицательными и собственными словами. Эти слова и словосочетания могут принадлежать как бытовому, так и научному лексикону, и представлять собой лексические единицы, которые в своем первоначальном (исходном) значении соотносились с иной областью референции, не экономической. В экономическом лексиконе, принимая новое значение, соотносимое с областью экономики, они сохраняют все возможности, которые присущи словообразовательным процессам русского и французского языков, в том числе наблюдается тенденция к формированию “гнезд” производных слов.

Идеальная сторона (план содержания, означаемое) - это экономические понятия, отражающие изменения окружающей нас действительности, интенсивность которых характеризует современную эпоху.

3. Внутренняя структура тропеических знаков языка экономики включает иконические или/и индексальные элементы. Внутренние отношения в структуре тропеического знака – это отношения между признаками, составляющими план содержания исходного знака и обозначаемой им же новой реалии. Анализ внутренних отношений демонстрирует такое свойство тропеического знака, как имплицативность. Среди внешних отношений основными являются парадигматические, связывающие знаки в структуре, и синтагматические, возникающие как результат комбинирования знаков. Первые формируются за счет развития отношений: род – вид, целое – часть, экспликация свойства (функции), что ведет к сужению и уточнению значения внутри парадигмы. Следствием развития парадигматических отношений является создание синонимичных конструкций, а также введение “парадигмальных прививок” (термин В.С. Степина), когда представления специальных научных картин мира (механики, физики, химии и т.д.) переносятся в область экономики. Вторые формируются в соответствии с грамматическим строем анализируемых языков. В структуре тропеического знака они есть следствие развития отношений содержимое – содержащее и часть – целое, сопровождающихся расширением исходного значения слова, анимизмом. Тропеические знаки языка экономики обладают особыми характеристиками: лавинообразностью, мотивированностью, связью со временем (историей) и традициями. Исследование на уровне синтактики позволяет проследить отношения внутри цепочки *человек → знак → знак → значение*.

4. Анализ на семантическом уровне позволяет определить тропеические знаки как знаки, использующие и развивающие смыслы, заключенные в знаковой оболочке “старых” слов, что дает им возможность активно участвовать в категоризации и концептуализации явлений и

событий мира экономики. Исследование процесса “схватывания” экономических понятий тропеическими знаками показало роль временного фактора, способствующего стиранию из памяти способа опредмечивания и лишаящего образности те понятия, которые составили основу науки экономики. Такие понятия отнесены к первому типу. Второй тип экономических понятий - это те, которые с течением времени и с изменением социально-экономических условий получили новые характеристики, акцентируемые через метафоры. Новая эпоха экономических изменений в Европе и в мире поставляет новые экономические понятия, находящиеся в стадии формирования и вербализующиеся с помощью метафор. Эти понятия относятся к третьей группе нашей классификации.

5. Репрезентативные возможности тропеических знаков языка экономики демонстрируют их культурно-национальный и аксиологический характер, моделирующие возможности. Самую большую группу составляют антропоцентрические модели, позволяющие обозначить и оценить события экономической жизни через сравнение с самим человеком и всем, что находится в его непосредственном окружении. При общем основании переосмысления, являющимся основой структурирования экономической действительности с помощью метафор, выбор тропеических знаков, наполняющих метафорические модели русского и французского языков, не всегда бывает инвариантным. Наличие вариантов объясняется стереотипным мироощущением и мировосприятием лингвокультурной общности, что наиболее ярко демонстрирует анализ моделей, основанных на символах (особенно зоо- и цветосимволике). Исследование на уровне семантики демонстрирует цепочку отношений *человек* → *знак* → *значение* → *смысл* → *реалия мира экономики*.

6. Анализ на прагматическом уровне позволяет определить тропеические знаки языка экономики как выражающие отношение человека к референциальному аспекту значения. Одной из главных проблем является

обеспечение адекватного оценивания субъектов, порождающих и принимающих передаваемую информацию, и соответственно симметричности оценивания. Это достигается, во-первых, за счет окружающего контекста; во-вторых, через образы-эталоны оценочного характера; в-третьих, следуя соответствиям нормам и стереотипами, принятым в данной лингвокультурной общности. Прагматический эффект проявляется также в формировании смысла-переживания, который определяет отношение реципиента к описываемой ситуации и позволяет ориентировать на нужное продуценту восприятие окружающей действительности. Для воздействия на формирование общественного мнения может быть использовано указание на непосредственного автора метафоры; заимствование для основания переноса значения образа литературного (фольклорного) произведения, указание автора на оценку тропеического знака другими лицами (социумом). Прямое воздействие на реципиента осуществляется, кроме того, включением в контекст автора, ориентирующего на нужное ему восприятие описываемых событий. Исследование на уровне прагматики раскрывает отношения в цепочке *человек → знак → человек (социум)*.

7. Функциональный аспект тропеических знаков языка экономики свидетельствует об особом характере выбираемого человеком способа репрезентации экономических понятий, подчеркивает их социальную роль и закономерности пользования. Исследуемые тропеические знаки выполняют в экономических текстах все функции, которые возможны для любых словообразовательных знаков, но они по-разному проявляются в зависимости от уровня семиотического анализа. На уровне синтактики доминируют номинативная, кумулятивная, коммуникативная, унифицирующая и изобразительная функции. На уровне семантики – когнитивная, креативная, эксплицирующая, эвристическая, моделирующая и консолидирующая. На уровне прагматики – аксиологическая, культурно-маркированная, эвфемистическая, функция экономии языковых знаков и

риторическая. Доминирование функций в зависимости от уровня семиотического измерения объясняется тем, какая сторона тропеического знака повернута в данный момент к исследователю: соотносимая с другими знаками; направленная на замещение реалий внеязыкового мира; свидетельствующая об отношении и реакциях пользователя данным знаком. Рассмотрение тропеических знаков языка экономики в функциональном аспекте демонстрирует как различия в уровнях семиотического анализа, так и взаимодействие. Такой анализ может быть определен как *семиотический круг*. Последовательно прослеживается движение мысли продуцента и/или реципиента тропеических знаков языка экономики от стадии формирования как знаков к представлению с их помощью реального мира и, наконец, к анализу взаимоотношений с пользователями знаков. Показано наличие взаимосвязи трех измерений семиозиса, а главное отношение, которое проходит через весь процесс знакообразования, есть *человек → знак*.

8. Тропеические знаки языка экономики занимают достойное место в *семиотическом континууме*. В отличие от словообразовательных знаков они коррелируют со всеми семиотиками. Знание внутренней семиотики, семиотики тела дают человеку возможность отождествлять с обозначаемыми экономическими реалиями одни части тела или органы чаще, а другие реже. Знаки, свидетельствующие об ориентировании человека в пространстве и его реакциях, помогают наблюдателю соотнести результаты своих наблюдений с вербальным отражением действий экономических субъектов, выразить отношение к произведенному действию. Знаки жестов и карточные знаки, взаимодействующие с тропеическими знаками языка экономики, представляют собой и источник переноса значения, и стимул оценивания в соответствии со значением использованного источника. Тропеические знаки языка экономики взаимосвязаны с семиотикой числа, цвета, а также с зоосемиотикой, Традиции, ритуалы, мифы, произведения искусства, окружающие жизнь человека также поставляют коды, которые обеспечивают порождение

языковых знаков, основанных на переносе значения. Все вместе они представляют семиотику культуры, самым тесным образом связанную с исследуемыми нами знаками языковой семиотической системы. Влияние тропеических знаков на формирование общественного мировоззрения достигается за счет привлечения невербальных семиотических средств, играющих роль сопровождения, пояснения, в числе которых выделяются такие субзнаки, как шрифтовые выделения, рисунки, фотографии, графики.

Достоверность и обоснованность полученных выводов обеспечивается представительной выборкой примеров, применением комплексного подхода к исследованию, а также анализом результатов проведенного лингвистического эксперимента, в качестве испытуемых которого привлекались как специалисты в области экономики, так и те, кто ими не является, как русские, так и французы.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования изложены автором в докладах и выступлениях на 17 научных конференциях, в том числе 11 международных. Диссертация прошла апробацию на заседаниях кафедры иностранных языков Тамбовского государственного технического университета. По теме исследования опубликованы 42 научные работы, в том числе 7 статей в журналах, рекомендованных ВАК РФ для публикации результатов докторских диссертаций.

Структура исследования. Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, списка, использованной научной литературы, списка словарей и списка цитированных источников фактического материала. Работа содержит 12 таблиц, 2 схемы и 5 диаграмм.

Во **введении** определяется тема, обосновываются актуальность и новизна, объект и предмет работы, формулируются основные цели и задачи, обосновывается концепция, перечисляются методы исследования и излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе **“Роль семиотики в исследовании языковых явлений”** представлен анализ работ ученых-семиотиков, внесших вклад в решение проблемы определения знаковой природы метафоры. Излагаются основные подходы к выявлению структурных составляющих языкового знака. Показана роль знаков языка, сформированных на переносе значения, в отражении картины мира экономики. Дается характеристика экономического понятия, вводится и определяется термин **“тропеические знаки языка экономики”**.

Во второй главе **“Синтаксический аспект метафорической репрезентации экономических понятий”** проводится анализ тропеических знаков языка экономики на уровне синтактики. Исследуется их внутренняя структура, отношения между элементами этой структуры, а также те отношения, в которые вступают тропеические знаки языка экономики с другими знаками языковой семиотической системы и иных семиотических систем на этапе их формирования как знаков.

В третьей главе **“Семантический аспект метафорической репрезентации экономических понятий”** тропеические знаки языка экономики анализируются в соответствии с семантическим измерением семиозиса. Показаны отношения, в которые вступают данные языковые знаки с реалиями внеязыковой экономической жизни, а также их участие в процессах мыслительной обработки полученных знаний о событиях и явлениях мира экономики. Приводится классификация экономических понятий, репрезентированных метафорами, показаны моделирующие возможности тропеических знаков языка экономики, их культурно-национальная специфика.

В четвертой главе **“Прагматический аспект метафорической репрезентации экономических понятий”** тропеические знаки языка экономики анализируются на уровне прагматики. Исследуется их культурно-аксиологический и социальный характер, формирование с их помощью отношения к описываемым событиям и явлениям экономической

действительности. Описано распределение функций тропеических знаков языка экономики в соответствии с уровнем семиотического измерения, дается определение ментальному алгоритму исследования – семиотическому кругу. Показаны роль и место тропеических знаков языка экономики в семиотическом континууме.

В пятой главе **“Описание результатов эксперимента: специфика тропеических знаков в индивидуальном экономическом лексиконе”** дается описание проведенного лингвистического эксперимента, анализируются его результаты. Делаются выводы о правомерности определения метафор, репрезентирующих экономические понятия, как особых языковых знаков, которые замещают реалии мира экономики, имеют социальный характер, формируются в соответствии с энциклопедическими знаниями или практическим опытом человека и обладают своей спецификой.

В **заключении** обобщаются результаты проведенной работы, излагаются основные выводы и намечаются перспективы дальнейших исследований.

ГЛАВА 1

РОЛЬ СЕМИОТИКИ В ИССЛЕДОВАНИИ ЯЗЫКОВЫХ ЯВЛЕНИЙ

В последнее время в лингвистических работах наблюдается проявление интереса к семиотике, особенно если целью исследования является осмысление закономерностей познания и общения. Несмотря на то, что данные закономерности выбираются чаще всего в качестве предмета рассмотрения теории коммуникации, социальной психологии и когнитологии, продуктивность семиотического подхода усматривается в возможности “как бы с высоты птичьего полета” увидеть “магистральные линии в развитии коммуникации и познания человека”, предугадать перспективы [Мечковская 2004: 15].

Понимание метафоры в широком смысле, включающую и метафору, и метонимию, и ее разновидность синекдоху, как знакового конструкта, обладающего широкими возможностями порождения, сохранения и передачи информации, а также как элемента целого – языковой семиотической системы послужило основанием для экстраполяции семиотического метода на метафорическую репрезентацию экономических понятий.

Одновременное существование на современном этапе нескольких взаимодействующих, дополняющих и развивающих друг друга подходов к метафоре [подробно об этих подходах см.: Будаев 2006, 2007; Друлак 2006; Крюкова 2000; Мерзлякова 2001; Чудинов 2007] не привело к созданию общей теории. Возможно, присущий семиотике взгляд на объекты лингвистики с “высоты птичьего полета” будет способствовать объединению данных смежных наук, прежде всего, успешно развивающихся сегодня когнитивистики, лингвокультурологии, филологической герменевтики и новой риторики, с целью упорядочения имеющихся результатов и выводов и построения единой концепции метафоры.

В свое время перспективность семиотических исследований являлась предпосылкой популярности структурных методов, и это представляло собой позитивный фактор в развитии знания. По мере утраты структурализмом своих командных высот (в частности, в лингвистической науке) семиотика перестала ассоциироваться со структурализмом. Тем не менее, по своей общей концепции семиотика находится в особо тесных отношениях именно с лингвистикой. В любой отдельной семиотике она видит коммуникативную систему и моделирующие возможности, учитывает знаковую природу единиц, из которых строится данная система, и в то же время не претендует на вытеснение собственного объекта исследований из пересекающихся с ней наук.

Сегодня ученые, анализирующие языковые средства, осуществляющие порождение, передачу и хранение информации об окружающем мире и обществе, приходят к согласию в том, что успех коммуникации во многом зависит от ее семиотического обеспечения, от того, в какой мере удалось выразить нужную информацию в концентрированном знаковом виде. Семиотический метод исследования помогает сравнить возможности разных знаков, найти эффективные каналы и средства коммуникации. Однако в формировании семиотики как науки было много не только интересного, но и спорного, и это связано скорее не с недостатком проводимых исследований, а с разнообразием семиотических идей.

Местом и ролью знаков в познавательной и практической деятельности людей интересовались еще в Древней Греции такие мыслители, как Гераклит, Платон, Аристотель и другие [подробно об истории становлении теории знака см.: Леонтьев 2001]. В греческом языке “семиотика” понималась как “учение о признаках болезней”, в учении стоиков слово это обозначало более широкую область знаний – систему знаний о знаках. Использование термина “семиотика” прослеживается по истории трех научных областей знания: медицины, философии и

лингвистики. Этот термин восходит к древнегреческому языку: *Sēmeîon* – “знак”, “признак”. Зачинателями семиотики считают У. Оккама и Т. Гоббса. В XIX веке были сформулированы основные семиотические идеи:

- установление абсолютно условного характера связи между знаком и обозначаемым предметом, понятием;
- выделение подобия и различия знаков, а также языка как особого типа знаков;
- определение коммуникативной функции как важнейшей функции знаков вообще.

В XX веке к проблеме знаков и знаковых систем было обращено внимание всех знаменитых философов, логиков, лингвистов, культурологов. По настоящее время в лингвистике для обозначения семиотики как науки используются два термина: “семиология” (в работах Ф. де Соссюра и Р. Барта) и “семиотика” (в исследованиях отечественных семиологов, таких как Вяч.Вс. Иванов, Ю.С. Степанов, А.А. Реформатский и Н.Б. Мечковская). Ядро семиотической теории составляют труды Ф. де Соссюра, Ч.С. Пирса, Ч. Морриса, Г. Фреге, К. Бюллера, Р. Якобсона. Положения, разработанные этими учеными, хотя и различающиеся между собой по некоторым принципиальным аспектам (как, например, структура знака), остаются актуальными по сегодняшний день и могут служить основой при проведении семиотического анализа явлений языка.

1.1. Вклад Ф. де Соссюра в развитие семиотики и в исследования языковых значений

Один из основоположников современной науки семиотики, швейцарский лингвист Фердинанд де Соссюр, рассматривал язык как важнейшую знаковую систему. По словам И.П. Сусова, на этого ученого “выпала миссия заложить теоретические основы” нового направления в языкознании XX века [Сусов 2006: 16]. Наиболее четко новые

исследовательские принципы были изложены в “Курсе общей лингвистики”, который Ф. де Соссюр читал в Женевском университете в начале прошлого века и который был впоследствии опубликован (1916 г.) его учениками и коллегами по материалам студенческих записей трех прочитанных в разные годы циклов лекций.

В книге, получившей мировую известность, неоднократно подчеркивается мысль, что язык не есть номенклатура, то есть перечень названий, соответствующих каждое одной вещи. Язык – это “система знаков, выражающих понятия, а следовательно, его можно сравнивать с письменностью, с азбукой для глухонемых, с символическими обрядами, с формами учтивости, с военными сигналами и т.д. и т.п. Он только самая важная из этих систем”. Науку, “изучающую жизнь знаков в рамках жизни общества”, Ф. де Соссюр называл “семиологией” и считал, что ее законы могут быть применены к лингвистике. Ученый полагал, что таким образом последняя “окажется отнесенной к вполне определенной области в совокупности явлений человеческой жизни” и что законы семиологии будут способствовать разъяснению многочисленных лингвистических проблем [Соссюр 1999: 23-25].

С другой стороны, именно лингвистика должна открыть новые горизонты для Теории Знаков или семиологии в терминах Ф. де Соссюра. С включением в сферу своих исследований лингвистики семиология, по словам швейцарского лингвиста, должна познакомиться с “совершенно новой стороной знака”, а именно: знак “не только можно передавать, но ... он по своей природе предназначен для передачи” [Соссюр 2000: 103].

Первым важным открытием Ф. де Соссюра было, на наш взгляд, определение сущности языкового знака. Утверждая, что знак – двусторонняя единица, он отверг точку зрения, восходящую к Аристотелю, согласно которой все языковые единицы, прежде всего слово, непосредственно связаны с тем или иным элементом действительности (“слово называет предмет”): “Языковой знак связывает не вещь и ее

название, а понятие и акустический образ” [Соссюр 1999: 69]. Эти две стороны языкового знака далее Ф. де Соссюр называет “означаемое” (понятие или то, что означается) и “означающее” (акустический образ, представляющий собой материальный носитель), считая, что преимущество выбранных терминов заключается в противопоставлении, существующем как между ними самими, так и между целым (знак) и частями этого целого, каковыми они являются. То же, что находится в соответствии с акустическим образом, ученый назвал значением. Следует иметь в виду, что Ф. де Соссюр, говоря об означающем, подразумевает не реальное тело знака, но лишь образ звукоряда, составляющего имя. Современная наука, принимая соссюровскую точку зрения о строении языкового знака, характеризует именно то, что служит “реальным языковым знаком и составляет его материальную оболочку, или форму (тело), знака” [Кубрякова 2004: 246].

Второе важное открытие Ф. де Соссюра – утверждение о произвольном (условном) характере связи между означающим и означаемым в знаке и еще более определенно – между знаком и обозначаемым им предметом (понятием). Слово “произвольный” понимается ученым не в том смысле, что означающее может свободно выбираться говорящим: “человек не властен внести даже малейшее изменение в знак, уже принятый определенным языковым коллективом”, нужно лишь иметь в виду, что означающее немотивированно, то есть “произвольно по отношению к данному означаемому, с которым у него нет в действительности никакой естественной связи” [Соссюр 1999: 71]. Но если этой связи нет в действительности, то, как далее следует из рассуждений автора курса общей лингвистики, во-первых, сама произвольность знака защищает язык от попыток сознательно его изменить; во-вторых, произвольность опирается на традицию (мы говорим так или иначе, поскольку и до нас так говорили); в-третьих, время, которое обеспечивает непрерывность языка, само может с большей или меньшей быстротой

изменять языковые знаки; наконец, в-четвертых, язык – система, представляющая собой сложный механизм, в котором господствует относительная разумность. По мнению лингвиста, принцип произвольности знака является основным принципом, но в то же время он не исключает относительную мотивированность. Так, не до конца произволен символ: “он не вполне пуст, в нем есть рудимент естественной связи между означающим и означаемым” [там же: 71].

Развивая далее мысли относительно принципа произвольности языкового знака, Ф. де Соссюр подчеркивает традиционный, культурно-социальный, а не естественный характер языка. Важным, на наш взгляд, являются рассуждения ученого о непрерывности знака во времени: произвольность языкового знака, делая его неизменяемым, допускает в нем, тем не менее, любое изменение. Сущность всякого изменения языкового знака заключается в смещении отношения между означающим и означаемым. Являясь по существу произвольным, языковой знак допускает влияние всех факторов, способных изменить любую из сторон языкового знака, что приводит к ощутимым сдвигам в отношениях между означающим и означаемым. В трудах швейцарского лингвиста можно найти примеры таких изменений значения: *le barreau* ‘перекладина’ – ‘место для адвокатов’ [Соссюр 2000: 122].

Наконец, вследствие обоснования того положения, что в каждом данном языке все покоится на отношениях, Ф. де Соссюр делает третье открытие о двух типах связей между языковыми знаками. Первые, синтагматические отношения, основываются на линейном характере языка и невозможности произнесения двух элементов языка одновременно. Вторые, ассоциативные или парадигматические отношения, локализируются в мозгу человека, извлекаются из памяти и соединяют члены этих отношений в “виртуальный”, “мнемонический” ряд [Соссюр 1999: 129].

На огромную роль установления отношений двоякого порядка между элементами языка указывал В.Г. Гак. Характеризуя словарный состав языка,

он писал, что в том и в другом случае значения слов могут подвергаться изменениям. От одного предмета (понятия) мы можем перейти к другому через связь по сходству (замещение – метафора). При синтагматических отношениях значение слов также может подвергаться изменениям через связь по смежности (дополнение – метонимия). Таким образом, благодаря открытию Ф. де Соссюра, метафора и метонимия предстают как два универсальных закона переноса значения [Гак 1966: 35]. А учение Ф. де Соссюра о знаке, его структуре и характере связи между означающим и означаемым позволяет говорить о знаковой сущности метафоризации. Тем не менее, универсальность законов не означает, что они совершенно одинаково проявляются в разных языках и в разных стилях речи. Поэтому проводимое нами исследование средств метафоризации, репрезентирующих экономические понятия в русском и французском языках, должно продемонстрировать их роль и место среди других языковых знаков, а также наличие универсалий и отличительных черт.

Следующие мысли ученого представляются нам особенно интересными в плане теоретического обоснования нашего исследования:

- ассоциативные отношения определяются ментальной деятельностью человека и основываются на сходстве означаемых или общности образов (общность по смыслу, по форме, по смыслу и по форме);
- любое слово может вызвать в памяти все, что способно тем или иным способом с ним ассоциироваться;
- число членов ассоциативного ряда безгранично;
- разум человека устраняет ассоциации, способные “затемнить понимаемость речи”.

Опубликование курса общей лингвистики Ф. де Соссюра имело огромное значение для развития лингвистических учений во всем мире, хотя многие его положения подвергались критике, в частности, концепция произвольности языкового знака, понятая лишь как отсутствие всякой мотивации. Однако сам ученый неоднократно указывал, во-первых, на то,

что именно данное положение – наилучшая основа для исследований, которые могут привести к интересным и неожиданным результатам; во-вторых, на роль относительной мотивированности и на необходимость изучения языковых явлений с точки зрения ограничения произвольности знаков, навязанной самой природой [Соссюр 1999: 132-133].

Существенные дополнения в теорию Ф. де Соссюра внес его ученик Шарль Балли, уточняя: лексическое слово, или семантема, - это знак, выражающий чисто лексическое простое или сложное понятие независимо от формы; например, фразеологические словосочетания типа *faim de loup* – это целые знаки [Алпатов 2001: 161-162].

Эмиль Бенвенист дополнил формулировку Соссюра о произвольности языкового знака: знак произволен с точки зрения именованной внеязыковой действительности, но отношение между двумя сторонами знака и между знаками в системе никак не произвольно [там же: 284].

Отечественные лингвисты высоко ценили труд Ф. де Соссюра, но также вносили дополнения и уточнения в его теорию. Так, О.Г. Ревзина критически анализируя “пафос Соссюра в отношении общей семиотики”, заключающийся в том, что язык не отличается от других знаковых систем, что знаки дорожного движения и языковые знаки - это одно и то же, называет его ложным. Автор подчеркивает, что природа языка коренится в человеческом теле, в его органах речи, в его разуме, “человеческий фактор” фиксируется в самом определении языка. С другой стороны, О.Г. Ревзина присоединяется к утверждению Ф. де Соссюра о том, что язык является всеобъемлющей структурой, способной и вспоминать прошлое, и предвидеть будущее, и охватывать незримое или далекое. Побудительные импульсы выхода науки о языке из “добровольной изоляции” содержатся в самой науке о языке [Ревзина 2004].

Вяч.Вс. Иванов называет “замечательной” мысль Ф. де Соссюра о разделении в языке синхронного среза и диахронии, что важно для наук, оперирующих категорией ценности (таких как, например, семиотика и

экономика) и для выявления в синхронном состоянии языка архаических черт, унаследованных от прошлого [Иванов 2004: 160].

А.А. Реформатский особенно ценил в учении швейцарского ученого разработку положений о значении и значимости. Идеи Ф. де Соссюра оказали влияние на формирование его собственных определений, данных в классическом учебнике “Введение в языковедение”: “Значение слова – это отношение слова к обозначаемому им предмету или явлению, т.е. отношение факта языка к внеязыковому факту (вещь, явление, понятие). Значимость – это собственное, языковое свойство слова, полученное словом потому, что слово – это член лексической системы языка” [Реформатский 2006: 150-151].

Ю.В. Рождественский охарактеризовал труд Ф. де Соссюра как основание для “разработки специальной дисциплины – теории и метода лингвистического исследования, - которая определяет лицо современной лингвистики”. Развивая мысли швейцарского лингвиста относительно связи семиотики и других наук, Ю.В. Рождественский подчеркивал практическую полезность семиотических исследований как общего приема исследования, выделяя их особые отношения с лингвистикой и делая вывод о том, что “семиотика есть исследование знаковых систем лингвистическим методом” [Рождественский 1996: 292-294].

И хотя курс лекций Ф. де Соссюра, по мнению современников [Балли 1955], в некоторой степени представлял собой обобщение лингвистических исследований и представлен читателям только в записях учеников, этот труд был признан гениальным, подводящим итоги одной научной эпохи и открывающим другую. По словам Ю.М. Лотмана, лингвистическая теория Ф. де Соссюра имела “поистине революционное значение в истории не только лингвистики, но и всех гуманитарных наук данного периода” [Лотман 2002: 148].

Ф. де Соссюр, бесспорно, оказал существенное влияние на становление представителей Женевской школы [подробно см.: Кузнецов

2006, 2007]. Так, например, заслугой представителя ее младшего поколения Л. Прието было разработка понятия “универсума речи”, связавшего рассмотрение языковых явлений с культурой и с познавательной деятельностью человека. Таким образом, семиологическая концепция Л. Прието в определенной степени соответствовала основным положениям современной когнитивной лингвистики [Prieto 1981].

Итак, Ф. де Соссюр, родоначальник структурной концепции языка, отталкивался в своих рассуждениях от лингвистики и считал, что понять истинную природу языка можно лишь, обращая внимание на то, что в нем есть общего с другими системами того же порядка. Признавая огромные заслуги Ф. де Соссюра перед отечественной лингвистикой, мы, тем не менее, не разделяем точку зрения ученых (например, М.В. Никитина), считающих, что современная семиотика должна была пойти по пути Ф. де Соссюра. Наоборот, вслед за такими лингвистами, как Е.С. Кубрякова и Ф.П. Бабушкин, мы усматриваем несомненный прогресс семиотики в развитии идей его американского современника Ч.С. Пирса.

1.2. Классификация знаков Ч.С. Пирса и ее значение для определения знаковой сущности метафоризации

Трактование понятия знака Ф. де Соссюром принципиально отличается от логики Ч.С. Пирса. Если для Ф. де Соссюра знак – это абстрактный (идеальный) объект, репрезентируемый в звучащей материи (речи), это комплекс, нерасчлененное единство означаемого и означающего, то для Ч.С. Пирса знак – это конкретный объект, репрезентирующий другой объект.

Чарльз Сандерс Пирс – химик, философ, логик, филолог, один из наиболее оригинальных и глубоких американских мыслителей, считается родоначальником общей теории знаков. Как и в случае с Ф. де Соссюром, при жизни его труды не были опубликованы, идеи его были известны в

основном лишь слушателям лекций в Кембридже и Гарварде, а также в университете Джона Гопкинса. После смерти Ч.С. Пирса его рукописи поступили в отдел хранения департамента философии Гарвардского университета, и только после опубликования основных работ в 30-х годах прошлого века его идеи стали известны широкому кругу философов и логиков.

Ч.С. Пирс оказал значительное влияние не только на философию Америки, но и на логико-философские и семиотические концепции в Европе. Лингвистическое значение семиотических идей Ч.С. Пирса было исследовано выдающимся филологом XX века Романом Осиповичем Якобсоном, а также доктором философии Чикагского университета Чарльзом Уильямом Моррисом. Последний указывал на то, что термин “семиотика” (semiotic) был взят Дж. Локком у греческих стоиков, которые в свою очередь испытали влияние традиции греческой медицины, трактовавшей диагноз и прогноз как знаковые процессы. Широкое распространение далее термин “семиотика” получил благодаря Ч.С. Пирсу, который следовал словоупотреблению Дж. Локка [Моррис 2001: 129]. До настоящего времени сохраняет свое значение классическое разбиение знаков на три группы, введенное Ч.С. Пирсом:

1. Иконические (знаки-копии или знаки-иконы) – означающее обнаруживает такое сходство с означаемым, что означаемое может быть распознано по одному только означающему (например, портрет, рисунок);
2. Индексные (знаки-индексы) – означающее которых связано отношениями смежности с означаемым (например, лицо, по которому мы узнаем человека, симптом, по которому распознается болезнь);
3. Символьные (знаки-символы) – означающее и означаемое которых связаны только ассоциативной мнемонической связью (например, буквы алфавита, слова естественного языка, условный рефлекс).

При этом, как указывал Р. Якобсон, в основе деления знаков на иконические, индексы и символы лежит не наличие подобия или смежности

между означающим и означаемым и не условный, привычный характер связи между двумя составляющими знака, а лишь преобладание одного из этих фактов над другими. Так, в языковой знаковой системе символ всегда включает своего рода индекс, а без индекса невозможно обозначить то, о чем говорит человек. Как отмечает Р. Якобсон, Ч.С. Пирс уделяет особое пристальное внимание именно индексальным и иконическим компонентам языковых знаков, поскольку “самые совершенные из знаков” – те, в которых иконические, индексальные и символные признаки “смешаны по возможности в равных отношениях”. Данное утверждение в корне отличается от настойчивого подчеркивания Ф. де Соссюром условности языка и его утверждения о том, что “полностью произвольные знаки наиболее пригодны для обеспечения оптимального семиотического процесса” [Якобсон 2001: 115-116].

Современные ученые-семиологи и лингвисты признают, что Ч.С. Пирс разработал самую органичную для семиотики классификацию знаков. Так, Ф.П. Бабушкин, определяя типы языковых знаков в семиотическом аспекте, пишет: “Наши наблюдения показывают, что на уровне производности (как бы на новом “витке”) вновь можно говорить об иконических и индексальных знаках” [Бабушкин 2005: 10].

Наличием иконических и индексальных составляющих объясняется некоторыми исследователями метафор и метонимий их знаковая структура. Например, Е.А. Кибрик полагает, что метафорический и метонимический переносы являются важнейшими семиотическими знакообразующими операциями: первый может создавать знаки-индексы, второй – знаки-иконы [Кибрик 2003: 144].

Развивая идеи Ч.С. Пирса относительно взаимодействия между означающим и означаемым, Р. Якобсон затрагивает проблему частичного сходства двух означаемых, которое может быть выражено частичным сходством означающих. Так, слово *star* “звезда” означает либо “светящееся небесное тело”, либо “выдающийся человек”. Ученый делает вывод:

“метафора (или метонимия) состоит в приписывании некоторого означающего вторичному означаемому, ассоциируемому с первичным означаемым по сходству (или по смежности)” [Якобсон 2001: 122].

В концепции Р. Якобсона было представлено обобщение универсальности оппозиции “метафора - метонимия”, чему предшествовало различение Соссюром парадигматических и синтагматических отношений между языковыми знаками, а также оппозиция “связь по смежности – связь по сходству”, установленная Ч.С. Пирсом между знаками-копиями и знаками-индексами. В дальнейшем многочисленными работами была подтверждена первостепенная значимость метафоры и метонимии для самых разных знаковых систем и семиотических процессов. Термины “метафора” и “метонимия” становятся перифрастическими обозначениями двух главных видов отношений между знаками (парадигматическими и синтагматическими) и соответствующих им операциям над знаками (селекции и комбинации).

Новым в учении Ч.С. Пирса стало введение понятия “интерпретанты”, что привело к трихотомии в трактовании знака. Знаковое отношение, по Ч.С. Пирсу включает три члена: объект, знак (которым может быть любая вещь, если она служит для “репрезентирования” объекта) и третий член, названный “интерпретантой” [Пирс 2001]. Как отмечают исследователи трудов Ч.С. Пирса, понятие “интерпретанты” – это “тот эффект, который знак производит на интерпретирующий его субъект” [Степанов 2001: 646], а вместе “знак, объект и интерпретанта представляют собой параметры семиотического функционирования” [Пармантьер 1990: 34].

Для нашего исследования важно понимание знаковой ситуации как репрезентации, включающей знак и отношения. В иерархии отношений, в которые вступает знак, и на которые указывают ученые, занимающиеся семиологическим анализом языковых явлений, наиболее важным нам представляется отношение человек → знак, свидетельствующее о том, что языковой знак социален. Высказывания Ч.С. Пирса о том, что знак

становится знаком только, если он “переводит себя в другой знак, в котором он получает более полное развитие”, что он интерпретируется в другом знаке, по мнению выдающегося отечественного лингвиста В.А. Звегинцева, дают возможности с новой стороны взглянуть на роль знака в интеллектуальной жизни человека. Ученый делает вывод о том, что знаковые системы не конечны и закрыты, а находятся в постоянных отношениях с явлениями внешнего мира и с общественной средой, в которой протекает жизнь человека. Знак – это “неотъемлемый инструмент познавательной деятельности человека” [Звегинцев 2008: 231-232]. В школе Л.С. Выготского именно с “инструментальной” функции началось исследование знака [Леонтьев 2005: 145].

Таким образом, знаковая теория Ч.С. Пирса определяла роль языкового знака как социального продукта, призванного удовлетворять определенным потребностям. С удовлетворением этих потребностей, как отмечает А.В. Кравченко, связана языковая функция знака, состоящая в репрезентации предмета (свойства, отношения) действительности [Кравченко 2004: 10].

Учение Ч.С. Пирса оказало влияние на формирование концепции многих ученых-лингвистов и семиотиков, хотя и не привело к единому пониманию знака в языке.

В плане теоретического обоснования проводимого нами исследования следующие идеи Ч.С. Пирса представляются нам особенно интересными:

- положение о нерасчленном единстве означаемого и означающего, в котором обнаруживается три различных “репрезентативных свойства”, основанных на взаимоотношениях между означаемым и означающим;
- тезис о смешении в языковом знаке индексальных, иконических и символьных признаков, а также о преобладании одного из компонентов над другими;

- пристальное внимание к индексальным и иконическим компонентам языковых знаков;
- признание двух видов значения, денотативного и коннотативного, хотя последний термин вызывал у Ч.С. Пирса возражение [Пирс 2001: 185];
- признание творческой способности (*enérgeia*) языка [Якобсон 2001: 125].

Многие идеи ученого выражены чрезвычайно сложным языком и трудны для понимания, некоторые его положения, в частности, касающиеся “интерпретанты”, не всегда однозначны и ясны. Так, М.В. Никитин подверг резкой критике положения Ч.С. Пирса, не увидев в его знаковой трихотомии “отправителя с коммуникативной интенцией, которую знак реализует” и без которой не может быть коммуникативной функции и следовательно знака [Никитин 1997: 4]. Е.С. Кубрякова, наоборот, назвала мысли Ч.С. Пирса и Р. Якобсона, последовательно излагавшего его учение, “предтечей” нового конструктивного направления, которое синтезирует и интегрирует парадигмы научного знания, развивавшиеся до этого обособленно (когнитивный подход, коммуникативно-функциональный, герменевтический) [Кубрякова 1993: 19].

В указанный Е.С. Кубряковой ряд теорий мы считаем целесообразным добавление правил современной риторики. С их помощью, по словам Ю.В. Рождественского, становится возможным “донести содержание речевого сообщения до воспринимающего его лица с надлежащей полнотой и конкретностью” [Рождественский 2003: 124], ликвидируя, таким образом, любое недопонимание, к которому может привести широкое толкование лингвистических понятий, обладающих высокой степенью абстрагированности.

А.В. Кравченко пишет, что Ч.С. Пирс “блестяще” показал в своих трудах такое свойство языкового знака, как прагматичность и связал его с онтологией [Кравченко 2001: 114]. Полемизируя на страницах своего очерка когнитивной философии языка с М.В. Никитиным, А.В. Кравченко

отмечает, что все виды импликаций, составляющие (по М.В. Никитину) “некодированное” значение, есть та часть опыта, которая “включается” в процесс интерпретации знака. При этом достаточность опыта, включающая объем фоновых знаний о среде, в которой осуществляется речемыслительная деятельность отправителя знака, позволяет выбрать именно данный знак из всех возможных, на чем основаны такие характерные для языка явления, как метафора и метонимия [Кравченко 2001: 129-131].

Итак, учение Ч.С. Пирса о знаке имеет неоспоримое значение как само по себе, так и по оказанному влиянию на формирование концепций целой плеяды ученых, работающих в направлении семиотического исследования языка, а также в развитии интеграционных теоретических процессов, приведшем к смене научной парадигмы. Особенно плодотворно теория Ч.С. Пирса развивалась его последователем Ч.У. Моррисом, а также немецким логиком Г. Фреге.

1.3. Вклад Ч.У. Морриса и Г. Фреге в развитие терминологического аппарата семиотических исследований

Продолжателем идей Ч.С. Пирса считается американский философ, логик и семиотик Чарльз Уильям Моррис, который первым представил системное изложение семиотики в XX веке. Согласно Ч. Моррису, процесс, в котором нечто функционирует как знак, может быть назван *семиозисом*. Этот процесс в традиции, восходящей к грекам, должен рассматриваться как включающий “три (или 4) фактора: то, что выступает как знак; то, на что указывает знак; воздействие, в силу которого соответствующая вещь оказывается для интерпретатора знаком” [Моррис 2001: 47].

Ч. Моррису принадлежит заслуга в разработке основного терминологического аппарата, используемого при семиотическом анализе явлений языка. В языке в качестве знаков выступают такие “вещи”, как

графические или звуковые последовательности, именуемые “знаковыми средствами”, или “закононосителями”, или же “телами знака” в терминологии современных отечественных лингвистов [Бабушкин 1999, Кубрякова 2004].

То, на что указывает знак, было названо “десигнатом”; позднее вместо данного термина были введены “сигнификат” и “интенционал” [Степанов 2001: 628]. Знак воспринимается “интерпретатором”, поскольку он передает некую информацию, являясь “заместителем” ее и обладая особой “интерпретантой” для ее характеристики. Объясняя два последних термина, Ч. Моррис указывает на их связь с истолкованием знаков Аристотелем и пишет: “интерпретатор – это разум; интерпретанта – мысль или понятие; эти мысли или понятия общи всем людям и возникают из постижения разумом объектов и их свойств” [Моррис 2001: 71]. Ученый развивает и уточняет термин “интерпретанта”, введенный Ч.С. Пирсом, трактуя его как “навык организма реагировать под влиянием знакового средства на отсутствующие объекты, существенные для непосредственной проблемной ситуации, как если они были налицо” [там же: 72] и связывает его с человеком.

Таким образом, основатели семиотики определяли язык как важнейшее средство коммуникации, как общественное явление (социальный феномен) и системно-структурное, знаковое образование.

Разъясняя понятие знака, Ч. Моррис сводит основные термины семиотики следующим образом: семиозис (или знаковый процесс), рассматриваемый как пятичленное отношение - знак, интерпретатор, интерпретанта, значение (означивание, сигнификация) и контекст, в котором встречается знак. С поразительной проницательностью ученый указывает на то, что знаки, обозначающие один и тот же объект, не обязательно передают при своем использовании одно и то же значение: если в интерпретанте отражается значение знака, а последнее может меняться, у знака может появляться несколько интерпретант. В интерпретанте знака должны найти свое отражение возможные истолкования его в системе

языка, включая и прагматический эффект знака, но, конечно, не довольствуясь только им. Восприятие знака и его воздействие на говорящего предопределяется, прежде всего, структурой знания или опыта, мнения или оценки, которая составляет его семантику и которая объективируется с помощью тела знака. Значение знака может быть понято и по частям, и по модели, т.е. опираясь на некоторые “подсказки” [Моррис 2001: 130-142].

Е.С. Кубрякова, анализируя семиотические идеи Ч. Морриса, утверждает, что под актом семиозиса следует скорее понимать поиски такой языковой формы, которая оптимальным образом соотносилась бы с данным содержанием. Такую цель имеют, по мнению Е.С. Кубряковой, словообразовательные акты, и подавляющее большинство появляющихся сейчас новых словесных знаков связано именно со словообразованием. Слова редко “придумываются” просто так, и изучение их как актов семиозиса наиболее целесообразно, потому, что жизнь слова в системе языка обуславливается его местом в этой системе как системе знаковой, семиотической [Кубрякова 2004: 245].

О роли семиозиса как процесса конструирования, генезиса знаков пишет также А.А. Худяков: “для того, чтобы осуществлять свою денотативную функцию знак должен быть построен” [Худяков 2001: 12]. Б.А. Успенский, отмечая различия между семиотическими учениями Ф. Де Соссюра и Ч.С. Пирса - Ч. Морриса, видит развитие семиотики в двух направлениях: семиотика языка и семиотика знака. В последнем случае исследователи должны сосредотачивать свое внимание на изолированном знаке и исследовать превращение знака в знак [Успенский 1996: 9-10]. Именно в данном направлении проводится наше исследование процесса семиозиса конкретных знаков (знаков, сформированных через перенос значения) языка науки экономики.

Все факторы семиозиса, указанные в определении Ч. Морриса сводятся к трем главным измерениям семиотики: синтактике, семантике и

прагматике. Знаковый анализ, таким образом, предполагает “изучение синтаксического, семантического и прагматического измерений конкретных процессов семиозиса; это выяснение правил употребления данных знаковых средств”. При этом под знаковым средством понимается “только та сторона материального знаконосителя, благодаря которой имеет место семиозис” [Моррис 2001: 87-88].

Перечисленные Ч. Моррисом измерения семиотики считаются формирующими три главных раздела семиотики как науки. Не случайно Ч. Моррис проводит аналогию между трояким членением семиотики и тремя основными дисциплинами в средневековом базовом образовании, так называемый *trivium* – логика, грамматика и риторика. Тем самым Ч. Моррис подчеркивал свое видение в семиотике образовательного фундамента культуры.

По мнению Н.Б. Мечковской, эвристическая ценность аспектов семиотики, предложенных Ч. Моррисом, заключается в возможности всестороннего анализа конкретного информационно-семиотического текста путем методического перехода от характеристики синтактики объекта к семантике и далее к прагматике [Мечковская 2004: 44]. Моррисовское различение разделов семиотики стало сегодня самым упоминаемым и цитируемым, ученые-философы, культурологи и лингвисты пишут об этом тривиуме чаще, чем о пирсовском разбиении знаков-индексов, икон и символов. Эти разделы приводятся современными учеными, работающими в области семиотики [Степанов 2001: 8], когнитивной лингвистики [Кубрякова 2004: 244-245; Демьянков 2004: 609] и современной риторики. Так, Е.Н. Зарецкая дает следующую характеристику уровням любой знаковой системы:

1. Синтаксический уровень (синтактика) – отношение знаков друг к другу, т.е. внутренняя структура знаковой системы безотносительно к выполняемым функциям. На синтаксическом уровне мы не знаем значения

знаков, но знаем, что с ними делать. Например, у нас есть правила построения сложных знаков из простых.

2. Семантический уровень – отношения знаков к тому, что ими обозначается; на этом уровне знаковые системы рассматриваются как средство выражения смысла, дается их семантическая интерпретация.

3. Прагматический уровень – отношение знаков к тем, кто ими пользуется. Это уровень рассмотрения знаковой системы в отношении говорящего и слушающего: семиотика на этом уровне занимается законами, зависящими от позиции наблюдателя.

При этом, уточняет Е.Н. Зарецкая, язык как система знаков знает только две координаты – синтактику и семантику. Третье измерение – прагматику – добавляет речь как коммуникативная структура [Зарецкая 1998: 326].

Ч. Моррис неоднократно подчеркивал в своих трудах значение таких функций языковых знаков, как коммуникативной и социальной. Для него понимать язык – это значит “употреблять только те сочетания и преобразования знаков, которые не запрещаются употреблением, приняты в данной социальной группе, обозначать объекты и ситуации так, как это делают члены этой группы, иметь, когда используются определенные знаковые средства, те же ожидания, как это делают другие ...” [Моррис 2001: 76]. Для нас же остается важным то, что ученый подчеркивает наличие и необходимость выбора языковых средств, которые намеренно должны употребляться в функции коммуникации, и этот выбор должен соответствовать нормам, принятым в данной социальной общности людей.

По мнению Ч. Морриса, специалиста-семиотика должны интересоваться все измерения и все употребления знаков вплоть до исследования тех знаков, которые используются в науке. По замыслу ученого, главное назначение семиотики предполагалось как “унифицирующая наука”, “органон, или инструмент всех наук”, идущий на смену логике. Именно к семиотике должны обращаться науки за понятиями и общими принципами.

Один из путей осуществления этой функции виделся Ч. Моррису в конкретном анализе научных терминов, выражения с помощью языковых средств достижений в той или иной научной области. Семиотический подход может служить основой для понимания важнейших форм человеческой деятельности и связи этих форм друг с другом, поскольку все эти виды деятельности и все отношения находят выражение в знаках [Моррис 2001: 94-96].

Польский логик и семиотик Ежи Пельц, развивая мысли Ч. Морриса, сравнил семиотику с “круглым столом, за которым представители различных дисциплин встречаются, чтобы обсудить, что общего у этих дисциплин в подходе к языку и знакам” [Пельц 2001: 154], а В.А. Звегинцев назвал семиотику “математикой всех гуманитарных наук” [Звегинцев 2008: 215].

Подводя итог, отметим наиболее интересные для нашего исследования тезисы Ч. Морриса:

- языковые средства должны исследоваться в соответствии с правилами употребления (синтаксическими, семантическими и прагматическими), принятыми в данном языковом сообществе;
- обращение к теории ценностей (аксиологии) необходимо при исследовании отношений между знаками и ценностями, а также того места, какое занимают ценности в деятельности людей;
- утверждения могут подкрепляться “интеллектуальной интуицией”, могут “маскироваться”, а декларируемая цель – отличаться от подлинной [Моррис 2001: 80];
- “истина” – термин семиотики, употребляемый на всех измерениях семиотического анализа.

Идеи Ч. Морриса о взаимодействии семиотики и языка науки нашли отражение в трудах Фридриха Людвиг Готтлоба Фреге, основателя математической логики [Frege 1980, 1984]. Г. Фреге поставил задачу создания искусственного языка науки, который позволил бы установить

границы между различными научными дисциплинами, создать единую методологию, а затем – единое концептуальное пространство мировой культуры. У знака Г. Фреге выделял несколько функций:

1. Мнемоническая - знак нужен для того, чтобы удержать в памяти интересующий человека объект.

2. Знак – аккумулятор образов, еще не получивших своего собственного способа обозначения.

3. Знак – инструмент для построения сложных конструкций мысли, для глубокого проникновения в суть объекта, в суть проблемы.

4. Знак – инструмент для построения абстракций, для классификации объектов и явлений, нацеленный на то, чтобы невидимое стало явным. Понятие нельзя увидеть, оно нуждается в наглядном представительстве, каковым и является знак. Структура знака, согласно Г. Фреге, включает четыре части: выражение, смысл, значение, а также “оболочка, упаковка” смысла [цит. по: Барулин 2002: 297].

Г. Фреге принадлежит идея “логического треугольника”, представляющего собой графический образ, разводящий и объединяющий “денотат – концепт - вещь”, который был впоследствии преобразован американскими семиологами Ч. Огденом и А. Ричардсом в “семантический треугольник” “слово – понятие - вещь”.

В итоге многочисленных вариаций понимания сущностей, образующих семиотический треугольник, различными школами, было углублено понимание формы и содержания знака, увидены их неэлементарность и внутренняя структурированность. Однако возникновение неоднозначных наименований углов и сторон семиотического (семантического) треугольника, порождение разных терминологий для их обозначений не привели к разъяснению знаковых отношений и определению структуры знака [подробно см.: Кубрякова 2008: 7; Лагута 2000]. В этих условиях, открытая еще стоиками триада “означающее – означаемое - вещь” может рассматриваться как логико-

семиотический инвариант для дальнейших исследований или как “ось координат единой системы” [Мечковская 2004: 24].

В XX-ом веке наметился рост интереса к семиотике как науке и к семиотическим проблемам в нашей стране. Первыми семиотическими публикациями стали “Труды по знаковым системам” (издавались с 1964г. после проведенного в 1962г. симпозиума по структурному изучению знаковых систем). Появление в печати работ представителей тартуско-московской семиотической школы Ю.М. Лотмана, Вяч.Вс. Иванова, Б.А. Успенского и других было вызвано стремлением рассматривать не отдельные, изолированные жизненные реалии, а обширные единства. Ученые-семиотики видели в каждом, казалось бы, простом явлении действительности структуру, состоящую из более простых элементов, а само явление – как часть более сложного единства. С этим было связано глубоко диалектическое представление о том, что для понимания явления недостаточно изучать его изолированно, а следует определить его место в системе [Лотман 2002; Иванов 2004; Успенский 1994; Derrida 1967].

В конце XX-го - начале XXI-го веков стали систематизироваться теоретические положения семиотики как науки. Через Интернет начал издаваться новосибирский журнал “Критика и семиотика”, объединяющий сибирских ученых, работающих в области семиотики культуры [<http://www.nsv.ru/education/virtual/cs.htm>]. Были опубликованы специальные учебники и пособия по семиотике [например, Мечковская 2004; Крейдлин 2004]. Современными учеными-лингвистами стали активно разрабатываться такие направления семиотики, как общая семиотика и лингвосемиотика, являющиеся, по словам Е.Н. Зарецкой, “наиболее важными для понимания основ речевой коммуникации” [Зарецкая 1998: 319].

Ученые-семиотики определяют ее роль как науки, занимающейся построением ключевых понятий и формулирующей фундаментальные проблемы, при изучении которых семиотика выходит в смежные области: логики, философии, лингвистики, психологии и других дисциплин. В

качестве примера связи семиотики и логики ученые часто называют синтактику [Пельц 2001; Степанов 2001].

Исследователи языковых знаков обращаются к данным филологической герменевтики и культурологии при истолковании возможных смыслов воспринимающим данный знак субъектом; а также к риторике, в задачи которой входит рассмотрение отношений людей через речь [Богин 1999; Рикер 1995; Макеева 1999; Dubois 1970].

А.С. Самигуллова пишет о совмещении пространства семиотики и когнитивной лингвистики, обозначая некоторые основополагающие моменты этой потенциальной “интеграции” [Самигуллова 2002]. В последних статьях Е.С. Кубряковой отчетливо звучит мысль о невозможности развития когнитивизма вне семиотики [Кубрякова 2005: 96; Кубрякова 2007: 25].

В.И. Заботкина указывает на взаимосвязь между структурами знания, репрезентируемыми словами и центральным понятием семиотики – интерпретанты и вводит понятие прагматической интерпретанты, “которая несет информацию об ограничениях на употребление знака в зависимости от основных параметров широкого прагматического контекста” [Заботкина 2005: 48-49].

Современные ученые говорят также о необходимости “семиотической компетенции”, которая в контексте мощных процессов междисциплинарных взаимодействий (включающих теорию коммуникации, филологическую герменевтику, культурологию и основы семиотики) служит условием успешной коммуникации, обеспечивая понимание, как самого человека, так и окружающего его мира (как семиосферы), в котором “происходят события встречи и события различных ценностно-этических сознаний” [Гончаров 2006: 22].

Анализируя существующие на сегодняшний день направления семиотики, Н.С. Сироткин указывает на то, что семиотической теории в законченном виде пока не существует, и наблюдаются значительные

расхождения в трудах ученых-семиотиков. Однако, по мнению ученого, именно незавершенность обеспечивает семиотике дальнейшее существование [Сироткин 2004]. Актуально воспринимаются сегодня слова Б.А. Успенского: “Сейчас мы движемся дальше, научные интересы динамичны, точка еще не поставлена” [Успенский 1994: 277].

Итак, краткий экскурс в историю развития семиотики позволил нам показать, что на всей протяженности этой истории была продемонстрирована двусторонняя связь с лингвистикой, что семиотика оснастила последнюю терминологическим аппаратом и исследовательскими принципами и что эти принципы доказали свою результативность при изучении разнообразных информационных процессов и их знаковых реализаций. Три измерения семиотического анализа (синтактическое, семантическое и прагматическое), предложенные Ч. Моррисом, а также концепция имени, истоки которой усматриваются в теории Г. Фреге, имеют огромное значение для дальнейшего исследования способов означивания средствами языка тех явлений, которые происходят в окружающей нас действительности. Семиотическое наследие дало возможность использовать семиотический метод при проведении лингвистических исследований.

1.4. Определение знаковой сущности метафоризации в свете развития современных семиотических исследований

По мнению Ю.С. Степанова, в настоящее время непосредственным предметом семиотики становится *информационная система*, т.е. система, несущая информацию, ее элементарным ядром является *знаковая система*. Ключевыми терминами исследований в этой области ученый называет *интертекстуальность* (интертекст) и *инфосферу* (национальные и транснациональные системы научно-технической информации), а в качестве новой области применения выступает *концептология* (сфера культурных концептов) [Степанов 2001: 5-6].

Знаки языка, образованные через перенос значения “старых” слов, все чаще используются в современном языке экономики с целью выражения, передачи и сохранения информации об изменениях в жизни социума. В этой связи они могут, на наш взгляд, рассматриваться в семиотическом аспекте. Их активное участие в процессах категоризации и концептуализации явлений и событий окружающей экономической действительности через ассоциации с фрагментами как реальной, так и научной картин мира, свидетельствует о связи используемых знаков с обозначаемыми реалиями мира экономики.

1.4.1. Языковые знаки как элементы информационной системы

Современные отечественные и зарубежные лингвисты стремятся охарактеризовать языковые средства, особенно новые, недавно появившиеся в языковой системе, осмысливая язык в его знаковом качестве и структурно-системных свойствах. Языковеды преследуют цель достижения высокой степени реальности в познании лингвистического объекта и “более адекватной его интерпретации” при изложении научных результатов, чем при традиционных формах описания в науке о языке. В.И. Постовалова следующим образом резюмирует принципы структурно-семиотического подхода к представлению языковых единиц в соответствии с концепцией А.А. Реформатского:

- 1) холистический взгляд на язык: каждый элемент всегда часть целого;
- 2) принцип релевантности: в языке как в знаковой системе релевантно (важно) не физическое и чувственно воспринимаемое само по себе, а то, символом и знаком чего оно в данной языковой системе выступает (центральная роль отводится изучению значимости);
- 3) принцип идиоматичности: “неповторимая индивидуальность” обеспечивает национальную самобытность каждого языка. С учетом того,

что в языке “все структурно” и “все системно”, внимание обращается на качественное различие структурно сходных явлений в разных областях языка [Постовалова 2004: 76-79].

Активно развиваясь, современная семиотика захватывает все новые и новые области познания, расширяет поле анализа и сферу применения своих законов и терминологии. Проведенный нами анализ теоретического материала дает примеры использования семиотического метода при исследовании произведений различных жанров. Так, семиотическому анализу подвергались: литературные тексты (Р. Барт, Цв. Тодоров), волшебная сказка (К. Леви-Стросс, В. Пропп), мифология (А.В. Лосев), современный политический дискурс (Е.И. Шейгал). Все исследователи указывают на динамизм любого текста и его стремление к адресату.

На наш взгляд, особенно ярко эта мысль выражена французским литературным критиком и семиотиком Р. Бартом. В очерке “Нулевая степень письма”, опубликованном впервые в 1953 году, он размышляет над “третьим измерением”, письмом, которое, по мнению автора, существует наряду с двумя другими, языком и стилем. Имея в виду литературу и журналистику, Р. Барт пишет: “язык – площадка, заранее подготовленная для действия, ограничение и одновременно открытие диапазона возможностей ... язык располагается как бы по эту сторону Литературы. Стиль же находится едва ли не по другую ее сторону: специфическая образность, выразительная манера, словарь данного писателя – все это обусловлено жизнью его тела и его прошлым, превращаясь мало-помалу в автоматические приемы его мастерства” [Барт 2001: 330-331].

Далее автор указывает на то, что язык имеет горизонтальное измерение, а стиль – вертикальное, стиль воплощает возможности языка. Между языком и стилем есть еще одно формальное образование – письмо, и “писаное слово автора поначалу укорененное и замкнутое в пределах абсолютно нейтральной языковой природы, превращается наконец во всеобъемлющий знак, в способ выбора определенного типа человеческого

поведения, в способ утвердить известное Благо, тем самым вовлекая писателя в сферу, где он получает возможность уяснить и сообщить другим ощущения счастья или тревоги, где сама форма его речи – в его языковой обыкновенности и стилевой неповторимости – вплетается наконец в необъятную Историю других людей. Язык и стиль – слепые силы; письмо – это акт исторической солидарности. Язык и стиль – объекты; письмо – функция: оно есть способ связи между творением и обществом, это литературное слово, преобразованное благодаря своему социальному назначению, это форма, взятая со стороны ее человеческой интенции и потому связанная со всеми великими кризисами истории” [там же: 333].

Положения, которые Р. Барт сформулировал в отношении “писаного слова”, то есть по существу текстов средств массовой информации, поскольку в цитируемой работе Р. Барт размышляет над текущей журналистикой, актуальны по сегодняшний день. Они свидетельствуют о вовлечении человека, в частности автора текстов, в социальные отношения, в жизнь общества, после чего слово превращается во “всеобъемлющий знак”, позволяющий автору понять окружающий его мир и передать о нем сообщение другим. В рассуждениях Р. Барта прослеживается интерес к теории ценностей (аксиологии), к отношению между знаком и ценностными ориентирами, определяемыми данным обществом.

Взаимоотношения человека с окружающим миром в большинстве случаев выражаются в языке и формируются языком. Для рассмотрения вопросов, связанных с характеристикой этих отношений, обычно используется привычная метафора – *картина мира*. Этим фундаментальным понятием пользуются не только лингвисты, но и философы, культурологи. Отмечается, что картины мира чрезвычайно многообразны, и существует столько картин мира, сколько имеется способов мировидения, поскольку “каждый человек воспринимает мир и строит его образ с учетом своего индивидуального, общественного опыта, социальных условий жизни” [Воронцова 2008: 10].

Воспользуемся несколько упрощенным представлением картины мира, предлагаемым С.Г. Тер-Минасовой, согласно которому можно выделить три ее формы:

- реальная картина мира,
- культурная (или понятийная) картина мира,
- языковая картина мира.

Реальная картина мира – это объективная внечеловеческая данность, это мир, окружающий человека. **Культурная (понятийная) картина мира** – это “отражение реальной картины мира через призму понятий, сформированных на основе представлений человека, полученных с помощью органов чувств и прошедших через его сознание, как коллективное, так и индивидуальное”. Это есть “мировоззрение человека, создавшееся в результате физического опыта и духовной деятельности” [Тер-Минасова 2007: 22]. Сегодня понятие культурной картины мира стало одним из центральных в гуманитарных науках, поскольку оно определяет место человека в окружающем его мире, взаимоотношения “человека с действительностью (человека с природой, человека с обществом, человека с другим человеком) и с самим собой” [Жидков 2001: 63].

Культурная картина мира подобно мозаике состоит из концептов и связей между ними, поэтому часто она описывается исследователями как концептуальная картина мира, соотносимая с языковой картиной мира.

Языковая картина мира – это отражение реальности средствами языка, “но не прямо, а через культурную картину мира (“язык – как зеркало культуры”)” [Тер-Минасова 2007: 22].

Вопросам соотношения языка и культуры посвящено огромное количество трудов не только филологов, но и философов, психологов, культурологов. Через культуру современная российская наука видит связь человека и окружающего его мира. Так, Ю.С. Степанов говорит о культуре как о “едином интертексте”, который служит предтекстом любого текста [Степанов 2001: 37]. Отечественный культуролог П.С. Гуревич определяет

взаимосвязь языка и культуры стремлением “упорядочить накопленный опыт” [Гуревич 2004: 91-92]. Однако наиболее ясно, на наш взгляд, взаимоотношение между языком и культурой представлено в следующем определении: “Язык как средство общения людей и сформированная с его помощью культура данного общества находятся в неразрывной связи и непрерывном взаимодействии, что и определяет их развитие” [Тер-Минасова 2007: 17].

Тот факт, что и язык, и культура представляют собой информационные, т.е. знаковые системы, характеризует отношения между ними. Являясь посредником между человеком и окружающим его миром, культура выполняет функцию отбора и структурирования информации о внешнем мире. Ю.М. Лотман и Б.А. Успенский отмечают, что “культура есть устройство, вырабатывающее информацию”, которому присущи две черты: 1) культура – особым образом организованная сфера; 2) обладает различными аспектами знаковой сущности [Лотман 1997: 144-145].

П.С. Гуревич следующим образом определяет функции знаковой системы:

- 1) функция передачи сообщения и выражения смысла;
- 2) функция общения, т.е. обеспечения понимания слушателем (читателем) передаваемого сообщения, а также побуждение к действию, эмоциональное воздействие.

Ученый поясняет: “осуществление любой из этих функций предполагает определенную внутреннюю организацию знаковой системы, т.е. наличие различных знаков и законов их сочетаемости” [Гуревич 2004: 95].

Материальной оболочкой любого знака, по мнению большинства отечественных и зарубежных лингвистов, является “тело” знака, его “душа” – это определенный концепт. В книге “Константы. Словарь русской культуры” Ю.С. Степанов указывает на то, что *понятие* и *концепт* – это явления одного и того же порядка. Разница заключается в том, что концепт

имеет более сложную структуру, чем понятие. В структуру концепта входит все, что принадлежит строению понятия, а также то, что делает его фактом культуры, т.е. современные ассоциации, оценки, история, этимология. Концепт – это “сгусток культуры в сознании человека”, а понятие – это “мысль о наиболее общих, существенных признаках предмета или явления” [Степанов 2004: 42-43].

Понимание концепта и понятия отечественными лингвистами весьма вариативно, на что указывают, например, А.А. Залевская [Залевская 2005: 234-235], В.И. Карасик [Карасик 2004: 38, 115], Н.И. Колодина [Колодина 2001: 51-57], С.Г. Тер-Минасова [Тер-Минасова 2007: 36-38] и многие другие. Неоспоримо лишь то, что концепт принадлежит сознанию и включает, в отличие от понятия, не только описательно-классификационные, но и чувственно-волевые, образно-эмпирические характеристики: “концепты не только мыслятся, они переживаются” [Степанов 2004: 43].

Все концепты языка образуют его *концептосферу*, в которой, по определению Д.С. Лихачева, “живет любой национальный язык, постоянно обогащается, если есть достойная его литература и культурный опыт”. Язык, продолжает академик Лихачев, является “сжатым, если хотите, алгебраическим выражением всей культуры нации” [Лихачев 1999: 504-505].

Концепты репрезентируются словами, однако, по мнению отечественных лингвистов, вся совокупность речевых средств не дает полной картины концепта. Слово своим значением в языке представляет лишь часть концепта, отсюда необходимость словотворчества, представляющего, согласно высказыванию А.Т. Хроленко, “вечное право и обязанность человека” [Хроленко 2004: 57-58].

Вяч.Вс. Иванов указывает на тот факт, что убыстрение технологического прогресса ведет к увеличивающемуся появлению новых языковых элементов, что порой затрудняет понимание. В этой связи

особенно важным становится выявление универсальных принципов языковой структуры, которые должны сохраняться при преобразовании существующих языков и при проектировании новых. Эволюция всей техносферы, подчеркивает ученый, может зависеть от ноосферы и семиосферы, прежде всего от состояния и изменения языков [Иванов 2004: 160].

Главной составляющей частью как языка, так и культуры, определяющей их существование и ключ для понимания, является коммуникация – обмен знаками носителей культуры. Роль науки, представляющей собой часть культуры, определяется как получение новых знаний. Научная коммуникация понимается как передача, обмен и сохранение знаний [Жидков 2001: 49; Кравченко 2004: 10-16; Карасик 2004: 39, 277; Скрипак 2006].

Английский философ конца XVI - начала XVII вв. Фрэнсис Бэкон заметил, что сила заключается во владении информацией (*information is power*). Его слова можно отнести к сегодняшнему дню, когда центральным ресурсом человека XXI века становятся знания и умения пользоваться этими знаниями, а также создавать новые знания. Как отмечает А.В. Кравченко, “разные типы знаков, будучи членами единой репрезентативной системы, каковой является язык, с необходимостью отражают определенные аспекты концептуальной картины мира, или знание о мире” [Кравченко 2004: 18].

Термин “информация” не однозначен и по-разному толкуется в таких науках, как математика, кибернетика. В гуманитарных науках под информацией понимаются “результаты деятельности мыслящей материи, закрепленной в семиотических системах”, такая информация определяется как “семантическая”, в нее входит “все то, что создано человеческим замыслом и закреплено в знаковой форме, сохранено в ней, передано, принято, усвоено другими людьми как результат деятельности мысли” [Рождественский 1996: 5].

Семантическая информация не только создается, передается, накапливается, распределяется и хранится, но она еще влияет на деятельность людей. Так, многочисленные современные исследования свидетельствуют о том, что сегодня сила убеждения средств массовой информации во всем мире настолько велика, что подчас они разрушают национальные культурные и традиционные человеческие ценности [Абелева 2004; Гулинов 2002; Кара-Мурза 2002; Карасик 2004; Рождественский 2003]. Все это свидетельствует о необходимости тщательного подхода к выбору тех знаков, с помощью которых осуществляется информационная обеспеченность, как общества, так и отдельных личностей. Так, в докторской диссертации Т.В. Дроздовой, посвященной проблемам понимания научного текста, под информативностью языковой единицы имеется в виду “реализация потенциального единства всех типов информации (т.е. сочетания концептуального содержания языкового знака, его лингвистических характеристик и прагматических свойств), кодируемых этой единицей” [Дроздова 2003: 22].

Практически все определения “знака” при всей своей разнородности объединены мыслью о том, что знак предназначен для передачи информации. Сравним некоторые из них (разрядка наша – Н.Б.):

“Знак – материальный, чувственно воспринимаемый предмет (событие, действие или явление), выступающий в познании в качестве указания, обозначения или представителя предмета, события, действия, субъективного образования. Предназначен для **приобретения, хранения, преобразования и трансляции определенной информации (сообщения)**” [Новейший философский словарь 1998: 246-247].

“Знак – избранная или созданная человеком вещь, которая обладает значением, определенным по условию. В знаках **реализуется социальная семантическая информация**. Знаками являются, в частности, звучащие слова человеческой речи. Звучание само по себе, т.е. как материя (воздух) и энергия (воздушная волна), не является социальной информацией, но когда

звучанию придана определенная форма путем артикуляции членораздельных звуков, оно становится социально значимым, т.е. указывает слушающему и говорящему на определенный предмет мысли” [Рождественский 2002: 23].

“Знак – это материальный предмет (явление, событие), выступающий в качестве представителя некоторого другого предмета, свойства или отношения и используемый для приобретения, хранения, переработки и **передачи сообщений (информации, знаний)**” [Гетманова 2006: 18].

“Знак (лат. *signum*) – это материальный, чувственно воспринимаемый предмет (вещь, явление, действие, признак), выступающий в качестве представителя (заместителя, репрезентанта) другого предмета, свойства или отношения и используемый для **получения, хранения, переработки и передачи информации**” [Мечковская 2004: 23].

“Знак – это такой материальный объект, который заменяет собой что-то другое, а именно то, что один человек **хочет сообщить другим**” [Крейдлин 2004: 52].

“Знаковая система (знак) представляет собой средство, выработанное человечеством в процессах **общения людей друг с другом**” [Леонтьев 2005: 145].

“Знак – это материальный, чувственно воспринимаемый объект, который символически, условно представляет предмет, явление, действие или событие, свойство, связь или отношение, сигнализирует о предмете, явлении, свойстве, который им обозначается, и отсылает к нему.

Материализуя мысленные образы, знак дает возможность **накапливать, хранить и передавать информацию**” [Зарецкая 1998: 307].

“Для знака главное – отправитель. Нет коммуникативной функции – нет знака. Знак предполагает **отправителя с коммуникативной интенцией**, которую знак реализует” [Никитин 1997: 4].

“... знак сам по себе уже есть категория как сущность, вычленяемая из универсума по определенному признаку, а именно, по его способности быть **носителем информации** (иметь содержание)” [Кравченко 2001: 76].

“... знак – это знак для кого-то, а употребление знака обусловлено фактом существования кого-то, кому данный знак **адресован**” [Кочанович 1990: 111].

“Знаки, из которых строятся сообщения, выполняют роль носителей определенных смысловых содержаний (значений). Именно благодаря им оказывается возможным кодирование **передаваемой в сообщениях информации** и реализация **коммуникативных актов**” [Сусов 2007: 53].

И наоборот, определения знака, в которых отсутствует указание на главное предназначение знака как порождение, хранение и передача информации, на наш взгляд, являются причиной недооценки значения семиотики при исследовании явлений языка. Так, в книге Н.Ф. Алефиренко, посвященной современным проблемам науки о языке, мы читаем: “Знаком считается любой предмет, любое явление, репрезентирующее другие предметы путем их замещения” [Алефиренко 2005: 112]. Далее делается вывод о том, что язык не может быть одной из знаковых систем человечества, а “единственной специально созданной для общения” [там же: 121].

Для нас остается актуальным сосюроевское определение языка как не просто наиважнейшей или исходной знаковой системы, а “рядоположенной”. “Рядоположенность” другим семиотическим системам, по словам Ю.В. Рождественского, вводит язык в круг семиотических систем. Она “может толковаться как один из источников языкового развития, как привлечение внимания к историческому смысловому соотношению языка с искусствами и техникой, а также как указание на особые связи языка с изображением, музыкой и другими видами искусств в массовой информации” [Рождественский 1996: 277], то есть со всем тем, что вводит язык в понятие семиотического континуума.

Ученые, совмещающие лингвистические и семиотические исследования, говорят о необходимости разрабатываемой ими науки семиотики для познания. Мы придерживаемся той точки зрения, что каждая отдельная семиотика “представляет собой некоторую модель (образ, аналог) соответствующего фрагмента мира”, а в информационных процессах она выступает как “моделирующая система”, с помощью которой субъект коммуникации (человек) моделирует в своем сознании соответствующий фрагмент и порождает актуальную информацию об окружающей действительности [Мечковская 2004: 6-7]. В связи с этим, как это метко отметил Ч. Моррис, понятие знака оказывается “столь же фундаментальным для наук о человеке, как понятие атома для физических наук и клетки для наук биологических” [Моррис 2001: 82].

Итак, главным итогом семиотических исследований XX века стало выделение коммуникативной функции как важнейшей функции знака вообще. В этой связи выявляются и исследуются типы знаков, специализирующие способ коммуникации в различных сферах человеческой деятельности, в частности, экономической. В их числе важное место сегодня занимают метафоры, репрезентирующие понятия науки экономики.

1.4.2. Роль метафор в языковой репрезентации научной картины мира

Помимо понятий “(реальной) картины мира”, “культурной (понятийной, концептуальной) картины мира” и “языковой картины мира” в лингвистике существует также понятие “научной картины мира”. **Научная картина мира** есть наглядный, характерный для определённой исторической эпохи интегральный образ мира, служащий важным средством синтеза конкретных знаний о мире [Постовалова 1988:12]. Однако, по мнению Ю.В. Рождественского, в 60х - 70х научные знания не были достаточно представлены в русской научной литературе, а терминологическая дисциплина была “слабой из-за отсутствия понимания

разнообразия в способах и формах терминации и единства терминологического хозяйства” [Рождественский 2003: 120-123].

Последующее образование новых орудий и материалов речи, т.е. новой фактуры речи, привело к созданию нового стиля речи, новых возможностей речевой коммуникации. Как разновидность журнальной литературы, Ю.В. Рождественский выделяет научную журналистику, представленную периодическими научными изданиями и адресованную читателям, интересующимся наукой. Одним из направлений научной журналистики является популяризация достижений науки и самих научных текстов. Оно образует особую ветвь журнальных публикаций и в качестве главной цели ставит приближение результатов научных исследований к неспециализированному читателю и к их практическому использованию [Рождественский 1996: 233-235].

Отечественные лингвисты отмечают, что наиболее доступную форму научного знания, способного заинтересовать адресата современным состоянием науки и перспективами развития, представляют собой научно-популярные тексты экономического содержания, значение которых особенно возросло в последнее время. В отраженной человеческим сознанием и языком научной картине мира сегодня все большее место занимают понятия из области экономических знаний. Они передают знания, которые могут быть использованы в различных научных областях, а также выводят на мировоззренческую проблематику, приобретают философский характер [Гусев 1994: 82; Истягин 2002: 69; Стеблецова 2002: 477].

Актуальным в настоящее время становится изучение научно-популярной проблематики в прессе, которая, по словам О.С. Мурановой, несколько видоизменяет языковые особенности научно-популярного подстиля, приспособляя его к средствам массовой коммуникации. Это имеет место также в научно-популярных статьях, публикуемых в журналах и в других периодических изданиях [Муранова 2006: 276]. Исследователи подобного рода текстов отмечают, что их авторы, будучи специалистами в

той или иной научной области, стремятся донести научное знание до аудитории, различающейся по возрасту, образованию и способностям воспринимать научную информацию. По этой причине авторы либо выбирают компактную и доступную форму для передачи информации, либо стремятся вызвать определенное отношение к описываемым событиям, что достигается с помощью ряда лексических средств.

Исследователи языка научных текстов выделяют две крайние разновидности. С одной стороны, можно наблюдать высшие формы научного изложения. Это произведения крупных ученых, обладающих высокой языковой культурой, их стиль отличается неповторимой индивидуальностью и самобытностью. С другой стороны, существует наукообразный, “гелертерский” стиль, часто сводящийся к набору ограниченных средств выражения, для введения которых в письменную речь, по существу, вообще не требуется умения писать.

И все же большинство отечественных лингвистов сходятся во мнении, что научная мысль может и должна иметь индивидуальное, нестереотипное языковое выражение, при определенных условиях элементы образной речи проникают в научную речь, поскольку человеческое мышление есть средство логического и чувственного познания. Определяя так называемый “метафорический подход” к интерпретации некоторых метафорических словосочетаний, А. Зализняк пишет: “*Представить себе* – значит “поставить перед собой” – чтобы увидеть. Как, однако, мы можем видеть то, что является невидимым, чего как раз *представить себе* и нельзя? Для этого и нужна метафора: чтобы представить себе то, что увидеть легко, и говорим, что то похоже на это” [Зализняк 2000].

Использование иностилевых средств объясняется связью науки с практической деятельностью человека, его мировоззрением и мироощущением, проблемами социологии и философии [Дзикики 2001; Кожина 1977, 1980; Мурзин 1991; Славгородская 1983, 1986; Складаревская 1987, 1993].

Исследователи языка науки в поисках общего основания, на базе которого могут быть сравнены различные стили и может быть доказана близость науки и искусства, называют таким общим основанием метафору: без нее не может обойтись ни один стиль. Но если значение метафоры в искусстве неоспоримо, то её распространение на рациональное познание не является столь очевидным. Поэтому и возникает необходимость обсуждения роли метафоры в науке, что может быть даже “шире самой теории метафоры” [Друлак 2006].

Отечественные и зарубежные ученые единодушны сегодня в своем мнении о том, что научные метафоры – это сердце теорий, их суть, без них теории были бы абсолютно бесполезны и не заслуживали бы своего гордого имени. А базовые концепты, используемые в рациональном познании общества, неизбежно метафоричны. Например, понятие из области лингвистики – *языковая картина мира* – это, безусловно, метафора.

Кроме того, как это отмечает Е.В. Рахилина, в науке часто бывает, что “метафоры, возникая, как бы “получают обратную силу”, перестраивая всю, так сказать идеологическую базу этой науки. Язык как структура – это ведь тоже метафора. Она заставляла воспринимать суть языка как сложнейшее взаимоотношение отдельно взятых деталей, из которых собирается что-то общее. Метафора же языковой картины мира подразумевает сходство языка с другой системой – зрительной” [Рахилина 2000: 11].

В.А. Звегинцев, характеризуя тенденции к сотрудничеству самых различных наук, также отмечал, что развитие контактов между ними определяется с помощью научных метафор, таких как логическая, естествоведческая, математическая, идеологическая, компьютерная. Они способствуют заимствованию у одних наук методических принципов (и даже конкретных методических приемов) и расширению их уже в качестве общенаучных принципов на широкий круг других наук [Звегинцев 2001: 505-506].

Разделяя семиотику естественного языка и семиотику науки, ученые-семиотики и логики говорят сегодня о гибкости, эластичности, способности к тонкой дифференциации естественного языка при обозначении явлений науки [Гетманова 2006: 18; Мечковская 2004: 214]. С другой стороны, не отрицается необходимость специально выработанного языка, пригодного для описания объектов, необычных с точки зрения здравого смысла и имеющего в реальном мире прообразы, которые нельзя отождествлять с реально существующими предметами [Степин 2003: 46].

Не апеллируя к семиотическому методу исследования, В.К. Харченко, исследующая функциональный аспект метафоры, тем не менее, прямо указывает на перечисленные явления: “Получается любопытная картина: чтобы научно-популярное изложение состоялось, оно должно, помимо научной информации, включать в себя и экскурсы в быт, и заходы в другие науки, и знаки других культур ...” [Харченко 2007: 35]. Все вместе это приводит к активной метафорической концептуализации предметов и объектов науки, в частности, науки экономики и значимых событий, происходящих в настоящее время в экономической жизни, как мирового, так и европейского сообщества, связанного, прежде всего, с проблемами европеизации и глобализации. Многочисленные работы приводят примеры использования метафор для репрезентации понятий, которые представляют область экономических знаний, например, ГОСУДАРСТВО, ОБЩЕСТВО, КРИЗИС, БИЗНЕС, ПОРЯДОК, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АФЕРЫ и др. [Исаева 2006; Пасечник 2006; Синеева 2006; Чудинов 2002].

Следует также отметить, что, выделяя в плане содержания знаков, используемых в науке, научное понятие, ученые не пришли к единому определению содержательной стороны языкового знака, понятия, и тем более, научного понятия. Этот вопрос остается сегодня одним из самых дискуссионных в отечественном языкознании. Возможно, объяснение этому кроется в том, что, говоря о понятии, мы выходим за пределы теории знаков и рассматриваем понятие не как характеристику знаков, а как

“определенную форму отражения действительности на ступени абстрактного мышления, т.е. на ступени познания действительности с помощью языка” [Войшвило 1989: 90]. А, как и всякая мысль, понятие выражается в знаковой форме.

Обобщая различные точки зрения, В.И. Карасик указывает на то, что позиции философов, логиков, психологов, лингвистов и специалистов в области когнитивных наук сходятся в следующем:

- 1) понятие есть ментальное образование;
- 2) понятие – это более обобщенное образование, чем представление, понятие относится к мышлению, в то время как представление – к сознанию;
- 3) понятие может быть зафиксировано в том или ином знаке;
- 4) понятие – это вариативное образование, включающее относительно стабильную и относительно подвижную части;
- 5) понятие может быть обыденным и научным, при этом научность не является синонимом истинности, более того, именно научные понятия подвергаются критике и переосмыслению (иначе говоря, есть понятия практического и теоретического мышления) [Карасик 2004: 38].

Говоря о научном понятии, ученые указывают на его отличие от лексического значения слова. По словам Н.Б. Мечковской, если последнее отображает наглядно-чувственное представление об объекте, явлении, то, понятие включает в себя знание о непосредственно не наблюдаемых чертах объекта и возникает обычно как плод абстрактного мышления в ходе которого “сознание обязательно “отвлекается” от наблюдаемой пестроты свойств вещей и пытается понять их сущностную глубину”. Научное понятие фиксирует, таким образом, “наиболее глубокие и важные (сущностные) черты объектов, соответствующие научной картине мира (своего времени)” [Мечковская 2004: 207-208].

Способность абстрагироваться и сосредотачивать внимание на важнейших для человека предметах и явлениях, отражающих научную

картину мира, стимулирует поиск адекватных способов их выражения языковыми средствами. Иногда сознательно, иногда на уровне подсознательного человек выбирает для кодирования научной информации из арсенала знаков те, которые соотносились (соотносятся) с любыми фрагментами окружающей его действительности. Это и приводит к такому способу репрезентации научных понятий, как использование средств метафоризации.

Обобщая теоретический опыт, накопленный в области анализа понятийного аппарата человека, которым он распоряжается для фиксации своей научной деятельности, а также результаты проведенного нами исследования способов представления знаний о мире экономики языковыми средствами, мы определяем *экономическое понятие* как:

- 1) относящееся к ментальному миру,
- 2) представляющее собой форму мышления, в которой отражаются существенные, т.е. достаточные для разделения (выделения, обобщения) признаки объекта (явления, события) экономической действительности,
- 3) выраженное в языке посредством знаков.

Опираясь на положения, сформулированные Ф. де Соссюром о роли ассоциаций и о связи изменения значения слова со временем, мы отмечаем широкие возможности использования языковых знаков, за которыми в лексической системе языка уже закреплены определенные значения, зачастую совсем не связанные с экономикой, как один из способов репрезентации экономических понятий.

Наши выводы постоянно подкрепляются примерами, которые можно черпать из непрекращающегося потока лексического материала, отражающего изменения экономической действительности. XX-ый век, особенно его последние годы, а также вступление в новое тысячелетие демонстрируют формирование нового лексикона, характерными признаками которого становятся: влияние либерализма, демократизации,

“карнавализации окружающей нас действительности”, “тропологичности разума” [Бурвикова 2008: 3-5].

Характерны ощутимые сдвиги в отношениях между означающим и означаемым, на возможность которых указывал в свое время основатель “Курса общей лингвистики”. Прежде всего, это вызвано бурным развитием науки, техники, средств массовой информации, переходом книжного языка в разговорный язык и наоборот, а также событиями, происходящими в общественной и экономической жизни европейских стран.

В настоящее время страны, языки которых мы исследуем, переживают как раз такое эпохальное развитие. Строительство экономически единой Европы, роль и место Франции в ряду стран-членов Евросоюза, регулярные встречи на высшем уровне, развитие экономического сотрудничества, а также внешняя и внутренняя политика России, стремящейся занять достойное место в мировом экономическом сообществе, все это отражается в языке. Актуализация наиболее важных на сегодняшний момент направлений экономического развития достигается, как показывает настоящее исследование, в числе прочих за счет использования языковых средств, основанных на переносе значения.

По словам отечественных и зарубежных ученых [Гусев 1988; Ортега-и-Гассет 1990; Pietarinen 2004], в основе порождения новой информации, лежат углубление и расширение процесса познания, осуществляемые с помощью операций, на которые указали еще Ч.С. Пирс и Р. Якобсон. Речь идет о селекции (метафора) и комбинации (метонимия) знаков. Историческое развитие семиотики как науки подводит нас к возможности рассмотрения этих языковых средств как комплексных знаков.

С точки зрения семиотики и когнитивной лингвистики, метафора и метонимия – это разные модели, по которым сознание человека, основываясь на исходном содержании знака, формирует новое представление о событиях, происходящих в окружающем его мире [Бабина

2003: 7-8; Мечковская 2004: 185; Кубрякова и др. 1996: 158; Lakoff 1990: 288, 435].

Однако в то же время исследователи метафор и метонимий отмечают их схожесть и взаимодополняемость. Н.Б. Мечковская, сравнивая метафору и метонимию, говорит о более плавном, “ползучем” характере последней: “это настолько плавные шаги сознания, что в сравнении с метафорой они как бы менее заметны” [Мечковская 2004: 187]. Е.В. Падучева, называя метафорические переносы и метонимические сдвиги двумя крупными классами, к которым относится основная часть семантической деривации, отмечает, что метафора часто возникает как следствие метонимии: “метонимия чревата метафорой” [Падучева 2004: 194]. Цв. Тодоров, характеризуя систему отношений, создающих тропы, указывает на то, что термины “метафора” и “метонимия”, взаимно исключают друг друга, в то же время “совместно включены в некоторое более широкое целое” [Тодоров 2001: 374]. В.Н. Телия рассматривает наличие в языке тропа в тропе (*вправлять мозги*), а также взаимодействие тропов с символами и квазиэталонами (*нести крест, разбить сердце*) и случаи, когда метафора совмещена с метонимией, основана на метонимии (*давать сто очков вперед*) [Телия 1996: 199]. Отечественные ученые указывают на то, что метафора вместе с метонимией служит основой для символа (*змея, ползающая по земле, - символ земли – метонимия; символ подземного божества – метафора*) [Маслова 2001: 101], что в политическом дискурсе они имеют общие функции (с их помощью можно скрыть истинное положение дел) [Поппель 2000: 308-309].

Дж. Лакофф пишет о том, что существует метонимия, близкая к метафоре - “ГОСУДАРСТВО КАК ИНДИВИД”: ПРАВИТЕЛЬ ВМЕСТО ГОСУДАРСТВА. С помощью этой метонимии, можно, например, представить себе Ирак как Саддама Хусейна и тем самым получить одного человека вместо аморфного государства для исполнения роли злодея в сценарии справедливой войны [Лакофф 2006].

Отечественные ученые, исследующие метафоризацию, рассуждают также о закономерностях образования переносных значений. Большинство из них, как, например В.Н. Телия, считают, что метонимические отношения придают полисемии регулярный, повторяемый результат, а метафорические отношения – нет, они скорее могут определяться как “капризы” языка, его “причуды” [Телия 1996: 179-180]. Но есть и такие, кто, признавая активное участие метафор и метонимий в когнитивной деятельности человека, обосновывает возможность регулярности переосмысления на концептуальном признаке, эксплицирующем результат переосмысления двух концептов, изначально составивших основу комплексного знака [Полянчук 2006].

Наличие определенных закономерностей и их регулярная повторяемость обнаружена современными исследователями в области политической метафорологии в самых различных политических дискурсах [Чудинов 2007, 2008; Андерсон 2006; Будаев 2007].

Следует также помнить, что еще в античной номенклатуре тропов, а позже и в теориях основателей семиотики [Барт 2001: 337-338; Моррис 2001: 86-87; Якобсон 2001: 122-125] были увидены и определены организующие возможности переносных значений как универсальных способов развития значения.

Е.Н. Зарецкая, анализируя понимание тропов в языкознании как стереотипного употребления слова или высказывания в переносном значении, указывает на неудачность самого определения “переносное значение” и утверждает, что переносного значения, вообще говоря, не существует. По мнению автора курса риторики, каждый знак имеет несколько толкований, некоторые из них являются распространенными и тогда называются “главными”, другие, “неглавные”, могут встречаться только в одном словосочетании, но быть, тем не менее, представленными в языке. Попадая в контекст, слово реализует только одно из своих значений. Часто бывает так, что знак в качестве одного из своих неглавных значений

содержит такое, которое для другого знака является главным, то есть в естественном языке знаки в наборе своих значений имеют пересечения с другими знаками. Например, слово “шляпа” может стать метафорой для обозначения человека - растяпы, а может обозначать и человека в шляпе. Е.Н. Зарецкая указывает далее на трудности классификации тропов, а также выявления отношений между ними и между тропами и фигурами. Так, например, в прозе XX века распространено явление так называемой “обратимости тропов”, при котором один и тот же объект получает различные тропеические обозначения. С помощью тропов достигается эстетический эффект даже в научной речи. Однако с риторической (коммуникативной) точки зрения, как отмечает автор курса риторики, они мало изучены [Зарецкая 1998: 378-380].

Таким образом, устанавливая различие между метафорой и метонимией (которые, в свою очередь, понимаются перечисленными авторами по-разному), ученые указывают на связь между ними. Эта связь становится более очевидной, если принимать во внимание творческий характер и креативные возможности метафор и метонимий. Именно это позволяет рассматривать метафоризацию как “озарение, которое случается раз в жизни” [Минский 1988], говорить об ее “эстетическом потенциале” и способностях представлять эмоциональную оценку деятельности человека [Чудинов 2007].

Кроме того, в определениях метафор и метонимий прослеживается связь с интеллектуальными способностями человека. Так, в высказывании Н.К. Рябцевой показано, что наиболее яркая черта человеческого интеллекта - это возможность фантазировать и представлять то, что “не может произойти ни сейчас, ни в будущем, т.е. никогда”, это естественная способность “нарисовать в сознании то, что в данный момент не наблюдаемо” [Рябцева 2004: 460].

В.И. Карасик пишет, что фиксированное соотношение значения и формы знака, являющееся гарантией адекватного понимания, “имеет свои

издержки”, и это проявляется в “ограничении языкового творчества, уменьшении экспрессивности, погашении личностного начала и клишированности в речи” [Карасик 2004: 47]. Такие издержки могут быть преодолены “в актах продуктивного воображения, фантазии, в поисковой деятельности” [там же: 101]. А С.Г. Тер-Минасова, характеризуя креативные возможности переносного значения, называет его “кукушонком-приемышем”, который может вытеснить первичное значение слова [Тер-Минасова 2007: 10].

Орудием научного поиска, главным творческим механизмом, создающим новые понятия и “структурирующим закодированный в языке понятийный материал”, которому присущ также экспрессивный характер, отечественные исследователи называют метафоризацию, посредством которой развиваются возможности языка. Человек силой воображения способен создать или преобразить образ мира, раздвинуть границы человеческих чувств и переживаний [Калашникова 2007; Корнякова 2005; Ширяева 1997, Шрагина 1997].

В данной работе мы придерживаемся точки зрения тех отечественных лингвистов, которые объединяют одним термином “метафоризация” собственно метафору, а также метонимию и синекдоху как разновидность последней и понимают перенос значения по сходству или по смежности как “метафору в широком смысле” [Баранов 1994; Крюкова 2000; Макеева 1999, 2000; Алексеева 1998], что отвечает этимологическому значению термина (ср. греч. *metaphora* “перенос”).

Рассуждая о возможностях представления теоретического знания из области экономики с помощью метафор, мы можем определить их как особые знаки, в которых реализуется информация о событиях и явлениях экономического характера. Поскольку формирование подобных знаков связано с переосмыслением, мы вводим в данной работе понятие *тропеический знак* по аналогии с выделением в античной риторике понятия “тропа” (такие приемы выразительности, как метафора, метонимия

и синекдоха). А в трудах отечественных исследователей языковых значений мы также встречаем использование прилагательного “тропеические” по отношению к обозначениям с помощью тропов (например, у Е.Н. Зарецкой и В.Н. Телия).

Как любые языковые знаки, тропеические знаки, выделенные и исследуемые нами, имеют две стороны, которые невозможно отделить одну от другой – означающее, представленное словом в переносном значении, и означаемое, которым в нашем исследовании является понятие из области экономики. Как любые знаки, тропеические знаки могут быть проанализированы по трем измерениям семиозиса, что должно продемонстрировать их особенности и возможные преимущества перед другими языковыми знаками.

Итак, можно сказать, что метафоры играют существенную роль при порождении, хранении и передаче информации, в том числе экономического характера. Будучи носителями такого рода информации, метафоры выступают как знаки, обладающие двумя сторонами: материальной (словами, употребленными в переносном значении) и идеальной (заклученная в них информации в виде понятий из области экономики). Охарактеризовать их как знаки особого рода возможно, прибегнув к семиотическому анализу по трем измерениям – синтактике, семантике, прагматике, предложенному Ч. Моррисом и разрабатываемому сегодня отечественными учеными лингвистами и семиотиками.

ВЫВОДЫ ПО 1 ГЛАВЕ

1. Определив язык “как систему знаков” (Ф. де Соссюр), подчеркнув творческие возможности языка (Ч.С. Пирс) и связав эти возможности с разумом человека (Ч. Моррис), семиотика как наука во многом определила развитие лингвистики. Исторически она подвела к смене парадигмы современных научных исследований и открыла новые пути для

исследования знаковой природы единиц лексического состава языка во всем многообразии их проявлений в речи. Семиотика, призванная исследовать любые знаковые системы как средства обозначения и передачи значения, разработала общие положения о знаках, об их различительных признаках, о способах их классификации и возможных комбинациях, о закономерностях функционирования знаков в коммуникационном пространстве языка. Вследствие глубокой научной обоснованности положений *семиотический метод может быть применен в качестве основного* при анализе таких сложных языковых средств, как метафора и метонимия, основанных на переносе значения и обладающих широкими возможностями, зачастую скрытыми и замаскированными, порождения, сохранения и передачи информации, связанной с изменениями окружающей человека действительности.

2. Хотя все ученые-семиотики сходятся во мнении, что язык есть система знаков и что знак материален, т.е. доступен восприятию, *не существует единого определения* того, что можно назвать знаком, в частности, языковым знаком. Не существует также единого мнения в понимании его структуры: от сосюрровской дихотомии означаемое – означающее, их нерасчленимого единства в терминах Ч.С. Пирса и до “сколько угодно сторон” языкового знака Г. Фреге. Остается также неясным вопрос о знаковой структуре таких комплексных языковых знаков, как метафоры и метонимии, их знаковой сущности, их отличия от других знаков языка и возможных преимуществ по сравнению с последними. Выбирая путь исследования, предложенный Ч.С. Пирсом и Ч. Моррисом, мы ставим задачу провести комплексное исследование знаков языка, основанных на переносе значения и широко используемых сегодня в науке экономике.

3. Непосредственным предметом современных семиотических исследований является система, несущая *информацию*. Законы семиотики позволяют фиксировать и анализировать способы языкового выражения изменений, происходящих в информационном мире. В конечном итоге

знаковый анализ вскрывает глубинное устройство мира, каковым он предстает с точки зрения данного текста, в том числе текста, популяризирующего научные (экономические) знания. Семиотический метод позволяет, кроме того, привлечь в процесс анализа субъекта, выступающего в качестве центральной категории современной прагматики, с его ментальным миром, способностями разума и памяти. Семиотический метод, экстраполированный в область метафорической репрезентации экономических понятий и органически дополненный достижениями герменевтики, когнитологии и риторики, примененный к исследованию таких сложных языковых знаков, как метафоры, понимаемые расширительно и включающие собственно метафору, а также метонимию и синекдоху, позволил нам определить их как ***тропеические знаки языка экономики***. Осуществляя свои репрезентирующие функции в научно-популярных экономических текстах через ассоциации по сходству или по смежности с реалиями внешнего мира, они, как любые другие знаки, обладают двумя сторонами: в качестве означаемого выступают экономические понятия, а означающее представлено другими знаками естественного языка, бытового или научного, взятыми в переносном значении.

4. Семиотическое наследие отечественной и зарубежной науки, определяющее знаковую ситуацию как репрезентацию, включающую знак и отношения, позволяет подойти к анализу тропеических знаков языка экономики как к ***элементам, составляющим целое*** – систему языка. Такой подход дает возможность исследовать их знаковую сущность и отношения, в которые они вступают в акте семиозиса, в соответствии с ***тремя измерениями***, разработанными Ч. Моррисом, предполагающими исследование формальных преобразований и отношений знаков в системе языка; отношений элементов к внешнему миру, его означивание, категоризацию и концептуализацию; а также отношение человека к тому,

что им означивается, включая словесное воздействие, убеждение, оценивание, национальную специфику и т.п.

5. Следующая глава будет посвящена синтаксическому анализу используемых в научно-популярных текстах тропеических знаков, т.е. анализу внутренних отношений в структуре тропеического знака, а также его внешних отношений с другими знаками данной языковой семиотической системы, включая такие под-системы, как обыденный язык и научный язык, а также со знаками других семиотических систем: культурой, цвето- и зоосемиотикой, нумеративной семиотикой.

ГЛАВА 2

СИНТАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ

Современные отечественные ученые отмечают, что тексты, фиксирующие результаты научного познания, могут быть подвергнуты всем трем измерениям семиотического анализа, предложенным Ч. Моррисом. Однако, как считает В.С. Степин, применительно к языку науки каждое из данных измерений имеет свои особенности: синтактика предполагает выдвижение на первый план формальных операций со знаками (термины рассматриваются как знаки); семантика требует обращения к содержанию языковых выражений (устанавливается, какие стороны внеязыковой действительности репрезентированы посредством “идеальных объектов и их связей”); прагматика предполагает рассмотрение отношения к социокультурной среде, породившей ту или иную “популяцию” научных знаний [Степин 2003: 102-104].

Начиная анализ метафор, участвующих в репрезентации явлений мира экономики и определяемых нами как тропеические знаки, традиционно с синтактического измерения, мы разделяем точку зрения Ю.С. Степанова, который подчеркивает, что данное измерение семиозиса в той или иной мере связано с семантикой [Степанов 2001: 9]. Применительно к нашему исследованию это особенно актуально, поскольку анализируемые единицы языка сформированы на основе переноса значения, а значение – это область семантики.

Мы также разделяем мнение А.В. Кравченко, считающего, что синтактика и семантика не могут рассматриваться в отрыве от прагматики. [Кравченко 2004: 10]. Иначе говоря, типы отношений, в которые вступает любой языковой знак, рассматриваемый в трех измерениях семиотики, с одной стороны, связаны между собой, а с другой - пронизаны главным отношением человек → знак, поскольку знак имеет антропогенную природу,

является “человеческим” продуктом, призванным удовлетворять потребностям человека.

Тем не менее, именно через синтактику определяется формальная сторона тропеического знака и те типы отношений, которые устанавливаются внутри знаковой структуры, а также выводят его к внешнему миру (отношения между планом выражения и планом содержания). По мнению Ч. Морриса, синтактический подход к исследованию языка является “удивительно плодотворным” и дает возможность точно определить различные виды знаков, а также правила их образования и преобразования [Моррис 2001: 57].

Ученые-семиотики считают синтактику самой разработанной отраслью семиотических исследований, проводимых зачастую неосознанно, восходящих к математическим представлениям древних греков в форме дедуктивной или аксиоматической системы, давшей человечеству образец тесно связанной системы знаков, где с помощью действия над некоторыми исходными совокупностями знаков могли быть получены другие совокупности знаков.

Исследование знаков языка науки экономики, определяемых нами как тропеические, начинается с обращения к материалам специальных словарей (экономических, финансово-коммерческих), поскольку слова в их терминологических и стандартизованных значениях могут отражать картину экономической реальности, определять нормы экономической деятельности и взаимоотношения людей в этой деятельности. По словам Ю.В. Рождественского, “словари не могут по своей природе не учесть достаточно полно номенклатуру социально-значимых семиотических явлений”, и тезаурусное представление итоговых данных позволяет выявить закономерности движения семантической информации: “от изобретения мысли к ее знаковому представлению и практическому использованию” [Рождественский 2003: 91].

2.1. Материальная сторона тропеического знака

Формулируя в данной работе определение тропеического знака, используемого для представления языковыми средствами окружающей нас экономической действительности, мы пользуемся общими положениями, предложенными А.А. Реформатским относительно языкового знака вообще:

1. Знак должен быть материален, т.е. должен быть доступен чувственному восприятию, как и любая вещь.

2. Знак не имеет значения, но направлен на значение, для этого он и существует, поэтому знак – член второй сигнальной системы.

3. Содержание знака не совпадает с его материальной характеристикой, тогда как содержание вещи исчерпывается ее материальной характеристикой.

4. Содержание знака определяется его различительными признаками, аналитически выделяемыми и отделяемыми от неразличительных.

5. Знак и его содержание определяется местом и ролью данного знака в данной системе аналогичного порядка знаков [Реформатский 2006: 27-28].

Очевидно, что определение метафор как тропеических знаков полностью соответствует первым двум пунктам: они материальны, поскольку представляют собой единицы языка; будучи таковыми относятся ко второй сигнальной системе и ориентированы на значение, которое может быть получено в результате операций с другими существующими в языке знаками (возможные комбинации знаков).

Если первые два пункта относятся к той стороне знака, которую принято называть планом выражения (“означающее” в терминологии, восходящей к Ф. де Соссюру; или “тело знака” в терминах когнитивной лингвистики), то три следующих пункта относятся к плану содержания

(означаемое) и отношениям, которые устанавливаются между планом выражения и планом содержания.

Данная глава начинается с анализа материальной стороны тропеического знака, т.е. плана выражения. Комментируя классическое представление Ч. Морриса об акте семиозиса, Е.С. Кубрякова подчеркивает, что в языке в качестве знаков выступают такие “вещи”, как графические или звуковые последовательности, именуемые **знаконосителями** или **“телами знака”** и трактуемые как коррелятивные первому измерению семиотики, синтактике. И первым требованием, которому должен удовлетворять знак, есть требование его материальности [Кубрякова 2004: 246].

Характеристика формальной стороны тропеического знака, т.е. плана выражения (означающего) предполагает, прежде всего, выяснение того, какие материальные средства подходят под определение языкового знака вообще. Однако до настоящего времени этот вопрос остается дискуссионным, и можно выявить несколько точек зрения в работах крупных отечественных и зарубежных ученых:

- знаками языка являются только слова. Эта точка зрения восходит к Гумбольту, который пришел к выводу, что слово есть знак понятия, ее придерживается большинство отечественных ученых, например, Ю.В. Рождественский, В.А. Звегинцев и др.;
- знаками могут считаться все двусторонние единицы языка: морфемы, словосочетания, предложения. Эта идея восходит к положению Соссюра о билатеральной природе языкового знака, ее разделяют Л. Блумфильд, В.Г. Гак и др.;
- под определение знака подводится текст как сложный знак, способ организации смысловой информации для общения. Данная точка зрения родилась из рассуждений Пирса о том, что как любой языковой знак вообще, текст является общим знаком постольку, поскольку он состоит из элементов некоторого конвенционального набора (репертуара) знаков. Данная точка зрения развивалась впоследствии Р. Якобсоном в

семиотических работах по поэтике, а в настоящее время - в семиосоциопсихологических исследованиях Т.М. Дридзе, предметом которых являются социально-психологические закономерности внедрения “текстопорождающей” интеллектуальной знаково-мыслительной деятельности в общественную практику, в образ жизни людей, в культуру и в общественное сознание;

- в категорию знаков зачисляются признаки как материальные составляющие, из которых строятся единицы языка. Сторонники данной точки зрения опираются на подход к значению слова А.А. Потебни, согласно которому в основе связи слова с понятием лежит некоторый признак предмета, “знак”, избираемый для указания на предмет и закрепленный в слове. Сторонники данной точки зрения именуют знаками и фонемы, например, Л.М. Васильев и некоторые другие.

Приведенная классификация точек зрения относительно того, что считать языковым знаком, в свою очередь порождает два существенных вопроса, которые связаны с темой нашего исследования. Вопрос первый: что считать словом, если придерживаться первой точки зрения, поскольку понимание слова является дискуссионным в языкознании, что привело к широкому использованию терминов “единица языка”, “лексическая единица” (ЛЕ). Вопрос второй, связанный с первым: можно ли считать метафоры словами, если до настоящего времени не сформировалась единая теория метафоризации, и существует мнение, что любое языковое выражение с переносным значением может рассматриваться как метафора (слово, словосочетание, предложение, текст) [Алексеев 1996: 73; Буйнова 2001: 50].

Пользуясь семиотическим методом исследования, вслед за Н.Б. Мечковской, мы рассматриваем язык как многоуровневую семиотику, т.е. такую семиотику, между подсистемами которой существуют отношения иерархии. Иерархически связанные подсистемы представляют собой отдельные уровни, что предопределяет возможность образовывать новые

сложные знаки, например, путем комбинирования элементарных знаков, что, в свою очередь, повышает “информационную емкость” данной семиотики. При строго семиотическом подходе к уровневой характеристике языка число уровней в нем может быть сведено к двум: 1) уровень слов и других воспроизводимых единиц (клише), извлекаемых из сознания в готовом виде; 2) уровень образуемых знаков (законченных “произведений” языковой семиотики), создаваемый в ходе общения по имеющимся в языке синтаксическим моделям. Слово, таким образом, является основной единицей знаковой системы языка, в то время как высказывание – законченное произведение, результат использования языка в акте коммуникации [Мечковская 2004: 261-270]. В этом ракурсе синтаксический анализ метафор, используемых для языковой репрезентации экономических понятий (далее – ЭП), представляет собой рассмотрение таких отношений, в результате которых слова используются языком не в своем прямом значении, а в переносном.

Проведенное исследование показало значительную продуктивность словообразовательных процессов с использованием переноса значения, сопровождающих те социально-экономические изменения, которые характеризуют нашу эпоху, а также широкую синтаксическую вариативность современной терминологии. Это отмечают и составители словарей, фиксирующих современный экономический лексикон. В предисловии к “Французскому финансово-экономическому словарю” Ф. Телон отмечает: “С разных сторон нас осаждают такие термины, как кризис, снижение процентных ставок, эффект рычага, кружки качества и т. п. Слова изменяют свое значение, появляются новые выражения. Это можно рассматривать как влияние моды, но чаще всего речь идет о новых подходах к старым явлениям” [Телон 1996: 3]. Так, в толковом словаре Г.Я. Солганика [Солганик 2002], представляющем лексику газетно-публицистического стиля и включающем 6000 слов и выражений, согласно нашим подсчетам, 20,5% словарных единиц даются с пометой “перен.” и сопровождаются

подробным толкованием переносного значения. Таким образом, можно говорить о наличии тенденции метафоризации языка экономики.

С другой стороны, в экономическом лексиконе XX-го века (особенно его последних лет) и начала XXI-го века отмечается сближение метафорических картин, причем иностранный язык (чаще английский) оказывает влияние на русский [Балашова 2006: 187]. По мнению авторов современной экономической энциклопедии Г.С. Вечканова и Г.Р. Вечкановой, уклон в сторону рыночной экономики трансформирует действительность России таким образом, что экономика превращается в часть мировой экономики, и это неизбежно вызывает потребность в обозначении понятий и терминов, свойственных мировой экономике. С другой стороны, возникли и возникают новые отрасли экономики, обуславливающие необходимость применения обозначений новых понятий [Вечканов 2002: 3].

Преобладание словарных единиц, отражающих государственно-политический и социально-экономический уклад страны, отмечается и составителями токовых словарей новых слов и значений русского языка. Эти единицы воплотили в себе “плоды” произошедшей в мире информационной революции” и определили включение в словарь слов и словосочетаний из следующих тематических разрядов: наименования финансово-экономических сфер общения, новых научно-технических достижений, производственных изобретений и научных направлений; а также лексику, отражающую специфику жизни социума в наши дни [Катлинская 2008: 4].

В языке науки экономики с помощью переноса значения образуются термины, отражающие стиль научной литературы, а также используются слова обиходного языка, репрезентирующие в экономическом контексте научные понятия. Анализ словарных статей демонстрирует, что практически любое слово, простое или сложное, а также словосочетание могут употребляться в переносном значении.

Ограничиваясь условно в рамках данного параграфа формальной стороной языкового знака, отметим, что проведенный анализ выявляет то, что направленность значения на экономику у “старого” слова существенна и не порывает полностью с первоначальным значением. Об этом, например, свидетельствует тот факт, что в словаре, описывающем динамические процессы сложного и противоречивого момента истории русского языка конца XX-го века, чаще всего показана связь переносных значений с прямыми [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002]. Продемонстрируем данное положение на примерах, сведенных в следующую таблицу, где в первой колонке представлено слово, во второй – его прямое значение, а в третьей – переносное значение, зафиксированное в словарной статье.

Таблица 1.

**Фиксирование словарем переносного значения с указанием на
связь с прямым**

слово	Прямое значение	Переносное значение
<i>заложник</i>	Тот, кто захвачен бандитами, террористами и т.п. и насильственно удерживается с целью обеспечения выполнения каких-л. требований.	Тот, кто находится в полной зависимости от кого-, чего-л. [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 241].
<i>Кремль</i>	Московский Кремль как место пребывания высших органов власти.	Высшие органы власти РФ; правительство [там же: 340].
<i>синдром</i>	Сочетание симптомов какого-л. заболевания.	Совокупность признаков какого-л. общественного явления, события, обычно имеющего негативные последствия; комплекс психологических реакций

		общества (или отдельных его членов) на эти события [там же: 585].
<i>тандем</i>	Двухместный велосипед.	Союз, содружество кого-л., чего-л. [там же: 622].

Аналогичная картина наблюдается и во французском языке, на что указывают многочисленные пометы “Fig.” наряду с толкованием прямых значений слов. Например: *aiguillon* “жало” – Fig. *ce qui incite à l’action* “что побуждает к действию” [Dictionnaire de Français 1993: 30], либо отсылка к источнику – *от ...* : *pantouflage* (*от pantoufle* – ‘домашняя туфля’) // Практика перехода высокопоставленных чиновников к занятиям частнопредпринимательской деятельностью в качестве руководителей фирм, банкиров, юридических советников [Франция: лингвострановед. слов.1997: 722].

Если же в словарной статье отсутствует помета *перенос.*, то это рассматривается авторами толкового словаря русского языка конца XX-го века как свидетельство об общеизвестности образованных через перенос значения слов. В следующей таблице показаны примеры словарных толкований переносных значений без указания на связь с прямыми.

Таблица 2.

Фиксирование словарем переносного значения без указания на связь с прямым

слово	Переносное значение
<i>корзина</i>	Потребительская корзина (набор товаров и услуг, необходимых для удовлетворения физиологических и социальных потребностей человека; оценка этого набора в действующих ценах) [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 333].
<i>обвал</i>	Резкое и быстрое ухудшение положения с чем-л., углубление кризиса (обычно в угрожающих масштабах) [там же: 429].

<i>руль</i>	Главный орган, центр управления государством, какой-л. отраслью и т.п. [там же: 552].
-------------	---

С точки зрения внешней структуры слов с переносным значением, используемых в экономическом лексиконе, анализ словарных статей выявляет все возможности, которые присущи словообразовательным процессам русского и французского языков. Прежде всего, это ***простое слово***:

- существительное – *créneau*, *ниша* (возможное место на рынке), “*пуля*” (ценная бумага с фиксированным процентом), *enfer* “ад” (положение, в которое попадают банки);
- субстантивированное прилагательное - “*длинный*” и “*короткий*” (о лице, купившем (продавшем) фьючерсный контракт или опцион на фьючерсный контракт для открытия рыночной позиции);
 - субстантивированное числительное: *les Onze*, *les Douze*;
 - прилагательное – инфляция *ползучая*, *гибкий* валютный курс;
 - причастие - “*хромающая*” валюта, *плавающий* валютный курс;
 - глагол – *заморозить* цены.

Во-вторых, это ***производное слово***:

стержень (основная, ведущая часть чего-л.) – *стержень* всей работы, человек *без стержня*, *стержневая* работа.

В-третьих, это ***сложное слово***:

- *карт-бланш* (неограниченное полномочие, полная свобода действий);
- *маски-шоу* (об одетых в маски людях, появляющихся внезапно как официальные контролеры в учреждениях или административных отделах банков);
- *золотообрезные* ценные бумаги (английские правительственные ценные бумаги, традиционно оформляемые золотым обрезом, каймой), *железобетонная* логика;

- *узуфрукт* (от лат. *usus* – пользование + *fructus* - фрукт – устанавливаемое законом или по договору на определенный период право пользования имуществом, принадлежащим другому лицу);

- *boule de neige* “снежный ком” (техника продажи, оказывающаяся в конечном счете мошенничеством).

Наконец, в-четвертых, в качестве “тела” тропеического знака может использоваться **словосочетание**:

- *vente à la boule de neige* “лавинная” продажа (продажа товара со скидкой, сопровождаемая обещанием покупателя найти некоторое количество покупателей того же товара);

- *vente à la chandelle* “продажа при свечах” (особая форма продажи с аукциона, при которой участники могут набавлять цену только до тех пор, пока не догорит одна или несколько свечей);

- *Trente glorieuses*, “30 Великих лет” - стадия роста после Второй мировой войны;

- *карта кривых безразличия* (способ графического изображения функций полезности для некоторого конкретного потребителя);

- “*отравленная пилюля*” (тактика выживания компании, стоящей перед угрозой поглощения).

Наименования некоторых производственных изделий, а также предприятий, их производящих, представлены **собственными именами** (географическое место, имя производителя или основателя предприятия). Основанием данных обозначений является перенос значения по смежности:

- *бордо* (вино по названию французского города);
- *форд*, *бьюик* (типы автомобилей по именам изобретателей);
- *Michelin* (крупнейшая фирма по производству автомобильных и велосипедных покрышек, колес, кабеля по имени основателя Э. Мишлена);

- *Renault* и *Citroën* (французские автомобильные предприятия - по именам основателей) и т.п.

Анализ словарных статей показывает, что при обозначении понятий, отражающих становление законов экономики, во французском языке используется перенос значения (по имени установившего закон). В то же время русский язык прибегает к обычному словообразованию. Например:

Giffen – принцип Жиффена [Телон 1996: 54];

Gosse – закон Госсена [там же: 55];

Goudhard – закон Гудхарда [там же: 152];

Gresham – закон Гришема [там же];

Malraux – закон Марло [там же: 164] и т.п.

По мнению А.А. Реформатского, в основе переходов собственных имен в нарицательные лежат закономерности метонимии [Реформатский 2006: 70].

Имена собственные используются при формировании тропеического знака не только на уровне простого слова, но и на уровне словосочетания. Например:

- *Veuve de Carpentras* “вдова Карпентра” - выражение, возникшее в 1989 г. для обозначения мелкого провинциального акционера, опасавшегося, что либерализация ставок комиссионных приведет к исчезновению прямого владения акциями [Телон 1996: 212];

- *Чикагские мальчики* – группа молодых чилийских экономистов, начавших свою деятельность в период экономического хаоса в Чили и достигших к 1974 г. руководящих позиций в экономике, проводя теорию свободного рынка. В переносном значении – о группе ведущих преобразователей советской экономики 1990-х годов, взявших в качестве безвариантного образца идеологию Чикагской экономической школы, возникшей в 1960-х годах – полное устранение вмешательства государства в экономику и т.д. [Катлинская 2008: 361 - 362].

Анализ формальной стороны тропеических знаков, используемых в языке экономики, свидетельствует о том, что многие из них сформированы как “чужие” термины, т.е. “термины, почерпнутые из других областей

знаний” [Харченко 2007: 35]. Анализ словарных статей выявляет толкования специальных областей знания, из которых черпается перенос значения, либо пометы, указывающие на эти области (прежде всего, это наука и техника, а также религия, мифология, карточные игры и спорт). Примеры показаны в следующей таблице.

Таблица 3.

Фиксирование словарем переносного значения с указанием на специальные области знания

слово	Прямое значение	Значение в экономике
<i>ад</i>	В <i>религиозно - мистических</i> преданиях – место, где души грешников после смерти предаются вечным мукам.	О тяжелых, невыносимых условиях существования, о хаосе, страданиях, царящих где-л., связанных с чем-л. [Солганик 2002: 14].
<i>аутсайдер</i>	<i>Спортсмен или спортивная команда</i> , занимающие в соревновании одно из последних мест и не имеющих шансов на победу.	О ком – чем-л., не выдерживающем конкуренции, остающемся последним [Солганик 2002: 32].
<i>демонтаж</i>	<i>Тех.</i> Разборка оборудования, сооружения или снятие их с места установки (при ремонте, перемещении).	Уничтожение или коренное преобразование чего-л. (общественных структур, системы управления государства и т.п.) [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 198].
<i>подвижки</i>	<i>Смещение, небольшое продвижение ледяного или почвенного покрова.</i>	Положительное изменение, успех на пути развития, прогресса в социально-экономической и политической сферах жизни [Толковый словарь русского языка конца XX века: 469].

<i>сдвиг</i>	Горизонтальное смещение <i>геологического</i> слоя (<i>спец.</i>).	Заметное улучшение, изменение в состоянии, развитии чего-н. [Ожегов, Шведова 1997: 707].
<i>подпитка</i>	Восполнение убыли <i>жидкого</i> или <i>газообразного вещества</i> , находящегося где-л., в чем-л.	Дополнительное финансирование [Толковый словарь русского языка конца XX века: 470].
<i>химера</i>	В древнегреческой мифологии: огнедышащее чудовище с головой и шеей льва, туловищем козы и хвостом дракона.	Неосуществимая, несбыточная и странная мечта, фантазия [Солганик 2002: 706].
<i>шок</i>	Мед. Угрожающее жизни человека состояние, возникающее в связи с реакцией организма на травму, ожог, операцию.	Внезапное потрясение, нарушающее нормальное состояние, правильный ход чего-л., приводящее в смятение людей [Толковый словарь русского языка конца XX века: 678].
<i>impasse</i> “тупик”	французский термин, заимствован из словаря игры в бридж , был введен в бюджетный язык г-ном Петчем в 1950 г.: это пари, которое будет проиграно, если потребуется обращение за помощью в виде кредитов Французского банка.	Сегодня обозначает недостаточность реальных бюджетных поступлений для покрытия всех видов расходов, предусмотренных законом о бюджете, был введен в употребление, чтобы избежать слова “дефицит” [Бернар Т.П 1997: 48-49].

В разряд ЛЕ, сформированных через перенос значения и используемых в экономике, попадают слова с пометами “оцен”, “разг.”, “шутл.”, “негатив.”, “неодобр.”, “высок.”, “ирон.”, “жарг.”, “презр.”, что представлено в следующей таблице.

**Фиксирование словарем переносного значения с указанием
специальных помет**

слово	Помета	значение в экономике
<i>акула</i>	Негатив.	Крупный делец, капиталист, хищнически пользующийся чужим трудом, эксплуататор [Солганик 2002: 18].
<i>акулы бизнеса</i>	Оцен.	Об очень крупных и агрессивных коммерческих предприятиях, поглотивших ряд мелких предприятий или вытеснивших их с рынка товаров и услуг [Катлинская 2008: 28 - 29].
<i>кинуть</i>	Жарг.	Пренебречь интересами кого-либо или предать их [Катлинская 2008: 28 - 157].
<i>кормуш- ка</i>	Разг.	Место во властных структурах как источник личной выгоды [Толковый словарь ... 2002: 334].
<i>кормчий</i>	Высок. и (реже) ирон.	Руководитель [Солганик 2002: 298].
<i>лоно</i>	Высок. и ирон.	То, что является прибежищем, приютом и т.п. для кого - чего-л. [Солганик 2002: 332].
<i>мавроди- ки</i>	Разг. шутл.	Ценные бумаги акционерного общества МММ [Толковый словарь русского языка конца XX века: 368].
<i>мафия</i>	Презр.	О представителях махровой реакции, сторонниках крайних мер, беспринципных и бесчестных дельцах [Солганик 2002: 343].
<i>позво- ночное право</i>	Неодобр.	Обычай (вошедший в традицию у лиц, облеченных властью) незаконно вмешиваться в деятельность судебных и других юридических (или исполнительных) органов по телефону ... [Катлинская 2008: 361 - 253].
<i>челнок</i>	Прост.	Перекупщик, регулярно покупающий товары в одном месте и перевозящий их для продажи в другое место для продажи [Ожегов 1997: 879].

Кроме того, перенос значения наблюдается у слов, которые в прямом значении имели помету “устар.” или “арх.”, например, *кормчий, лоно*.

В.Г. Костомаров пишет о том, что сегодня можно говорить о “номинативном взрыве” [Костомаров 1999: 208]. Продолжая эту мысль, редактор “Толкового словаря русского языка конца XX века” Г.Н. Складневская характеризует новую жизнь слов как “лавинообразное словообразование”, связанное с переменами, которые произошли в русском языке на переломе общественной жизни, в период экономических, социальных, политических и психологических катаклизмов [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 5].

Лавинообразность в использовании метафор при формировании современного экономического лексикона проявляется не только в количестве новых значений у “старых” слов, но и в том, что вокруг слов с переносными значениями быстро формируются “гнезда” производных слов, отражающих актуальные понятия нового времени. Анализ на уровне синтактики свидетельствует о том, что формирование таких “гнезд” подчиняется словообразовательным тенденциям, свойственным исследуемому языку. Так, в русском языке это активизация словообразовательных аффиксов, а также интенсивная демократизация языка, которая привела к тому, что “сниженная лексика стала нейтрализоваться и постепенно допускаться в словари нормативной лексики” [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 9 - 10].
Например:

- *деревянный* – *деревянность* (о низкой покупательной способности советских или российских денег);
- *зеленые* (доллары США) – *зеленькие* (уменьшительно-ласкательное);
- *коридоры власти* – *коридорность* (характер поведения и качество рабочих решений, определяемых ориентацией на настроения и атмосферу в коридорах власти);

- *обвал* (о курсе валюты, об экономике, о банковской системе, о росте цен) – *обвалить* (катастрофически быстро снизить или обесценить) – *обвалиться* (упасть до катастрофически низкого уровня) – *обвальный* (например: крах, процесс, обнищание);

- *перестройка* – *перестроечный* – *перестроечник* (сторонник перестройки) – *доперестроечный* (бывший до перестройки) – *квазиперестройка* (мнимая, не подлинная перестройка) – *контрперестройка* (политика постепенной отмены преобразований советского общества в 80-90-е годы) – *контрперестроечный* – *постперестройка* (система взглядов, процессов и мероприятий, сменивших перестройку) – *постперестройщик*;

- *челнок* (мелкий торговец, ввозящий товар из-за рубежа и вывозящий его за границу с последующей реализацией на местных рынках) – *челночить* (заниматься челночным бизнесом) – *челночество* (бизнес челноков) – *челночица* (женщина, занимающаяся челночным бизнесом) – *челночный* (например, *челночные поездки, доходы*) [цит. по: Катлинская 2008; Толковый словарь русского языка конца XX века 2002].

Следует отметить, что в ряде случаев авторы словарей пользуются пометой (! *Не рек.*), указывая на неуместность использования тех или иных языковых единиц в данных контекстных условиях, как, например, слово “обвальный” в значении: небывалый, необычный [Катлинская 2008: 222].

Формирования “гнезд” производных слов наблюдается и во французском языке, например:

- *ancre* – *ancré* – *ancrage* (о привязке валют);
- *s'enfuir* – *la fuite* (о бегстве капитала);
- *frein* – *coup de frein* – *freiner* – *freinage* (о торможении в экономической деятельности);
- *naissance* – *naître* – *nouveau né* (о рождении новой валюты);
- *saint* – *santé* – *assainissement* (об оздоровлении экономики) [цит. по: Dictionnaire de Français 1993].

Для современного экономического французского лексикона характерным становится метонимический перенос с переходом различных частей речи в категорию существительного без изменения формы слова за счет присоединения артикля:

- прилагательное - *le portable* “сотовый телефон”;
- числительное – *le “777”* “модель Боинга 1995 года”, *les Dix* – “страны “десятки”, т.е. десяти стран, присоединившихся к пятнадцати странам Евросоюза”;
- предлог – *les sans* “население без жилья, документов и т.д.”;
- словосочетание – *l’après-11 septembre* “период после теракта в США” [цит. по материалам журнала Label France].

Анализ формальной, внешней, стороны тропеических знаков, сформированных за счет использования метафор, репрезентирующих ЭП, свидетельствует о том, что очень сложно абстрагироваться от содержательной стороны, т.е. от того, что обозначается данными знаками. Это может быть объяснено тем, что слово выступает в двух “ипостасях”: быть именем вещи, замещая при этом только одну вещь, и быть названием понятия, которое охватывает целый класс однородных вещей и позволяет отразить любой фрагмент, любую “точку” действительности [Абелева 2004: 19].

Современные отечественные лингвисты связывают внутреннюю форму слова с семиологическими процессами, протекающими в сфере взаимодействия двух разных семиотических систем – концептосфер культуры и языка [Телия 2004: 675], что позволяет аккумулировать в слове все то, что в разное время, по разному поводу и при различных обстоятельствах вкладывалось в его значение. Нагляднее всего об этом может свидетельствовать анализ внутренней формы слова и связанного с ней развития значения.

2.2. Внутренняя форма слова и значение в структуре тропеического знака

Вильгельм фон Гумбольдт, выдающийся немецкий мыслитель - гуманист, создатель теоретических основ науки о языке, определил понятие как “впечатление, которое объект, внешний либо внутренний, производит на человека”, а слово как “звук, вырывающийся из груди под действием этого впечатления”. Задолго до Ф. де Соссюра, ученый показал возможности “прослеживания” истоков словообразовательных процессов, основанных на переносах значения. Эти процессы В. фон Гумбольдт называл “сложениями”, а возникающую “многосложность” объяснял творческими силами языка, работой разума, стремлением наглядно представить в слове предмет с его свойствами, восполнив недостаток абстракции [Гумбольдт 2000: 274-279]. Именно В. фон Гумбольдт считается “изобретателем” термина “внутренняя форма”, которую он понимал как всепроникающую силу, выражение духа народа в отличие от внешней формы (звуковая, грамматическая, этимологическая). Однако у В. фон Гумбольдта имелись только общие философские соображения.

Наиболее четкое определение данного термина дал Александр Афанасьевич Потебня, связавший наличие внутренней формы с тем способом, каким в существующем слове представлено то прежнее, от которого данное слово произведено. В книге “Мысль и язык” А.А. Потебня определил язык не как средство выражать уже готовую мысль, а как средство ее создания; не как способ отражения сложившегося мирозерцания, а как слагающую его деятельность. Важным был вывод о том, что слово выражает не всю мысль, принимаемую за его содержание, а только один ее признак, а внутренняя форма слова, понимаемая как “ближайшее этимологическое значение”, может выводиться из морфологической структуры слова и показывать, как представляется человеку его собственная мысль [Потебня 1892].

Ю.С. Степанов также связывает внутреннюю форму слова с этимологией и этимологическим значением, которое открывается лишь исследователям, поскольку концепты, вербализованные словами часто имеют “слоистое” строение: разные слои являются результатом, “осадком” культурной жизни разных эпох [Степанов 2004: 48-49].

Можно согласиться с Е.Г. Беляевской, которая считает, что для обозначения сути явления следует скорее употреблять термин **концептуальная внутренняя форма**, позволяющий, в частности, объяснить вариативность коннотации в слове: “поскольку коннотация формируется в процессе формирования слова, она может меняться, но эти изменения постепенны и происходят в течение длительного времени” [Беляевская 2007: 312]. Например, А.А. Реформатский приводит пример с французским словом *bureau*. Первоначально оно обозначало ткань из верблюжьей шерсти, потом стол, покрытый этой тканью, затем комнату с такими столами, а далее - отдел учреждения, людей, работающих в нем, и, наконец, заседания этих людей [Реформатский 2006: 86].

Исследователи переносных значений слова отмечают, что метафора или метонимия могут отражать не синхронный, а предыдущий образ слова. В отличие от ситуации, когда при беглом взгляде обращается внимание на сходство с внутренней формой, в которой чаще всего возникает образ с сопоставляемым предметом, это не всегда очевидно, поскольку исторические изменения в лексике зафиксированы плохо. Так, например, переносные значения слов *parquet*, “паркет”, “помост”, “ринг”, “яма” объясняются следующим образом: первоначально все эти слова обозначали приподнятый участок пола в помещении фондовой биржи, где маклеры общались друг с другом, образуя группу, обособленную от публики. Затем эти термины стали обозначать объединение биржевых компаний, действующих на данном рынке, а также всю совокупность ценных бумаг, котирующихся под контролем Компании французских бирж [Бернар Т.П 1997: 322].

Этимологическое значение слова (или концептуальное основание в терминах Е.Г. Беляевской) не только трудно обнаружить при первом взгляде на слово, оно не всегда показано словарями. Так, слово “зеленые”, употребляемое при обозначении партии-экологов, на первый взгляд, обосновано ассоциацией по цвету, который преобладает в природе. Покажем в следующей таблице, как толкуется значение данного слова словарями:

Таблица 5.

Фиксирование словарями переносного значения слова

les verts “зеленые”

Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 253.	<p><i>Зеленые</i> - участники общественного движения защиты окружающей среды, выступающие за сохранение экологического равновесия на земле.</p> <p><i>Зеленые</i> - доллары США.</p>
Бернар Т.П 1997: 30.	<p><i>Les verts</i> “зеленые” – казначейские билеты, впервые выпущенные в США в 1862 г., стали символом бумажных денег (английский термин означает буквально “зеленая спина” - обратная сторона была зеленого цвета). Будучи неконвертируемыми, они быстро теряли свою стоимость. В этот период возник конфликт между западом и востоком. Жители запада, как правило, должники, поддерживали “зеленые” и бумажные деньги, в то время как капиталисты Северо - Востока требовали возвращения к “здоровой валюте” (золотому стандарту). Тогда же была создана партия “зеленых”, которая состояла преимущественно из фермеров Северо - Запада. Ее программа основывалась на поддержке “зеленой”, “лучшей из когда-либо бывшей в обращении ” валюты.</p>
Франция: лингвострановед. слов. 1997: 1006.	<p><i>Les verts</i> “зеленые” – “зеленые”, защитники окружающей среды. В 1984 создали партию “зеленых” на основе экологического движения.</p> <p><i>Les verts</i> “зеленые” – “зеленые”, название игроков</p>

	футбольного клуба “Сент-Етьенн” по цвету спортивной формы
--	---

Как видим, этимология слова “зеленые”, представленная во втором словаре, демонстрирует историческую связь обозначения словом *зеленые* и партии, и американской валюты, т.е. участие в переносе значения и ассоциации с цветом, символизирующим природу (партия фермеров), и ассоциации с реальным цветом долларовых банкнот США. Кроме того, в первом и третьем словаре показаны значения этого слова, которые отражают лингвокультурологические реалии: для русских это обозначение американской валюты, а для французов – игроков футбольного клуба.

Одно из основных положений Ф. де Соссюра о произвольности языкового знака подразумевает наличие относительной мотивированности, которая при переносных значениях естественным образом определяет значение слова. Проявление относительной мотивированности швейцарский ученый видел в отношении слова со временем (историей) и с традициями (культурой), что подтверждает проведенный нами анализ тропеических знаков экономического лексикона на уровне синтактики.

I. Время.

В последние годы проводятся многочисленные исследования “метафорического фонда”, определяющего ту или иную эпоху и связанного с “текущим моментом”. Исследование процессов “схватывания” знаком, соотнесенных с тем или иным периодом экономического развития, приводит к выводам о том, что новые значения привычных в обыденной жизни человека слов воспринимаются новыми поколениями, как “путеводные знаки дня”, как “окрашенные принадлежности” определенного периода развития страны и общества. Например, слова *перестройка*, *подвижка*, *прорыв* характеризуют российскую экономику 1986-1990 годов. Тогда же выделение в особую социальную группу новых русских и формирование соответствующего понятия послужило поводом для

шутливо-насмешливых метонимических обозначений: *богатые буратино*, *богатынькие Буратино*. Целый пучок новых понятий, определяющих “послеперестроечную” эпоху, вербализуется за счет метафорического расширения слов *поле*, *пространство*: *пространство выбора*, *конституционное пространство*, *конституционное поле*, *конституционное русло*, *административное поле* [Костомаров 1999; Кретов 2002; Балашова 2006].

В истории Франции, как и в истории России можно выделить периоды такого культурно-национального взаимодействия, когда появлялись характерные и характеризующее это время метафоры и метонимии. Например, французская метонимия *les sans-culottes* родилась в дни революции как вызов моде дворянского сословия при Людовике XVI – короткие штаны (*les culottes*) и шелковые чулки. Словосочетание *les sans-culottes* “санкюлоты” (дословно “без штанов”) посредством метонимического переосмысления стало обозначать сторонников новых идей, свободы и братства [Solet 1988: 79].

Ю.С. Степанов приводит многочисленные примеры, когда форма слова выступает “знаком занятого места, функции”, “санкционирует предмет” в процессе создания рядов явлений, который ученый называет “процессом преемственности и эволюций”. Так, “новый предмет (изобретение, вещь, вещество, социальное явление и т.д.) занимает в общественном быту и в общественном сознании место какого-то прежнего предмета, принимая его функцию”. Именно таким образом развивались специальные термины автомобильного железнодорожного дела, осуществлялся перенос названий с органа человеческого тела на инструмент, выполняющий функцию этого органа (название топора во многих языках восходит к названию руки), перенос специальных обозначений из области ткачества на социальные явления и т.д. Например, происхождение русского слова *основа* или французского *travailler*

“работать” в далеком прошлом восходят к терминам ткацкого дела [Степанов 2001: 608-609].

Исследователи метафор указывают на то, что временной фактор, служащий мощным стимулом для формирования языковых знаков, которые основаны на переносе значения, проявляется в степени их стертости. По мнению В.Н. Телия, многие метафоры являются временными (*коридоры власти, холодная война, эшелоны власти, промывание мозгов, железный занавес*), и можно делать прогноз об их шансах остаться в языке. Так, военная метафора *оказаться в обозе* основана на архаичном для нашего времени образе обоза, что лишает ее жизненных сил. С другой стороны, время может дать два независимых переносных значения, соотносящихся с разными референтами. Например, *сесть на иглу* имеет значения: 1) ‘стать наркоманом’ и 2) ‘стать “пользователем” какого-либо “допингового” кредита’ [Телия 1996: 200].

С.В. Лебедева и О.С. Зубкова, проанализировав функционирование метафоры в медицинском дискурсе, делают вывод о том, что метафора применяется в языке в явной или скрытой форме и по форме воздействия может быть “как эпизодической, так и пролонгированной” [Лебедева 2006: 57].

Время может также привести к возрождению метафоры. В качестве примеров могут служить масонские метафоры, отражающие изменения в общественно-экономической жизни государства в терминах строительства. Строительная метафора “прорубить окно в Европу” родилась в русском языке в поэме А.С. Пушкина “Медный всадник”: “Природой здесь нам суждено в Европу прорубить окно”, она связана с именем Петра I и до сих пор ассоциируется с Петербургом, строительство которого обеспечило России выход в Балтийское море [Солганик 2002: 420].

В середине 20-х годов, вся наша страна воспринималась как “большая стройка”, и в моде были слова *строить, стройка, строительство*: “партийное строительство”, “языковое строительство”. Как указывает В.Г.

Костомаров, именно тогда слово *перестройка*, ставшее впоследствии метафорическим определением эпохи Горбачева, знало пору актуализации в качестве политического термина. Оно было произнесено 57 раз в докладе Л. Когановича партсъезду, который узаконил *перестройку* функциональных отделов парткомов [Костомаров 1999: 156-157].

Сегодня строительные метафоры репрезентируют понятия, отражающие изменения, происходящие в Европе, связанные с созданием Евросоюза: *la construction européenne, европейское строительство, édifier, bâtir, construire l'Europe, строить Европу, la construction, l'édification de l'Europe, строительство Европы*. Многочисленные случаи “оживления” стертых метафор приводятся авторами словаря политических метафор А.Н. Барановым и Ю.Н. Карауловым [Баранов 1994].

II. Традиции.

Анализ фактического материала свидетельствует о том, что метафорическая репрезентация экономической жизни чаще всего основывается на тех ассоциациях, которые отражают “наиболее древний слой нашего сознания” [Ортега-и-Гассет 1990: 75]. Именно поэтому перенос представлений о простых земных отношениях на формирование сложного понятийного аппарата экономики как науки является естественным, удобным и мотивированным. А анализ словарных статей демонстрирует, что переносные значения, относящиеся к области экономики, наблюдаются у слов, обозначающих наиболее известные понятия из ближайшего окружения человека. Во французском и русском языках эти слова входят в одни и те же лексические группы. Это, прежде всего, наименования, относящиеся к человеку (*géant économique*, экономический *гигант*, *донор*, *donneur*), обозначение родственных связей (*entreprise mère*, *материнская компания*), животных (*serpent monétaire*, валютная “змея”), предметов обихода (*corbeille*, *корзина*, *вилка*, *fourchette*), частей дома (*porog*, *seuil*), явлений природы (*ouragan*, *ураган*), цветообозначений (*marché noir*, *черный рынок*).

Очень часто внутри одной лексической группы наблюдаются поразительные совпадения метафорических наименований. В.Г. Гак, посвятивший свою жизнь сопоставлению французского и русского языков, объяснял данное явление проявлением “первобытного мышления”, а также возможным наличием связи в древних индоевропейских языках. Ученый приводит многочисленные примеры: определенные манифестации частей тела (голова - *разум*; глаз – *взгляд*); обозначения путем указания на тот или иной цвет предмета (*papillons bleus* – квитанции, извещающие о штрафе за неправильную парковку автомобиля и выполненные на голубой бумаге); названия незатейливых приспособлений, чаще всего деревянных, полученные по наименованиям животных (*журавль* – *grue*); обозначение черт характера по животным (*лиса* и *renard* обозначают “хитреца”) и т.п. Однако часто встречаются несовпадения, которые трудно объяснить. Так, избирательность образования переносных значений названий животных не всегда связана с тем, насколько часто встречается то или иное животное в обыденной жизни народа и какую роль оно в ней играет. Например, слово *corbeau* имеет во французском языке переносное значение “делец”, не свойственное русскому слову *ворон*. [Гак 1966]. И можно сказать, в очередной раз, вспомнив Ф. де Соссюра, что просто так принято говорить в данном социуме.

Таким образом, с одной стороны, внутренняя форма слова, характеризуется мотивированностью переносного значения и связана с понятиями времени и традиции. С другой стороны, она соединяет “телесность” языка, знаковость, с “бестелесностью”, значениями и развивает отношение знак → слово → значение. Знак направлен на значение, значение предполагает наличие знака, слово связывает между собой и то, и другое: “двусторонность, т.е. свойство быть одновременно и материальным образованием, и идеальным – исконное свойство слова, которым его наделил человек” [Абелева 2004: 16]. Структурная особенность тропеического знака заключается тем, что материальная сторона, его “тело”,

представлена словом, которое уже использовалось (используется) в данной языковой системе как самостоятельный знак, но в результате развития значения соотносится с новой референциальной областью, которая и представляет в новой структуре идеальную сторону, экономическое понятие в нашем случае. “Старое” слово и экономическое понятие, обозначенное им, являются в структуре тропеического знака двумя сторонами, которые со времен Ф де Соссюра называются означающим и означаемым. Отношения между ними определяются как результат развития тех отношений, которые могут возникнуть между любыми знаками данной языковой системы (поскольку речь идет о комплексном знаке), парадигматическими или синтагматическими.

2.3. Парадигматические и синтагматические отношения

Выполнение знаком семиотической функции видится теоретиками семиотики в отношении “пресуппозиции (или солидарности), которое устанавливается между величинами плана выражения (или означающим) и плана содержания (или означаемым) в акте речи” [Греймас 1983: 493]. Характеризуя оппозицию “план содержания – план выражения”, Н.Б. Мечковская указывает на то, что план выражения – это не всегда “оболочка” или “вместилище”. Это скорее “репрезентативная малость”, свернутая и концентрированная. Однако ценным свойством любого знака следует признать его способность к “экономности”, к выражению или репрезентации “большого” через “малое” [Мечковская 2004: 23-24].

Говоря о плане содержания, Н.Б. Мечковская подчеркивает, что любой знак создан для передачи некоторой информации и выполняет ряд функций, вытекающих из характера передаваемой информации. При этом для семиотической характеристики плана содержания существенно то, какого рода информация передается, в каких объемах и насколько надежна данная семиотика для коммуникации [там же: 196-197]. Ценность метафор

как знаков усматривается в том, что, используя уже готовые знаки, комбинируя и выбирая подходящие для сопоставления знаки, не тратя усилий для придумывания новых, данные языковые знаки принимают активное участие в порождении, хранении и передаче информации, будучи элементами языковой семиотической системы.

Соссюровское определение линейного характера языка развивается современными лингвистами в представление речи как состоящей из однородных единиц, называемых “речевой цепью” [Рождественский 2005: 56], в которой обнаруживаются синтагматические отношения при сочетании двух и более элементов (например, слов) и парадигматические между отождествляемыми элементами, занимающими одно и то же место в синтагме.

Анализируя закономерности, обусловленные характером связи в лексических тропах (по сходству или по смежности), Р. Якобсон называет первичное, собственное значение “не зависящим от контекста”, а переносное - “контекстуальным” [Якобсон, 2001: 122]. Действительно, значение слов развивается как переносное только в определенном контексте, экономическом в нашем случае, тогда как обычно они известны по своим прямым значениям. Особенно это наблюдается в случае, когда метафора представлена одним словом (источником). В таких словах и словосочетаниях, как *corner*, “*корнер*” (действия хозяйствующих субъектов, предполагающих давление на рынок), “*clignotant*”, “*мигалка*” (показатель тревожного состояния экономики), “*boule de neige*”, “*снежный ком*” (техника продажи) и многих других обнаруживается переносное значение лишь в экономическом контексте, т.е. при вступлении в синтагматические отношения с другими знаками речевой цепи.

В экономическом контексте можно встретить и более “экзотические” метафоры. Например:

- “*ошейник*” - комбинация из двух принятых опционов, защищающая инвестора от больших колебаний процентных ставок. Один из

них, “*шапка*”, прикрывает инвестора при чрезмерном росте процентных ставок; другой опцион, “*пол*”, защищает интересы инвестора при слишком большом падении процентных ставок [Вечканов 2002: 473];

- “*лунатик*” - лицо, зарегистрированное как безработный и получающее пособие по безработице, фактически имеющее оплачиваемую работу [там же: 294].

Анализ формальной стороны метафор, употребляемых в языке экономики, свидетельствует о том, что комбинирование знаков естественного языка в пределах синтагмы может приводить к утрате первоначального значения у одного из элементов синтагмы. Например: в словосочетании *serpent monétaire*, валютная “змея” слово *monétaire*, валютная сохраняет свое значение как определяющее денежные отношения, а слово *serpent* “змея” утрачивает свое первичное значение “пресмыкающееся с длинным извивающимся телом, без ног, обычно с ядовитыми зубами” [Солганик 2002: 239]. Комбинация знаков *serpent monétaire*, валютная “змея” служит для обозначения системы согласования валютных курсов, введенной по договоренности между европейскими странами. Подобным способом образованы такие экономические термины, как бегство (утечка) капитала; “налоговые каникулы” (период, в течение которого компания освобождается от уплаты некоторых налогов); “набег” на банк (массовое изъятие вкладчиками депозитов из банка); *gérant de portefeuille* (распорядитель ценных бумаг) и многие другие.

Первоначальное значение может быть утрачено и у обоих элементов синтагмы. Так, в словосочетании “наблюдатель за акулами”, обозначающем консалтинговую фирму, которая специализируется на предупреждении попыток поглощения, а также на анализе торговли акциями компании-клиента, сборе голосов акционеров в поддержку нужных решений [Вечканов 2002: 359], первое слово *наблюдатель* поменяло свое значение с одушевленного субъекта на неодушевленный объект по сходству функций (наблюдать). Второе слово *акула* по аналогии с крупной хищной морской

рыбой обозначает крупную фирму, которая может поглотить, что соответственно требует наблюдения.

Тропеический знак может быть образован комбинацией более чем двух элементов, отношения между которыми будут синтагматическими, соответствующими грамматическим правилам сочетания слов в русском или французском языках. Например:

- “прыжок дохлой кошки” (временный подъем на фондовой бирже) – существительное + прилагательное в родительном падеже + существительное в родительном падеже;
- *valeur de père de famille* “достояние отца семейства” (вид акций) - существительное + существительное с предлогом *de* (соответствует обозначению родительного падежа в русском языке) + существительное с предлогом *de* (соответствует обозначению родительного падежа в русском языке).

Однако внутри синтагмы перенос значения на основании сходства по функции или по аналогии является результатом парадигматических отношений, когда, по меткому выражению В.Г. Гака, одно и то же слово “как бы отливается в ряде уточняющих его словесных форм”, определяясь в известной мере значением соседних членов лексической парадигмы [Гак 1966: 8]. Изменение значения может привести к его некоторому *сужению*, как это, например, происходит при использовании в экономической лексике цветowych метафор, уточняющих особенности рынка:

- *marché noir*, *черный рынок* - в отличие от рынка вообще это нелегальный рынок каких-либо товаров или услуг;
- *marché gris*, *серый рынок* - это любой рынок дефицитных товаров, который отличается от “черного рынка” тем, что он легальный.

Парадигматические отношения, характеризующиеся сужением и уточнением значения внутри парадигмы, устанавливаются между тропеическими знаками, представленными простым словом с переносным значением, и другими знаками, образованными словами с прямым

значением. Например, слово “привратник” в переносном значении и слово “управляющий”, относящиеся к одной ЛСГ, отличаются тем, что первое обозначает “управляющего большой компании, который контролирует поток информации и решает, какую информацию передавать наверх – родительской компании, какую – филиалам” [Вечканов 2002: 527].

Сужение значения достигается формально использованием метафорических *следствий*, под которыми обычно понимается введение других, ранее не упоминающихся потенциальных компонентов, которые не противоречат данной метафоре [Баранов 1994: xvii].

В экономической лексике выявляются метафорические следствия, эксплицирующие следующие отношения:

- род – вид: *человек* – игрок, донор, ночной сторож, *gendarme*; *транспортное средство* – корабль, локомотив, поезд, *train*; *зверь* – тигр, мамонт, волк, *loup*;

- целое – часть: *механизм* – гайка, винтик, рычаг, *levier*; *организм* – скелет, сердце, *coeur*; *дом* – крыша, несущая конструкция, потолок, *plafond*;

- экспликация свойства: *организм* – болезнь, беременность, крепкий организм, *robuste, chétif*; *механизм* – механизм торможения, ржавый механизм, *en panne* (сломанный); *погода* – буря, холод, *orage*;

- экспликация функции: *человек* – рождение, хождение, вставать на ноги, *marche* (ходьба); *транспортное средство* – движение, остановка, *démarrage* (пуск).

В качестве примера на материале словаря политических метафор А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова [Баранов 1994: 275-284] покажем, как с помощью метафор структурируется ЭП РЫНОК, и какие метафорические следствия принимают участие в данном структурировании.

Первый столбец таблицы представляет область объектов метафорического осмысления (денотативные дескрипторы в терминах

авторов словаря) с родовым термином “рынок”, с помощью которого в языке экономики показано анализируемое ЭП.

Второй столбец демонстрирует видовые составляющие данного понятия, вербализованные словосочетаниями “переход к рынку”, “проблемы перехода к рынку”, “программа перехода к рынку”, “субъекты рынка”.

Третий столбец включает те метафоры, которые используются для описания выбранного фрагмента экономической реальности (сигнификативные дескрипторы в терминах авторов словаря).

Таблица 6.

Репрезентация ЭП РЫНОК с использованием метафор

ЭП	метафорические следствия	метафоры
РЫНОК	род-вид	<p>Пункт назначения: движение к ... , переход, та сторона, дорога к ... , вхождение, берег;</p> <p>Лицо: Мефистофель, царь, организм;</p> <p>Пространство: море, пучина, базар, река/поток, джунгли, братская могила, рай;</p> <p>Растение: дерево, розы, шипы;</p> <p>Средство передвижения: поезд, велосипед.</p>
	экспликация свойства	<p>Механизм: полнокровный механизм, регулируемый механизм;</p> <p>Стихия: неуправляемая, жесткая, динамичная, своенравная стихия;</p> <p>Лицо: больной, умирающий, смерть, беременность, монстр, призрак;</p> <p>Дерево: произрастает снизу, росток;</p>
	экспликация функции	<p>Механизм: запуск; мягкая посадка;</p> <p>Дерево: привить к черенку подвой;</p> <p>Лицо: состязание, лекарство.</p>

	целое – часть	Железная дорога: <i>рельсы.</i>
ПЕРЕХОД К РЫНКУ	род-вид	Операция: <i>шокоотерапия;</i> Пища: <i>блин, коктейль;</i> Одежда: <i>трико;</i> Военные действия: <i>авангард, штаб.</i>
	экспликация свойства	Операция: <i>целительная операция;</i> Дорога: <i>дорога с ухабами, особый путь;</i> Передвижение: <i>скакать галопом, мягкая посадка.</i>
	экспликация функции	Передвижение: <i>прорыв, старт.</i>
	целое – часть	План: <i>дорожная карта.</i>
ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ	экспликация свойства	Пропасть: <i>глубокая и широкая</i>
	экспликация функции	Пропасть: <i>перепрыгнуть в несколько скачков, преодолеть</i>
ПРОГРАММЫ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ	экспликация свойства	Дорога: <i>дорога с ухабами.</i>
СУБЪЕКТЫ РЫНКА	экспликация функции	Сосуды: <i>сообщающиеся сосуды.</i>

По приведенной таблице можно сделать следующие выводы:

1. Чем более абстрактным является понятие, тем больше репертуар использованных метафор для его репрезентации (таблица позволяет сравнить репрезентацию абстрактного понятия РЫНОК и более узких понятий ПЕРЕХОД К РЫНКУ, ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ, ПРОГРАММЫ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ, СУБЪЕКТЫ РЫНКА).

2. Репертуар метафор, репрезентирующих ЭП, включает такие из них, где источник относится к разнообразным смысловым областям: движение; транспортные средства; человек, его жизнь и занятия, болезни и

смерть; пространство; механизмы; природный мир и погода; вода; мифические существа; соревнования; одежда и еда; физика.

3. В формировании ЭП с помощью метафор участвуют метафорические следствия, эксплицирующие все типы отношений: род – вид; целое – часть; экспликация свойства; экспликация функции.

4. Анализ материала, представленного в таблице, позволяет сделать главный вывод о том, что метафоры, репрезентирующие ЭП, могут рассматриваться как тропеические знаки, поскольку они удовлетворяют определению знака (отражают реалию мира экономики – рынок и используют для отражения материальные средства – слова в переносном значении).

Одно и то же слово может развивать значение в двух направлениях. Например, слово “портфель”, замещая в рамках одной парадигмы слова “совокупность”, “пакет” или “набор”, образует следующие метафорические словосочетания: *портфель заказов, портфель конкретных предложений, портфель проблем*. В рамках синтагмы это слово содержит в своем метонимическом значении дополнение и уточнение (*портфель* как указание на должность, требующую использования портфеля): *министерский портфель, получить портфель министра, распределение портфелей*.

При метонимическом переносе значения может происходить и **расширение** исходного значения слова, сопровождающее, в частности, развитие отношений содержимое – содержащее и часть – целое (синекдоха). Первое отношение проявляется в обозначении должностных лиц по резиденции, правительств по столицам и отраслей промышленности по производимому продукту, обозначение лица по принадлежности к партии, группе, организации.

Многочисленные примеры данного явления приводит В.Г. Гак. Лингвист подчеркивает, что в последнем случае в русском языке слова обычно подвергаются каким-либо изменениям и дополнениям в отличие от французского, для которого характерны бессуффиксные обозначения,

например: *un MRP* – член партии МРП или такие русские образования, как *рапповец, черносотенец*. В.Г. Гак добавляет, что по-французски даже словосочетание может обозначать человека по его партийной принадлежности: “Le régisseur de Cernès, Arthur Lousteau, **un “Action française”** pourtant l’admirait” (ср.: Управляющий помещьем Сернэ, Артур Лусто, хоть и состоял в “Action française”, восторгался учителем) [Гак 1966: 105].

Одним из следствий парадигматических отношений является создание параллельных конструкций, которое проявляется в развитии синонимов: в рамках одной парадигмы знаки совпадают по содержанию, но различаются по форме. В отношении синонимии могут вступать как тропеические, так и другие знаки данной языковой системы. Например, расширение Евросоюза за счет присоединения десяти стран передается во французском языке использованием следующих языковых средств, первые два из которых можно считать тропеическими знаками (они основаны на переносе значения по смежности):

- *les Dix* “десять”;
- *les nouveaux entrants* “новые входящие”;
- *les dix nouveaux membres* “десять новых членов”;
- *dix nouveaux pays* “десять новых стран”;
- *les futurs Etats membres* “будущие страны-члены” [LF 2004 №53: 19-20].

Следствием отношений, устанавливающихся между означаемым и означающим, является **конкретизация**, когда родовое слово заменяется видовым, а целое частью. Последнее часто происходит при использовании телесных метонимий, которые приводят к конкретизации абстрактных существительных. Сравним некоторые словосочетания из экономического лексикона, в которых встречается слово *рука* в переносном значении (по смежности):

- олицетворение существительных, употребляемых в родительном падеже со словом “рука”: *рука судьбы, рука закона*;
- олицетворение существительных, употребляемых в именительном падеже со словом “рука” в родительном падеже: *свобода рук, ловкость рук*;
- обозначение человека, который имеет власть, влияние, может оказать покровительство: *иметь “руку”* (в правлении и т.п.);
- олицетворение власти, политики (сильной и бескомпромиссной) в сочетании с прилагательными “железная” или “сильная”: *железная рука, сильная рука*;
- олицетворение способа регулирования рыночных отношений в сочетании с прилагательным “невидимая”: *невидимая рука*;
- олицетворение способа влияния другого государства в сочетании с именем собственным, обозначающим столицу бывшего СССР: *рука Москвы*;
- обозначение помощника руководителя (с уточнением его значимости) в сочетании с прилагательными “правая” или “левая”: *правая рука, левая рука*;
- во множественном числе уточнение источника информации в сочетании с числительными “первые”, “вторые”, “третьи”: *из первых (вторых, третьих) рук*.

Проявлением конкретизации во французском языке могут служить примеры со словами *camion* и *restaurant*, которые конкретизируются за счет использования телесной метонимии *coeur* “сердце”:

- “*camions du coeur*” – “грузовики сердца” (грузовые машины с продуктами питания для нуждающихся, на которых работают добровольцы от “ресторанов сердца”) [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 140];
- “*restaurants du coeur*” – “рестораны сердца” (специальные центры общественного питания, представляющие бесплатные обеды нуждающимся) [там же: 834].

В качестве следствия отношения между означаемым и означающим, выступает **анимизм**, когда неодушевленные предметы и абстрактные явления экономической действительности приравниваются к одушевленному деятелю: *бегство* капиталов, *la fuite des capitaux*, *хождение* валюты, *la marche de l'euro* и т.д. “Мир движется. Все течет, едет, бежит, прыгает, падает, скользит”, - пишет Е.В. Рахилина. И самым распространенным глаголом лингвист называет *идти*: “в языке царит *идти*”, в языковом мире *идут* даже такие предметы, которые в физическом мире совершенно неподвижны [Рахилина 2000: 303]. В языке экономики этим свойством наделены бизнес, реформы, инфляция, валюта, проценты и многое другое. Проявления анимизма в экономической лексике разнообразны и имеют тенденцию к стиранию.

Наконец, в отношении между означаемым и означающим тропеического знака втягиваются отношения со знаками других семиотических систем. Прежде всего, это такая мощная семиотическая система, как **культура**. Так, “рука” в данной семиотической системе рассматривается как знак: со своими 27-ю костями и примерно со столькими же мускулами (материальная сторона знака), выполняющая и очень тяжелые, и очень тонкие работы (внутренняя форма знака, мотивирующая выбор значения), ассоциировалась издавна с силой и могуществом человека, и поэтому ей приписывали различные чудодейственные свойства. Например, в древнем мире вытянутой вперед руке придавали значение божественной силы и власти. Изображение руки встречается на римских, финикийских и ливийских гробницах, на ирландских крестах и на мексиканских памятниках. В египетских иероглифах знак руки обозначает деятельность вообще. У берберов рука обозначала покровительство, власть, силу и авторитет, а у мусульман – закон, судьбу и могучее оружие против врагов [Крейдлин 2004: 204].

Ю.В. Рождественский характеризует отношения языковых знаков с культурой как “отношения именованья”, когда слово становится “особенно

ответственным, т.к. правильное именование лексических единиц, не только толкует назначение и применение всех вещей, но и определяет их понимание, воспитание людей и управление общественными процессами” [Рождественский 2003: 88]. Именно поэтому результатом отношения тропеических знаков с культурой (фольклор, народные приметы, пословицы) становится формирование ценностных суждений, определяющих прагматический эффект тропеических знаков.

В словаре политических метафор А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова мы находим примеры использования фольклорных прозвищ для характеристики тех политических лидеров, которые сыграли существенную роль в развитии экономики страны: *оловянные солдатики* (вожди), *Ванька-встанька* (Ленин), *домовой* (Брежнев). События политической и экономической жизни ассоциируются со сказочными сюжетами: “это уже будет *сказка про европейский теремок*, в котором захотел жить наш *европейский медведь*”. Встречается цитирование народных примет, присказок, пословиц, фраз-клише: “экспроприация, грянувшая, как *“тать в нощи”*”; “Москва чуть-чуть *бежит впереди телеги*”; “*лежачего не бьют*”; “общество *храмает на обе ноги*”; “*не всегда выигрывает тот, у кого в “прикупе” - пушки*”; “*альтер эго*” президента”; “*И ты, Брут?*” и т.д. [цит. по: Баранов 1994].

Исследуемые нами тропеические знаки пересекаются со знаковыми структурами такой семиотической системы, как *математика*. По словам А.И. Степанова, независимо от профессии и склонностей человеку не удастся уйти от стереотипов и наработанных в детстве стандартов мышления, которые вместе образуют то, что роднит всех людей - “элементарно-математическое”, включающее пространственные и цифровые представления и создающее то общее знание, которое представляет собой мощнейший формообразующий фактор [Степанов 2004: 824-825].

Использование элементарного математического опыта при формировании тропеических знаков языка экономики вносит, на наш взгляд, элемент неосознанной рациональности и логичности в структуру

метафор, традиционно причисляемых к средствам, основанных на творческих способностях и чувственном восприятии действительности. Результатом данного опыта становятся “геометрические” метафоры: *Hexagone* “шестиугольник” (так французы называют свою страну по ассоциации с формой на географической карте); *carré magique* “магический квадрат”; *кружки* качества: *кривая* роста цен и т.д.

С представлениями о нумеративной картине мира, которая позволяла “называть и квалифицировать объекты с высокой степенью подробности” и до появления книгопечатания, т.е. “новой науки”, объединяла “математику, музыку, астрономию и язык в одном мировоззрении” [Рождественский 2003: 146], пересекаются тропеические знаки, сформированные на основе использования чисел. Так, самое важное на данный момент событие (или объект) экономической жизни репрезентируется как *номер один* (реже *номер два* и т.д.):

- “разоружение – мировая проблема № 1”, “здоровье – забота номер один” [Солганик 2002: 402];
- “Le franco-italien STMicroelectronics (*numéro trois mondial*), l’américain Motorola (*numéro sept*) et le néerlandais Philips (*numéro dix*) s’allient pour la création d’un centre de recherche en France, près de Grenoble (Isère)” [LF №47 2002: 23].

В последнем случае отношения знаков внутри синтагмы строятся в соответствии с грамматическими правилами данного языка. И если в русском языке связь с числом очевидна, то во французском языке число принимает функцию определения. Сравним: *мировая проблема № 1* и *numéro trois mondial* “третий номер в мире”, что означает “занимает третье место в мире”. Отметим также характерные для французского языка эллипсы: прилагательное *mondial* употреблено лишь в первом случае, а далее опускается - *numéro sept*, *numéro dix* “седьмое, десятое место” (подразумевается “в мире”).

“Умные числа” [подробно о роли числа как знака см.: Степанов А.И. 2004; Крейдлин 2004: 184-203] помогают отразить историю становления Евросоюза и проведения саммитов. При этом во французском языке отмечается более свободное использование числа, которое, принимая артикль, субстантивируется, в то время как в русском языке вводятся дополнительные знаки: конкретизирующие слова; кавычки, указывающие на необычность словообразования. Сравним:

- *les Dix* – *новые десять стран, страны “десятки”*;
- *les Quinze* - *“Европа пятнадцати”, “пятнадцать”*;
- *les Vingt-cinq* - *“Европа двадцати пяти”, “все двадцать пять государств”, “двадцать пять”*.

О количественных словах и их особом статусе писали еще Л.В. Щерба и И.А. Мельчук, отмечая, что такие слова, как *сотня*, *миллион* и *миллиард* могут быть отнесены к особым частям речи [Щерба 1974:88-87; Мельчук 1995: 501]. Как указывает С.Г. Кара-Мурза, хотя число и выглядит “точным” знаком, оно может создавать в воображении реципиента образы и “на деле часто служит *метафорой* (а иногда и гиперболой)”, чем пользуются манипуляторы, запуская в общественное сознание числа, деформирующие воображение и обезоруживающие разум человека. С этой целью манипуляторы раздувают, увеличивают числа в десятки и сотни раз, стремясь преувеличить количественную меру [многочисленные примеры манипулирования с числами см.: Кара-Мурза 2004: 122-132].

Не только математика, но и другие науки, как естественные (физика, химия), так и гуманитарные (прежде всего, философия) обмениваются используемыми ими знаками с языком экономики. Отношения, которые устанавливаются между ними, являются парадигматическими. В.С. Степин метафорически называет перенос представлений специальной научной картины мира, а также идеалов и норм исследования из одной научной дисциплины в другую “парадигмальными прививками” [Степин 2003: 578].

Сопоставление с теоретическими конструктами механики, физики, химии и математики делает картину исследуемой экономической реальности особым звеном развивающегося научного знания, которое тесно контактирует со смыслами универсалий культуры, и поэтому обладает ярко выраженным мировоззренческим статусом. Так, мы получаем следующие экономические метафоры: *прозрачность рынка* для инвесторов; *эластичный рынок капитала*; *inélasticité de la demande* “неэластичность спроса”; *l'élasticité des dépenses d'éducation* “эластичность расходов на образование”; *la volatilité des prix* “неустойчивость цен”; *la transparence de l'activité économique* “прозрачность экономической деятельности”; *l'opacité de l'activité économique* “непрозрачность экономической деятельности” и т.п.

Анализ тропеических знаков на уровне синтактики свидетельствует также об отношениях со знаками *цвета*. Эти знаки занимают одно из центральных мест в культуре вообще, а, кроме того, как показывают многочисленные исследования [Гак 1966, 1983; Маковский 1997; Фрумкина 1984; Corbett 1989], у разных народов имеется своя символика цвета.

По мнению В.Г. Гака, во французском языке, особенно научном, метафора и метонимия играют большую роль. Одно и то же понятие по-русски может обозначаться новым словом, а по-французски – переосмысленным старым, в основе переосмысления лежат метафора или метонимия. Примером может служить символическое использование цветообозначений, лежащее в основе метафорического и метонимического переосмыслений. Так, незаконная работа характеризуется французским языком через семантику слова, обозначающего черный цвет, *noir - le travail noir* “черная работа”. В семантике русского прилагательного *черный* не имеется значений “скрываемый” и “незаконный”, и метафора *черная работа* может интерпретироваться как “неквалифицированная”. Работа, выполняемая в обход закона, обозначается как *подпольная*. На этом же основании, по мнению В.Г. Гака, в русском языке метафора *черный рынок* в значении “незаконный” может считаться заимствованием [Гак 1966: 232].

Проведенный нами анализ тропеических знаков языка науки экономики, демонстрирует преимущественное использование трех цветов: белого, черного и серого, которые соответственно означают степень выгоды операции или легальности деятельности, а, кроме того, имеют такие классические ассоциации, как черный цвет – цвет зла. Сравним:

- “*белый рыцарь*” - лицо или фирма, которые делают желательное предложение о поглощении на более выгодных условиях вместо неперемлемого и нежелательного предложения, поступающего от “*черного рыцаря*”;
- “*серый рыцарь*” - противник-претендент в “битве” за взятие под контроль другой компании, чьи намерения не объявляются;
- “*черный рыцарь*” - лицо или фирма, делающие какой-либо компании нежелательное предложение об ее поглощении;
- “*черный рынок*” - нелегальный рынок каких-либо товаров или услуг [цит. по: Вечканов 2002];
- *черный пиар* – компрометирующий материал на кого-либо, который используется в борьбе конкурентов друг с другом [противоп. - чистый (*белый*) пиар];
- *черные юристы* - о юристах, регулярно оказывающих юридическую помощь в осуществлении мошеннических сделок [цит. по: Катлинская 2008].

Знаки цвета лежат в основе цветовых метонимий, перенос значения которых основывается на ассоциации по смежности: с цветом продукта или материала экономической деятельности, кожи или костюма субъекта экономики. Например:

- *boues rouges* “красные грязи” – отходы от алюминиевого производства, загрязняющие окружающую среду;
- *carte orange* “оранжевая карточка” – проездной билет (купон оранжевого цвета);

- “*habit vert*” “зеленый фрак” – прозвище членов Французского института (зеленый фрак – официальный костюм) [цит. по: Франция: лингвострановед. слов. 1997];
- “*черный капитализм*” - выражение, распространенное в США, означающее создание новых фирм, которыми владеют и управляют негры [Вечканов 2002: 770].

Во французской экономической жизни семиотика цвета играет большую роль, знание значений цвета помогает ориентироваться в реальной жизни, и это знание фиксируется языком. Например:

- *jours blancs* – “белые дни”, дни “пик”, время интенсивной загрузки железнодорожного и авиационного транспорта, когда не действует большая часть льгот на оплату проезда;
- *jours bleus* – “синие дни”, время наименьшей загрузки железнодорожного и авиационного транспорта, когда предоставляется скидка, снижение оплаты за проезд;
- *jours rouges* – “красные дни”, дни “супер пик”, время наиболее интенсивной загрузки железнодорожного и авиационного транспорта, когда не действует большая часть льгот на оплату проезда;
- *numéro vert* – “зеленый номер”, абонемент, дающий право на услугу, которую оказывает учреждениям и промышленным предприятиям с 1983 года компания “France Telecom” [цит. по: Франция: лингвострановед. слов. 1997].

Таким образом, сущность метафоризации как знаковой операции переноса значения показана в развитии парадигматических и/или синтагматических отношений между означающим и означаемым, а также между тропеическими знаками и другими знаками единой языковой системы и знаками других семиотик. Неограниченные возможности сочетания знаков при комбинировании и создании комплексных тропеических знаков свидетельствуют об их высоком информационно-семиотическом потенциале. Примеры репрезентации экономических

понятий через метафоры показывают широкие творческие возможности человеческого разума, открытость и незавершенность познания, а также способность фантазировать и делать неожиданно точные сравнения, основываясь на тех признаках, которые выбирает сознание человека, чтобы познать и определить “ускользающие от разума” понятия.

2.4. Отношения между признаками означаемого и означающего в структуре тропеического знака

Важным отношением в структуре тропеического знака является то, которое представляет собой основание метафорического или метонимического переносов значения и определяется возможностью совмещения хранящегося в памяти представления об объективной реальности с таким параметром обозначаемого ЭП, который по общему признаку оказывается с ним совместимым. Нахождение данного параметра, на наш взгляд, возможно при изучении “сырья”, из которого создается значение слова.

Современные отечественные лингвисты трактуют основание переноса значения как “пересечение” признаков обозначаемого предмета (явления) с его источником [Арутюнова 1999: 355; Никитин 1979: 100-101; Баранов 1994: 15]. При этом “на вход метафоры” поступают также оценки, эмоции, экстралингвистические знания, житейский опыт, иногда случайные наблюдения и впечатления [Арутюнова 1999: 369-370], что неизбежно приводит к осознанию прагматического эффекта, создаваемого метафорой при репрезентации ЭП. Существует мнение, что метафора – это не только сокращенное сравнение, но и сокращенное противопоставление. Чем дальше отстоят друг от друга противопоставляемые признаки, тем ярче “метафорический сюрприз” от их контакта [Галеев 2004: 33].

Поскольку понятие формируется на основе обобщения существенных признаков, присущих ряду однородных предметов, для выделения этих

признаков необходимо абстрагироваться от несущественных. Этому помогает проведение таких логических приемов, как анализ (мысленное расчленение предметов на их составные части, мысленное выделение в нем признаков) и синтез (мысленное соединение в единое целое частей предмета или его признаков, полученных в результате анализа). При формировании понятий, основанных на переносе значения, особенно важным становится такой логический прием, как сравнение (мысленное установление сходства или различия предметов по существенным или несущественным признакам), а также абстрагирование (мысленное выделение одних признаков предмета и отвлечение их от других) и в некоторых случаях обобщение (мысленное объединение однородных предметов в некоторый класс) [подробно о логических операциях см.: Гетманова 2006: 29-30; Лагута 2000].

Способность мыслить логически, присущая *homo sapiens*, а также линейность представления в речи языковых явлений обеспечивают однородность восприятия и осознания кодируемой с помощью метафор информации. Сведение однородных частей или элементов разных речевых цепей в единицу и выделение единиц языка, по словам Ю.В. Рождественского, происходит в соответствии с операцией отождествления: “Отождествляемые элементы речевой цепи нередко называют **вариантами**, а единицы, полученные в результате отождествления, - **инвариантами**, и тогда говорят, что варианты принадлежат к инварианту”. Отождествление элементов и единиц, или вхождение вариантов в инварианты основано на материальных и смысловых признаках речи. Те признаки, которые “отличают один вариант от другого (одну единицу от другой), называют **дифференциальными**”. Признаки, “наличествующие у данного звука как общие с другим звуком, называют **интегральными**” [Рождественский 2005: 58-59].

Среди интегральных признаков, пересекающихся в результате установления отношений между обозначающим и обозначаемым в структуре тропеического знака, мы выделяем **доминантный** признак,

служащий основанием метафорического или метонимического переносов значения. С.В. Лебедева и О.С. Зубкова считают данный признак (или признак признака) основой анализируемой ими медицинской метафоры: в семантической структуре исходного значения он относится к сфере коннотации, а в метафоре перемещается в денотативную часть, определяет семантику лексического значения в целом и его денотат [Лебедева 2006: 61].

Анализируя семантику русского *плыть – плавать*, И.И. Макеева и Е.В. Рахилина считают, что переносные значения глаголов мотивированы небыстрым спокойным и незаметным глазу движением, при котором движущийся объект сливается с поверхностью-опорой так, как будто движение происходит за счет самой опорной поверхности. Так появилась метафора “толпа *плывет*”. Зрительный эффект смещения поверхностей изображения друг относительно друга вызвал из памяти другую метафору – “узор *поплыл* перед глазами”. Движение в разные стороны (движется и водная поверхность) стало основанием для метафоры *плавающий курс рубля*, который подразумевает обязательные, но незначительные изменения, как в ту, так и в другую сторону (колебательное движение) [Макеева 2004: 184].

Таким образом, перемещение фокуса внимания в сторону той или иной концептуальной характеристики (признака предмета, объекта) вызывает в памяти разные ассоциации, служащие основанием для формирования переносных значений, при этом тот признак, который в данный момент находится в центре нашего внимания, можно считать доминантным. В плане содержания тропеического знака этот доминантный признак взаимодействует с другими интегральными признаками ЭП, которые могут быть выделены аналитически.

Исследование тропеических знаков языка науки экономики, проведенное на синтаксическом уровне, демонстрирует, что в совокупности эти признаки, позволяющие распознать и охарактеризовать означаемое, представляют собой в структуре тропеического знака элементы иконичности (метафора) или индексальности (метонимия). Именно анализ

материальной составляющей знака выявляет “способность одних знаков “живописать” означаемое, других – служить в качестве указателей, то есть в обоих случаях отражать реальную действительность – непосредственно или по смежности” [Бабушкин 2005: 12].

В метафоре означающее (источник) *обнаруживает сходство* с означаемым. Еще Ш. Балли, говоря об употреблении образных средств языка, отмечал, что переносное выражение основано на конкретном чувственном образе, который будит воображение и рисует картину [Балли 1961: 226-229, выделено нами - Н.Б.].

Один из основоположников когнитивного подхода к исследованию метафоры, М. Блэк, разделяя метафору на две части, буквальный основной субъект и метафорический вспомогательный субъект, имеющие свои концептуальные системы, указывает, что основной субъект как бы “просматривается” через “фильтр” свойств вспомогательной системы [Black 1962].

В.Н. Телия, характеризуя метафору, писала, что в ее основе лежит образ, но он является “редуцированным”, “усеченным”. Например, когда человека называют *стреляный воробей*, говорящий представляет не воробья в целом, а скорее, его настороженность и “увертливость”. Редукция образа, по мнению В.Н. Телия, сравнима с картинами Пикассо, когда типовое представление формируется за счет “усечения” несущественных для данного значения деталей, “высвечивается” часть образа. В противном случае, считает ученый, любое метафорическое представление было бы таким же кошмарным, как полотна Босха [Телия 1996: 189-190, выделено нами - Н.Б.].

Приведем в качестве примера ЭП ОБЪЕДИНЕНИЕ, которое репрезентируется часто в экономических текстах через ассоциацию с технологическим процессом – плавлением металла (*fusion, плавильный котел, плавильный горшок*). Однако когда мы говорим об объединенной Европе как о *плавлении металла*, то представляем (рисуем в нашем

воображении) некий абстрактный образ, а не конкретную механическую операцию. Добавим также, что “высвечиваемый” образ не является новым и однородным. Из “мельчайших единиц знания, хранящихся в памяти индивида” [Колодина 2001: 59] и несущих информацию, сравнимую с событиями, происходящими в сфере экономики, подобно мозаичным квадратикам складывается в ту или иную картинку представление об экономической действительности.

По мнению исследователей экономического лексикона, метафора *плавильный котел* (или *плавильный горшок*) восходит к классической модели “плавильного котла”, которая в знаковой форме закрепила идею Соединенных Штатов о соединении иммигрантов в одну нацию, “нацию наций” [Лапицкий 2004: 56]. Содержательная сторона языкового знака (тело знака), “схваченного” исходным понятием, при метафорическом переносе сложилась в одну картинку из следующих “кусочков” знаний: соединить разные части можно, поместив их в одну емкость (1); полного соединения можно добиться, подвергнув ингредиенты высокой температуре (2); при подобном соединении разрозненные ингредиенты соединятся в одно целое (3). Перечисленные “кусочки” знаний и составляют иконические элементы, по которым обнаруживается сходство с означаемым. К этим элементам добавляется еще и знание, имеющее оценивающий характер – соединение литьем, плавкой – хорошее (4). Выделенные “кусочки” знаний отражают те признаки, по которым становится возможным охарактеризовать объединение Европы как устранение национальных границ и различий. Так происходит соединение частиц металла при плавлении в котле, и это соединение оценивается как хорошее.

Доминантным признаком, вокруг которого “вырисовывается” идея объединения и на основании которого происходит перенос значения, является “соединение частей в одной емкости”. Анализ фактического материала свидетельствует о том, что те языковые знаки, в структуре которых представлена единица знания о наличии общего объема, благодаря

процессам “редукции” и “удерживанию” части информации, на которые указывает Е.С. Кубрякова, дают возможность имплицировать тем же знаком “естественно связанную и ассоциируемую с ним информацию” [Кубрякова 1999: 10].

В операции знакообразования могут участвовать и другие (интегральные) признаки, представляющие вместе с доминантным те элементы (иконические при метафорическом переносе), из которых складывается тропеический знак. Так как в настоящее время перестает быть актуальной идея полного соединения, что исследователи экономического лексикона связывают с внеязыковой (американской) действительностью (ряд эмигрирующих групп отказывается от ассимиляции, отдавая предпочтение географически компактному проживанию и сохранению прежней идентичности), и на смену метафоры *плавильного котла* приходит метафора *крупно нарезанного салата* [Степанов 2004: 223]. В образовании новой метафоры отсутствует элемент полного соединения частей в одно целое, что в новых условиях оценивается как лучший вариант, поскольку при экономическом объединении предполагается сохранение национальной самобытности, как это бывает при смешивании составляющих салата: “салат состоит не из абстрактно кипящей массы, а из вполне конкретных ингредиентов” [Лапицкий 2004: 56].

Подробно останавливаясь на определении отношений, выявляемых на синтаксическом измерении, Ч. Моррис указывает на то, что “имплицировать” – это специальный термин проводимого анализа, а точность референции употребляемого знака сочетается с определенными ожиданиями воспринимающего передаваемую знаком информацию субъектом [Моррис 2001: 50-60]. При этом сходные ожидания могут имплицироваться тем или иным знаком. Так, слово *дом* имплицировать объект, внутри которого можно жить, соединившись с семьей или с соседями, а слово *концерт* - объект, внутри которого существует разделение по группам голосов или по музыкальным инструментам. Передавая информацию об экономическом

объединении с помощью тропических знаков *общевропейский дом* и *европейский концерт*, мы можем ожидать от воспринимающего субъекта сходную реакцию – представление об общности проживания (доминантный признак – объединение). Некоторые нюансы создаются, однако, за счет расхождения интегральных признаков: *дом* – относительная самостоятельность при наличии определенных отношений с соседями; *концерт* – возможное разделение по группам и соответственно иерархия отношений.

Анализируя влияние “мозаичной культуры”, для которой характерно “эффективное смещение категорий”, С. Кара-Мурза утверждает, что объяснительной силой обладают лишь те метафоры, которые удовлетворяют критерию подобия выбранной аналогии и реального явления. В противном случае, метафоры становятся мощным средством манипулирования сознанием. Например, метафора “возвращение в лоно цивилизации”, если представить ее себе как картину, несет страшный, разрушительный смысл. Россия уподобляется ребенку, который вырос “уродом” и которого следует вернуть обратно в лоно – совершить “роды наоборот”. Манипулятивная сила подобных метафор, по мнению С. Кара-Мурзы, объясняется их кажущейся эвристической ценностью (способностью передать сложное понятие через знакомую аналогию). В качестве примеров ученый приводит такие “ложные” метафоры, как: *нельзя быть немножко беременной, Россия – колониальный придаток* и даже *колония Запада, нынешний режим – татарское иго* и др. [Кара-Мурза 2004: 184-195]. Напомним в этой связи, что еще Соссюр указывал на возможность создания ассоциаций, способных “затемнить понимаемость речи”, чем, собственно, и пользуются манипуляторы человеческим сознанием, подавляя способность аудитории к здравому мышлению и рассудительности.

Метонимические отношения отличаются тем, что перенос названия совершается не на основании сходства внешних или внутренних признаков сопоставляемых объектов, а на основании *смежности*, т.е.

“соприкосновения вещей в пространстве или во времени” [Реформатский 2006: 86]. Согласно Дж. Стюарту, “здесь часть “указывает на” (пробуждает, вызывает или способствует охвату большего целого) целое, так же как корона или скипетр указывают на мир монархии, внутри которого эти предметы “имеют смысл” [Стюарт 1990: 106, выделено нами - Н.Б.]. Таким образом, в структуре метонимии как тропеического знака присутствует указание на означаемое через характерные признаки означающего. Для означающего эти признаки становятся доминантными: материал, из которого сделан предмет, его различные свойства, часть от целого и т.д., и могут, на наш взгляд, трактоваться как компонент **индексальности**.

Согласно исследованиям В.Г. Гака, этот прием особенно распространен в политической речи. Вместо должностных лиц часто указывается их резиденция: *l’Elysée*, - вместо *президент республики*; *Quai d’Orsay* – вместо *Министерство иностранных дел*; *le Palais Bourbon* – вместо *Национальное собрание* и т.д. Названия столиц используются вместо названия государств; профсоюзы и отрасли промышленности обозначаются по производимому продукту (*l’Eclairage* – профсоюз электриков и работников газовой промышленности; *le Sous-sol* – профсоюз рабочих добывающей промышленности; *la Fonction Publique* – государственные служащие) [Гак 1966: 104-105].

Проведенный нами анализ свидетельствует о том, что метонимическая репрезентация ЭП представляет собой такую операцию комбинирования со знаками, при которой в точке соприкосновения “старого” и нового значения слова (словосочетания), формирующего тропеический знак, означающее через какой-либо признак, ставший в данных условиях доминантным, указывает на ЭП. Покажем это на примере метонимического обозначения карт, имеющих широкое распространение во Франции, и их пользователей:

- *carte bleue* – голубая карточка, банковская кредитная карточка (указание через цвет карточки);

- *carte grise* – серая карточка, технический паспорт на машину (указание через цвет карточки);
- *carte “Jeune”* – абонемент на проезд в железнодорожном и морском транспорте для туристов в возрасте от 12 до 26 лет (указание через возраст пользователя карточки);
- *carte “Kiwi”* – абонемент на проезд в железнодорожном и морском транспорте для детей, не достигших шестилетнего возраста, и сопровождающих лиц (указание через любимый фрукт пользователей карточки);
- *carte tricolore* – трехцветная карточка, удостоверение работника полиции (указание через цвет государственного флага);
- *carte vermeil* – пенсионер (указание через карточку - абонемент на проезд в железнодорожном и морском транспорте для лиц, достигших 60-летнего возраста) [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 148-155].

“Кусочки” знаний о промежуточном понятии, на которое указывает означаемое, дают информацию об означаемом. Так, знание о том, что *tricolore* – это три цвета государственного флага Франции, дает информацию о том, что удостоверением *carte tricolore* пользуются полицейские, находящиеся на службе у французского государства. И можно предположить, что при комбинировании с другим языковым знаком слово *tricolore* будет имплицировать объект с доминантным признаком “относящийся к французскому государству”. Например, *économie tricolore* – французская экономика.

С другой стороны, в акте семиозиса как процессе, в котором формируется языковой знак, может происходить смешение иконических и индексальных элементов, что приводит к интерпретации рожденного автором языкового знака, основанного на переносе значения, как сложного по структуре, использующего и иконические, и индексальные элементы, но единого по смысловому содержанию. Так, среди обозначений карт, имеющих хождение во Франции, существуют:

- *carte* “*Age d’Or*” – карточка “Золотой возраст”, документ, свидетельствующий, что его держатель – лицо старше 60 лет (указание на возраст и сравнение последнего с благородным металлом);
- (*carte*) “*Paris Sésame*” – (карточка) “Париж Сезам”, проездной билет, дающий право пользования городским транспортом Парижа и окрестностей (указание на город и сравнение с волшебным “Сезамом”, открывающем все двери) [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 148, 154].

Итак, анализ признаков отношений, составляющих план содержания исходного знака и обозначаемой им же новой экономической реалии, свидетельствует о роли метафор в расширении горизонтов познания, о возможностях обозначить и охарактеризовать новые изменения, иногда неожиданные, у объектов и явлениях, привычных и знакомых воспринимающему субъекту. Отношения между признаками в структуре тропеического знака проявляются в наличии индексальных или/и иконических элементов и выявляют в качестве основного свойства, позволяющего передавать и воспринимать информацию с помощью тропеических знаков, имплицативность.

Однако, вслед за В.Н. Телия, мы считаем, что для объяснения знаковой сущности исследуемых средств языка, следует ответить на вопрос: как их означающее “способно замещать в языковых сущностях те внеязыковые сущности, которые при его посредстве обозначаются”, поскольку выполнение знаковой функции возможно только при том условии, что звуковая оболочка (означающее) ассоциирована с обозначаемым фрагментом внеязыкового ряда. Именно эта ассоциация и является значением. Определить содержание ассоциации – значит определить знаковую, или семиологическую, функцию значения [Телия 1996: 84]. А это возможно лишь при анализе знаков на уровне семантики, позволяющем выявить отношения между знаками и обозначаемыми ими реалиями окружающего мира, чему и будет посвящена третья глава настоящего исследования.

ВЫВОДЫ ПО 2 ГЛАВЕ

1. Исследование метафор, используемых в языке науки экономики, на уровне синтактики подтверждает их особый знаковый характер и правомерность данного им определения как “тропеических знаков”. Материальная сторона (план выражения, означающее) представлена словами (простыми, производными, сложными) или словосочетаниями бытового (или научного языка), которые в своем первоначальном значении соотносились с иной областью референции, не экономической. Идеальная сторона (план содержания, означаемое) включает экономические понятия, отражающие многочисленные изменения окружающей нас действительности, интенсивность которых характеризует современную эпоху, и для знакового выражения которых используются не новые языковые средства, а “старые” знаки, ассоциируемые с объектами и явлениями мира экономики по сходству или по смежности. Синтаксический анализ позволил выявить отношения, в которые вступают между собой и между другими знаками единой языковой семиотической системы обе стороны тропеического знака языка экономики в сложном процессе семиозиса. При этом анализ материальной стороны тропеического знака продемонстрировал значительную **продуктивность, динамизм, лавинообразный характер** и многочисленные **словообразовательные возможности** метафор как тропеических знаков.

2. Анализ внутренних отношений в структуре тропеического знака языка науки экономики продемонстрировал связь с внутренней формой слова, которая позволяет проследить условия изменения его значения, **мотивированность** данного процесса, роль **этимологического анализа** для его объяснения, а также выявил такие характеристики тропеического знака, как связь со **временем** и с **традициями**.

3. Главными отношениями, на основе которых формируется перенос значения, являются **парадигматические**, связывающие знаки в

структуре, и **синтагматические**, возникающие как результат комбинирования знаков. Парадигматические отношений между означаемым и означающим в структуре тропеических знаков формируются за счет развития отношений: род – вид, целое – часть, экспликация свойства (функции), что ведет к сужению и уточнению значения внутри парадигмы. Следствиями развития парадигматических отношений является создание синонимичных конструкций, когда в языке науки экономики формируются разные знаки для обозначения схожих объектов и явлений, а также введение “парадигмальных прививок”, когда представления специальных научных картин мира (механики, физики, химии и т.д.) переносятся в область экономики. Синтагматические отношения формируются в соответствии с грамматическим строем анализируемых языков. В структуре тропеического знака они могут развиваться как следствие развития отношений содержимое – содержащее и часть – целое, сопровождающееся расширением исходного значения слова.

4. Анализ отношений между признаками означаемого и означающего в структуре тропеического знака выявил наличие общих интегральных признаков, основным из которых является доминантный, служащий основанием переноса значения. Отношения между признаками проявляются также в наличии индексальных или/и иконических элементов и выявляют в качестве основного свойства, позволяющего передавать и воспринимать информацию с помощью тропеических знаков, имплицативность. Проведенный анализ позволяет нам определить *тропеические знаки как комплексные знаки, знаковые конструкты, в которых означающее (план выражения) выступает в виде готового двустороннего языкового знака со всеми своими свойствами. При этом в плане содержания этого исходного знака распознаются интегральные признаки, пересекающиеся (основание по сходству) или соприкасающиеся (основание по смежности) с признаками обозначаемого объекта, среди которых один является доминантным.*

Эти признаки в совокупности с теми, к которым в соответствии с ролью и местом данного знака в данной системе аналогичного порядка знаков добавятся новые признаки, в сумме будут представлять новое означаемое (план содержания или понятие, отражающее реалью мира экономики).

5. Исследование на уровне синтактики подводит нас к выводу о том, что отношения, в которые вступают тропеические знаки, используемые в языке экономики, это: **человек** → **знак** → **знак** → **значение**. Дальнейшее развитие этих отношений может быть показано на следующем уровне семиотики – семантическом. К указанным отношениям должно быть добавлено еще одно, которое должно помочь ответить на вопрос: как означающее, представленное “старым” словом, может замещать те внеязыковые реалии, которые не принадлежат его референциальной области. Анализ отношений, складывающихся между тропеическими знаками и реальным миром экономики, и будет посвящена следующая, третья, глава.

ГЛАВА 3.

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ

Анализ теоретических трудов ученых-семиотиков и лингвистов демонстрирует, что ключевое для семиотических исследований понятие - это *смысл*. Все знаковые операции человека, живущего в пространстве смыслов, направлены на реализацию процесса смыслополагания. Смысл есть категория семиотики (а именно - ее семантического измерения), что подтверждается многочисленными высказываниями. Сравним:

- То, что в семантике называется смыслами знаков, представляет собой “определенные мысленные образования, результаты определенной мысленной переработки предметов действительности и фиксации их в языке” [Войшвило 1989: 95].

- Семантика, представляющая собой деятельность, которая заключается в разъяснении смысла человеческих высказываний, имеет целью “выявить структуру мысли, скрытую за формой языка” [Вежбицка 2001: 242].

- В отличие от значения, определяемого языковой структурой, смысл обнаруживается вне языка: “Смысл порождается не значением, а жизнью” [Леонтьев 1977: 279].

- Непосредственным предметом семиотики является “обозначенный смысл” [Лотман 2002: 67].

- “... именно принадлежность к единому смысловому пространству объединяет повседневную жизнь отдельного человека и историческую практику, интеллектуальную рефлексию и бессознательную память социального коллектива, а также великое множество иных проявлений человеческой активности в сплошной континуум культуры” [Пелипенко 1998: 8].

Поскольку понятие смысла затрагивает ту сторону знака, которая соединяет его с внеязыковой реальностью, смысловая основа тропеических знаков языка экономики исследуется нами на уровне семантики. Предполагается выявление сторон внеязыковой действительности, характеризующихся через метафорическую репрезентацию ЭП, а также связей и отношений, установившихся в ходе репрезентации.

3.1. Тропеический знак как одно из средств смыслопостроения в экономическом тексте

Вопросы смыслопостроения активно разрабатываются в рамках филологической герменевтики. Ее сторонники трактуют метафору как механизм формирования смысла в коммуникативном аспекте, как способ пробуждения рефлексии реципиента при восприятии текста [Крюкова 2000, Макеева 2000]. Применение семиотического метода, дополненного разработками в области филологической герменевтики, “позволяет нам распознать обозначенный объект, противопоставить его объектам других классов” [Барулин 1994: 245].

Анализу смыслообразующей функции метафоры способствуют работы по проблемам понимания [Франкл 1990; Щедровицкий 1995; Gadamer 1975; Ricoeur 1993], а также “активного понимания” или диалога [Бахтин 1978, Тюпа 1993; Якобсон 1975]. Ученые указывают на двоякий характер человеческого понимания: “человек познает, но он также и осознает то, что он познает” [Тулмин 1984: 23]. В отношении метафоры данное положение подразумевает различие между распознаванием и пониманием: если распознали метафору, то установили, что данное выражение есть метафора, а не обычное буквальное высказывание, если поняли - нашли ее смысл [Алексеев 1996: 80].

Понимание метафоры предполагает также и мысленное воссоздание пути ее создания. Степень понимания выражается в том, какие из

компонентов смысловой структуры метафоры восстанавливаются при ее интерпретации. Реципиент должен прийти к “сложному гносеологическому образу отражения внеязыкового объекта, открыть аналогию или сходство в некоторых признаках двух несопоставимых явлений действительности, тем самым как бы пройти вновь путь “автора” метафоры” [Шахнарович 1990: 147].

Г.И. Богин указывает: “смыслы представляют конфигурацию множества связей и отношений в понимаемой ситуации; смыслы восстанавливаются или придумываются реципиентом; смыслы опредмечены средствами текстопостроения” [Богин 1999: 83]. По мнению Н.И. Жинкина, “смысл всегда предметный” [Жинкин 1982: 81]. Действительно, осмысление всех связей метафоры экономического лексикона с внеязыковой реальностью является залогом установления истинного отображения ситуации и последующего принятия правильного решения. Так, А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов приводят следующий пример: “Один из советских дипломатов, вернувшись после мирных переговоров в Женеве, заявил в интервью: “Пришлось выдержать жестокий бой, но победа достигнута”. Использование метафоры войны для осмысления хода переговоров можно, в принципе, считать конвенциональным, поскольку *бой* в одном из своих значений понимается как “спор, дискуссия”, а *победа* – как “достижение согласия”. Однако нет никаких гарантий, что этот дипломат не воспринимает переговоры как военные действия, а партнера по переговорам как противника, которого надо “стереть с земли” [Баранов 1994: xiii].

На неоднозначность интерпретации метафоры “война” указывают исследователи политических метафор А.П. Чудинов и Э.В. Будаев [Чудинов 2007: 55]. Анализ работ отечественных исследователей подводит нас к выводу о том, что осмысление даже таких “стертых”, потерявших образность метафор, как военные, остается важным моментом интерпретационной деятельности человека. Следовательно, сфера действия метафор не ограничивается толкованием текстов, она распространяется на

все отношения используемых человеком знаков и внеязыковой действительности. И мы полностью разделяем мнение о метафоре как о “столкновении смыслов”, осуществляемого в контексте общественной практики: взаимодействие человека с окружающей реальностью вызывает необходимость переноса идей и смыслов [Арутюнова 1990; Крюкова 2000; Телия 1988; Чудинов 2005].

Однако следует отметить, что работы, на которые мы ссылаемся, в своем большинстве решают проблемы понимания и интерпретации художественных текстов, в то время как существует различие в формировании художественного смысла и смысла научной коммуникации, исключающего возможности разноречивого толкования и бесконечного разгадывания замысла автора. В особенности это касается специального научного лексикона, составляющего ядро языка экономики и характеризующегося жесткими ограничениями (дефинициями), налагаемыми на их применение в речи. Исключением могут быть тексты, направленные на манипулирование общественным сознанием, о чем подробно пишет С.Г. Кара-Мурза [Кара-Мурза 2002, 2004].

Согласно Х. Ортега-и-Гассету, основное отличие смыслообразующей функции метафоры в научном тексте состоит в следующем: в художественном тексте метафора “доставляет эстетическое удовольствие”, на основе частичного сходства двух объектов “делается ложное утверждение об их полном тождестве”. В научном тексте, наоборот, роль метафоры “вспомогательна, и на основе полного отождествления двух объектов, заведомо различных, утверждается их частичное тождество, которое и будет признано истинным” [Ортега-и-Гассет 1990: 74]. Это значит, что столкновение смыслов, которое лежит в основе формирования переносного значения, в научном тексте не должно вступать в противоречие с истинным отображением языковыми средствами тех событий и явлений, которые происходят в окружающем человека мире.

Особое значение для понимания роли метафоры в языке науки имеет тот факт, что, соединяя несходные понятия, метафора обращает внимание исследователя на возможность наличия таких свойств, которые ранее не рассматривались. Метафора, с одной стороны, снимает ограничения на формы описания исследуемой области, а с другой – заменяет возникшую “размытость” отображения объектов некоторой гипотетической определенностью, приписывая объектам данной области ранее не выявленные у них свойства и направляя процесс научного поиска на обнаружение этих свойств [Гусев 1988]. Речь идет не только об активном участии метафоризации в процессе познания окружающей действительности, но и о придании этому процессу творческого характера.

Если же говорить об информационной емкости тропеических знаков в научно-популярном тексте, то следует вспомнить ту характеристику, которая дана М.Н. Кожинной метафорам научной терминологии. Определяя их роль как организующую, лингвист связывает данный факт с подтверждением закона о количестве информации К.Э. Шеннона. Согласно этому закону, величина информации зависит от ее дефицита: величина информации тем больше, чем менее вероятна комбинация знаков, представляющая сообщение, то есть информация предполагает возможность незапрограммированных единиц с целью получения новой семантики [Кожина 1989: 8]. Динамизм научных метафор, как всякое движение, как раз и несет в себе возможность незапрограммированных результатов, а развертывание содержания текста может быть интерпретировано как качественно новое, обеспеченное новым знанием переосмысленного метафорического переноса значения.

Хотя предметные значения и смысл знака различаются между собой, и то, и другое определяется как характеристики знаков, представляющих собой средства коммуникации. При описании реалий мира экономики предметные значения – это то, представителем чего являются анализируемые нами тропеические знаки, а смысл - это выраженная в самой

структуре значения (собственный смысл знака) или ассоциированная с ним по соглашению (смысл, приданный знаку в некотором сообществе) характеристика обозначаемых предметов, позволяющая отличать их от других предметов. Представляя собой “некоторые качественно определенные, структурированные образования, формы отражения предметов и явлений действительности в мышлении” [Войшвилло 1989: 9], смыслы тропических знаков являются, по сути, теми понятиями, которые отражают предметный мир экономики. По выражению Ж. Делеза, понятие “свернуто в знаке и обвернуто вокруг него”, оно уже содержится в знаке, оно находится в той “потаенной области, что подталкивает мысль” [Делез 1999: 125-126].

Анализ процесса смыслообразования через метафору, выявляет три уровня. *Первый уровень* – это слияние двух гетерогенных смыслов на этапе формирования метафоры и дальнейшее переосмысление в новом контексте. Метафоры, используемые в языке экономики, позволяют отразить сложные для осмысления реалии через имплицативные ассоциации с более простыми и непосредственно наблюдаемыми в ходе житейской практики объектами и событиями. Ими могут быть игры, технические средства, спортивные соревнования, военные действия, строительные работы и т.д. Так, в русских и французских экономических текстах для разъяснения ценовой политики широко употребляются такие метафоры, как *убийственные (assassins) цены*, *механизм (mécanisme) ценообразования*, *война (guerre) цен*, *налоговые ниши (niches)*, *двойная игра (double jeu) банков* и т.д.

Пользуясь терминологией Дж. Лакоффа, переосмысление, осуществляемое в ходе метафорического переноса, основано на переносе смысла из области “источника” (Source) на область “цели” или “мишени” (Target) [Lakoff 1990: 288, 435]. Следовательно, толкование возможных импликаций области источника может послужить ключом к расшифровке нового переносного значения. Продемонстрируем это на примере метафоры, в которой область источника представляет транспортное средство

(*bicycled*), а область цели выражает собой понятие из мира экономики. Во французском предложении речь идет о введении в Европе новой европейской валюты евро, в русском - о развитии Евросоюза:

“*L’euro, comme l’Europe, est une bicyclette: si elle n’avance pas, elle risque de tomber*” [Expr. 1998 17 déc.: 20].

“Риск стагнации возникает, как только динамика замирает. *Европейский союз как bicycled - если он не двигается вперед, то падает*” [НГ 2000 9 нояб.: 13].

Смысл области источника усматривается в необходимости движения, чтобы велосипед не упал. Перенесение этого смысла в область цели в новом (экономическом) контексте означает необходимость движения новой европейской валюты, т.е. ее обращения в Европе, а также движения самого Евросоюза, т.е. его развития, иначе евро “упадет” или, говоря языком экономики, будет неконкурентоспособен, а объединение европейских стран в единый экономический союз потерпит неудачу.

Одни и те же смыслы могут быть переданы при использовании разных лексических единиц в русском и французском языках. Так, отражение экономической реалии “место на рынке товаров и услуг” осуществляется во французском языке через метафору *créneau*, исходное значение которой “зубец стены: углубление в крепостной стене, амбразура, бойница” [Dictionnaire de Français 1993: 267]. В русском языке используется метафора *ниша*, прямое значение этого слова - “углубление в стене или скале” [Ожегов1997: 419]. Если в первом случае в качестве источника переосмысления выступает такой объект, как крепостная стена, то во втором – стена дома или скала. И то, и другое не имеет отношения к экономике, но одновременно обнаруживается признак, который становится доминантным при формировании тропеического знака, замещающего в языке экономическую реалию, и данным признаком является “углубление”. Этот общий признак, по словам М.Н. Макеевой, участвует в герменевтической технике переопредмечивания: в явной и наглядной знаковой системе он

“выпадает” из ряда привычных и выводит на указание другого контекста интерпретации всей знаковой системы. Это *знак-сигнал*, который по своей сути относится к сфере смыслов и пробуждает потребность в конструировании другой знаковой системы и соответственно другого “образа” [Макеева 1999: 89]. В нашем случае речь идет о формировании тропеических знаков языка экономики.

Ученые-семиотики, определяющие знак как обязательно соотносящийся с каким-либо представлением о реальности, не исключают включение в структуру знака “незначащих” единиц, которые определяются как “полузнаки”, “частичные знаки” или “субзнаки” [Мечковская 2004: 27]. Так, анализируемый нами знак-сигнал “углубление” в разных контекстах стимулирует выведение на ту или иную область референции, имплицитно новые, переносные, значения. Например:

- *créneau* → отношения на дороге → “место для парковки автомобиля”;
- *ниша* → поиск работы → “возможная сфера деятельности”;
- *niche, ниша* → описание налоговой системы → “участок для возможного налогообложения”.

В словосочетании “знак-сигнал” определяющим, на наш взгляд, является слово “сигнал”: речь идет о признаке, “сигнализирующем” о возможных вариантах использования данного знака в данной семиотической системе, иными словами о моделирующих возможностях с участием тропеических знаков. Вслед за В.Г. Гаком, можно вспомнить о так называемой “иррадиации синонимов”, выступающей в качестве следствия закона Шпербера. Этот закон гласит, что если в данное время какой-либо комплекс идей имеет большое значение в жизни данного общества, и одно слово из этого круга поменяло значение, то и другие слова того же семантического поля следуют за этим словом. С другой стороны, понятия этого комплекса идей постоянно притягивают к себе новые наименования. Указывая на большую роль метафоры во французском языке, лингвист

отмечает, что в современную эпоху проявлением закона Шпербера для этого языка должно быть признано развитие комплекса идей, связанных с транспортом [Гак 1977].

Проведенное исследование продемонстрировало, что в эпоху интеграционных процессов, характеризующих экономическое развитие европейских стран, доминантным становится “комплекс идей”, отражающих движение вперед. Этот комплекс идей может быть формально представлен как соответствующий ему знак-сигнал, ставший стимулом формирования тропеических знаков вокруг слов лексико-семантической группы “транспортные средства”: “поезд /train”, “дорога /route”, “корабль /bateau”, “велосипед /bicyclette”, “теплоход /paquebot”, “локомотив /locomotive”. При этом в русском и французском языках одинаковые метафоры служат средством порождения одних и тех же смыслов, что можно характеризовать как становление европейского мышления. Сравним обозначение в русском и французском языках необходимости вхождения в Евросоюз через метафору “поезд (состав, вагон) /train (wagon)”:

- *premier train des Etats membres* “первый поезд стран-членов” [NS: 10];
- *faire partie du premier train de 1999* “быть частью первого поезда 1999 года” [Ph: 74];
- *faire monter l’Espagne dans le premier train de l’Union européenne* “посадить Испанию в первый поезд Европейского Союза” [C 1999 mars: 93];
- *accrocher un petit wagon au train européen* “прицепить маленький вагон к европейскому поезду” [L’Expr. 2000 le premier juin: 29];
- “Если нет скажет Чехия, то *ее вагон просто будет отцеплен от общего состава*” [ПЖ 2005 № 7: 47];
- “Мы же сотрудничаем только с действующей властью, чтобы потом опять (как в случае с Грузией и Украиной) *запрыгивать в уже отправившийся поезд и занимать самые неудобные места*” [ПЖ 2005 № 6: 45].

Во всех случаях образование Евросоюза показано через идею движения поезда вперед, а участие стран в процессе присоединения к ЕС – как подсоединение вагонов к этому поезду, “запрыгивание” в поезд и занятие мест в вагонах (по возможности первых) этого состава.

Актуальные процессы европейской экономики могут быть обозначены словами той же лексико-семантической группы через признак (знак-сигнал) “наличие /отсутствие движения вперед”. Образованные таким способом метафоры отражают различные стороны экономических реалий. Если речь идет об экономике вообще, то раскрываются такие ее характеристики, как:

- поезд → *сойти с рельс* → не развивается;
- поезд → *вновь встать на рельсы* → продолжает развитие;
- корабль → *навигация в тумане* → испытывает трудности;
- корабль → *дрейфовать* → постепенно развивается;
- наличие движения → *путь* → развивается;
- отсутствие движения → *тупик* → приостановила свое развитие,

находится в периоде стагнации.

Смыслы “цепляются” друг за друга, и постепенно из них создается целостный образ, картинка экономической действительности. Более яркой эта картинка становится на **втором уровне** процесса смыслообразования с помощью метафор. Этот уровень представляет собой высказывание, довольно длительное по протяженности (абзац и более), где осмысление происходит в соответствии с заданной метафорой общей темой. В создании метафорической картинки могут принимать участие тропеические знаки с источником одной смысловой области. Так, например, с помощью герменевтической техники переопредмечивания в следующем контексте показаны нелегальные операции с денежными средствами, а также участники этих операций. В качестве источника переноса использована смысловая область, отражающая процесс стирки белья:

“Рынок ГКО стал большой *стиральной машиной для отмывания грязных денег*, - убежден Юрий Скуратов.

... следствие выяснило, что Чубайс не остался в стороне от *загрузки в большую стиральную машину*.

Не обошлось и без Бориса Березовского – этот маленький юркий человечек с липкими ладошками, похоже, виртуозно *дирижировал всей работой огромной прачечной*” [АН № 33 2007: 26].

Результаты мысленной переработки явлений действительности могут фиксироваться на данном уровне за счет использования тропеических знаков с источниками из разных смысловых областей. Например:

“После *шока*, оставленного югославской операцией НАТО не только в России, но и в Европе, *теплилась* надежда на то, что Европейский союз возьмет на себя роль *локомотива*, который *вытянет* российско-западные отношения из создавшегося *тупика*” [МЭИМО 2006 №12: 9].

Кроме метафор движения (*локомотив, вытянет из тупика*), с помощью которых “строятся” смыслы, показывающие развитие отношений между Россией и Западом, в данном фрагменте текста использованы метафоры других смысловых групп, за счет которых передается состояние в Европе после действий НАТО (*шок*) и атмосфера ожидания (*теплится надежда*). Все вместе представляет связывающий аспект отрезка текста, в котором за счет использования метафор автору удастся наглядно показать (через элементы иконичности тропеических знаков) характер отношений между европейскими странами.

Разные смыслы, переданные с помощью использования тропеических знаков, позволяют продемонстрировать различные стороны описываемой реалии, создавая не только понятия, но и суждения как более высокую ступень абстрагирования действительности. Так, гордость французов, скоростной поезд TGV, часто сравнивается через метафоры с 1) несравнимой технологической витриной - *incomparable vitrine technologique*, 2) пожирателем километров с острым носом - *le dévoreur de kilomètres au nez pointu*, 3) суперзвездой - *la superstar* [по материалам журнала Label France]. В 1-ом случае акцентируется отличие технических

показателей поезда от других достижений (витрина – способ что-то продемонстрировать, и она является несравнимой). Во 2-ом случае описываются технические характеристики поезда (он развивает огромную скорость, как будто “пожирая” километры) и характеризуется его внешний вид (острый нос – отличительная особенность конструкции). В 3-ем – отмечается то место, которое отводится данному техническому средству – это место суперзвезды. Таким образом, с помощью метафор дается описание технологического достижения Франции.

Третий уровень выполнения метафорой смыслообразующей функции – это этап участия метафор в осмыслении всего текста, в обеспечении его связности и в конечном итоге - реализации замысла автора. Согласно теории связности, предложения текста являются связанными как в локальном плане (т.е. линейно), так и глобально (тематически) [Петрова 1990: 58]. Наше исследование демонстрирует примеры глобально связанных предложений текста за счет использования метафор, задающих общую тему высказывания (текста). Так, например, если при анализе экономических текстов научно-популярного характера следовать правилам структуры текста международной публицистики [подробно см.: Крутова 2006: 224], то можно проследить участие метафор в последовательном раскрытии темы экономической статьи. Обычно уже в заголовке сообщается информация Кто и Что. Наиболее значимое предложение, суммирующее идею всего абзаца, расположено в начальной позиции – первом или втором абзаце. Другой “сильной” позицией является конечная, она позволяет подвести итог, закрепить определенные выводы в сознании читателя.

Проанализируем в качестве примера статью, посвященную развитию малого бизнеса в России. Заголовок статьи концентрирует внимание читателя на проблемах малого бизнеса через использование фразеологизма - “Мал да удал”. Антропоцентрическая метафора *малыши*, сравнивающая предприятие малого бизнеса с маленьким ребенком, которому надо расти и

развиваться, встречается уже в первом предложении предисловия к статье, т.е. в самой сильной позиции:

“*Малыши*” и не думают чахнуть, они развиваются быстрее остальной экономики” [АН 2007 № 27: 7].

Та же метафора повторяется в третьем предложении предисловия, т.е. в той же сильной позиции:

“Растущие “*малыши*” создали 500 новых рабочих мест” [там же].

Затем она используется в третьем абзаце основной статьи, где, согласно правилам международной публицистики, содержится вопрос Как. С помощью метафоры читатель узнает, что малый бизнес возникает “на волне” развития сферы услуг:

“Малый бизнес работает в сфере услуг, торговле и строительстве. В последние годы они развиваются ускоренными темпами, и эта волна подталкивает верх “*малышей*” [там же].

Следует отметить, что вокруг метафоры, отражающей основную идею текста, могут выстраиваться и другие, зачастую принадлежащее к одному лексико-семантическому полю. Так, в анализируемой статье строительство гигантских торговых центров с выделением в них точек для малого бизнеса сравнивается с “выращиванием” (маленького ребенка также надо растить):

“Это – поле, на которое придут новые индивидуальные предприниматели и *вырастят* на нем новые компании” [там же].

Метафора *малыши*, отражающая в данном контексте экономическую реалию “малый бизнес”, может быть охарактеризована как “сквозная”, она проходит через все содержание текста и притягивает внимание реципиента к проблемной ситуации, связанной со сложностями развития малого бизнеса в отдельных регионах:

“Сладкую жизнь” “*малышам*” обеспечивают далеко не во всех регионах” [там же].

Таким образом, роль метафоры в экономическом тексте заключается в обеспечении адекватного понимания и, в конечном итоге, в смыслопостроении всего текста.

Фактический материал исследования дает огромное количество примеров использования метафор в “сильных” позициях структуры экономических текстов, при этом в последнее время наблюдается тенденция к их размещению в заголовке экономической статьи. Следует отметить, что отечественные лингвисты говорят о том, что заголовок играет особую роль в тексте [Залевская 2005: 451-452], заголовок рассматривается как “основной актуализатор текстового концепта”, выступает в качестве предтекста и выполняет “прогнозирующую роль с опорой на тезаурус читателя” [Шейгал 2004: 159].

На наш взгляд, метафоры, используемые в заголовках журнальных и газетных статей в год введения евро в обращение (1999) и последующие за ним, были нацелены на привлечение внимания читателя к проблемам, связанным с конкурентоспособностью новой валюты по сравнению с американским долларом, а также к проблемам объединения Европы в валютный союз. Например:

- Россия и “евро”: проблему проспали;
- Старт “зоны евро”;
- Рынок евровалют – ключевое звено международной системы;
- Война валют;
- Новый курс Европы;
- Плавильный котел;
- От “плавильного котла” к “салатнице”;
- Euro – dollar: attachez vos ceintures (Евро – доллар: пристегните ремни);
- L’Europe grandit et se soude (Европа растет и “сваривается”);
- Euro: le double jeu des banquiers (Евро: двойная игра банкиров);

- Six mois après la naissance, l'euro flirte avec le dollar (Спустя шесть месяцев после рождения евро “флиртует” с долларом);
- Un an après: le pari gagné de l'euro (год спустя: пари, которое выиграло евро);
- L'Europe redessine son paysage bancaire (Европа “перерисовывает” свой банковский “пейзаж”) и т.д.

Подход к исследованию метафоры как порождающей смыслы позволил увидеть в ней ключ к пониманию форм репрезентации знаний. По мнению В.Н. Телия, метафора может рассматриваться в качестве модели формирования новых значений, выполняющей в языке ту же лингвокреативную функцию, что и словообразовательная модель, но только более сложную и к тому же действующую “скрыто” и нестандартно [Телия 1996: 135]. Помимо понятия и смысла, считает В.Н. Телия, в описание знакового отношения должно быть введено понятие концепта, экстенсионалом которого является типовой образ (прототип или гештальт-структура), посредством которого формируется как сам концепт, так и условия его референции. Если понятие отражает только существенные признаки объекта и не обеспечивает референцию к несущественным, то смысл отражает конкретную ситуацию со всеми присущими ей подробностями в тех или иных модальных “рамках”. Прототип же соответствует некоторой универсальной или культурно-национальной форме знания, он координирует с понятием и формирует смысл и условия референции [там же: 95].

Ученые, исследующие концепты, сходятся во мнении, что слово своим значением в языке представляет лишь часть концепта, с чем и связана необходимость в словотворчестве, поиски языковых средств, совокупно раскрывающих содержимое концепта [Абелева 2004: 182; Хроленко 2004: 150]. Семантический уровень исследования метафор, образующих тропеические знаки языка экономики, выявляет в качестве основных отношений между ними и экономическими реалиями те, которые

устанавливаются в ходе категоризации и концептуализации окружающей действительности.

3.2. Роль метафоризации в концептуализации и категоризации реалий мира экономики

Огромный вклад в разработку определения “понятия” внесла теория концептов, а также когнитивная семантика, отличительной особенностью которых был выход за пределы собственно языковых знаний и обращение к знаниям неязыкового, энциклопедического характера в процессе формирования языковых значений и смысла высказывания. В свете общих задач, поставленных данными теориями, центральными при исследовании языковых явлений становятся вопросы, связанные с концептуализацией и категоризацией [см., например, Болдырев 2000; Croft 2004; Jackendoff 1983; Lakoff 1990; Rosch 1997, 1978; Taylor 1995; Vandeloise 2003].

По мнению Н.Н. Болдырева, эти важнейшие познавательные процессы соотносятся с формированием системы знаний (картины мира) в виде концептов и категорий в сознании человека [Болдырев 2004: 24]. На первый план выдвигаются исследования поиска общих концептов, которые могут быть подведены под один знак и которые определяют существование данного знака в системе языка. Структура и содержание концептов (концептуальные характеристики) выявляются через значения языковых единиц (слова, словосочетания и т.д.), репрезентирующих данные концепты. Ученые, работающие в этом направлении, признают, что каждая языковая единица репрезентирует только часть концептуальных характеристик, значимых для коммуникации. В то же время за счет этих характеристик слово включает данный концепт в мыслительную деятельность, обеспечивает к нему доступ, в результате чего могут активизироваться и другие концептуальные характеристики (скрытые, ассоциативные), которые данным словом непосредственно не передаются. Как показывают

многочисленные исследования, этим объясняется механизм появления переносных, метафорических и метонимических, значений [Болдырев 2000, 2001; Дубовая 1997; Попова 2001; Орлова 2000].

В отечественной лингвистике накоплен огромный опыт исследований категоризации окружающей человека действительности с помощью метафор. Анализируя семантический треугольник: концепт – прототип (денотат) – реалия из мира “Действительность”, В.Н. Телия подробно останавливается на роли метафоризации в процессе категоризации. Последняя онтологически предшествует концепту, через категоризацию создается типовой образ и формируется “прототип” (гештальт-структура). Выполнение знаковой функции состоит в “проекции концепта имени на референт как названную в языковом выражении реалию – подлинный объект из мира “Действительное”, чувственное восприятие которого может осуществляться по памяти” [Телия 1996: 97].

Н.К. Рябцева, описывая процесс “опредмечивания” непредметных сущностей, событийных, психологических, ментальных и социальных, подчеркивает роль “принципа наглядности” в языке. Этот принцип проявляется в способе описания – по образу и подобию (восприятия) предметного мира. В результате действия такого мощного семантического механизма язык развивает дополнительные, переносные, метафорические и метонимические значения. Таким образом, лексическая и грамматическая семантика языка становятся “осмысленными и мотивированными, а не произвольными; естественными, удобными и “здравыми”, а не строго логичными, формальными и искусственными; адекватными мышлению человека, объяснимыми, а не вычисленными автоматически; глубинно и системно связанными, согласованными и взаимодействующими, а не случайно и хаотически сосуществующими и пр.” В результате происходит “визуальная ориентированность” естественного языка, знания о мире, полученные перцептивно и воспринимаемые человеком через призму собственного “я”, способствуют подсознательной категоризации. Например,

море категоризуется как открытое пространство, а озеро (тоже водоем, емкость) – нет. Так или иначе, делает вывод Н.К. Рябцева, объекты и явления категоризуются на основе здравого смысла, т.е. в соответствии с практическим опытом носителя языка, а не в соответствии с их “научной” таксономией [Рябцева 2004: 454-458].

Исследуя процессы понимания художественных текстов, Н.И. Колодина называет категоризацию внешней действительности важнейшей функцией языка, которая обеспечивает процесс познания. При этом человеку свойственно совершенствовать категориальный аппарат своего мыслительного процесса, совершенствуя средства абстрактной мыслительной деятельности в ходе понимания сложных закономерностей объективного мира [Колодина 2001: 71-72].

Проведенный нами анализ фактического материала выявляет те категории, с помощью которых создается типовой образ, служащий основой для “опредмечивания” абстрактных понятий, отражающих явления и события мира экономики, а также конкретных понятий, которые представляют в нашем сознании субъектов экономической деятельности. Под *категорией* мы, вслед за В.Г. Гаком, понимаем наиболее крупные объединения семантических компонентов [Гак 1966: 145-146]. В качестве самой продуктивной категории, служащей источником ассоциаций при формировании тропеических знаков, нами выявлена категория “человек”, в которой можно выделить следующие суб-категории: “родство”, “игроки”, “артисты”, “военные” и “части тела”. Сравнение мира экономики через метафору и метонимию с самим человеком и со всем, чем он непосредственно занимается, соответствует проявлению *антропометрического* принципа, согласно которому человек – мера всех вещей и который является составной частью *антропоцентрической* парадигмы, определяющей развитие лингвистики XXI-го века.

Анализ свидетельствует о том, что метафорическая репрезентация ЭП чаще всего происходит как следствие категоризации экономических

отношений в терминах родства. А.Ф. Лосев указывает, что при любых логических представлениях человеку очень трудно забыть о том, что у него есть родители и дети, что на протяжении всей своей жизни он по рукам и ногам связан родственными отношениями, и что родство – это не случайное явление, а глубокое и неискоренимое [Лосев 1991: 402]. А.Т. Хроленко считает, что термины родства “доминантны” у русских [Хроленко 2004: 154].

Проведенное нами исследование продемонстрировало, что перенос представлений о земных родственных отношениях на формирование сложного понятийного аппарата экономики как науки оказывается естественным, удобным и мотивированным. Внеязыковая реальность в образе родственных отношений играет роль стимула в трактовании зависимостей между и внутри экономических субъектов: предприятия репрезентируются через метафору как *дочки–матери*:

“Для открытия *дочернего* банка нужен капитал, а в филиал банк вкладывает ровно столько денег, сколько нужно для содержания офиса – кредитовать можно исходя из возможностей *материнской* конторы” [ПЖ 2005 № 36: 34].

“В рамках межфирменной задолженности долг казахстанских *дочерних* компаний перед *материнскими* в структуре ВВД составляет свыше 50%” [ВЭ 2004 № 11: 146].

Руководитель и создатель предприятия представляется как *отец* или *крестный отец*. Основанием переноса является ассоциация по сходству: с отца начинается род, отец или крестный отец представляется как опора и защита других членов семьи. Продукты, сделанные по образу зарубежных аналогов представляются как *близнецы* (*близнецы* иностранных сотовых).

В терминах родства категоризируются отношения между странами, которые представляются через метафору как семейные, братские (Россия – *старший брат*, города-*побратимы*), родственные и даже соседские, что в русском сознании приближается к категории родственников:

“... в следующем году больше всего кредитов Россия выделит нашим дальним *sosедям*, а не близким “*родственникам*” по СССР, как это было в прежние годы” [ПЖ 2004 № 46: 21].

Обыгрывание метафорой темы родственных отношений приводит к репрезентации понятия объединения предприятий либо стран через ассоциацию о заключении брака, создании семьи. Так, предложение о продаже акций российского автопредприятия иностранному инвестору показано через метафоры: *сделать “официальное” предложение и АвтоВаз на выданье* [АН № 49 2007: 9]. Наоборот, распад экономического и политического союза представляется как *цивилизованный развод*. Так, Россия показана через развернутую метафору как женщина, которая “*в расстроенных после развода чувствах, не знает, то ли еще раз выйти замуж то ли дать обет безбрачия и обречь себя на одиночество и бездетность*” [ПЖ № 24 2005: 21].

Во французских текстах в терминах родства представляется образование европейских стран в экономический союз: *l’Union Européenne – c’est une famille d’états-membres* “Европейский союз – это семья стран-членов”; *la Communauté européenne était la fille de la Seconde guerre mondiale* “Европейское сообщество было дочерью второй мировой войны” и т.п. Анализ также свидетельствует о продуктивности использования метафор, основанных на ассоциациях с семейными отношениями, для репрезентации понятий, отражающих слияние предприятий и создание филиалов. Например:

“*Les journaux économiques ressemblent, ces temps-ci, au “Carnet” du Figaro: pas une semaine sans que soit annoncé un mariage entre les grands*” [Р 1998 № 1324: 74]. Ср.: В последнее время экономические журналы стали похожи на “Дневник” Фигаро: не проходит и недели без объявления о “бракосочетании” (т.е. слиянии) между крупными предприятиями.

Языковая репрезентация понятий, отражающих субъектов экономических отношений, происходит также в терминах, описывающих

соревнования, игры, военные операции и театральные представления. Основанием метафорического переноса служит представление реалий мира экономики таким образом, как если бы человек принимал участие в выполнении определенных действий: соответствовал определенным правилам (игра по правилам или нет), искал правильные ходы, рисковал, имел товарищей по команде или противников, боролся, побеждал или терпел поражение и т.д. Например, в следующем высказывании описание сложных межгосударственных отношений, устанавливающихся в контексте глобализации, идет через обращение к терминам “игры”:

“Пора преодолеть сам тип внешнеполитического мышления в *плоскости* как бы одной “шахматной доски” (или хуже – одного “бильярдного стола”). Новая множественность мировых полюсов – не то же самое, что битва более двух “ферзей” в одной международной *игре*. Сама “игра” идет в разных измерениях: экономическом, культурно-идеологическом, коммуникационном. И в каждой такой “плоскости” – свои *ведущие игроки*, свои правила и закономерности” [Глоб.: 112].

В приведенном примере, во-первых, категоризация окружающей действительности через ассоциацию с игровой “плоскостью” отражает процесс осмысления новых реалий, как если бы человек размышлял над шахматной или бильярдной партией. И в том и в другом случае ассоциация помогает подчеркнуть сложность ситуации и необходимость продумывания “ходов”. Во-вторых, через категорию “игра” показаны отношения между государствами. Эти отношения соответствуют определенным правилами (как в любой игре), и в них вовлечены участники (*ведущие игроки*), самые значительные характеризуются как подобные самым главным шахматным фигурам – это *два ферзя*.

С помощью “военных” метафор в следующих контекстах отражается конкурентоспособность новой валюты евро, а также урегулирование валютных отношений:

“... l’euro a déclenché une guerre commerciale” (евро развязал коммерческую войну) ...; “... l’euro entraîne une guerre des “Monnaies” en Europe (евро ведет войну валют в Европе) ... ”; “il faut passer à l’attaque” a lancé le patron des patrons italien” (надо перейти к атаке – речь идет об инвестициях) ...; “l’Union européenne part en guerre contre les tarifs jugés exorbitants que la Chine pratique” (Евросоюз идет на войну против чрезмерных тарифов, практикуемых Китаем) ... [F 2006 № 19322: 24].

В приведенных примерах основанием переноса служит идея решительных действий. Через категорию “война” показано, что у новой валюты есть возможности конкурировать с другими мировыми валютами, и она активно их использует.

Метонимическая репрезентация ЭП, как следует из анализа фактического материала, часто является результатом категоризации явлений экономики в терминах, представляющих части тела человека. Как указывает Е.В. Рахилина, в типологии подобная модель называется “human-body part model” и считается наиболее распространенной, причем в разных языках выбираются разные части тела [Рахилина 2000: 253]. Добавим, что разные части тела выбираются для метонимической репрезентации понятий обыденного или научного языка, а также языка той или иной науки. Так, с введенного Адамом Смитом понятия, отражающего регулирование рыночных отношений и вербализованного метонимией (отношение *часть* → *целое*) - *невидимая рука рынка*, в языке экономики началось активное использование телесных метонимий. Ассоциация с рукой оказалась настолько точной (рука как часть тела персонифицируется в виде серьезной властной силы), что стала символизировать руководство: *сильная рука* – руководитель предприятия, *надежные руки* – человек, которому можно доверить дело, *правая рука* - главный помощник руководителя, *железная рука* – твердая, бескомпромиссная политика руководства и, наконец, *рука Москвы*, демонстрирующая авторитет российской столицы. Как это показано в словаре политических метафор, метонимическому

переосмыслению подвергаются и устаревшие обозначения “руки”, также отражающие властные структуры: *карающая десница, державная длань* [Баранов 1994: 93]. А в следующем примере словосочетание *bras gazier du Kremlin* “газовая рука Кремля” символизирует силу Газпрома и его роль для европейских стран:

“Moyennant quelques 300000 dolars par an, l’ancien chancelier s’est reconverti en propagandiste de Gasprom, *bras gazier du Kremlin*, qu’il représente à la tête de la société germano-russe chargée de construire, sous la Baltique, le futur gazoduc nord-européen ...” [Expr.]. Ср.: Получая 300000 долларов в год, бывший немецкий канцлер переквалифицировался в агитатора Газпрома, газовой руки Кремля, который он представляет, возглавляя германо-российское предприятие, занимающееся строительством, под Балтийским морем, будущего североевропейского нефтепровода.

Как результат познаний из области “наивной анатомии” [Урысон 1995], экономические отношения категоризируются в терминах других органов и их функций: голова (*à la tête de l’entreprise, головное предприятие, глава* компании), лицо (*доверенное лицо* фирмы, *лицо буржуазии*), плечо, локоть (*плечо* государства, чувствовать *плечо, локоть*), скелет, костяк (*костяк* коллектива, общества), организм вообще (экономический *организм*), а также органы человеческого тела. В этой связи, А.И. Степанов говорит о возможном апеллировании не только к “внешнему опыту”, но и к “внутреннему”, когда в результате длительного самонаблюдения человек вычленил важную роль такого органа, как *сердце* [Степанов 2004: 369]. В экономических текстах через метонимию *сердце* обозначается важнейшее место чего-либо, сосредоточие, например:

“Франция всегда была мотором интеграции и *сердцем* Евросоюза” [ПЖ 2005 № 21: 64].

Ассоциация с другим, не менее важным органом, мозгом, позволила репрезентировать ЭП, отражающие умственную деятельность: *обработка мозгов, промывание мозгов, утечка мозгов, мозговой трест (центр)*,

мозговой штурм, покупать (скупать) мозги, свежие мозги, le retie méninges (мозговая атака). Так, например, в следующем контексте система управления предприятиями характеризуется как *железные мозги*:

“Чем сильнее предприятие мухлюет с налогами, “черными кассами”, тем больше воруют из кармана хозяина. “Железные мозги” легко справляются с этой бедой” [АН 2007 № 42: 9].

Наоборот, ассоциации с отсутствием “телесности” подчеркивают недееспособность руководителя, его нерешительность или зависимость от других лиц: *марионетка, кукла, зомби, труп*, либо закрытость и желание не показать свои истинные намерения - *маска*.

В качестве источника метонимического переосмысления могут выступать и другие внутренние органы и системы человека. Так, латинская и византийская традиции современной Европы представляются как “два легких, которыми она дышит” [ПЖ 2004 № 45: 82], а в следующем примере финансовый рынок России сравнивается с “кровеносной системой” человеческого организма:

“Ключевой сферой в выработке этой позиции является финансовая система как *кровеносная система* всего экономического *организма*” [ПЖ 2005 № 36: 33].

Явление глобализации показано во французском примере через сравнение планеты с человеческим организмом, пульс которого можно почувствовать в любом месте:

“Chacun, où qu’il soit, peut sentir à tout momemt *battre le pouls* de la planète” [LF 2003 № 50: 22].

По особенностям тела, его частей, черт характера и одежды формируются наименования групп людей, прозвища отдельных политических и экономических лидеров, дается их моральная и психологическая характеристика. Так, в русском языке появились обозначения оценочного характера для лиц, имеющих отношение к руководящим постам: *киндерсюрприз, маленький компьютер, рыжие, белые*

и пушистые, тяжеловесы, толстосумы. Словарь политических метафор, собранных А.Н. Барановым и Ю.Н. Карауловым, демонстрирует многочисленные примеры характеристики вдохновителей экономических идей с использованием литературных персонажей:

“*Мальчиши-Кибальчиши*” Гайдара, которые составляют оптимальный маршрут для буржуинов, резко выделяются в Совмине, составляют его мотор”; “В который уже раз в русской истории быстрые *чацкие* вдруг вытесняют “правильным курсом ползущих” товарищей *молчалиных, дуболомов-скалозубов и самих Фамусовых!*” [цит. по: Баранов 1994: 226-227].

Во французском и в русском языках через синекдоху обозначается социальная прослойка служащих – *cols blancs, белые воротнички.*

В следующем примере финансовое положение региональных властей характеризуется следующим образом: “трясущие дырявыми карманами”. В тропеическом знаке соединились метонимия (*дырявые карманы* – часть от целого, т.е. представления о бедности вообще) и метафора, ассоциирующая представителей власти региона с бедняками, которые *трясут* дырявыми карманами, возможно, демонстрируя отсутствие денег:

“... региональные власти, готовые на все возникающие проблемы охотно *трясти дырявыми карманами*” [ПЖ 2005 № 6: 37].

Подчеркивая антропоцентрический характер процесса метафоризации, исследователи метафор объясняют механизм образования метафорического значения как категориальный сдвиг, при котором из толкования мотивирующего значения “удаляются семантические признаки, связанные с участником-человеком” [Розина 2004]. С другой стороны, человек может быть и объектом восприятия, номинации и дескрипции средствами других кодов, среди которых, по мнению С.М. Толстой, наиболее продуктивными оказываются растительный и животный [Толстая 2004]. В экономическом тексте вегетативная метафора используется, например, при обозначении становления нового поколения людей, занимающихся бизнесом:

“Однако под сенью титулованных патриархов экономики переходного периода уже расцвела и окрепла *молодая поросль* постсоветских экономистов. Они-то и будут определять направления и методы дальнейшего развития страны” [ПЖ 2004 № 27: 21].

Е. Шестопап отмечает, что ассоциации с животными, запахами, цветами – это метод, который в психологии получил название: “архетип коллективного бессознательного”. И основанием тому служит тот факт, что в фольклоре у животных есть устойчивая социальная роль [Шестопап 2005: 72-73].

Фактический материал нашего исследования свидетельствует о том, что значимые события, происходящие в странах Европы, довольно часто находят отражение в зооморфных метафорах, характеризующих роли, которые играют страны-участницы в этих событиях, а также отношение к ним социума. Так, неспособность Евросоюза противостоять решениям правительства России в связи с войной против Южной Осетии, развязанной Грузией, и их неоднозначное восприятие странами Европы выразилась в метафорах *бумажный тигр* (ЕС), *старые голуби* (старые страны ЕС, как, например, Франция) и *молодые ястребы* (молодые члены ЕС, например, Польша и Словения).

С процессом категоризации тесным образом связана **концептуализация** ментальной сферы. Образы и ассоциации, лежащие в основе метонимического и метафорического переносов, выступают в качестве “сырья” при формировании экономических понятий и отражении их концептуальных характеристик. Так, согласно наблюдениям Н.К. Рябцевой и Н.Ф. Спиридоновой, простейшее перцептивное понятие – прямая линия – оказывается удобным и естественным способом концептуализации множества сложных и ненаблюдаемых явлений, результатом чего становится развитие более абстрактных, не физических значений у слова “прямой”: *прямое следствие, прямые выборы*. Особенно характерны ровные поверхности для разного рода артефактов и для

индустриального пейзажа (*потолок, стены* и пр.), которые по определению должны быть прочными и надежными – устойчивыми к внешнему воздействию. Ассиметричные же объекты – согнутые, искривленные, изменившие свою форму – воспринимаются, как неспособные выполнять свою функцию (*переломный момент, поворот* и т.д.) [Рябцева 2004; Спиридонова 2004].

Н.К. Рябцева поясняет обилие метафор, основанных на ассоциациях с “прямыми” объектами и движением по прямой тем фактом, что прямая линия является “прямым воплощением антропоцентричности в восприятии мира, который получает новое, привнесенное в него человеческим глазом” [Рябцева 2004: 462-463]. Как бы продолжая эту мысль, Е.В. Падучева указывает на то, что многие семантические поля концептуализуются с помощью “языка пространства”, т.е. через обращение к физическим объектам и их перемещениям [Падучева 2004].

Добавим к этому, что фактический материал нашего исследования свидетельствует о значительном увеличении использования в последнее время “прямых” объектов, с помощью которых осуществляется метафорическая репрезентация экономических понятий. Это, прежде всего, земная и водная поверхности (*champs, поле, espace, пространство, ландшафт, paysage, пейзаж, волна, поток, русло*), движение по этой поверхности (*бег, дрейф, отток, отлив, перелив, утечка, écoulement* “вытекание, течь”), а также различные артефакты, создающие иллюзию пространства: плоского и всеохватывающего (*сеть, цепочка, réseau, tissue* “полотно”, *игровое поле*), либо надстроенного и ограниченного (*échiquier, шахматная доска, бильярдный стол, прокрустово ложе, зеленая миля, крыша*). Так, при репрезентации всей сферы влияния государства используются концепты ‘поле’ и ‘игровое поле’:

“Главная задача государства – определение правил игры на всех *игровых полях* ... оно формирует законодательное *поле*, обеспечивает выполнение и контроль за принимаемыми законами” [ПЖ 2004 № 28: 3].

Подводя итог анализу способов концептуализации мира экономики через пространственные ассоциации, отметим, что перенос значения, во-первых, основан на идее прямой линии (или ровного пространства), во-вторых, на ассоциациях с движением в направлении прямой линии (или по данному пространству), в-третьих, на сравнении через метафору с искусственным созданием ограниченного пространства. К последнему типу могут быть отнесены многочисленные масонские метафоры, репрезентирующие ЭП, отражающие ценовую политику, а также налоговые отношения: *валютный коридор*, *niches fiscales* “налоговые ниши”, *несущая конструкция*. При этом в русском и французском языках могут наблюдаться некоторые несовпадения. Так, во французском языке слова *plafond* “потолок” и *plancher* “пол” означают, соответственно, верхний и нижний пределы колебания цен. В русском языке метонимически представлено только первое понятие – *потолок*. Установление потолка на валютном рынке не должно позволить естественному движению курсов экономических валют *пробить потолок* [Бернар 1997 Т.II: 342-344]. Огромное количество проблем, возникающих в экономике, концептуализуется через ассоциацию с искривлением прямой линии, ее прерыванием или разрывом: *финансовая дыра*, *размывание позиций СНГ*, *испытательный ухаж для правительства*, *экономический тупик*, *выражи реформ*, *les dérapages inflationnistes* “инфляционные заносы” и т.д. Например:

“... еще недавно и в наиболее проатлантических странах Европы, и в США существовали опасения по поводу того, что Россия может, образно говоря, *вбить клин* в союзнические отношения ...” [МЭИМО 2003 № 12: 22].

Различные концепты, отражающие реалии окружающего мира, могут быть использованы в качестве источника формирования экономических понятий. Т.В. Крылова описывает метафору “веревки” как условное наименование для большого класса образов, в основе которых лежит

представление о наличии некоего начала, ограничивающего свободу движения объекта или же фиксирующего его в определенном положении. Степень свободы поведения человека в обществе концептуализуется в терминах, представляющих сдерживание, неподвижность: пояса, веревки, узды, оковы, винты, гайки (*разболтанный, скованный, зажатый, закрутить гайки*) [Крылова 2004].

Однако следует помнить, что смысловое содержание тропеического знака всегда связано отношением интерпретации в соответствии с “коллективным бессознательным” в пространстве категорий или установок культуры, которые, по словам В.Н. Телия, представляют собой “неписанные законы собственно человеческого бытия в “море житейском”. И, например, метафора *завинтить гайки (у)* в значении ‘сильно повышать требования, усилить строгость’ не соотносится с базовой метафорой “отнять свободу воли – это лишит свободы действия”, а соотносится скорее с технической ситуацией [Телия 1996: 255].

Проведенное нами исследование демонстрирует, что репрезентация экономических объектов в терминах “опоясывания” пересекается с пространственными метафорами. Так, в следующем примере страны, присоединяющиеся к Евросоюзу, категоризируются как *пояса интеграции*, т.е. территории, занимающие периферийное положение по отношению к центру (*ядру*). Степень соотношения с центром может регулироваться так же, как может регулироваться фиксирующее положение пояса (различная степень *притяжения, разноскоростная интеграция*):

“... в связи с мощным расширением Европейского союза прорабатывается концепция *разноскоростной, разноуровневой интеграции*, предполагающей наличие интеграционного “ядра” (т.е. ЕС) и интеграционных *поясов* с различной степенью *притяжения* к нему...” [МЭИМО 2003 № 5: 111].

С помощью механических метафор, основанных на идее скручивания – раскручивания (*приводной ремень, levier “рычаг”, tour de vis*

“завинчивание”, *ressort* “пружина”), фиксирования и торможения (*freinage* “торможение”, *ancrage* “анкеровка”, *pivot*, *стержень* и т.п.) часто показана зависимость одних экономических объектов от других. Например: “La disparition de la menace soviétique, laquelle avait joué comme un des *leviers* de la construction européenne, conduisit la Communauté ... ” [LF 2004 № 53: 6]. (Исчезновение советской угрозы, которая играла роль европейского рычага, привело Сообщество ...); “la mondialisation ... *freine* l’augmentation des salaires ” [ЭМ: 174]. (глобализация ... тормозит увеличение зарплат); “La BCE, Banque centrale européenne, est *le pivot* du système” [DF: 34]. (Центральный европейский банк – стержень системы).

Сегодня вопросы метафорической концептуализации разрабатываются отечественными лингвистами применительно к разным областям знания, которые, тем не менее, пересекаются с экономическими проблемами. Так, метафорам медицинской терминологии посвящены работы С.Л. Мишлановой [Мишланова 1998], С.В. Лебедевой и О.С. Зубковой [Лебедева 2006; Зубкова 2006], метафоры русского политического лексикона исследуются А.П. Чудиновым [Чудинов 2004], А.Н. Барановым [Баранов 1994], Н.А. Красильниковой [Красильникова 2007]. Все исследователи называют особенно продуктивной для формирования понятий, показывающих кризисную экономическую ситуацию, медицинскую метафору. По словам С.В. Лебедевой и О.С. Зубковой, образ “больного тела” является распространенной метафорой неблагополучия, коллективным символом, а среди “заболеваний”, которыми страдает государство, самыми распространенными являются такие опасные инфекции, как *чума* и *лихорадка* [Лебедева 2006: 42]. Наше исследование демонстрирует формирование представления о неблагополучном положении в экономике по ассоциации с целым “букетом” диагнозов. Так, экономика отдельных стран показана как *exsangue* “обескровленная”, *scléroseé* “склеротическая” и *ossifiée* “закостенелая”, российская экономика – как *простуженный*, *ослабленный организм*, находящийся в состоянии

критического недомогания, и даже как *больной СПИДом*. Выражаясь метафорическим языком, такая экономика требует *оздоровления, лечения, лекарств*, для оживления ее надо *лечить*, давать *лекарство*, ей можно даже предложить *виагру* – *viagratiser l'économie*.

Отечественные лингвисты, исследующие явления языка, все больше интересуются сегодня тем, что язык скрывает и подразумевает. Характерный лексикон или глоссарий рассматривается как надводная часть айсберга, в то время как его невидимая и при этом большая часть, как это признают ученые, особенно важна для процесса познания [Кубрякова 1998; Маковский 1997]. Исследование “скрытой” части экономического лексикона демонстрирует, что репрезентация научных знаний не может обойтись в современную эпоху интеграционных процессов без подключения к общей системе формирования научных понятий. А.И. Степанов говорит о том, что 9/10 этой “подводной части” языка составляет бессознательный рационалистический лексикон (в основном технический и математический): *включить рычаги* влияния, *нагрузка* на правительство, *социальное напряжение*, *маховик* перестройки, *двигатель* торговли, *вектор* развития, *орбита* влияния, *разделение и баланс* властей, *общественные пропорции* и т.д. [Степанов 2004: 34].

М. Минский сравнивал использование таких аналогий, позволяющих применить знания и опыт, полученные в одной области, для решения проблем в другой области, с “могущественным инструментом мышления”: именно таким образом, по мнению ученого, осуществляется распространение знаний от одной научной парадигмы к другой. Человека, умеющего пользоваться таким способом мышления и выражения идей, М. Минский характеризовал как “достаточно развитого” [Минский 1988].

Продемонстрируем в качестве примера, как авторы толкового экономического и финансового словаря разъясняют использование термина из области техники для отражения реалии мира экономики. Это слово *décollage*, *взлет*, которое, поменяв значение, стало обозначать фазу развития

экономики, отмеченную появлением автоматизма хозяйственного роста, на следующем основании:

“Это понятие, пущенное в оборот американским экономистом Ростоу, не может быть описано с помощью точных формул, количественных величин или пропорций, но дает выразительный образ развивающейся страны, вступившей на порог перемен. И действительно, взлет летательного аппарата происходит в тот момент, когда скорость, приданная ему искусственными средствами, становится достаточной для того, чтобы крылья самолета обрели подъемную силу, которая при искусственном происхождении имеет вполне естественный характер. Самолет при этом превращается из наземной машины в летательный аппарат благодаря вступлению в действие ряда новых самовоспроизводящихся явлений” [Бернар 1997 Т.І: 539].

Многочисленные примеры демонстрируют, что через ассоциации с устройствами, приводящими в действие механизмы, концептуализуются развитие и продвижение вперед (*внутренний двигатель, moteur* “мотор”, *démarrage* “пуск”). Например, задача интеграционных процессов в современном мире представляется через развернутую метафору, сравнивающую интеграцию с механической сборкой деталей:

“... в настоящее время начинается интенсивный процесс интеграции мира, “сборки” автономных национальных узлов в глобальный агрегат жизнедеятельности человечества” [Глоб.: 11].

Сегодня в русском языке наблюдается концептуализация явлений мира экономики через метафоры, основанные на специальных знаниях из области геологии. Осмысление сложных процессов размежевания, суверенитетов, спадов и распадов происходит с опорой на идею быстрого передвижения, перемещения и разлома земной поверхности, что создает эффект скорости изменений (положительных или отрицательных): *подвижки, обвал, сдвиг, прорыв, лавина, складки*. Например:

“... кроме того, неизбежны очередные *подвижки* в деле реформирования естественных монополий” [ПЖ 2005 № 46: 52].

Экономическое понятие, отражающее состояние рынка, на котором спрос и предложение плохо увязываются друг с другом, показано в русском и французском языках через язык гидродинамики: *viscosité*, *вязкость*, *текучесть* [Бернар 1997 Т.II: 688]. Если пользоваться терминологией из области гидравлики, то понятию *вязкости* противопоставляется понятие свободного течения операций - *fluidité*. Понятие, характеризующее движение товаров и ценностей, обозначается экономистами как *flux*, *поток* по аналогии с понятиями, используемыми в физике или биологии (потoki жидкости, приливы и отливы в океане, выделения жидкостей из организма и т.п.) [Бернар 1997 Т.I: 746-747]. Следует также отметить, что в экономическом тексте понятия, формирующие одну лексико-семантическую группу, могут репрезентироваться в терминах экономики из другой лексико-семантической группы. Такой прием позволил автору статьи показать, что объединение стран в европейский союз основывается не на социальных правилах, а на законах рынка:

“Левые участники этого “нечестивого союза”, собственно, не столько евроскептики, сколько противники именно этой конституции. Они сочли, что она увековечит концепцию Евросоюза как “*рынка*”, а не как “общества”, как *царства конкуренции*, а не царства солидарности” [ПЖ 2005 № 21: 64].

Как явление диаметрально противоположное “парадигмальным прививкам” в язык экономики терминов из других областей теоретического знания, отечественными лингвистами отмечается размытость границ между разными коммуникативными сферами, нивелировка типов речи, в том числе и официальной. В этом случае в ход идут разного качества и приличия словесные игры, и в пылу изобретательства снимаются этические и эстетические табу. Такие приемы характеризуются В.Г. Костомаровым как относящиеся к стилю “гранж” – желание пофрондировать, соригинальничать, как-то “переставить мебель”, чтобы изменить

привешуюся обстановку, просто даже “похулиганить” [Костомаров 1999: 41]. Так, например, отношения между Россией и Западом представляются автором одной из статей как отношения между *любовником-обольстителем* и *насильником-импотентом* [ПЖ 2005 №6: 44]. В другой статье мы читаем, что знаменитое путинское “*Замочим в сортире!*” “попало точно в десятку” после бессилия больного Ельцина [АН 2007 № 41: 3].

По мнению ряда исследователей, в последние годы в русском языке пересеклись два лексических потока: уголовный жаргон и иностранные, преимущественно английские термины. Первые преследуют цель “понравиться” народу, объясняться с ним на предельно понятном и близком языке [Глухов 2001], что отразилось в метафорической и метонимической номинациях. В качестве примеров авторы приводят жаргонные заимствования: *синяя крыша* – криминальная структура, опекающая мелкий и средний бизнес; *красная крыша* – милицейская структура, выполняющая аналогичные функции [Марьянчик 2005: 25]. В конце перестройки были изобретены оскорбительные клички и обидные ярлыки: *красно-коричневые* через ассоциацию коммунистов с фашистами; *семья* об окружении Ельцина, что в ту эпоху ассоциировалось с мафиозным кланом [Кара-Мурза 2004: 108].

С.С. Беркнер отмечает, что в годы чеченской войны возник новый и не вполне понятный политический термин *зачистка* [Беркнер 2001: 87]. Данный термин пришел из языка техники, в толковом словаре русского языка мы находим толкование слова *зачистить* - “загладить, заровнять (конец, край, поверхность чего-н.)”, например: зачистить напильником, зачистить срез [Ожегов 1997: 225]. Термин получил следующее значение в политическом лексиконе русского языка: “уничтожение или удаление людей, представляющих с точки зрения властей опасность, с какой-то территории (города, села, дома)” [Солганик 2002: 231]. Он оказался также удобным для вербализации идеи устранения нежелательных последствий экономического характера, высвобождения свободного места в любых

сферах российской экономики, и используется в вариантах *зачистка*, *зачищать*, *чистка*, *расчистка*. Например:

“Банкиры России обреченно ждали, с кого начнется показательная *зачистка* ...” [ПЖ 2004 № 25: 28]; “Касьянов что-то замыслил для себя на 2007-2008 г.г. и заранее “*зачищает*” возможных соперников на ожидаемом маршруте по дебрям правительственной бюрократии” [ПЖ 2004 № 25: 3]; “Сама личность Виктора Зубкова и его предыдущая должность свидетельствуют о том, что мы на пороге большой “*чистки*” чиновничьих рядов от людей, дискредитировавших себя ...” [АН 2007 № 41: 4]; “Это искусственное стимулирование экономики со стороны государства, *расчистка* - с помощью протекционизма – внутреннего рынка для своих производителей ...” [ПЖ 2004 № 28: 3].

Как в любой профессиональной деятельности, в сфере экономических отношений существуют словечки, которые могут быть отнесены к жаргонизмам, некоторые из них основаны на переносе значения. Так, экономисты говорят о недостатке продукции промежуточного потребления, средств производства, рабочей силы и т.д. как об *узком месте*, *goulot* “горлышко бутылки”, *goulet* “узкий проход” [Бернар 1997 Т.II: 27]. Финансирование полученного кредита за счет собственных средств интерпретируется как *откорм*, т.е. ситуация, когда предприятие *nourrit* “кормит” собственные краткосрочные коммерческие векселя и долговые требования, храня их в своем портфеле вместо того, чтобы обратиться к банкам [там же: 273]. Физическое или юридическое лицо, приобретающее акционерную компанию без согласия ее правления и использующее в этих целях процедуру покупки на открытых торгах, обозначается как *налетчик* [там же: 436].

Концептуализация явлений мира экономики может основываться на реальных событиях, произошедших в жизни определенного круга людей. Описание этих событий становится необходимым контекстом для осмысления переноса значения. Например, шахтерам перестали давать

казенное пайковое мыло, которого не было в продаже, что послужило началом выступлений в родных городах, а потом в Москве. Это реальное событие послужило поводом для выбора в качестве средства его описания языкового знака, основанного на ассоциации по смежности: “А все так просто начиналась – с кусочка обыкновенного мыла, на котором *поскользнулась* недоперестроенная советская власть” [ПЖ 2005 № 2: 63].

Волна сериалов, охватившая современную Россию, стала причиной концептуализации экономических событий через ассоциации с кинематографом. Например, в русском языке появились такие метафоры, как *политический парк юрского периода* для характеристики бывшего СССР, а для потрясений финансовых структур - *банковский “ужастик”*, *потенциальная страшилка инвесторов* и *сериал на тему ЮКОСа*.

Итак, анализ участия метафоризации в процессах категоризации и концептуализации демонстрирует непосредственную связь с внеязыковой действительностью, которая выражается в характере номинации экономических явлений и объектов, в представлении информации о мире экономики, сравниваемой с фрагментами наивной или научной картины мира (исходные понятия), и имеет социальный характер. Анализ отношений между предметами и явлениями экономической действительности и их обозначениями в языке через метафоры демонстрирует, что последние выполняют главную функцию знака – знак замещает реальные вещи; в структуре метафоры как языкового знака всегда можно обнаружить предметы (явления), обозначенные данным знаком. В ментальной (концептуальной) системе человека осмысление реалий мира экономики отражается в виде формирования экономических понятий.

3.3. Типы экономических понятий, репрезентированных метафорами

В теории номинации, т.е. изучении того, как понятия находят свои наименования, существуют два дополняющих друг друга направления. Одно

берет за основу внешнюю сторону слова и задается вопросом, какое понятие с ним связано. Такое направление называется “семасиологией” (от греческого *sēmia* - значение). Другое направление берет за исходный путь понятие и устанавливает, какие обозначения и наименования имеются в языке для этого понятия. Эта отрасль называется “ономасиологией” (от греческого *onomasia* - наименование). Последнее направление языкознания привлекало интерес многих исследователей, поскольку позволяло увидеть и проанализировать связь между словом и условиями внешнего, а также внутреннего мира человека [Гак 1966, 1998; Попова 2001; Банкова 2005]. По мнению В.Н. Телия, ономасиологический путь исследования (от неязыковой реалии – через способ ее номинации – к значению знака) позволяет учитывать не только образно-мотивированные способы концептуализации обозначаемого, но и “место” знака в идеографическом пространстве языковой картины мира [Телия 1996: 259].

Анализируя причины, которые вызвали репрезентацию ЭП через метафоры, мы выявили три большие группы понятий мира экономики, “схваченных” тропеическими знаками.

Первую группу представляют ЭП, которые составляют базу экономической науки, такие как ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ГОСУДАРСТВО, РЫНОК, РЕФОРМЫ, КРИЗИС, ЦЕНЫ, ДЕНЬГИ, ВАЛЮТА. Они сформировались в период становления экономических отношений, устоялись в концептосферах исследуемых языков, с самого начала получили в языках метафорические выражения, которые не воспринимаются сегодня нашим сознанием как таковые. Ассоциации, на основе которых осуществлялся метафорический или метонимический переносы, “стерлись” из памяти. Чаще всего эти понятия представлены в терминах строительства, механики, войны, частей тела и действий человека, физических явлений. Например:

- государство – *механизм, орудие, mécanisme, instrument;*

- валюта – *коридор, ходит, la marche, l'ancrage* “якорная привязка”;
- деньги – *тают, (l'argent) fonde*;
- власть (руководство) – *рука, la main*;
- цены – *замораживаются, прозрачны, transparent*;
- реформа – *битва, la bataille*;
- кризис – *шок, le choc*;
- экономическое предложение, (реклама) – *двигатель, le moteur*.

К ЭП данной группы мы относим также те, которые родились благодаря развитию синтагматических отношений со знаками семиотики цвета, зоосемиотики, карточной семиотики. Таким образом появились следующие тропеические знаки:

- *l'or bleu, голубое золото* – газ; *l'or noir, черное золото* – нефть;
- *“blue chip”, “синие фишки”* - ценные бумаги;
- *медведи* и *быки* - на бирже игроки на понижение или на повышение;
- *l'atout, козырь* – преимущество и т.д.

Метафоры, репрезентирующие понятия первой группы, относятся к разряду так называемым “стертых” или “мертвых”. ЭП, репрезентируемые ими, не воспринимаются сегодня как “окрашенные”, “образные”. Однако, как это отмечали Ф. Унгерер и Г. Шмид, именно существование подобных метафор свидетельствует в пользу подсознательного выбора человеческим разумом метафорических значений как языкового способа представления объектов окружающего мира [Ungerer 1996]. И то, что человек сделал этот выбор, как только появилась необходимость обозначить сформировавшееся в его ментальной системе понятие, свидетельствует о роли метафор в сложном когнитивном механизме освоения экономической реальности: мы не только живем метафорами, мы ими мыслим.

Вторая группа представлена ЭП, формирование которых связано с изменением во времени концептуальных характеристик уже

сформировавшихся понятий. Так, современное видение предприятия как крупного производства, занимающего зачастую огромные площади и высотные здания, отразилось в репрезентации ЭП ПРЕДПРИЯТИЕ русским и французским языками через ассоциацию по сходству – *géant, гигант: металлургический гигант, сталелитейный гигант, индустриальный гигант* и т.п. В то же время мелкие предприятия представляются как *малыши, les petites françaises*. Актуальный на сегодняшний день процесс создания филиалов предприятия – через использование в обоих языках метафор родства *дочернее предприятие, дочка, материнское предприятие, entreprise-mère*. Создание крупных компаний путем слияния или поглощения мелких предприятий как характеристика сегодняшнего дня отражается во французском языке в терминах создания семьи: *se marier* “жениться”, *noce* “свадьба”, *mariage* “женитьба”. Способность оказывать помощь другому предприятию показана через фразеологизм, основанный на символике цвета - *chevalier blanc*, “белый рыцарь” или через метафору *донор*.

Метафорическая репрезентация ЭП второй группы связана с расширением или уточнением содержания существующих в экономике понятий. Новые концептуальные характеристики, которые в результате использования метафоры добавляются в содержание ЭП, иногда прямо противоположны тому представлению об объекте (явлении) из мира экономики, которое существовало до этого. Так, понятие БАНК всегда ассоциировалось с представлением о надежности и честности, однако метафора *banques sont passagers clandestins* “банки – это безбилетные пассажиры”, употребленная в следующем примере, утверждает противоположное - банк может не платить, то есть не выполнять обязательства; он ищет уловки, чтобы не платить страховую премию, пользуясь несовершенством системы страхования:

“L'imperfection de l'information entre les banques commerciales, d'une part, et les déposants, d'une autre part, aboutit à ce que certaines banques sont

devenues “*passagers clandestins*” ... elles ne paient pas une prime identique à celle acquitée par leurs concurrentes” [ЭМ: 282]. Ср.: Несовершенство информации между коммерческими банками, с одной стороны, и вкладчиками, с другой стороны, приводит к тому, что некоторые банки становятся “безбилетными пассажирами” и не платят страховую премию, как их конкуренты.

К ЭП второй группы можно отнести те понятия, которые отражают экономические отношения определенного этапа и на какой-то период входят в концептосферу того или иного языка, а потом быстро исчезают. В качестве примера можно привести наименование новых премий во французском автомобилестроении по фамилиям французских премьер-министров Балладюра и Жюппе, при которых они были установлены (“балладюретки” и “жюппетки”):

“Dans le domaine de l’automobile, les primes offertes (“*balladurette*” et “*juppette*”) ont seulement différé l’affaiblissement inéluctable des achats” [ЭМ: 44].

Метонимическая закономерность “одно через другое” послужила основанием для фиксирования средствами языка новых отношений между работодателями, французским монетным двором (*la Monnaie*), и рабочими, которым стали выплачивать особые премии, позже отмененные:

- la prime *de savon* (премия “мыло”) – рабочие имели право на 1 кг мыла в год и 20 минут в день на душ;
- la prime *de balai* (премия “метлы”) – рабочие, согласившиеся на 20-минутную уборку помещения перед работой, в качестве премии получали дополнительный час свободного времени;
- la retraite “*coup de chapeau*” (пенсия “снимаю шляпу”): в год, предшествующий пенсии, рабочие получали дополнительную премию от предприятия, чтобы иметь больший показатель при начислении пенсии (*coup de chapeau* = приветствие, выражаемое снимаемой шляпой) [F 2006 № 19322: 22].

Таким образом, анализ метафорической репрезентации понятий второй группы свидетельствует о роли метафоры в познании изменяющейся экономической реальности, о возможностях обозначить и охарактеризовать новые изменения, иногда неожиданные, у объектов и явлениях, привычных и знакомых воспринимающему субъекту.

Третью группу составляют новые ЭП, которые находятся на стадии формирования, и для вербализации которых используются метафоры. Приведем в качестве примера понятия, появившиеся в связи с проведением саммитов глав развитых индустриальных стран мира. После первой встречи министров финансов США, Великобритании, Франции и Германии в 1973 году и последующих дискуссий с приглашением на них министра финансов Японии во французской прессе появилось выражение “*groupe des Cinq*” или “*G-5*”. Затем проводились встречи глав государств, на которые приглашались руководители перечисленных стран плюс Италия и Канада, и стали говорить о “*sommet du G7*” и о “*G7*”. В 1995 года глава российского государства Б.Н. Ельцин, хотя Россия еще не была официальным участником саммита, был приглашен на встречу в Лионе, а в 1996 году глав государств принимала Москва. Именно тогда родилось словосочетание “*les Septs + Un*”, а затем с включением России – “*G8*” [LF 2003 № 50: 3 - 4]. В русском языке присутствуют соответствующие аналоги: “*большая семерка*”, “*большая восьмерка*”. Все перечисленные словосочетания основаны на метонимическом переносе с указанием на количество стран-участниц, число которых говорит о хронологии событий.

С регулярным проведением саммитов главными вопросами обсуждения становились экономические вопросы, подготовкой которых занимались личные представители глав государств, в свою очередь окруженные небольшой группой сотрудников. Новая реалья, отраженная чувственным восприятием, “спроецировала” выбор в качестве “тела” знака слова *sherpas* (*шерпы*). В толковом словаре русского языка зафиксировано следующее значение этого слова: “народ, населяющий высокогорные

районы Восточного Непала, а также соседние с ними районы Индии. Шерпы-горовосходители (проводники альпинистов)” [Ожегов 1997: 894]. По видимому, перенос значения произошел согласно ассоциации *проводники альпинистов* → *помощники глав государств в подготовке саммитов*, учитывая, что во французском языке слово “*sommet*” имеет прямое значение “вершина горы”, а переносное - “встреча на высшем уровне” [Robert 1991 Tome VIII: 840]. Метафорический перенос значения из концептуальной области, отражающей путешествия в горах, в концептуальную область экономики основан на доминантном признаке “помощник того, кто поднимается вверх”.

То, что понятие, отражающее наличие у глав государств помощника, подготавливающего проведение саммита, находится в стадии формирования, подтверждается, в свою очередь, многократным лексическим описанием *sherpas* “шерп” с развертыванием метафоры до нового витка: они “*gravent les pentes du sommet*” – “поднимаются по склонам” саммита, как по вершине горы. По образу непальских носильщиков (“*a l’instar des porteurs népalais*”) они готовят саммиты, а сами остаются в тени их руководителей или правительств (“*restent dans l’ombre de leurs chefs d’Etat ou gouvernement*”). Образ (концепт) проводников или “непальских носильщиков”, который лежит в основе ассоциации, сохраняет при переносе значения лишь одну характеристику: они поднимаются на вершину горы вместе с теми, кто по рангу занимает гораздо более высокое положение. Остальные характеристики источника и ЭП расходятся прямо противоположно. Шерпы-носильщики никак не могут быть дипломатами и финансистами, работать в министерстве, находиться близко к президенту, выполнять самую важную функцию и иметь помощников (еще одна метафора - *sous-sherpa*) достаточно высокого ранга. Все это мы узнаем о шерпах - личных представителях глав государств:

“Il s’agit généralement de diplomates ou de financiers. Mais ils peuvent avoir une formation plus atypique. En France, le sherpa est toujours un proche du président ... Les sherpas occupent une fonction de la plus haute importance”.

“Il est secondé par deux sous-sherpas, l’un pour les questions financières, la chef du service des Affaires internationales du ministère de l’Economie ..., l’autre pour les questions diplomatiques, le directeur des Affaires économiques et financières du ministère des Affaires étrangères ...” [LF 2003 № 50: 4].

Две наиболее остро противоборствующие тенденции современного мира - столкновение глобализации и национально-этнического самоопределения – послужили началом формирования двух понятий, отражающих основные проблемы экономического развития нового тысячелетия, и противоборство между которыми отражается в языке. Речь идет о понятиях ОБЪЕДИНЕНИЕ и СУВЕРЕНИТЕТ. Фактический материал свидетельствует о том, что оба понятия репрезентируются с помощью метафор. Сущность процесса объединения передается с помощью строительных метафор, метафор пути, транспортных, механических и пространственных и даже театральные метафор, основанных на идее соединения частей в одно целое. Например:

“Распад СССР породил у европейцев соблазн исправить ялтинский мир и принять под сень *общего дома* целый ряд выпавших на некоторое время из Европы стран” [ПЖ 2005 № 24: 50].

“Varsovie, Budapest, Prague, les cités baltes ... retrouveront de plein droit la place que l’Histoire leur reconnaît dans le *concert* européen” [LF 2004 № 53: 4]. Ср.: Варшава, Будапешт, Прага, балтийские страны ... по праву найдут место, которое История им уготовила в европейском концерте.

Через развернутую метафору создается в следующем примере эффект убедительности в необходимости процесса глобализации по сравнению с процессом национального самоопределения. Если первый ассоциируется с общим домом или с сетью Интернета, то второй - с рамками отдельных квартир:

“Выходя за рамки “*национальных квартир*” отдельных государств, мир становится похож на развернутую *сеть* по типу *Интернета со множеством узлов и сплетений* ... символом современной эпохи стал Интернет, при помощи которого все участники мирового сообщества “*управляют*” миром и вместе с тем никто не имеет всеобщего контроля над ним” [Глоб.: 11].

Понятие СУВЕРЕНИТЕТ часто репрезентируется с помощью переноса значения. Например, в одной из статей речь идет о проекте, который носит метафорическое название “*Крепость Россия*”, авторы которого призывают отгородиться от враждебного России мира и построить по своему разумению на основе доброго национализма новый русский мир [ПЖ 2005 № 24: 50-51]. Метафора основана на общем признаке, который характерен для источника (крепость) и для цели (страна) – обе могут быть изолированы.

В другом примере используется ассоциация с геологическим термином – “*складкой*”, перенесение этого образа в область экономики помогает представить, как небольшое государство отделено от остального мира:

“Уменьшаем масштаб карты и на микрорегиональном уровне находим такую же *силовую складку*: например, Абхазию и Южную Осетию, которые воспроизводят глобальную орбиту недоверия к локальной империи – Грузии ... *Геополитические складки*, имеющие подобную структуру разнонаправленных страхов и ожиданий, создают условия для иерархии суверенитетов и стратифицированных параллельных альянсов” [там же: 51].

В качестве новых ЭП, находящихся в стадии формирования, выступают понятия, отражающие взаимоотношения, которые складываются между странами-членами ЕС, а также отношения между Европой и, с одной стороны, США, с другой – исламским миром. Эти отношения репрезентируются, согласно исследованиям А.И. Степанова, через метафоры *тень* или *сустав* и *шарнир*, через которые устанавливается

подобие “гибким сочленениям ЕС с соответствующими смежными блоками” [Степанов 2004: 311].

За счет метафор показаны также отношения между Россией (в образе “старшего брата”, что подразумевает некоторое покровительство) и бывшими союзными странами, представляемыми теперь в образе “соседей”:

“Россия продолжает изображать “старшего брата” и имитировать имперскую политику, наши *соседи*, опасаясь призраков имперского прошлого, пытаются искать свое место на Западе...

России необходимо избавиться от синдрома “старшего брата”, реально признать новые нации на постсоветском пространстве равными себе” [ПЖ 2005 № 21: 58].

Отличие ЭП третьей группы от ЭП, образующих вторую группу, состоит в том, что отношения, в которые вступают означаемое и означающее в структуре языкового знака, осмысливаются на фоне более крупного контекста, эти отношения базируются на продуктивных, творческих ассоциациях, объясняемых при помощи ссылки на историю и традиции лингвокультурной общности. Примеры метафорической репрезентации ЭП выделенной нами третьей группы свидетельствуют о широких творческих возможностях человеческого разума, способности фантазировать и делать неожиданно точные сравнения, основываясь на выборе именно той характеристики, которая позволяет познать и определить “ускользающие от разума” понятия, а также об открытости и незавершенности познания.

Фактический материал свидетельствует также об активном использовании метафор для репрезентации новых понятий, рождающихся с новым поворотом общественно-экономических отношений. Причины появления новых и иногда неожиданных значений старых слов по большей части заключаются в изменениях общественной жизни, в развитии производства и других областей человеческой деятельности, а также в развитии мышления.

Анализ материала показал, что понятия, сформировавшиеся в период создания единой экономической Европы и вербализованные через перенос значения, есть “понятия, получившие свое *научное осознанное выражение*” [Гальперин 1981: 13, выделено нами – Н.Б.].

Характеристики, представленные с помощью метафор, могут изменяться со временем. Так, если в период введения в обращение единой европейской валюты формирование понятия ЕВРО в концептосферах русского и французского языков сопровождалось метафорическими репрезентациями путем ассоциации с новорожденным, то в связи с провалом референдумов по приему общеевропейской конституции появилась новая метафора. Через ассоциацию по сходству с состоянием болезни она передала информацию о сложностях валютного объединения Европы: *неизлечимое заболевание и Европы, и евро* [ПЖ 2005 № 23: 47].

Незавершенность и открытость процесса формирования ЭП, отражающих постоянные изменения картины мира экономики, проявляется в параллелизме использования метафор, репрезентирующих данные понятия. Так, в статьях отечественных ученых-экономистов, опубликованных в научных журналах, в которых освящаются проблемы реального хозяйственного сближения России и Запада, выявляются метафоры, с помощью которых формируются аналогичные понятия. Сравним:

- “*Европа*” и “*Европейский союз (ЕС)*”;
- “*европейское экономическое пространство*” и “*общее европейское экономическое пространство*”;
- “*общий европейский дом*”, “*Большая Европа*” и “*более широкая Европа*”.

Эти понятия еще не вполне понятны россиянам, не до конца определены и расплывчаты. Объяснение этому в том, что они находятся в стадии формирования, и поэтому метафоры, выбираемые для их

вербального выражения, часто берутся в кавычки, которые по мере привыкания могут постепенно убираться.

Анализ фактического материала дает достаточное количество примеров метафорической репрезентации постоянно возникающих новых экономических понятий. Например, сближение России и Европы представлено как “*врастание*” в мировой глобальный рынок [Вест. МУ 2004 № 1: 104]. Отсутствие альтернативы присоединения России к ЕС показано как невозможность “*переварить*” Россию [там же: 109].

Понятие “Большая Европа” характеризуется как новая версия горбачевской концепции “*общего европейского дома*”, которое применительно к России отражает нерешенность вопроса об ее месте в Европе [МЭИМО 2003 № 5: 20].

Возможности стратегического партнерства Евросоюза и России после кризисных ситуаций представлены метафорой как “надежда на то, что Европейский союз возьмет на себя роль *локомотива*, который вытянет российско-западные отношения из создавшегося *тупика*” [МЭИМО 2006 № 12: 9].

Понятие “более широкая Европа” включает не только Европу, но и его центр, периферию и полупериферию. Центр метафорически представляется как *ядро* государств [МЭИМО 2003 № 5: 29].

Примеры метафорической репрезентации членов ЕС (более подробно стран Балтии) приводятся в работе Н.Н. Клочко [Клочко 2006].

Проведенное нами исследование позволяет продемонстрировать метафорическую репрезентацию стран ЕС, как старых, так и новых, а также соседствующих с ними, в следующей таблице.

Метафорическая репрезентация стран членов ЕС и других стран

метафорическая репрезентация	экономическая реалья	источник примера
страны-доноры	наиболее крупные государства ЕС	ВЭ 2006 № 11: 118
страны-соседи	ЕС и Россия	МЭИМО 2006 № 12: 12
страны-второго эшелона	Грузия	ПЖ 2005 № 24: 51
страны-сателлиты	Абхазия и Южная Осетия	ПЖ 2005 №24: 51
страны-аутсайдеры	страны Балтии	ВЭ 2006 № 11: 119
страны-друзья	Беларусь, Молдавия, Украина, Россия	Вест. МУ 2004 № 1: 106-107
старослужащие	страны - члены ЕС с его основания	ПЖ 2005 № 23: 47
европейские “новобранцы”	страны - недавние члены ЕС	ПЖ 2005 № 23: 47
“новобранцы” интеграции	страны - недавние члены ЕС	ПЖ 2006 № 13: 6
15 старых членов	страны со дня основания ЕС	МЭИМО 2007 № 5: 58
группа (страны) ЕС-10	10 присоединившихся стран	МЭИМО 2007 № 5: 58
страны-изгой	страны с непопулярными режимами, от которых исходит угроза терроризма	МЭИМО 2003 № 5: 20
“стыковые” страны	Беларусь, Украина	МЭИМО 2003 № 5: 111

Приведенная таблица демонстрирует высокую продуктивность использования метафор для вербализации ЭП, формирующихся в условиях создания экономически новой Европы.

Итак, ономаσιологический подход к исследованию (от понятия к слову) позволил нам выявить возможности обозначения экономических

понятий в русском и французском языках через метафоры. Выбирая за исходную точку понятие, мы проследили время “схватывания” его “телом” знака, и таким знаком очень часто оказывается тропеический знак. Классификация ЭП, “схваченных” тропеическими знаками, имеет для нас прикладной характер, она позволила подтвердить, что та сторона тропеического знака, которая связана с ЭП, демонстрирует отношение с временным фактором. С другой стороны, выбор метафор в качестве знака для замещения внеязыкового объекта в системе языка, соотносённый с традициями, может быть продемонстрирован моделирующими возможностями тропеических знаков.

3.4. Метафорическое моделирование как отражение общекультурного и национального сознания

Термин моделирование широко используется сегодня как особая форма любого научного исследования, как специфическое средство отображения человеком изучаемых объектов с помощью аналогов, “заместителей”, т.е. моделей. Ю.В. Рождественский видит истоки моделирования как метода “изображения” представления предмета в диалоге Платона “Кратил”. Именно принцип моделирования позволяет разрешить спор между Кратилом и Гермогеном: “модель всегда отражает сущность вещи, потому что она тождественна вещи” [Рождественский 1996: 71]. По словам А.А. Леонтьева, моделирование того или иного объекта предполагает “конструирование другого – реального или воображаемого – объекта, изоморфного данному в каких-то существенных признаках” [Леонтьев 1965: 41]. Соединяя через абстрактное структурирование чувственное и рациональное познание с учетом общих черт содержания знаний, этот метод позволяет, кроме того, вычленивать и различия в этом содержании, а также соотносить полученные выводы с действительностью.

Структурно-семиотический метод, несмотря на признанные недостатки, в основном связанные с формальным подходом к исследуемым явлениям, показал, тем не менее, основной принцип построения моделей: выявление среди единиц языка, с одной стороны, величин стабильных, с другой - переменных или изменчивых, а также ориентированность на смысловую функцию языковых явлений [Ревзин 1977; Molinié 1986, 1989]. Как рассуждал В. Пропп, в реальном мире не существует общих понятий, но они есть в сознании человека, и с их помощью “мы познаем мир, раскрываем его закономерности и учимся управлять им” [Пропп 2001: 464]. Таким образом, уже в рамках структурной лингвистики метод моделирования характеризовался включением в него человека, осмыслением той части опыта, которая ограничена человеком и воспринимается самим человеком.

Существенный вклад в разработку метода моделирования применительно к явлениям языка внесла когнитивная лингвистика. Она позволила преодолеть формализм структурного метода и определила когнитивную модель как способ организации знаний человека о мире с помощью определенных структур, как выражение процесса категоризации в естественном языке [Лакофф 1988; Маслова 1989; Пиирайнен 1992; Складаревская 1987; Ченки 1996; Hernández 2004; Martinez 2004; Saint-Gérard 1999; Santibáñez 2004; Sérgio 2002; Ungerer 1996]. Когнитивные модели дают возможность описать “механизмы мышления и образования концептуальной системы человеческого сознания как той базы, на которой мышление протекает” [Кубрякова и др. 1996: 56].

Практически с самого начала появления работ, посвященных метафорическому моделированию, наметились некоторые несовпадения в использовании терминологии. Так, согласно Дж. Лакоффу, в процессе теоретического осмысления явлений и событий реальной действительности человеческое сознание использует четыре типа моделей, среди которых автор различает метонимические и метафорические модели.

Метонимические модели есть проецирование в пределах одной концептуальной области и имеют дополнительную функцию, которая проявляется в способности использовать часть для названия целой модели. Метафорические модели предполагают проецирование моделей одной области на соответствующие структуры другой области [Лакофф 2004: 371].

Исследователи политических метафор А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов, расширительно интерпретируя метафору, т.е. включая в данное понятие и метонимические конструкции, трактуют метафорическую модель как “некоторую понятийную область (область источника в когнитивной интерпретации метафоры), элементы которой связаны различными семантическими отношениями (“выполнять функцию”, “способствовать”, “каузировать”, “быть частью”, “быть примером” и др.), причем каждый элемент модели соединен с другими элементами существенно более сильными связями, чем с элементами других понятийных областей” [Баранов 1994: xv]. Такое толкование, с одной стороны, отличается от классификации Дж. Лакоффа, строго разграничившего метафору и метонимию как модели познания. С другой стороны, определение метафорической модели А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова не противоречит в принципе идеям Дж. Лакоффа. Сравним основные идеи разработанных ими классификаций.

Дж. Лакофф: основанием переосмысления служат опыт или знания, которые хранятся в памяти и по мере надобности извлекаются из нее для соотнесения с познаваемым миром, и выявившего на этом основании такие типы метафор, как онтологические, ориентационные, метафоры персонификации и пр. [Лакофф 1990].

А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов: основа классификации - выявление семантических связей внутри понятийных областей, посредством метафорических моделей концептуализированы все знания о человеческой, наивной картине мира и все типы отношений субъекта к ее фрагментам [Баранов 1994].

Таким образом, в обоих случаях за основу моделирования положен принцип осмысления явлений и событий окружающего мира за счет соотнесения с теми образами и представлениями, которые формируются в глубинах ментальной природы человека.

Дальнейшая разработка проблемы концептуальной метафоры привела исследователей к определению метафорической модели как своеобразного “метафорического концепта”, единицы картины мира, воплощающей в языковой форме общекультурную модель мира [Белютин 2007; Макарова 2006; Скиба 2005; Шайхуллина 2007].

Все работы отечественных и зарубежных когнитологов свидетельствуют о том, что в когнитивной модели языка метафора занимает не периферийное, а центральное место: практически все значения слов связаны друг с другом цепочкой метафорических переносов [Рахилина 2000; Rudzka-Ostin 1985; Janda 1990].

Благодаря работам уральского филолога А.П. Чудинова и его учеников, в отечественной лингвистике стала активно разрабатываться теория метафорического моделирования [Будаев 2006, 2007; Керимов 2007; Пшенкин 2006; Чудинов 2004, 2005, 2007]. Что касается использования метафорических моделей в научных трудах, то они трактуются как принцип построения концепции, фиксирующей как сознательные, так и подсознательные движения мысли автора [Алексеева 1998; Ракитина 2007; Скрипак 2006; Туленинова 2006].

Анализ многочисленных работ, посвященных проблемам метафорического моделирования, а также наше исследование метафорической репрезентации ЭП приводят нас к выводу, что мир экономики моделируется в сознании человека, и в основе этого моделирования находится антропоцентрическая модель. В терминах А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова, это метафора персонификации, т.е. “осмысление неодушевленного как одушевленного”, которая стоит на первом месте среди 53 выделенных авторами моделей из 9525 контекстов

употребления в современном русском политическом языке и насчитывает 912 употреблений [Баранов 1994: xvi].

Следует отметить, что авторы словаря политических метафор разделяют модель ПЕРСОНИФИКАЦИИ и такие модели, как ВОЙНА, МЕДИЦИНА, ИГРА, РОДСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ, БОЛЕЗНЬ, СПОРТ, УГОЛОВНЫЙ МИР, ОДЕЖДА, ОРГАНИЗМ, которые характеризуют либо самого человека, либо тесно связаны с его окружением. В проведенной нами классификации [Бородулина 2006] в группу антропоцентрических моделей объединены все случаи переноса значений, которые основаны на восприятии субъектов экономики (как неодушевленных, так и одушевленных) с действиями и качествами человека, а также на ассоциациях с отношениями между людьми. В эту группу включены модели “человек → экономика”, “болезнь → экономика”, “здоровье → экономика”, “школа/ учеба → экономика”, “семья → экономика”, “война → экономика”, “правопорядок → экономика”, “игра → экономика”.

При общем основании переосмысления, являющимся основой структурирования экономической действительности с помощью метафор, выбор тропеических знаков, наполняющих метафорические модели русского и французского языков, не всегда бывает инвариантным. Наличие вариантов объясняется стереотипным мироощущением и мировосприятием той или иной лингвокультурной общности, и понимание выбора ассоциации способствует проникновению в концептуальную систему русского или французского языков.

В.Н. Телия свела в следующий список источники культурно значимой интерпретации:

1. ритуальные формы народной культуры (поверья, мифы и т.п.);
2. пословицы как прескрипции - стереотипы народного сознания;
3. система образов-эталонов (эталон – это характерологическая подмена свойств человека или предмета какой-либо реалией);
4. слова-символы и слова, получившие символьное прочтение;

5. христианство и его нравственные устои;
6. интеллектуальное достояние нации и человечества в целом: философия мироздания, история, литература и т.п.;
7. сведения о реалиях, которые служат предметом описания в страноведчески ориентированных словарях;
8. внутриязыковые ресурсы культурной интерпретации (по сравнению с перечисленными выше внешними ресурсами): отражение в тропеических основаниях “наивной картины мира”. В связи с данным положением метафоры понимаются как “узлы” или “стержни” языкового отражения, по которым может быть восстановлено воззрение народа в ту или иную эпоху.

Перечисленные источники включают как внеязыковые, так и языковые факторы, которые могут накладываться друг на друга и даже содержать “контрадикторные установки”. В.Н. Телия считает это естественным, поскольку они “выделены по типу знания, соответствующему семиологической природе этих источников, список которых, впрочем, не может быть конечным” [Телия 1996: 240-251].

На наш взгляд, бесспорно, в основе подобного толкования источников метафорического моделирования лежат положения, разработанные одним из родоначальников семиотики Ф. де Соссюром, который в своих размышлениях о произвольности языкового знака пришел к выводу о смещении отношения между означающим и означаемым под влиянием культурно-социальных факторов. Эти факторы способны изменить любую из сторон языкового знака. Традиции, лежащие в основе развития этих отношений, могут покоиться в самых глубинных слоях формирования национально-культурного сознания и проявляться затем в отображении картины мира языковыми средствами.

Как отмечают исследователи российской ментальности В.С. Жидков и К.Б. Соколов, первоначальное сырье для формирования российской общенациональной картины мира представляла древнеславянская картина

мира. Постоянным эпитетом высшего женского божества был “Мать – сыра земля”. В формировании общенациональной картины мира занимали центральное место так называемые рожаницы, верхним божеством был бог земли и неба Род. Культ рожаниц был связан с представлением о продолжении рода и судьбе новорожденного, которому рожаницы определяли судьбу [Жидков 2001: 99–106].

Анализ фактического материала демонстрирует, что план выражения тропеических знаков, образующих антропоцентрическую модель репрезентации ЭП, представлен словами, в значении которых есть указание на зачатие ребенка, рождение человека, его первый опыт в окружающем мире. Например:

- демократия – *любимый дитяти, забеременеть демократией;*
- перестройка – *собственное дитя, детище;*
- исполком Моссовета – *новорожденный кабинет исполнителей;*
- революция – *колыбель;*
- рыночная экономика – *делает первые шаги, рождается (еще не родилась);*
- фермерство – *ребенок;*
- хозяйство – *эмбрион, зародыш* [цит. по: Баранов 1994: 14-15].

Как видим, с помощью данной модели показаны наиболее актуальные реалии для российской экономики. Материал проведенного исследования демонстрирует ее использование для репрезентации ЭП, связанных с образованием Евросоюза и введением в обращение единой валюты: Европа – *колыбель* гуманизма, свободы и демократии; *рождение евро; евро родился;* евро – *новорожденная* валюта; этап *младенчества* евро.

В русском языке экономическое понятие ЕВРО репрезентируется также через ассоциирование с первыми шагами, который делает человек: “евро будет *вставать на ноги*, хотя этот путь труден и конкурентная борьба предстоит жесткая ... евро еще *делает первые шаги* на мировом рынке...” [ДиК 2001 № 3: 61-62].

“ европейская валюта сумела встать за два года не просто рядом с долларом, но и кое в чем впереди него ” [МЖ 1999 № 7: 64].

Использование в качестве источника концепта ДВИЖЕНИЕ (человека) также свойственно русской культуре, в которой жизненный цикл человека часто представляется в виде движения, пути [Арутюнова 1997; Гачев 1998].

По исследованиям специалистов в области межкультурного общения и лингвокультурологии, и русская культура, и французская представляются в образе женщины, но, если для первой характерен образ “Женщины-матери”, то для второй - “Женщины-возлюбленной”. Легкость в любовных отношениях приписывается французскому национальному стереотипу [Zeldin 1990; Гачев, 1998]. Именно поэтому отражение приближения евро по курсу и по стабильности к доллару показано во французском языке через образ “флирта” в модели “человек → экономика”, что можно считать проявлением стереотипного национального мышления:

“Six mois après la naissance, l’euro *flirte* avec le dollar” [M. 1999 le 19 août: 6].

Возможность моделирования экономических событий с помощью метафор не означает замкнутости той или иной модели. Наоборот, в том или ином контексте слово, входящее в ту или иную модель, неожиданно может проявиться в новом ракурсе. Речь идет о том, что представленные нами модели отражают не только общекультурную картину мира, но и национальную, со всеми особенностями, свойственными лингвокультурной общности. Так, французское и русское слово *famille*, *семья*, представляющее ключевую метафору метафорической модели “семья → экономика”, обычно репрезентирует объединение стран в союз. Однако ельцинский период российской действительности дополнил русское слово значением, которое имплицитно подразумевает ближайшее окружение Ельцина, что придало метафоре *семья* культурно-маркированный характер:

“Именно с октября 1993 года, с первой крови в независимой России началась деградация ельцинского режима ... породившего все последующие проблемы и явления включая небезызвестную “*семью*” [МЭИМО 2006 № 12: 8].

Анализ других групп метафорических моделей, также свидетельствует о том, что знаковая сущность метафоризации проявляется в ее национально-культурной специфике. Образное основание интерпретируется с учетом тех фоновых знаний, которые дают представление о реалиях, лежащих в основе “прообраза” метафоризации, ее источника. Так, если во французском языке Франция обозначается через форму, которую она имеет на географической карте, – шестиугольник, то в экономических текстах соответственно *entrepreneurs hexagonaux* интерпретируются как “французские предприниматели” (группа пространственно-ориентационных метафор).

Роль фоновых знаний особенно важна, когда для осмысления метафоры необходимо иметь представление о тех объектах и явлениях, которые характерны только для данной культуры. Так, в следующем примере через строительную метафору репрезентируется понятие ГОСУДАРСТВО:

“Ces trois fonctions ... sont, en fait, souvent *imbriquées*” [ЭМ: 138].

Источник метафоры представляет собой концепт, отражающий способ покрытия крыши черепицей, который актуализирует в ЭП характеристику “последовательно соединенные функции”. Ассоциация со способом строительства привычным для французов, делает метафору культурно-маркированной. В русском языке подобная метафора не была выявлена.

В некоторых случаях сложно определить принадлежность тропеического знака к той или иной модели. Прежде всего, это происходит при “оживлении” “мертвых” метафор. Если этот процесс касается одной смысловой группы за счет указания на дополнительные свойства объекта, то проблем с определением типа модели нет. Например, в следующем примере многочисленные финансовые кризисы и скандалы представляются как

действие “электрошока” на страны “большой восьмерки”. Электрошок – вариант “стертой” метафоры “шок”, в которой действие удара подчеркивается сравнением с мгновенностью и силой удара при электрическом разряде. “Ожившая” метафора остается в группе физических моделей, при этом рисуемый с ее помощью образ критической ситуации становится более ярким:

“La multiplication des crises financiers dans le monde et les nombreux scandales financiers (Enron, Worldcom) qui ont secoué les Etats-Unis en 2002 ont agi comme un véritable *électrochoc* sur le G8” [LF 2003 № 50: 7].

Сложнее обстоит дело, если “оживление” метафоры происходит за счет совмещения различных концептуальных областей, задействованных в механизме смыслопреобразования. Когда эти области противопоставлены друг другу, нагромождение тропических знаков превращает их, пользуясь сравнением авторов словаря политических метафор, в некий “стилистический монстр”, образованный “контрастивными моделями” типа МЕХАНИЗМ и ОРГАНИЗМ: “*нащупать рычаги преодоления “паралича власти”*” [Баранов 1994: хх]. Однако в случае “поддержки” стертой метафоры моделями, связанными с ней потенциально возможными компонентами, данный способ текстопостроения может служить примером актуализации метафоры. Так, структурирование ситуации в регионах в терминах военных действий (*поле битвы, борьба, маневры*) “поддерживаются” идеей интенсивности этих действий, переданной техническим термином (*закаливание*), характеристиками участников действий через транспортные метафоры (*парус, корабль*) и отсылкой к прецедентному тексту (известная песенка О. Бендера в исполнении А. Миронова о “белеющем среди стальных кораблей одиноком парусе”). Все вместе определяет связанность высказывания и актуализирует ситуацию распределения властей в регионах:

“В России есть “*поля битв*”, где *закаливает* плотность олигархов на квадратный метр, где идет бесконечная позиционная *борьба*. В таких

регионах губернаторам приходится искусно *маневрировать, спасая свой “одинокий парус” на фоне “стальных кораблей”* [ПЖ 2004 № 41: 53-54].

Отмечая тот факт, что значительная часть метафор реализуется не отдельно, а вместе, в одном метафорическом контексте, А.Н. Баранов указывает на роль исследования сочетаемости метафорических моделей [Баранов 2003].

Что же касается национальной самобытности, то наиболее ярко она проявляется в моделях, основанных на символах, традициях, преданиях, исторических фактах и в которых репрезентация ЭП осуществляется на основании символики цвета и животных, религиозных и исторических преданий, традиций и событий, в том числе произошедших в недавней жизни социума. В этом смысле любое слово, вызывающее в сознании лингвокультурной общности определенные, свойственные только для данной общности ассоциации, может в данном контексте стать культурно-маркированным.

В современном экономическом тексте национальные стереотипы используются как знаковая форма, представляющая целое (страну) через часть (характерный для данной страны объект или предмет). Именно таким образом с помощью метонимического переноса получили свои названия еврооблигации: *янки бондс* с эмиссией в США, *бульдог бондс* с эмиссией в Великобритании, *самурай бондс* с эмиссией в Японии, *матадор бондс* с эмиссией в Испании, *шоколад бондс* с эмиссией в Швейцарии [ДиК 2001 № 3: 65-73]. При осмыслении переноса значения в сознании реципиента происходит соотнесение созданного с помощью метафоры тропеического знака со стереотипным восприятием страны, выпускающие данный тип облигаций.

Пересечение семиотического анализа средств метафоризации со сферой концептологии, со сферой культуры становится особенно наглядным, когда мы говорим об использовании символа в качестве основания переноса значения. Исследователи языковой картины мира

указывают также на то, что слова (в том числе метафоры) отражают не сами предметы и явления мира, а их видение, навязанное носителю языка, сохраненное в сознании в виде представления или понятия о данных предметах или явлениях [Тер-Минасова 2000: 40].

Проникновение в систему символов, определяющую мировоззрение носителей данного языка и содержащую в себе глубинную информацию об ассоциациях, сложившихся в обществе и его культуре, является важным обстоятельством при осмыслении тропеического знака. По мнению лингвистов, исследующих символ, он имеет более высокий семиотический потенциал по сравнению с образом [Добровольский 1997; Лосев 1991; Лотман 2002; Маковский 1997; Топоров 1995; Langacker 1999]. И.Р. Гальперин определяет символ как “отстоявшийся в нашем сознании знак знака” [Гальперин 1981]. А.Ф. Лосев считает, что символ – это “арена встречи обозначающего и обозначаемого, которые не имеют ничего общего между собой, но в то же самое время он есть сигнификат вещи, в которой отождествляется то, что по своему непосредственному содержанию не имеет ничего общего между собой, а именно символизирующее и символизируемое” [Лосев 1991: 166].

Н.Б. Мечковская следующим образом определяет условия, при которых знак становится символом: “а) высокая употребительность (воспроизводимость); б) наличие коррелятов в семиотиках разных сенсорных модальностей (некоторые авторы связывают генезис символа с художественным образом, т.е. постулируют его существование как минимум в двух семиотиках – в том или ином искусстве и в обыденном сознании. Однако практика показывает, что не только искусство может быть источником символа – крейсер “Варяг”, “Берлинская стена”, “Уолл Стрит” и т.д.); в) семантическая насыщенность плана содержания; г) вхождение в узкую (малочисленную) группу высокопопулярных знаков” [Мечковская 2004: 586].

Исходя из определений символа и условий его образования, мы выделяем в группе моделей, основанных на символах, традициях, преданиях, исторических фактах, следующие типы широко употребляемых (т.е. не единичных случаев) тропеических знаков языка экономики, получивших символьное прочтение:

1. Зоосимволика. Животное как эталон свойств субъекта мира экономики, определяемый либо семантикой слова, либо традициями, может представлять как общий для русского и французского языков символ, так и иметь различия, о чем подробно пишет В.Г. Гак [Гак 1996: 95-97]. Однако в современном экономическом лексиконе, для которого характерно сближение метафорических картин, мы встречаем одинаковые зоообозначения одних и тех же реалий: *mammoth*, *мамонт*, *мастодонт* - старое предприятие, старинный банк, *jeunes loups* и *молодые волки* - молодые и удачливые предприниматели, *Toile d'araignée* и *паутина* - Интернет, *галопировать* и *galoper* - о повышении цен. В русском и французском экономических текстах мы выявили метафору, представленную словом *animal*, *зверь*, с помощью которой Евросоюз характеризуется как не вполне понятная организация, свойства которой еще не ясны (она пока не ассоциируется в сознании социума с каким-либо конкретным животным). Сравним:

“... многим в России и других странах трудно понять, что такое Европейский Союз и каким он хочет быть. В конце концов, ЕС – это сложный и уникальный “зверь”, и его природа меняется...” [МЖ 2001 № 2: 38].

“Elaboré comme une constitution, il doit être soumis à ratification comme un traité. Mais l’Union, cet étrange *animal* politique, n’en est pas à une innovation près pour avancer” [LF 2004 № 53: 24].

В то же время исследователи указывают, что зооморфная модель, при которой человек уподобляется животному, довольно распространена в

русском языке. Примеры из жаргона языка бизнеса приводятся в книге С.Г. Тер-Минасовой:

Рыба на дне океана – экономические шпионы.

Заяц – биржевой маклер.

Бык – тот, кто скупает или сохраняет акции, играет на повышение (рогами снизу вверх).

Медведь – играющий на понижение (бьет лапой сверху вниз).

Овца – спекулянт, ведущий игру вслепую [Тер-Минасова 2007: 221].

В языке экономики тропеические знаки образуются также, основываясь на символах, которые родились из традиций данной лингвокультурной общности. Так, французское финансовое учреждение *Caisses d'épargne (et de prévoyance)* имеет символическое название *Écureuil* “Белка”, которое происходит от фирменного знака, изображающего белку [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 369]. Ассоциация данного финансового учреждения с белкой позволяет показать финансовые операции как сбор и хранение белкой орешков: *l'Écureuil engrange les “noisettes”* “Белка собирает “орешки” (орешки = вклады) [Extran. 1999 № 592: 22].

Другой пример: производитель спортивной одежды Рене Лакост получил прозвище “крокодил” после того, как выиграл на пари у капитана сборной Франции по теннису чемодан из крокодиловой кожи. На знаке его фирмы художник Робер Жорж изобразил крокодила [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 298].

2. Символика цвета. Переносное значение здесь определяется семантикой слова русского или французского языков, традициями либо коррелятом другой семиотики. В первом случае символика цвета стала источником эквивалентных метафорических обозначений ЭП, что прослеживается при формировании тропеических знаков со словами, обозначающими классические цвета – черный, красный, белый. Однако и здесь наблюдаются расхождения, которые подробно анализирует В.Г. Гак

[Гак 1966: 230-234]. Так, слово *blanc* чаще, чем русское *белый* имеет значение “чистый, незаполненный”, что порождает у французского слова значение “пустой, с отсутствием чего-либо”. Сравним:

“Les votes *blancs* et nuls ... participeraient d’un refus de l’offre électorale tout en manifestant la volonté de remplir son devoir civique, celui de voter” [LF 2007 № 66: 31].

“*Пустые* бюллетени ... свидетельствуют о том, что ни один из кандидатов не удовлетворяет избирателя, притом, что желание проявить свое гражданское право – право голоса - проявлено” [LF / Русское издание 2007 № 66: 31].

Согласно исследованию Е.В. Рахилиной, для семантики русского прилагательного *зеленый* существенно обозначение плодов растений. В русской языковой картине мира *зеленый* ассоциируется не с конечной, а с начальной стадией созревания. Существенно и то, что *зеленый* как ‘неспелый’ применяется и к плодам, которые в реальной жизни не бывают зеленого цвета (например, апельсины, рябина). Следующим шагом этой семантической цепочки стал метафорический перенос ‘зеленый как незрелый’ → ‘зеленый как слишком молодой, еще необученный’ [Рахилина 2000: 182-183]. Французское же прилагательное *vert* в отличие от русского *зеленый* не получило такого семантического развития и имеет переносное значение “полный сил, крепкий”. В связи с этим метафора *la Banque verte* метафорически характеризует старейший банк Франции *Crédit agricole* как банк, полный сил. В соответствии с метонимическим переносом значения слова *vert* банк *Crédit agricole* характеризуется также как имеющий отношение к сельскому хозяйству (сравним: партия зеленых, образованная фермерами).

В русском экономическом тексте *зеленый* получает символическое прочтение как доллар. При этом прослеживается тенденция к употреблению единственного числа (по аналогии с рублем). Например:

“Зато есть потеря средств Резервного фонда ... из-за падения курса “зеленого” [АИФ 2008 № 26: 14].

Названия западных политических партий часто получают символическое обозначение через цветообозначения, на что указывает В.Г. Костомаров: *красные* – коммунисты, *оранжевые* – левые социалисты и анархисты, *желтые* – социал-демократы, *зеленые* – либералы, *голубые* – либеральные консерваторы, *синие* – правые консерваторы и т.д. [Костомаров 1999: 149, 156-207].

Обозначение французской экономики как *économie tricolore* также получает символическое прочтение: триколор – флаг Французской республики. *Les Tricolores* “Трехцветные” – таково название всех сборных национальных команд Франции, выступающих под трехцветным флагом Франции.

3. Религиозные символы. Перенос значения в обоих исследуемых языках может определяться представлениями о религиозной картине мира, и тогда он характеризуется оппозициями, которые в этой картине играли ключевую роль: *рай* на небе, *ад* на земле; *бог* – покровитель, *дьявол* – соблазнитель; *ангел* – добро, *черт* – зло. В данном явлении мы усматриваем связь с пространственно-ориентационным представлением *верх* – *низ* (высшее – низшее). История христианства и других религий служит источником ассоциаций, которые закрепились в сознании народа в виде символов: названия священных мест (например, использование в переносном значении названия священного города мусульман, *Мекка*, как символ восхищения, преклонения), атрибуты религии (*крест*). Так, тяжести и заботы экономических реформ часто показаны через метафору, основанную на символе креста:

“... у новой российской власти столько же критиков, сколько и новых забот. *Крест*, что тащит на себе “команда Ельцина”, тяжок непереносимо” [цит. по: Баранов 1994: 180].

Метонимические переносы значения слова *croix*, *крест* дали названия многочисленных наград (*Croix de guerre 1941* “военный крест 1941 года”,

Croix de la Légion d'honneur “крест ордена “За освобождение”), а также организаций (“*Croix d'Or*” “Золотой крест” - общество по борьбе с алкоголизмом; *Международный Красный Крест*).

4. Элементы, восходящие к античной мифологии и древней истории.

Герои и сюжеты мифов получают одинаковое символическое прочтение в русском и французском языках. Например, упоминание *дамоклова меча* как предупреждение о постоянно грозящей близкой опасности (из предания о Дамокле, над которым во время пира подвесили меч на конском волосе). В контексте европейского объединения через ассоциацию с *дамокловым мечом* метафорически показана угроза влияния США на восточные страны Европы:

“Внутреннее разделение ЕС на страны ядра и периферии будет висеть постоянным *дамокловым мечом*, напоминающим о возможности ухода восточноевропейских стран под покровительство США” [ПЖ 2005 № 24: 51].

В этой же статье страны-кандидаты для вхождения в Евросоюз вроде Польши или Турции сравниваются с *троянскими конями*. Троянский конь – это подаренный данайцами (греками) Трое огромный деревянный конь, укрывший в себе воинов, которые, выйдя из него, впустили войско, напавшее на город. Троянский конь стал, таким образом, символом предательства. Через метафору, использующую в качестве источника этот символ, передается настороженное отношение к расширению Евросоюза за счет стран, испытывающих влияние США:

“США играли свою игру, предлагая в качестве кандидатов “*троянских коней*” вроде Польши или Турции: чем больше Европа, тем она более рыхлая” [ПЖ 2005 № 24: 50].

Во французском примере для характеристики экономики предложения используется образ сирен – русалок–соблазнительниц. В греческой мифологии “сирена” – это демоническое существо, полуптица-полуженщина, обитающее на морских скалах и своим сладкоголосым

пением завлекающее мореплавателей в гиблые места. В метафоре заложено предупреждение о возможности быть втянутым в подобное “гиблое место”:

“Autant d’actions qui prennent du temps et, surtout, de l’argent, à un moment où *les sirènes* de l’économie de l’offre sont entendues par une majorité de la population” [ЕН 1994 № 330: 45]. Ср.: Столько действий, который отнимают как время, так и деньги, в тот момент, когда “сирены” экономики предложения услышаны большинством населения.

5. Слова, отражающие реальные культурно-исторические события или явления нового времени и получившие символьное прочтение в результате семантической насыщенности плана содержания. Их современное осмысление описано в толковых и страноведческих словарях. Например, *Клондайк* – неисчерпаемый источник прибыли, доходов (от названия золотоносного района на северо-западе Канады, открытого в 1897г. и вызвавшего в начале 20 в. “золотую лихорадку”) [Толковый словарь русского языка конца XX века 2002: 299].

К данному типу символов мы присоединяем также имена собственные, ставшие нарицательными в результате метонимического переноса и символизирующие политическое руководство стран. В обоих языках это названия столиц и резиденций:

“Трудно предположить, что этого в *Кремле* и в *Белом доме* не ожидали” [ПЖ 2004 № 46: 28].

Сюда же могут быть отнесены такие “знаковые” реалии внеязыковой действительности, как “Берлинская стена” (символ разделения, разобщения):

“Важно, чтобы этот рубеж соприкосновения не стал новой “берлинской стеной”, а полоса “балтийско-черноморского перешейка” послужила бы соединительной линией для двух центров силы” [МЭИМО 2003 № 5: 111].

Мы относим к этой группе символов также артефакты типа *железный занавес*, *rideau de fer*, *пропасть*, *fossé* “яма”, которые долгое время служили

символом разделения между странами социалистической и капиталистической Европы:

“...il faut éviter que ne se crée en son sein *un fossé* entre un Ouest riche et un Est moins développé ... trop longtemps séparées par *le rideau de fer*, nos sociétés se connaissent pas suffisamment” [LF 2004 № 53: 11]. Ср.: нужно избегать создания пропасти между богатым Западом и менее развитым Востоком ... нас слишком долго разделял железный занавес.

“Представляется, что именно *поднятие “железного занавеса”* стало началом конца СССР” [МЭИМО 2006 № 12: 8].

Следует отметить, что символьное прочтение получают некоторые тропеические знаки, образующие другие группы моделей, в результате частотности употребления в данном переносном значении в языке экономики, а также явного пересечения с другими семиотическими культурами. Так, в обоих исследуемых языках под влиянием внутренней семиотики определенные части тела получили символьное прочтение, на чем основано формирование значительного количества телесных метонимий: *рука* – власть, *сердце* – центр, *мозг* – интеллект, *глаза (око)* – внимание и т.д.

Базовые понятия, с помощью которых осмысливается научная картина мира физики и химии, перенесенные в область экономики, также воспринимаются как символы: *пузырь, bulle (financière)* – нечто непрочное (финансовый пузырь), *ядро, pouau (dur)* – образующее центр (например, Евросоюза или предприятия) и т.д.

В обоих языках мы отмечаем также наличие современных символов, представляющих наиболее важные реалии современного экономического развития Европы, как, например, образование Евросоюза и еще шире – процесс глобализации, с помощью которых резюмируется смысл эпохи: *общий дом, maison commune, европейское строительство, construction européenne, большая восьмерка, G8, пространство, espace (поле, champs), Интернет, Internet.*

Возможности появления новых символов, их смена с учетом социально-экономических условий нового времени могут быть прокомментированы следующим образом:

“... если символами холодной войны были стена, разделяющая миры, а также “горячая линия” между Москвой и Вашингтоном, то символом современной эпохи стал Интернет, при помощи которого все участники мирового сообщества “управляют миром и вместе с тем никто не имеет всеобщего контроля над ним” [Глобализация: человеческое измерение 2003: 11].

В русском языке частотность некоторых тропеических знаков, отражающих экономические изменения, связанные со становлением и развитием рыночной экономикой, также способствует их символическому прочтению. Среди новых символов мы отмечаем появление такого термина, как *подушка безопасности*, обозначающего возможное ограждение от рисков. Например:

“Нынешняя бюрократия чувствует себя гораздо спокойнее, если ее оберегает такая мягкая финансовая *подушка безопасности*, как стабилизационный фонд” [ПЖ 2005 № 6: 33];

“Стабилизационный фонд начал формироваться в нашей стране с 2004 г. в целях создания “*подушки безопасности*” на случай ухудшения внешнеэкономической конъюнктуры и в качестве источника средств для погашения внешнего долга” [МЭИМО 2007 № 6: 37].

С другой стороны, проявлением национальной специфики можно считать наличие аналогичных символов, которые согласно источнику переноса значения относятся к разным моделям в русском и французском языках. Например, поведение тех субъектов экономики, которые пользуются общественными благами за счет других субъектов, может ассоциироваться с проездом в транспорте без билета. В русском языке используется стереотипное представление *зайцы* (модель “животные → экономика”), а во французском языке акцентируется безответственное

поведение человека - *passager clandestin* “безбилетный пассажир” (модель “человек → экономика”). На самом деле речь идет об одном и том же. Сравним:

- “Проблема “зайцев” - состоит в том, что “зайцы” преуменьшают ценность общественных благ в надежде извлечь выгоды от взносов и усилий других людей при затратах меньших, чем их собственная предельная полезность” [Вечканов 2002: 473].

- “Passager clandestin – безбилетный пассажир. Логику коллективных действий нельзя свести к логике индивидуальных поступков. Неорганизованная группа людей, имеющих общие интересы и средства их реализации, может ничего не делать для их осуществления. Каждый человек может надеяться на получение выгод в результате общей деятельности, ничего не делая при этом. Нельзя создать коллективное имущество путем поиска людей, готовых обеспечить его финансирование, т.к. каждый будет заинтересован “проехать без билета”. Если большинство людей встанет на подобные индивидуалистические позиции, то возникнут проблемы с мобилизацией усилий и покрытием расходов” [Телон 1996: 80].

Итак, моделирующие возможности тропеических знаков демонстрируют способность структурировать экономическую действительность не только в соответствии с фрагментами обыденной или научной картин мира, но и в соответствии с национально-культурными представлениями носителей языка.

ВЫВОДЫ ПО 3 ГЛАВЕ

1. Семантический анализ тропеических знаков языка экономики позволил выявить связи между исследуемыми языковыми знаками и фиксируемыми ими реалиями внеязыковой действительности. Используя основные положения филологической герменевтики, согласно которым метафоры представляются результатом *столкновения смыслов*, мы

проанализировали *смыслопорождающую* функцию тропеических знаков. Именно столкновение смыслов в структуре метафорического значения приводит к вербализации новых экономических понятий, зачастую не поддающихся чувственному восприятию, а также к отражению средствами языка тех признаков объекта (явления, события) экономической действительности, которые представляются наиболее актуальными на данный момент развития общества. Являясь по сути герменевтической техникой переопредмечивания, метафоризация пробуждает потребность в рефлексии и способствует формированию понятийной картины мира экономики. Репрезентация экономических понятий через метафоры – это удобная и экономная форма репрезентации знаний в соответствии с теми реакциями на отношения, которые координируют знак и реалии окружающего мира, которые он замещает.

2. Анализ на семантическом уровне позволяет определить *тропеические знаки как такие комплексные знаки, которые, используя и развивая смыслы, заключенные в знаковой оболочке “старых” слов, активно участвуют в категоризации и концептуализации явлений и событий мира экономики в соответствии с осмыслением сложных абстрактных (или конкретных) экономических субъектов по образу простых и легкодоступных человеческому сознанию объектов, а также с подключением к общей системе формирования научных знаний. Тропеические знаки представляют собой эффективный способ отражения реалий мира экономики и одновременно их репрезентацию в концептуальной картине мира в виде экономических понятий.*

3. Анализ процесса “схватывания” понятий тропеическими знаками продемонстрировал, что формирование понятий, отражающих мир экономики через ассоциации по сходству или по смежности, определяется *временным фактором*. Временный фактор способствует стиранию из памяти способа опредмечивания и лишает образности те понятия, которые репрезентированы за счет метафор. Такие экономические понятия

составляют первую группу нашей классификации. С течением времени старые понятия обрастают новыми характеристиками, которые могут быть переданы через метафору. Эти понятия входят во вторую группу проведенной классификации. Наконец, новая эпоха экономических изменений в Европе и в мире поставляет новые понятия, часто вербализованные через метафоры. Новые экономические понятия, метафорическая репрезентация которых наиболее ярко раскрывает творческие способности человеческого разума, составляют третью группу.

4. Характер отношений плана содержания тропеического знака обусловлен также *традициями*, существующими в том социуме, который сделал свой языковой выбор в пользу метафор. Анализ моделирующих возможностей тропеических знаков продемонстрировал наличие *национально-культурного восприятия* мира экономики, выявил случаи *стереотипного* осмысления действительности, показал стимулирующую роль *символов* как источников переноса и как связующее звено в общем семиотическом континууме.

5. Исследование на уровне семантики демонстрирует отношения *человек → знак → значение → смысл → реалья мира экономики*. Показано, что выбор этого типа знаков есть выбор человека, либо сознательный, либо сделанный на уровне подсознательного (коллективного подсознательного). Проследить отношение человека к сделанному им выбору позволит прагматический уровень исследования. В следующей, четвертой главе, будут рассмотрены отношения, в которые вступают тропеические знаки и те, кто их формирует, с одной стороны (продуцент), и получает, с другой (реципиент).

ГЛАВА 4

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ

Границы прагматического анализа были исторически определены его соседством в рамках семиотики как науки, с одной стороны, с семантикой, с другой, с синтактикой. Исследователи языковых явлений, пользующиеся семиотическим методом, единодушны в том, что все три измерения семиотики - “лишь аспекты одного и того же процесса”, и “между терминами этих дисциплин обнаруживаются определенные связи” [Моррис 2001: 52]. Так, Ч. Моррис, характеризуя синтактическую структуру языка, связывал условия формирования знаков с реакциями, которые эти знаки вызовут у возможных интерпретаторов, определяя в то же время прагматическую структуру как структуру поведения, в которой формируются отношения между знаковыми реакциями [там же: 59, 73].

Дж. Лич, разграничивая прагматику и семантику, пришел к выводу о необходимости рассматривать эти две дисциплины как дополняющие друг друга: “И семантика и прагматика связаны со значением языкового знака, но различие между ними трактуется с точки зрения разных пониманий глагола “значить”. Семантика отвечает на вопрос “Что означает?”, прагматика отвечает на вопрос “Что вы хотите сказать, употребив слово?” [Leech 1985: 61].

Ю.С. Степанов подчеркивал, что, если синтактика - это сфера внутренних отношений между знаками, семантика – сфера отношений между знаками и тем, что они обозначают, то прагматика есть сфера отношений между знаками и теми, кто ими пользуется, и поэтому ее центральной категорией является *субъект*. С одной стороны, это отношение субъекта, формирующего знаки, к тому, что он формирует: истинность, объективность, предположительность речи, ее искренность или неискренность, ее приспособленность к социальной среде и социальному

положению воспринимающего и т.д. С другой стороны, это интерпретация речи воспринимающим субъектом: - как истинной, объективной, искренней или, напротив, ложной, сомнительной, вводящей в заблуждение [Степанов 2001: 28-29].

Субъективность речи вообще и научной, в частности, является предметом многих исследований, проводимых как отечественными, так и западными лингвистами [Амвросова 1991; Апресян 1993; Вольф 1988; Рахилина 2000; Фененко 2001; Kerbrat-Orecchioni 1980; Poulin 1999].

В научных работах последнего времени показана зависимость языковой формы от прагматики – человеческого опыта, ценностей, правил, норм и установок, регулирующих поведение [Архипкина 2006; Бергельсон 2005; Бурдые 1994; Калашникова 2007; Нифанова 2005; Vonhomme 2005]. Наметилась тенденция интенсивного анализа аксиологической (оценочной) функции языковых единиц, выражающей реакцию пользователя языком на описываемую ситуацию и связываемую с процессами понимания, осмысления [Герасимова 2000; Гуревич 2004; Муранова 2006; Петренко <http://www.akka.ukrbiz.ru>; Рябцева 2004; Садохин 2005; Репеко 2004]. Подчеркивается необходимость не только понять замысел автора, оценить его с точки зрения содержания, но и оценить его направленность и полезность.

Лингвисты, разрабатывающие теорию метафоризации, указывают на необходимость исследования номинативного аспекта метафоры в широком смысле с учетом производимого ею прагматического эффекта, называя в качестве основных отношений, создаваемых при переносе значения, отношения оценочного и эмотивного характера. Это придает экспрессивность, как самим наименованиям, так и высказываниям, в которые их включил человек [Арутюнова 1988, 1997; Рябцева 2000; Телия 1996, 2004].

4.1. Роль прагматики в определении знаковой природы метафор

Выделив в качестве основного принципа при исследовании метафоры антропоцентризм, мы заранее определили за прагматикой ведущую роль как методики установления знаковой сущности анализируемых единиц языка. Знаки формируются человеком, для человека, и, конечно, отношение человека к сделанному им выбору в той или иной степени проявляется в результате знакообразования.

Специалисты-семиотики считают, что с исторической точки зрения в качестве ранней ограниченной формы прагматики можно считать *риторику*. Ч. Моррис указывает на то, что еще в сочинении Аристотеля “Об истолковании” говорится о словах как “условных знаках мыслей, которые общи для всех людей” [Моррис 2001: 71]. Современная риторика, понимаемая как искусство управления общественными процессами и как необходимый инструмент развития деятельности в области образования и культуры, а также и экономики общества, рассматривает отношения людей через речь. Риторика помогает установить: “а) условия, в которых возможна речь (этос), б) направленность содержания изобретения в зависимости от вида речи (пафос), в) уместные средства языкового выражения применительно к условиям и направленности содержания (логос)” [Рождественский 2003: 99].

Согласно А.А. Ворожбитовой, “в русле лингвориторического подхода, т.е. в интегрированном контексте триады Этос-Логос-Пафос”, получает новый импульс развития теория риторических фигур и тропов, которые рассматриваются как “реализаторы”, “экспликаторы и трансформаторы языковых функций, их обратная сторона”, “специфические приемы мыслеречевой деятельности языковой личности” [Ворожбитова 2000: 130-131]. Рассматривая лингвориторические ценности в аспекте языка как речетворческого процесса, лингвист относит традиционные тропы и фигуры к средствам, образующим элокутивное наполнение пафосных

лингвориторических ценностей, и характеризует их как “лингвориторический инструментарий”, который становится “оружием”, если оказывает “запланированное воздействие на сознание миллионов” [там же: 144, 222].

XX век, особенно его вторая половина, а также вступление в новое тысячелетие характеризуются значительным прогрессом социально-экономических преобразований, как в европейских странах, так и в России, которые сопровождаются рождением новых видов языковой деятельности. В качестве общей динамики общественной жизни ученые, как экономисты, так и лингвисты, видят развитие речевой конкуренции как источника изобретения мысли. Так, Ю.В. Рождественский рассуждает о проявлении через речевую конкуренцию разных интересов в политике, экономике, науке и религии и характеризует современное состояние общества как “информационное”, а современное состояние дел в России как “смутное”. При этом ученый говорит о необходимости “получить вместо туманного понятия “ценность” твердые моральные правила, дающие понимание современного состояния дел” [Рождественский 2003: 150-152]. В качестве решения данной задачи он видит рассмотрение истории “общих мест”, которые представляют собой “достояние всех видов словесности”, создаются и выражаются серией синонимов, “эволюционируют под воздействием групповых и политических интересов” и с точки зрения культуры отражают три важнейшие смысловые области: гносеологию (народную), мораль и позитивные знания [там же: 161].

Раскрывая принципы новой риторики, определяя ее роль для обывателя, который мог бы видеть в массе обрушившихся на него слов картину реальности, сознавать свои интересы, интересы других людей, сознательно строить свою жизнь и свое будущее, Ю.В. Рождественский говорит о том, что тип оценки задается так называемым “символическим зонтиком”. Это система символов, которые разрабатываются на основе государственной идеологии, ей обучается население в системе школьного и

внешкольного образования”. “Символический зонтик” служит основой отбора информации, участвует в создании ценностной картины мира в ряду “общих мест”, образует своеобразный культурный слой эпохи [Рождественский 2003].

В этой связи сегодня при исследовании языковых значений на уровне прагматики особое значение приобретает изучение взаимодействия культур “с учетом своего культурного потенциала и потенциала других культур” [Клюканов 1998: 8], а также с целью преодолеть “незнание социокультурного фона, неспособность заглянуть за занавес слов” [Тер-Минасова 2007: 185].

Все выше изложенное свидетельствует о том, что семиотика взаимодействует на уровне прагматики с такими подходами к анализу знаков языка, как *лингвокультурологический* и *культурно-аксиологический*. Что касается первого подхода в плане исследования тропеических знаков языка экономики, то в его основе лежит признание в качестве характерной черты культурной коннотации образно–ситуативной мотивированности, которая напрямую связана с мировидением носителя языка. В разных исследованиях для отражения национально-культурного своеобразия жизни и истории народа, используются такие понятия, как “культурные компоненты”, представляющие типичные ассоциации, обуславливающие дополнительный смысл за счет внеязыковых факторов [Вернер 1998]; “лингвокультуремы”, совокупность “имен вещей”, открывающих путь к познанию сущностей [Степанов 1985]; “концепты мировидения”, “словесно-образные лейтмотивы текста”, “этноэидемы”, образы, сравнения и символические употребления [Этнопсихоллингвистика 1988]. Их анализ может служить ключом к познанию психологии народа, пониманию его системы ценностей, а также отделению ценного от малоценного и временного, функционального. В этом смысле интересны исследования Г.Д. Гачева, Д.С. Лихачева, Р.Д. Льюиса, П. Мореля, С.Г. Тер-Минасовой и других лингвистов. В них делается попытка национальной

детерминированности образа мира, предметных значений [Гачев 1998; Гулинов 2002; Корнилов 2000; Лихачев 1999; Льюис 1999; Тер-Минасова 2000, 2007; Родин 2002; Gruère, Morel 1991; Rey 1999; Zeldin 1990; Regards d'étrangers sur la France http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/france_829/label-france_5343/les-numeros-label-france].

Прямая связь категорий ценности и оценки с культурой нашла выражение в формировании особого ракурса при рассмотрении языка и языковых явлений, определяемом как культурно-аксиологический. Он основан, с одной стороны, на трактовке понятий культуры в ценностном аспекте, а с другой – на признании за языком статуса глобальной человеческой ценности, имеющей свое особое место в контексте культуры. Применение культурно-аксиологического метода до недавнего времени не было выделено из числа других и не было наделено статусом относительной научной самостоятельности. Но с 80-х годов XX века в отечественной лингвистике появились работы, в которых трактуются аксиологические проблемы языка и отдельных языковых единиц [Анашкина 1996; Арутюнова 1988; Рахманова 1985]. Так, Н.Д. Арутюнова выделяет следующие группы оценок: оценки, связанные с ощущениями, чувственным опытом; сублимированные оценки (этические и эстетические); рационалистические оценки, связанные с практической деятельностью, практическими интересами и повседневным опытом человека. Их основные критерии: физическая или психическая польза, направленность на достижение определенной цели, выполнение некоторой функции, соответствие установленному стандарту [Арутюнова 1988]. Оценки, в основание которых положена прагматическая значимость в форме ценности, принято называть аксиологическими. Акты оценивания, эмоциональные переживания, поступки, связанные с выбором и экспликацией предпочтений, являются самыми фундаментальными аспектами человеческого опыта.

Аксиология (от греческого *axios* – ценность и *logos* – слово, понятие) – это “учение о ценностях, теория общезначимых принципов, определяющих

направленность человеческой деятельности, мотивацию поступков” [Гуревич 2004: 137]. Каждая культура может быть представлена как набор конкретных ценностей, разделяемых большинством ее представителей. Ценности, родившиеся в истории человеческого рода как некоторые духовные опоры, упорядочивают действительность, вносят в ее осмысление оценочные компоненты, придают смысл человеческой жизни.

Рассуждая над текущими проблемами журналистики, Р. Барт указывал на то, что “всякая власть, или хотя бы видимость власти, всегда вырабатывает аксиологическое письмо”, где слово “одновременно становится и средством констатации факта, и его оценкой” [Барт 2001: 336]. Согласно В.Н. Телия, на рациональную оценку оказывает влияние внутренняя форма значения, а стилистическая маркированность самым непосредственным образом связана с характером мотивации. Еще более “изысканные” имплицативные связи характерны для культурной коннотации. Так, слово *баба* “хранит память” о простонародности, отмечая подозрение в интеллектуальных способностях, изысканных манерах, но настаивая, что она – сильная, решительная и т.п. [Телия 1996: 127].

Связь внутренней формы с характером оценки, по мнению Т.В. Крыловой, часто показана за счет создания антонимичных метафорических пар, например, *разболтанный* и *подтянутый*, *распустить* и *подтянуться*, т.е. на акцентировании отсутствия – наличия “сдерживающей силы” [Крылова 2004: 142-145].

Точкой отсчета, с которой начинается оценочность, является норма, устанавливаемая тем или иным социумом. Как пишет С.Г. Тер-Минасова, для культуры понятие нормы является особенно важным, потому что “все поведение человека, его реакции, его мировоззрение определяются нормами его родной культуры и его родного языка. ... Человек рождается в определенную культуру, и ему немедленно навязываются – в большой степени посредством языка – определенные нормы жизни в обществе” [Тер-Минасова 2007: 25].

Оценка также социально обусловлена: ее специфику можно усмотреть в том, что она есть “знание социума о самом себе и о собственном отношении к тем или иным явлениям отражаемой объективной реальности” [Шабес 1989: 160]. Оценка несет отпечаток “картины мира”, присущей социуму, к которому принадлежит субъект. Согласно В.Н. Телия, когнитивное содержание рациональной оценки – это “мнение субъекта оценки о положительной или отрицательной ценности обозначаемого”. Оценка определена знанием “неписаных, но узуальных норм ценностной картины мира, которая основана на обиходно-бытовом образе мира, сложившемся в данном языковом коллективе, и на его жизненной философии”. В.Н. Телия уверена, что индивидуальное, социально-групповое и т.п. видение мира создает свою ценностную картину мира. Так, для одних религия может представляться как “опиумом для народа”, а для других – духовной пищей и нравственным канон. Это значит, что оценка может быть фиксированной (не меняться): осел – всегда упрямство и глупость, поскольку вряд ли упрямость и глупость могут в нормативно-ценностной картине мира обрести положительную оценку; и нефиксированной (флуктуирующей). Последняя меняется в зависимости от эмпатии говорящего/слушающего. Например, он – стреляный воробей оценивается положительно, если его опыт и изворотливость оцениваются положительно; если против – отрицательно [Телия 1996: 185-186].

Проанализированный нами теоретический материал свидетельствует о том, что основными категориями, которыми ученые оперируют при прагматическом анализе, являются ценность, оценка, а, кроме того, коннотация. В.Н. Телия понимает последнюю как “любой компонент плана содержания языковых сущностей, который дополняет денотативное и грамматическое их содержание на основе сведений, соотносимых с прагматическими факторами разного рода”. Условно состав и структура коннотации могут быть представлены как “суждения о ценности или социально-речевой уместности или неуместности”. В.Н. Телия видит

различие между понятиями “ценность” и “оценка” в том, что последнее представляет собой “суждение о ценности обозначаемого в целом или отдельного его свойства”. Ценность шкалируется в следующем диапазоне: “безразлично” (нулевая оценка), “хорошо” или “плохо” (оценка по качеству), “больше нормы/меньше нормы” (оценка по количеству). Оценка – это мнение о ценности, а ценность – предмет интереса (удовлетворения, желания и т.д.). Практически все оценки относительны, они зависят от эмпатии и могут быть амбивалентны: они меняют свой “+” на “-” в зависимости от ценностной ориентации говорящего [Телия 1996: 104-109].

Осваивая окружающий мир и отражая свои представления в знаковой форме, человек решает, какие элементы этого мира важны для его жизни, а какие не имеют значения, что для него ценно, а что несущественно, без чего он может обойтись, а без чего нет. Формируется ценностное отношение к миру, в соответствии с которым все предметы и явления рассматриваются человеком по критериям важности и значимости для его жизни. В результате становления общего ценностного отношения человека к миру те или иные события и явления приобретают смысл и значимость. Каждая ценность переживается человеком как относящаяся к нему лично, но создается она коллективно. Эта двойственность ценности, по мнению А.П. Садохина, объясняет ее “принудительное действие в качестве одного из факторов культуры: ценность символизирует причастность отдельного человека к сложившемуся культурному обществу” [Садохин 2005: 52-53].

Проведенное нами исследование на уровне синтактики показало, что тропеические знаки, используемые в экономическом лексиконе, зачастую уже помечены той или иной оценкой, которая свидетельствует об отношении пользователя знака к обозначаемой им реалии. Эта оценка зафиксирована в словарной статье и может совпадать с той оценочной коннотацией, которая заключается в “старом” слове. Например, слово *акула* с пометой *негатив.* в переносном значении [Солганик 2002: 18] может оцениваться отрицательно и в прямом значении: как рыба, представляющая

опасность для человека. Зафиксированная в словаре оценка переносного значения может и не совпадать с оценочной коннотацией. Так, слово *акула* обозначает и безопасную для человека рыбу, питающуюся планктоном, представляющую собой в смысле объекта охоты человека с целью добычи жира, содержащегося в ее печени, определенную ценность. Называя кого-то *акулой бизнеса*, человек может вкладывать в данное обозначение положительный смысл, имея в виду выдающиеся предпринимательские способности. Таким образом, отличие анализа тропеических знаков на уровне прагматики от анализа на синтаксическом уровне заключается в том, что мы исходим не из формы слова, а из позиции человека, пользующегося данным знаком.

Анализ на уровне семантики продемонстрировал такую особенность тропеических знаков, используемых в языке экономики, как выделение с помощью метафор концептуальной характеристики ЭП, которая оценивается в соответствии с оценкой, содержащейся в источнике метафоры, уточняется контекстом и/или зафиксирована в фоновых знаниях реципиента.

Результат оценивания акцентированной характеристики ЭП может совпадать в русском и французском языках. Так, сравнение через метафору процесса экономического объединения Европы с технологическими процессами сварки, проката и литья выявляет такую концептуальную характеристику ЭП ОБЪЕДИНЕНИЕ, как “прочность и неделимость”, что может оцениваться положительно в соответствии с источником метафоры – для технологического процесса эта характеристика представляется как хорошая. Однако интерпретативная деятельность, т.е. речемыслительная деятельность человека, дает возможность придать данному оценочному коду иной смысл: прочность и неделимость объединившихся в экономический союз стран может привести к невозможности принятия самостоятельных решений, к потере индивидуальности, ущемлению национальных интересов и т.д., что будет оцениваться отрицательно. В

любом случае оценочный смысл формируется с позиции, которую занимает оценивающий субъект. Например, сторонники экономического объединения Европы (мира) и его противники, антиглобалисты, будут по-разному оценивать характеристики ЭП ОБЪЕДИНЕНИЕ, выявленные за счет метафорической репрезентации.

Таким образом, только прагматический анализ позволяет встать на сторону человека, как порождающего, так и принимающего исследуемые нами тропеические знаки, и проследить условия создания с их помощью прагматического эффекта, а также обеспечения адекватного оценивания обоими субъектами, ими пользующимися. В связи с этим возрастает роль обеспечения *симметричности* оценивания, достигаемой, *во-первых*, за счет окружающего контекста. Как любая картина складывается из отдельных “кусочков”, так и любое отдельное сообщение – это кусочек, выхваченный из картины мира здесь и сейчас. Вне контекста картины этот кусочек не имеет смысла, но он должен быть показан таким образом, чтобы его полное осмысление, предполагающее и оценивание, было адекватно замыслу автора. Адекватное оценивание достигается чаще всего на фоне более или менее широкого контекста. Такой контекст может быть представлен рамками сообщения (предложения).

Например, в следующем сообщении с помощью метафор *каток* и *нож* вербализуются ЭП ГОСУДАРСТВО и КОНКУРЕНЦИЯ, и акцентируются соответственно следующие характеристики: государство подавляет предпринимательскую деятельность (раздавливает ее так, как каток при движении давит все на своем пути), а конкуренты отнимают возможные участки деятельности (подобно тому, как отрезается ножом кусок от целого). Интерпретация метафор и созданного с их помощью прагматического эффекта происходит с учетом использованных в окружающем контексте прилагательных с отрицательной коннотацией *кошмарный* и *омерзительный*:

“Выбор между *“катком”* государства и *“ножом”* конкурента – это выбор между *кошмарным* и *омерзительным*” [ПЖ 2004 № 25: 32].

Контекст может представлять отрывок (абзац) или весь текст. Например, в статье “Экономику ставят на рельсы” значение для России железных дорог подчеркивается использованием в первом абзаце нескольких метафор и метонимий: *“стальные пути – кровеносная система всей экономики”*, *“ветхие железнодорожные артерии, по которым циркулирует 80% транспортных потоков”*, *“мы не хотим погибнуть от “железнодорожного тромбоза”* [АН 2007 № 38: 7]. Осмысление метафор в контексте абзаца демонстрирует ценностное отношение автора и формирует аналогичную оценку читателя: для России железные дороги важны так же, как для организма важна кровеносная система, проблемы с “циркуляцией” железнодорожного транспорта могут иметь такие же последствия, как для организма человека проблемы с циркуляцией кровообращения (они могут привести к тромбозу).

Наконец, в качестве самого широкого контекста, активизирующего адекватное оценивание реципиентом обозначенной тропеическими знаками реальности, может выступать тип носителя информации. Так, во французском журнале “Label France”, являющемся информационным изданием Министерства иностранных дел Франции, страна представляется, как это демонстрирует исследование Н.А. Фененко, следующим образом: *“европейский лидер во многих областях науки и техники, крупнейший экспортер, занимающий прочное положение на европейском рынке”*. В соответствии с этим формируется ее положительный имидж, в частности, за счет выбора вербальных средств с положительной эмоционально-оценочной коннотацией [Фененко 2001].

Во-вторых, четкие оценочные коннотации передаются за счет использования образов-эталонов оценочного характера, которыми располагает та или иная культурная общность и к числу которых, прежде всего, следует отнести:

- цветообозначения;
- зоообозначения;
- обозначения литературных (особенно сказочных) и реальных исторических персонажей, получивших в силу приписываемых им характера или деятельности четкие оценочные коннотации.

Так, использование прилагательного *noir*, *черный* придает отрицательную оценку тому событию, которое произошло в тот или иной момент экономического развития. “Черным”, т.е. принесшим несчастье, может быть любой день недели. Например, “*черный понедельник*” - один из двух понедельников в прошлом столетии, когда произошли два крупнейших краха ценных бумаг в США [Вечканов 2002: 770]. *Vendredi noir*, “*черная пятница*” – это выражение связано с тем, что первые биржевые кризисы начинались по пятницам: в пятницу 11 мая 1866 г. в Лондоне и т.д. В последний раз “черная пятница” прилась на понедельник 19 октября 1987г. [Бернар Т.П 1997: 677]. “Черным” может оказаться месяц и даже весь год. Сравним:

“*Черный сентябрь*” показал также, что ни одно государство, каким бы мощным оно не являлось, не в состоянии противостоять угрозе супертерроризма в одиночку” [МЭИМО 2003 № 5: 20].

“La journée du 18 octobre s’annonce déjà comme la grève la plus importante de ces 12 dernières années. Mais pour éviter un “*jeudi noir*”, les Parisiens disposent désormais d’une nouvelle arme: le Vélib” [Expr.]. Ср.: День 18 октября уже объявлен как самая крупная за последние 12 лет забастовка. Но чтобы избежать “черного четверга”, парижане располагают новым оружием - Велиб.

“... pour les constructeurs français 2006 sera *une année noire*. La baisse de leurs ventes européennes se confirment de mois en mois” [F 2006 № 19322: 25]. Ср.: для французских конструкторов 2006 год будет “черным годом”. Понижение их европейских продаж подтверждается с каждым месяцем.

Е.В. Рахилина выдвигает гипотезу о том, что русское *серый* связано с идеей ‘плохо видный’, и отсюда его явно выраженная отрицательная оценка: “серый цвет – безусловно “плохой” [Рахилина 2000: 180]. Таким образом, прослеживается мотивационное основание настороженного отношения к предметам и субъектам, обозначенным с использованием прилагательного *серый*. Например: *серый* кардинал (лицо, обладающее властью, высоким положением и остающееся в тени), *серый* рынок и *серый* импорт (неофициальный), *серая* зарплата (зарплата “в конвертах”), *серый* рыцарь (конкурент, чьи намерения не объявляются), *серый* телефон (нелицензионный).

Е.В. Рахилина указывает также на то, что метонимический перенос в русском прилагательном *желтый* (*желтые листья, желтая бумага*), в основе которого лежит ассоциация с процессом увядания, и французские кальки *желтая пресса, желтая газета*, которые не входят в семантическое поле ‘увядающий’, объединены только отрицательной оценкой обозначаемых объектов [там же: 184].

Согласно исследованию Е.В. Кузнецовой, цветоименования “передают настроение, эмоциональный настрой, даже физическое состояние” [Кузнецова 2006: 267]. Так, во французском языке словосочетания с прилагательным *blanc* “белый” часто содержат негативные нюансы (что не свойственно аналогичным цветообозначениям русского языка). Например: *blanc seing* – подписание незаполненного бланка (уголовно наказуемо), *blanc-bec* – молодой человек, не имеющий опыта (в русском языке: *молокосос, желторотый юнец*). Отрицательную коннотацию получает также сложное слово, образованное с использованием прилагательного *blanc* - *blanchiment de l'argent* – отмывание денег (добытых преступным путем).

Отечественные лингвисты говорят также о роли фольклора как “самого объективного и самого надежного источника информации о национальной самобытности, о системе ценностей народа”. Основанием

этого является то, что, во-первых, автор фольклорных произведений – сам народ, во-вторых, фольклор прошел испытание временем дольше, чем любой классик [Тер-Минасова 2007: 110-111].

Материалы словаря метафор А.Н. Баранова, Ю.Н. Караулова [Баранов 1994] демонстрируют широкое использование зоообозначений, а также обозначений вымышленных (сказочных, литературных) и реальных персонажей для вербализации как неодушевленных, так и одушевленных экономических субъектов, что представлено в следующей таблице.

Таблица 8.

Выражение оценки экономических реалий за счет использования зоообозначений, обозначений вымышленных и реальных персонажей

тропеический знак	экономический субъект
<i>положительная оценка</i>	
<i>“Мальчиши-Кибальчиши”</i>	команда Гайдара
<i>Ланселоты</i>	лидеры государства
<i>отрицательная оценка</i>	
<i>Медведь</i>	государство
<i>Шакал</i> (ест, т.е. уничтожает все)	государство
<i>Медведь-воевода</i> (от него все ждали злодеяний, а он начал с того, что чижику съел)	Ельцин после путча
<i>Голодные тираньи</i>	невежественные руководители
<i>Муравейник</i> (разоряется, из него вытаскивают матку)	государство
<i>Гитлер</i> или <i>Хусейн</i>	Горбачев как лидер перестройки
<i>Старый пират</i> из <i>“Острова сокровищ”</i> (хотел “ихнии разносолы и вина”)	специалист по экспроприации
<i>Берлиоз</i> (гибель на рельсах)	Горбачев и проводимая им политика
<i>Медный всадник</i> (давит “медной стопой”)	государство
<i>Михаил Самуэлевич Паниковский</i> (манера	Ельцин и Международный

кричать и угрожать миллионеру Корейко)	валютный фонд
<i>Вицепредседатель Фунт</i>	Полторанин, выдвинутый в правительстве на роль создания “политического прикрытия для экономической команды реформ”

Как видим из таблицы, за счет тропеических знаков чаще выражается отрицательная оценка акцентированных характеристик наиболее актуальных на момент становления российской экономики событий и явлений. Можно предположить, что эти знаки были выбраны для того, чтобы как можно более наглядно показать опасность и необдуманность проводимых в стране реформ. Обращая внимание на роль коннотативных значений слов для обеспечения главной социальной функции человека – ориентирование в действительности, А.А. Ворожбитова делает вывод о том, что “доминирование лексики с негативным семантическим ореолом как манифестация идеологического сверх-пафоса – опасный лингвистический симптом, сигнализирующий о серьезных деформациях социальной жизни” [Ворожбитова 2000: 51].

С другой стороны, показательно, что для выражения положительной оценки выбран образ романтического рыцаря: “в *Ланселотах* народ видит не просто лидеров: мессий. Спасителей. Надежду. /Боссарт А./” [Баранов 1994: 107]. Такой образ сродни русскому человеку, который всегда верил в то, что придет барин, царь, бог, который все рассудит и всех накажет.

Интересным нам также представляется передача положительной оценки “капиталистических” преобразований в российской экономике за счет использования образа Мальчиша-Кибальчиша, погибшего в борьбе с “буржуинами”. В данном случае мы усматриваем приспособление “символического зонтика” к изменениям ценностной картины, связанных с крушением социалистических идеалов после развала СССР, когда базовые понятия морали (добро, зло, справедливость и т.д.) стали трактоваться в

духе новых приоритетов, а новый стиль новых русских “оказался несформированным с точки зрения риторики” [Рождественский 2003: 169]. В словаре А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова мы читаем: “*Мальчиши-Кибальчиши*” Гайдара, которые составляют оптимальный маршрут для *буржуинов*, резко выделяются в Совмине, составляют его главный мотор /Радзиховский Л./” [Баранов 1994: 107]. Говоря современным языком, получается, что Мальчиши-Кибальчиши “поменяли ориентацию”, и формируемая подобным образом положительная оценка представляется как весьма условная.

В.Г. Гак отмечает, что по фольклорным прозвищам часто дается моральная и психологическая характеристика людей, и использование метонимий *Chaperon Rouge* “Красная шапочка” или *Barbe bleue* “Синяя борода” “очень в духе французского языка” [Гак 1996: 108]. Лингвострановедческий словарь приводит также пример использования персонажа сказки Ш. Перро *Cendrillon* “Золушка” для обозначения объекта, которым несправедливо пренебрегают [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 161].

Стремлением наделить определенными характеристиками (положительными свойствами) достижения экономического производства (особенно в области военной техники) можно, на наш взгляд, объяснить метафорическое или метонимическое обозначение объектов с помощью образов-эталонов оценочного характера. Например:

- “*Alouette*” – “Алуэт” (букв. ‘жаворонок’), легкий вертолет;
- “*Ariane*” – “Ариан”, ракетоноситель (от имени персонажа греческой мифологии Ариадны, ассоциируемой с путеводной нитью);
- “*Crotale*” – “Кроталь” (букв. ‘гремучая змея’), наземный зенитный ракетный комплекс;
- “*Durandal*” – “Дюрандаль” (Дюрандаль – название меча Роланда), бетонобойная авиабомба;
- “*Foudre*” – “Фудр” (букв. ‘молния’), корабль;

- “*Foudroyant*” – “Фудруайан” (букв. ‘сокрушительная’), атомная ракетная лодка;
- “*Gardien*” – “Гардьен” (букв. ‘страж’), самолет береговой охраны;
- “*Gazelle*” – “Газель”, легкий вертолет и т.д. [цит. по: Франция: лингвострановед. слов. 1997].

С другой стороны, как отмечает Г.И. Перельман, при переносе на человека названий, как самих животных, так и их характеристик, эти слова наполняются не только новым смысловым содержанием, но и часто отрицательными коннотациями [Перельман 2008: 56].

В-третьих, симметричность оценивания обеспечивается соответствием нормам и стереотипами, принятым в той или иной лингвокультурной общности. Например, роль государства в экономике показана во французском языке через метафору *l'Etat-gendarme*. В соответствии с нормами, принятыми в социуме, жандарм – это “солдат жандармерии, военная сила, которая поддерживает общественную безопасность” [Dictionnaire de Français 1993: 485]. Такой образ, на котором основана французская метафора, способствует формированию положительной оценки роли государства в экономике - обеспечение общественного порядка, который сами собственники предприятий не всегда могут обеспечить. Сравним данный пример с отражением словарем норм русского языка: жандарм – это “1. Полицейский чин в некоторых странах. 2. *Перен., негат.* Душитель всякого революционного, прогрессивного, национально-освободительного, прогрессивного движений, применяющий военные и полицейские силы для расправы с такими движениями” [Солганик 2002: 204]. Такое толкование не может способствовать формированию положительной оценки, что послужило причиной замены тропеического знака на такие, источник (“старое” слово) которого в русском сознании имплицитно подразумевают положительную оценку: *государство - ночной*

сторож, государство - футбольный арбитр, тренер. Подобные примеры мы находим в словаре русских политических метафор:

“Собственно классический, так называемый “манчестерский” либерализм, постулировавший роль государства как “ночного сторожа”, призванного охранять права и собственность человека, явился выражением идей мироустройства “правого” толка. /Столяров А./ ... И если слухи о реформе становятся национальным видом спорта, то *тренером* всегда выступает государство /Гуревич В./” [Баранов 1994: 107].

Ценностная ориентация может измениться в данной лингвокультурной общности в соответствии с теми или иными социальными изменениями. Так, слово “семья”, которое исторически в соответствии с русскими патриархальными традициями имело положительную коннотацию, в ельцинский период получило резкую отрицательную оценку, иногда подчеркнутую окружающим контекстом:

“ ... появилась *пресловутая нелегитимная “семья”*, которая рулила в стране всем” [АН 2007 № 41: 3].

В толковом словаре Л.П. Катлинской отмечается, что если первоначально значение “объединенное родственными или финансово-собственническими взаимосвязями сообщество, представляющее собой замкнутый олигархический клан” ассоциировалось с семьей и близком окружением Б.Н. Ельцина, то впоследствии распространилось и на другие “семьи”: *Абрамович сумел перенести принципы взаимодействия с Семей на правила в отношениях с современной властью; Идет тотальное обжорство, главные действующие лица в котором – десятки огромных Семей, именно с большой буквы!*” [Катлинская 2008: 311].

Вслед за В.Н. Телия, мы считаем, что хотя процедура оценивания представляет собой рациональную операцию, в основе оценки лежит эмоция, и она “может войти в содержание оценочной рамки” [Телия 1996: 110]. Действительно, мотивационное основание метафоры не только выражает прагматическую информацию, но и играет роль стимула

переживания. Так, анализируя метафору *les banques commerciales sont devenues "passagers clandestins"* "коммерческие банки стали безбилетными пассажирами", нельзя просто сказать, что банки, которые ведут себя как "безбилетные пассажиры" – это плохо. Чувство неодобрения и даже презрения вызывает у нас поведение, описываемое как "безбилетные пассажиры". Подобное поведение оценивается нами как "плохое" и вызывает чувство настороженности при выборе банка, чтобы не быть обманутыми, как могут обмануть "безбилетные пассажиры".

Л.С. Выготский, рассматривая метафору в качестве модели речевой деятельности в ряду других моделей, сравнивал ее с произведением искусства, вызывающим эмоции, обусловленные воздействием содержания и формы. Сформированная образным путем, опираясь на несущественные, поверхностные признаки, метафора основывается на переносе названия по различным ассоциациям, реконструировать которые, по мнению ученого, невозможно без точного знания исторической обстановки акта этого переноса [Выготский 1999].

Таким образом, формирование тропеического знака сопровождается формированием *смысла-переживания*, который пополняет структуру тропеического знака, и в основе которого лежат наши знания, ассоциируемые с источником переноса значения и соотносимые с нашим жизненным опытом.

Е.В. Рахилина связывает ценностное восприятие окружающей действительности, показанной через пространственные, временные, количественные и температурные метафоры, с антропоцентрическим характером метафорических и метонимических переосмыслений. Так, прилагательные *косой* и *кривой* могут быть названы "прилагательными отрицательной формы", поскольку с их помощью описываются различные отклонения от формы, несоответствия ей: *кривая дорога, кривые руки, косые взгляды* и т.п. [Рахилина 2000: 165-168]. На наш взгляд, в эту категорию могут также быть отнесены и существительные, обозначающие различные

пустоты, выемки, дырки и др. Так, в следующем примере отрицательная коннотация наблюдается в слове “провалы”, которое метафорически показывает ограниченные возможности административного влияния государства на экономику:

“... государство, как и рынок, имеет свои “*провалы*”, а это существенно ограничивает его возможности по регулированию экономики” [МЭИМО 2003 № 5: 68].

Г.Д. Гачев, посвятивший свой труд исследованию национальных образов мира, отмечает, что стремление к постоянному движению породило в национальном сознании французов “страх пустоты” [Гачев 1998]. Психология француза сложилась таким образом, что он ненавидит время бездействия, это для него “дыра” (*le trou*), а ассоциации с “дырами” и “ямами” содержат во французских метафорах четко выраженную отрицательную оценку. Например:

“...la France connaît aujourd’hui un simple “*trou d’air*”, conséquence inéluctable de la crise financière internationale” [Expan. - 1999. - № 592: 45]
Ср.: Франция сейчас просто переживает “воздушную яму”, неизбежное следствие международного финансового кризиса.

Моделируя предметы и явления реального мира “по себе”, человек одновременно шкалирует переданные метафорами характеристики в соответствии с представлениями о реальных физических качествах исходных объектов. Так, например, “в русском языке возникает параллельно обычной температурной шкале своеобразная метафорическая шкала человеческих состояний и ощущений:

холодный – ‘лишенный эмоций (но при этом, возможно, руководимый рассудком)’;

теплый – ‘создающий приятное ощущение’;

горячий – ‘интенсивный в эмоциональном отношении (в том числе в ущерб разуму)’;

жаркий – ‘распространяющий сильные эмоции, по аналогии с источником тепла’ ...” [Рахилина 2000: 226-227].

Многочисленные исследования переносных значений свидетельствуют о том, что оценка как ценностный аспект значения может занимать различное положение в слове: входить в число основных или факультативных элементов, выражаться как эксплицитно, так и имплицитно, актуализироваться в речи или оставаться нереализованной в зависимости от цели употребляемого знака [Махмутова 2005: 33]. В любом случае оценка дополняет структуру языкового знака “прагматическим значением” [Приходько 2006: 47] и позволяет не только передать определенное положение вещей, но и выразить отношение субъекта к описываемой средствами языка окружающей действительности.

Итак, роль прагматики в определении знаковой сущности метафор состоит в том, что номинативный аспект неотделим от прагматического. Последний характеризует ту сторону знака, которая относится к плану выражения. Он формируется с учетом мотивационного основания, заложенного в плане содержания, т.е. во внутренней структуре источника переноса значения, особенно если это пересекается с культурной мотивацией. Анализ на уровне прагматики самым непосредственным образом исследует отношение *знак* → *человек*.

Прагматический эффект выражается созданием аксиологической оценки акцентируемых характеристик ЭП, на что также влияет окружающий контекст и социальная позиция, занимаемая продуцентом или реципиентом, а также нормы и стереотипы, принятые в данной лингвокультурной общности. Прагматический эффект выражается в формировании смысла-переживания, испытываемого субъектом к описываемой с помощью тропеических знаков экономической реалии. С точки зрения продуцента тропеического знака, благодаря оценочной функции, возрастает его роль как инструмента воздействия на формирование социальной позиции реципиента.

4.2. Отношения между тропическими знаками и социокультурной средой

Характеризуя тот вид словесности, который отражает политическую и социальную действительность, Р. Барт определил продуцента подобного рода текстов как “нечто среднее между активистом и писателем”. По мнению лингвиста и семиотика, от активиста такой субъект заимствует облик гражданина, а от писателя “перенимает представление о том, что произведение письма есть акт творчества”. Подобное письмо изобилует оттенками, но имеет общую черту: здесь язык стремится “превратиться в наглядный опознавательный знак социального обязательства” [Барт 2001: 339].

“Имя есть жизнь”, пишет А.Ф. Лосев. Только в слове мы общаемся с людьми и природой, только в имени обоснована вся глубочайшая природа социальности во всех бесконечных формах ее проявления [Лосев 1990: 269].

Многочисленные исследователи языка политики и экономики говорят о приоритетном значении функции воздействия используемых языковых средств [Алексеева 1998; Казаринова 1997; Кара-Мурза 2002; Мурзин 1998]. С.Г. Тер-Минасова справедливо указывает на то, что манипуляции с языком лежат в основе многих сфер человеческой жизни и деятельности. Это политика, идеология, юриспруденция, реклама, так называемый “пиар” и многое другое. И каждый человек “имеет свой собственный опыт либо как манипулятора, либо как жертвы манипуляций, а часто – и того, и другого” [Тер-Минасова 2007: 19-20].

В любом случае язык превращается в инструмент политики. Например, наряду с передачей языковыми средствами экономических изменений осуществляется политическая пропаганда, навязывание массовому сознанию определенных стереотипов. Главная сила репрезентации видится авторами, пишущими о манипулятивной силе языка, в конструировании новой социальной и политической реальности. Так, мы

читаем у П. Бурдьё: “способность осуществить в явном виде, опубликовать, сделать публичным, так сказать, объективированным, видимым, должным, то есть официальным то, что должно было иметь доступ к объективному или коллективному существованию, но до сих пор оставалось в состоянии индивидуального или серийного опыта, затруднения, раздражения, ожидания, беспокойства, представляет собой чудовищную социальную власть – власть образовывать группы, формировать здравый смысл, явно выраженный консенсус для любой группы” [Бурдьё 1993: 66-67]. По мнению французского социолога, смысл зависит от будущего, находится “в ожидании” и относительно детерминирован. Одно слово “может покрывать разные практики”, что дает основания множества воззрений на мир [Бурдьё 1994: 193].

Благодаря вербальной деятельности политиков создается концептуальный мир, представляющий собой “гипотетический образ реальности”, притягательность которого мобилизует массы на борьбу, нередко меняя историю [Глухов 2001: 68]. В результате означивания завоевываются определенные позиции в социальном, экономическом и политическом пространстве, формируются новые отношения. Не случайно в характеристике современных публичных деятелей появилось понятие “риторика”, а о человеке, который использует в своих выступлениях новые вербальные средства воздействия на аудиторию, говорят, что он “поменял риторику” или “его риторика изменилась”.

Г.Г. Хазагеров, говоря о формировании языка “левых” и языка “правых”, указывает на их различия в представлении времени. Первые декларируют события окружающего мира как “вчерашние”, уходящие (“бывшие”, “отжившие”, “свалка истории”, “политические трупы”). Вторые – “провозглашаются завтрашними” (“заря нового”, “юные пионеры”, “ростки будущего”) [Хазагеров <http://www.regla.rsu.ru/n50/rus50.htm>]. “Проклятое прошлое” и “светлое будущее” рисуется и теми, и другими, как видим, с помощью метафор.

Верно выбранное языковое средство для означивания происходящего может стать мощным фактором перемен в социальных действиях и противодействиях. Так, например, Р.Д. Андерсон рассматривает связи между изменением метафор и политическими переменами, а затем проводит анализ того, каким образом метафоры и другие лингвистические явления обретают каузальную силу в политике [Андерсон 2006].

Ю.В. Рождественский, разбирая диалог Платона “Кратил”, делает вывод о том, что “именование есть конкретная разновидность деятельности”, которой занимаются особые лица, создатели логоса или “законодатели” в терминах Платона. При этом слово “законодатель” ни в коем случае нельзя толковать в юридическом смысле. Это “лицо, формирующее систему знаний или ее фрагменты”, работающее под контролем общества, а результат его работы – новое слово, созданное с учетом всей истории именования – оценивается обществом, принимается или отвергается. Как и всякая деятельность, языковая деятельность содержит нормативы, которые “характеризуются правильностью и истинностью” [Рождественский 1996: 68-75].

Согласно Ю.В. Рождественскому, именования должны отвечать эстетическим задачам языка, среди них такие как “не лгать, не лжесвидетельствовать” не новы, но существенны. В новом информационном обществе к ним добавляются новые задачи: “не создавай имен, в которых содержится лишь частичная правда, не искажай толкование имен и мыслей другого” [Рождественский 2003: 89].

Сегодня ученые стали говорить об экологически адекватном подходе к языку, который заключается, прежде всего, в следовании общеэкологическому принципу, впервые возникшему в медицине: “не навреди” [Касевич 2004: 64], а также о роли этических знаний и их “предметного” воплощения [ApeI 1999; Abdallah-Pretceille 1999; Рябцева 2000].

Отечественные исследователи эзопова коммунистического подцензурного времени писали о его сплошной метафоризации, о возникновении особого, “подмигивающего” языка. Их мысли были подхвачены и развиты в работах, посвященных наличию маркеров “антитоталитарности” и “языковой самообороне” (в их числе языковые игры, нестандартные словообразования) в условиях тоталитарного и полутоталитарного государства [Вежбицка 1993; Кронгауз 1994].

По мнению В.А. Масловой, сегодня метафоры и метонимии продолжают в изобилии возникать на общественно-политической ниве: *неказарменный демократический социализм; динозавры сталинизма; кровавая вакханалия; кадровая мясорубка; великодержавное чванство* [Маслова 2001: 92]. Отголоски этого языка встречаются как определение принадлежности к эпохе, например:

“Не было резких отставок и *кадровой мясорубки* времен Горбачева и Ельцина” [МК 2004 № 29: 6].

Изменение основ российского общества сняло запреты и дало авторам экономических текстов свободу выражения мыслей. В этих условиях, сопровождающихся смещением ценностей, а иногда и изменением ценностного восприятия мира, задача усложнялась тем, что, с одной стороны, необходимо было осмыслить происходящее, а с другой – придать полученным выводам общедоступную форму. Однако не владеющие семиотическими техниками и не подготовленные в риторическом плане, они оказались неграмотными в речевой культуре. В отличие от европейцев или американцев, россияне поняли государственную свободу “как развязывание узд и удержей”, сформировали понятие государства и закона на ассоциации с образами формализма и бюрократии, а необоснованные категории торговли, частной собственности, личной свободы, “не будучи риторически обоснованы, поставили новых русских в положение изгоев, заслуживающих одного презрения” [Гачев 1998; Дилигенский 1997; Рождественский 2003].

Все это породило такие трудно интерпретируемые, особенно для иноязычного реципиента, метафоры, как:

- “Россия в роли новой метрополии, перехватившая *вожжи колониального принуждения*”;
- “сломать *хребет командно-административной системы*”;
- “оглядываться на *номенклатурных бояр*”;
- “мы в рынок без штанов войдем”; “*прорабы и каменщики перестройки*”;
- “у всех добытых нами свобод какое-то на редкость *отвратительное мурло*” и т.д. [цит. по: Баранов 1994].

Изменение ценностных ориентаций в современной общественно-политической жизни, которое влечет за собой изменение способа языковых обозначений, приводит к новым исследованиям, в частности к анализу явления “политической корректности”. Языковеды, работающие в данном направлении, говорят о явлении политкорректности при использовании метафор. Так, в английском языке складывается тенденция обозначения проблемных тем и связанных с ними понятий через лексику, которую употребляют при их публичном обсуждении сами представители дискриминируемых групп и слоев общества. Например, представители небелого населения метонимически обозначаются как *black* “черный” и *coloured* “цветной” [Тер-Минасова 2007: 157; Цурикова 2001: 99].

Исследователи социальной власти языка, в частности, русского, указывают на то, что истинные цели и намерения участников коммуникации, а вместе с тем ожидаемые смыслы и функции привычных языковых знаков зачастую подменяются маркерами, словами-манекенами, словами-“амебами”, которые не связаны с конкретной действительностью. Такие слова могут быть вставлены в любой контекст и выглядят безобидно, а на самом деле представляют собой агрессивное навязывание лексики, а вместе с этим и мировоззрения [Кашкин 2001; Кара-Мурза 2002, 2004].

С.Г. Кара-Мурза, анализирующий механизм манипуляции сознанием, видит причину активизации “магической” функции языка, во-первых, в выборе таких значений слова, когда один из многих смыслов, “третьестепенный и мало употребительный”, не являющийся прямой ложью, “притягивается” к обозначению данного явления. Во-вторых, используются ассоциации, которые оказываются “полезны для пропаганды”. По мнению исследователя, в разряд подобных слов попадают взятые из биологии метафоры, как, например, метафора мутации, которая на деле “бессодержательна и ничего не объясняет” [Кара-Мурза 2004: 104-110].

В. Мартьянов в статье, посвященной ежегодным посланиям В.В. Путина, пишет о том, что сложные социальные феномены и процессы часто предстают в речи лидеров как “аналоги технических устройств, которые необходимо наладить так, чтобы они работали сами по себе, никому не мешая, но в то же время обеспечивая власти и обществу невидимый сервис и комфорт”. По мнению автора статьи, политик здесь уподобляется “аварийной службе, которая вмешивается в политический механизм, когда он ломается. Как только механизм вновь начинает работать, политик самоустраняется”. Автор также отмечает, что здесь явно просматривается “биологизация социального”: “Развитие общества и его институтов представляется в виде адаптации к периодическим неблагоприятным изменениям во внешней среде. И это не случайно, ведь в биологии механизм адаптации предполагает, как правило, функциональное упрощение организма, то есть примитивизацию и регресс” [Мартьянов 2006: 26].

Неоднозначность и “размытость” метафоризации зачастую вносит в структуру семиотической культуры некоторую неопределенность трактования сложных экономических явлений. Так, автор одной из статей, описывающих недостаточную емкость финансового рынка России, выбирая для сравнения анатомическую метафору, признается: “сказать, что у России

маленькое сердце, язык не поворачивается, посетовать же на эту вегетососудистую дистанию вроде не так обидно” [ПЖ 2004 № 46: 62].

Метафоры позволяют иногда заменить те лексические единицы, которые по каким-то причинам нежелательно или неудобно употребить в конкретной ситуации. Так, в следующем примере с помощью метонимий мы получаем информацию о ближайшем окружении В.В. Путина. При этом использование индексальных элементов (указание на резиденцию) дает возможность говорить об этом окружении президента опосредованно, без конкретных фамилий и занимаемых должностей, что представляет оценку ситуации как весьма туманную и размытую:

“Ситуацию усугубляет еще и то, что и самому президенту на деле ориентироваться не на кого: *“башни” Кремля и Белого дома* на этот счет также высказываются совершенно по-разному” [ПЖ 2004 № 46: 60].

Размытость и туманность достигается и таким способом, когда в акте семиозиса как процессе, в котором формируется языковой знак, происходит смешение иконических и индексальных элементов:

“За *клубами* информационно-дезинформационного *тумана*, окутающего кипучую жизнь Белого Дома и Старой площади, иногда проглядывают элементы конфигурации сил, определяющих направление и динамику *подвижек* в высшей административной сфере” [ПЖ 2004 № 25: 3-4].

Здесь мы выделяем развернутую метафору (*клубы тумана, окутывающие кипучую жизнь* правительства), дополненную метонимией (*Белый Дом и Старая площадь* – обозначение по месту заседания правительства), формирующие тропеический знак, план содержания которого образован концептуальными характеристиками ЭП ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА. Вслед за В.П. Москвиным, мы понимаем данную метафору как “развернутую цепочку”, которую можно анализировать по логической последовательности ее компонентов, среди которых может быть выявлено “слово-параметр” [Москвин 2000: 71]. Таким

словом в нашем примере является *жизнь*, вокруг которого происходит “сложение” информации из “кусочков” знания, представленных всеми элементами тропеического знака, и эта полученная картинка представляет жизнь правительства как не поддающуюся пониманию простого обывателя.

Ориентация реципиента на нужное автору восприятие реальных событий достигается за счет включения в контекст прецедентных текстов, обладающих высокой степенью суггестивного воздействия. К ним относятся тексты, представляющие собой общие места (фольклор, сакральные и канонические тексты). С их помощью формируются “базовые понятия морали: добро, зло, добродетель, порок, грех, воздаяние за грех, справедливость, долг, свобода воли, ценности” [Рождественский 2003: 168].

Таким образом, объективная реальность рассматривается и оценивается, как это метко заметил Г.Г. Хазагеров, “сквозь призму” вечного [Хазагеров <http://www.regla.rsu.ru/n50/rus50.htm>].

П.С. Гуревич, характеризуя функции религии в обществе, пишет, что она, прежде всего, “несет людям ценностный, ориентирующий смысл, ... создает коллективные представления внутри общества, предлагая людям определенные ориентиры поведения” [Гуревич 2004: 242]. Называя положение, в которое попадают банки, “*адским*”, экономическую зону, где налоговое и валютное законодательство, касающееся банковской деятельности, является гибким, “*раем*”, а Центральный европейский банк *saint des saints* “самой секретной частью храма”, авторы формируют мировосприятие читателей в соответствии с христианским представлением о морали.

Сегодня исследователи говорят об интертекстуальности, когда “автор взаимодействует посредством творимого им текста с другими авторами, их текстами, вообще с другими людьми” [Степанов 2001: 37].

Определяя в рамках поэтологии возможные “подтексты” и параллели, имплицитно содержащиеся в данном тексте, М.В. Тростников рассматривает проблему интертекста в трех аспектах:

1. прямое заимствование, цитирование высказываний, принадлежащих другому автору;
2. заимствование образа, намек на образ другого произведения;
3. заимствование идеи, мирозерцания, способа и принципа отражения мира [Тростников 2001: 564].

Названные лингвистом аспекты имеют отношение и к текстам научно-популярного характера. Так, проведенный нами анализ используемых в языке экономики тропеических знаков демонстрирует, что в качестве воздействия на формирование общественного мнения используется указание на непосредственного автора метафоры. Например:

“Консервативный немецкий интеллектуал Петер Слотердаик также прибег к революционной метафоре, заявив, что “нет” французов было карательным, триумфальным, с претензией на повторение Великой французской революции посредством всеобщего голосования ... С анализом результатов референдума как симптома раскола между массами и элитами согласен Петер Слотердаик, назвавший французов “избалованными детьми”, которые нуждаются в опеке взрослых, способных выстроить для них оранжерею” [ПЖ 2005 № 24: 48-49].

Или: *“Вульгарные либералы”* твердят, что любое вмешательство в экономику – это “неандертальская эра” [ПЖ 2005 № 38: 33].

Этот прием становится особенно актуальным, если истинный автор пользуется авторитетом, находится у власти, как, например, бывший министр иностранных дел Франции Д. де Вильпен или президент США:

“... форсирование (“пришпоривание” по словам Д. де Вильпена) экономического роста в процессе уплотнения связей с Россией, Индией, Китаем, Ираном и т.д. ” [ПЖ 2006 № 13: 6];

“Глава Федеральной резервной системы США Бен Бернанке и сам президент Америки Джорж Буш признали, что экономика их страны находится в состоянии “глубокого похмелья” [АиФ 2008 № 32: 15].

Формирование общественного мнения достигается путем заимствования для основания переноса значения образа литературного (фольклорного) произведения, четко ассоциируемого в памяти социума с теми или иными моральными принципами.

Продemonстрируем это на примерах, сведенных в следующую таблицу.

Таблица 9.

Заимствование метафорой образа литературного (фольклорного) произведения

метафорический контекст	литературный (фольклорный) источник ассоциации
“Евросоюзу, так или иначе, придется быть в ответе за тех, кого он “приручил” , - страны Центральной и Восточной Европы” [ДиК 2000 №3: 59].	С. Экзюпери “Маленький принц”.
“... судя по всему, в правительстве тоже стали чувствовать, что не все ладно в “датском королевстве” российской экономики” [ПЖ 2004 №48: 33].	В. Шекспир “Гамлет”.
“... колокол “оранжевой” революции может зазвонить и в России” [ПЖ 2005 № 1: 21].	Э. Хемингуэй “По ком звонит колокол”.
“... Аннушка уже купила подсолнечное масло , но никто не знает – разлила ли она его и вышвырнет ли страну на рельсы, где нам всем отмахнет голову бешеный трамвай истории ” /Радзиховский/ [Баранов 1994: 256].	М. Булгаков “Мастер и Маргарита”.
“Приметы приближающегося ненастья правительственные либералы стараются не замечать ... В общем, пока гром не грянет... ” [ПЖ 2004 № 46: 56].	Пока гром не грянет, мужик не перекрестится (русская пословица).
“... без общей стратегии борьбы с супертерроризмом, это явление будет -	Древнегреческий миф о богине раздора Эриде.

“яблоком раздора” между Россией и Западом” [МЭИМО 2003 №5: 25].	
“Постельцинская стратегия Кремля покоится на “ трех китах ”: контролируемой демократии, либеральных экономических реформах и хороших отношениях с Западом” [МЭИМО 2003 №5: 25].	Старинное представление о Земле.
“ Centenaire oblige , le 90 Tour de France aurai un petit goût de nostalgie” [LF 2003 №50: 29].	Noblesse oblige (французская пословица – положение обязывает).
“Figeac, le réveil de la belle endormie En 1960, Figeac, petite sous-préfecture du Lot somnolait sous la grisaille de ses crépis de ciment” [F 2006 №19322: 35].	Ш. Перро “Сказка о спящей красавице”.

В качестве способа, принципа отражения мира может, на наш взгляд, рассматриваться указание автора текста на оценку используемого тропеического знака другими лицами (социумом). Например, намек на отношение европейцев и россиян к политике США, охарактеризованной через метафору как “бронепойная”:

“ ... и в Европе и в России существует сегодня неприятие “бронепойной” политики США” [МЭИМО 2003 № 5: 22].

Или указание на отношение Запада к министру А. Козыреву, выраженное в метонимическом обозначении “мистер да”:

“При тогдашнем министре иностранных дел А. Козыреве, *получившем на Западе не слишком уважительное прозвище - “мистер да”, российский МИД откровенно заискивал перед Вашингтоном*” [МЭИМО 2006 № 7: 91].

Как заимствование идеи переноса значения может рассматриваться и актуализация второстепенных, малоизвестных признаков под иноязычным или каким-либо иным влиянием (жаргонным, терминологическим), на что указывает В.Г. Костомаров. Например, условия новой России породили в

слове “челнок” обозначение лица, занимающегося переброской товара для выгодной продажи через границы страны (за счет актуализации признака “регулярно перемещающийся туда и обратно”). Ученый предполагает в данном случае влияние американского употребления слова *shuttle* “поезд, самолет, совершающий частые рейсы между двумя пунктами”. Как результат американского влияния могут рассматриваться метафоры *технологический прорыв (technological breakthroughs)*; *обвал приватизации (republican landslide)*. Поскольку *landslide* фактически то же, что и *avalanche*, в русской речи наметилась активизация слова *лавина*. Все эти слова сочленили в русской семантике идею “моментальности, разовости, неожиданности” с идеей “всеохватности, масштабности” обозначаемого действия [Костомаров 1999: 156-181].

Следует отметить, что подобное явление затрагивает те пласты лексического состава языка, которые являются наиболее актуальными для данного момента развития лингвокультурной общности. Так, в отличие от русского языка, во французском языке в слове *navette* “челнок” перенос значения, осуществленный на основании доминантного признака “регулярно перемещающийся туда и обратно”, используется для характеристики явления законодательной жизни Франции: “челночное движение законопредложения по парламентским инстанциям в целях согласования (например, из нижней палаты в верхнюю и наоборот)” [Франция: лингвострановед. слов.1997: 663]. Переносное значение слова *navette* актуализируется, когда речь идет об особенностях французской демократии, и передается на русский язык описательной конструкцией. Сравним:

“La spécificité française ... c’est d’avoir un parlement extrêmement faible par rapport aux voisins ... de mécanismes de protection de la loi (*navette parlementaire*, contrôle de l’exécutif sur les textes...)” [LF 2007 № 66: 18].

“... механизмов законопроизводства (контроль исполнительной власти над текстами законов, *специфическая система принятия законов двумя парламентами* и др.)” [LF / Русское издание/ 2007 № 66: 18].

Ученые, исследующие экономический лексикон русского языка, отмечают увеличение заимствований иностранных слов, в числе которых есть и тропеические знаки. В условиях глобализации причины данного явления часто носят экономический характер [Лобанова 2007]. Однако, по мнению В.С. Жидкова и К.Б. Соколова, данное явление не противоречит принципам русской морали, определяемой русской историей. Первый славянский государь Владимир, навязав России православное христианство, открыл шлюзы для вторжения иноземного влияния. Россия всегда пыталась перенять из зарубежного опыта все то, что казалось привлекательным для высших слоев общества, и в то же время не всегда заботилась о том, чтобы создать надежную систему “фильтров”, ставивших барьеры на пути всего того, что угрожает целостности ядра российской культуры. [Жидков 2001: 79]. Таким образом, благодаря христианству Россия вступила в мир европейских народов, в движение европейской цивилизации.

Согласно С.Г. Тер-Минасовой, любовь к иностранным языкам – это характерная черта русских людей, ее можно рассматривать как “компонент национального характера” [Тер-Минасова 2007: 94]. Одним из проявлений такой любви является использование стереотипного представления о реалиях, обозначенных именами собственными и проявляющихся в социокультурных коннотациях типа “*Бухенвальд для русских банков*”, “*Мещера, воспетая Паустовским как рыбный и ягодный клондайк*”, а также “русская Венеция”, “русский Барбизон” и т.п. [там же: 180-181].

Прагматический эффект метафор, образованных через обращение к специальным областям знания, достигается через использование тех идей, которые изначально заложены в специальном понятии. Так, специальное слово *емкость* “вместилище для жидких и сыпучих тел” [Ожегов 1997: 189],

перенесенное в область экономики с идеей количества, характеризует сегодня коррумпированность государственных структур. Например:

“Справедливая Россия” готовит пакет законопроектов по снижению *коррумпированной емкости* законодательства” [АН 2007 № 41: 4].

В толковом словаре новых слов и значений русского языка уже зафиксировано значение слова “взяткоемкий” как способ “самый доступный и открытый для распространения взяточества, для дачи взяток”: *Наиболее взяткоемкими у нас являются области бизнеса по обмену и продаже недвижимости* [Катлинская 2008: 75].

Эффективными способами прямого воздействия на реципиента являются тропеические знаки, основанные на использовании:

- **стереотипов**, которые представляют собой структурирование мышления по “эстетически привлекательным” штампам, но могут выступать как “клеймо, которое общественное мнение ставит на тех или иных людей, явления, социальные группы и т.д.” [Кара-Мурза 2004: 195-196]. Вместе с тем исследователи метафоры отмечают, что они могут потерять свою “аргументативную силу”, если не будут согласоваться с концептуальными прототипами того или иного общества [Будаев 2006]. “Навешивание ярлыков” происходит в периоды обострения борьбы за власть, когда на первое место выходит “функция демонизации и дискредитации политических противников” [Глухов 2001: 70]. Тогда и рождаются метафоры-стереотипы: *пятая колонна Запада, лжепророк, пешка, кремлевский мечтатель*, а также метонимии, отражающие все цвета спектра: *красно-коричневая Дума, розовые, бордовые, красные* т.п.

- **квантификации**, означающей зачастую подмену качественных характеристик количественными выражениями, что на деле является смыслом технократии. Магическая сила внушения, которой обладает число, объясняется тем, что оно, по словам С.Г. Кара-Мурзы, “имеет свойство застревать в мозгу” [Кара-Мурза 2004: 120]. Приведем в качестве примера репрезентацию понятия, отражающего экономическое расширение Европы.

Во французском и русском языках оно показано за счет метонимических обозначений через количество вступивших и вступающих в ЕС стран: *les Quinze, les Dix, l'Europe à vingt-cinq* (Европа пятнадцати, десяти, двадцати пяти). И вот уже говорят о *l'Europe à vingt sept, l'Europe à trente* (Европе двадцати семи, тридцати). Цифры становятся все более внушительными, они убеждают в необходимости присоединиться. И это убеждение усиливается тем, что авторы текстов атакуют читателя новыми и еще более убедительными цифрами: население Европы увеличится с 380 млн. до 453 млн., новым вступившим выделено 40,5 млрд. евро на период 2002-2006г.г., при этом в бюджет сообщества они вносят 15 млрд. евро (при этом затраты на расширение составят для “Европы пятнадцати” лишь 22 евро на душу населения в год), новый рынок сбыта даст 75% новых потребителей. С момента падения берлинской стены (прошло 14 лет), ознаменовавшего начало объединения Европы, немецкие предприятия инвестировали в восточную и центральную Европу 22 млрд. евро, страны “десятки” уже получили европейские капиталовложения на сумму 115 млрд. евро и т.д. [LF 2004 № 53: 18-20].

По Е.В. Рахилиной, количественные метафоры и метонимии, образованные путем применения слова *высокий* к любому признаку, содержащему количественный параметр, представляются как “бесконечно возрастающие шкалы – шкала скорости, температуры, давления, напряжения”, и “*высокий* определяет данное значение параметра как значительно большее (т.е. удаленное от) нормы” [Рахилина 2000: 146-147]. Так, в словосочетаниях *высокие чиновники* и *высокое кресло* рейтинг лиц, занимаемый ими в системе государственного управления, значительно увеличивается за счет использования слова *высокий* применительно к обозначению должности через прямое значение (*чиновники*) и метонимию (*кресло* – указание на должность чиновника). Например: *явно обошли те, кто, не выбирая средств, преуспел в гонке за высокое кресло* [Катлинская 2008: 84].

Фактический материал проведенного нами исследования свидетельствует об использовании способа прямого воздействия на реципиента через включение в контекст автора, ориентирующего на адекватное восприятие описываемых событий, что достигается через:

- пояснение автора текста об использовании им образности:

“существовали опасения, что Россия может, *образно говоря*, вбить клин в союзнические отношения ... [МЭИМО 2003 № 5: 22];

“Если долго раскачивать лодку, в конце концов, она опрокинется. *Продолжая аналогию*, наше суденышко утлое, до конца не построенное ... [ПЖ 2004 №30: 7];

“*Метафорически резюмируя можно сказать*, что поощрение в российском и грузинском интеллектуальных сообществах исследований на тему “Грузинские генералы на российской службе” является более разумной и перспективной интеграционной политикой, чем стремление всеми силами сохранить на грузинской территории российские военные базы” [ПЖ 2005 № 21: 56].

- определение (декодирование) автором текста (в скобках, через тире или сноску) используемого тропеического знака:

“сегодня Россию приглашают на заседание клуба “золотого миллиарда” (*большая восьмерка*) только по отдельным вопросам” [ПЖ 2004 № 46: 60];

“Классическая “*прачечная*” – это когда *нелегальные деньги конвертируют в легальный бизнес и делают их “чистыми*” [ПЖ 2004 № 46: 60];

“ ... la situation est sensiblement différente selon les enquêtes du baromètre politique français¹.... 1. *Ce nouvel outil de mesure ... repose sur des enquêtes effectuées en quatre vagues: printemps, automne, hiver 2006 et février 2007*” [LF 2007 № 66: 25-26]. Ср.: Ситуация существенно отличается согласно показаниям французского политического “барометра”¹....1. Это новый

механизм опроса общественного мнения, проведенный в четыре “волны”: весной, осенью, зимой 2006г. и в феврале 2007.

- оценку автором текста используемого тропеического знака:

“Я глубоко уверен в справедливости метафоры Папы Римского, что латинская и византийская традиции – это как два легких Европы, которыми она дышит” [ПЖ 2004 № 45: 82];

“Слово “каста” здесь не имеет негативного характера ... Чиновничья каста – это *естественная* специализация каждого общества, в котором есть государство” [ПЖ 2004 № 2: 30];

“La naissance de la “Grande Europe” *est, de facto, un succès* de la politique extérieure de l’EU” [LF 2004 № 53: 17]. Ср.: Рождение “Большой Европы” является де факто успехом внешней политики ЕС.

Все перечисленные способы не только усиливают проявление субъективного характера научного изложения, но и оказывают прямое воздействие на формирование концепции реципиента: ***это надо понимать так ..., это надо оценить так ..., это такой-то понимает (оценивает) та..., это я понимаю (оцениваю) так ...***

Итак, анализ тропеических знаков языка экономики на уровне прагматики демонстрирует, что понятия, репрезентированные метафорами, не только пополняют свое содержание ценностными характеристиками, но и несут на себе отпечаток социальной среды, в которой они сформированы. Создатели новых знаков ориентируют с их помощью аудиторию на нужное для них и для данного времени восприятие реалий и событий мира экономики, выдвигая на первый план такую функцию тропеических знаков языка, как социальную.

4.3. Функции тропеических знаков в экономическом тексте

Одним из аспектов прагматического анализа является, как на это указывает И.В. Поляков, исследование проблемы функционирования знаков

[Поляков 1990: 13]. Функциональный аспект метафор, используемых как в художественных, так и в научно-популярных текстах, достаточно полно представлен в работах отечественных и зарубежных лингвистов [Арутюнова 1999; Гак, 1998; Глухов 2001; Илюхина 1999; Лебедева 2006; Пшенкин 2006; Телешева 2006; Телия, 1988]. Основные функции метафор, выделяемые данными языковедами, могут быть сведены к следующим:

- 1) номинативная,
- 2) познавательная,
- 3) смыслообразующая,
- 4) оценочная,
- 5) эмотивно-оценочная,
- 6) риторическая.

Предлагая классификацию, включающую 15 функций метафоры, В.К. Харченко указывает на ее условный и схематичный характер. Автор замечает: во-первых, можно спорить о количестве и иерархии функций, поскольку некоторые из них могут “подключаться” к другим. Во-вторых, схематизм любой классификации объясняется тем, что “в живой жизни языка функции перекрещиваются, сопрягаются, находятся в отношениях не только взаимного дополнения, но и взаимной индукции” [Харченко 2007: 81].

Развивая мысли В.К. Харченко о закономерности установления иерархии при рассмотрении функционального аспекта метафор, мы выявили те функции, которые лидируют на каждом из трех уровней семиотического анализа. Обобщенная схема функционирования тропеических знаков в экономических текстах может быть представлена следующим образом.

Функции метафор в экономическом тексте



Анализ на уровне синтактики, демонстрирующий правила формирования анализируемых языковых средств как знаков языка экономики, свидетельствует о том, что для данного семиотического измерения существенны следующие функции тропеических знаков:

1. Номинативная (или идентифицирующая, или индикативная) функция, основанная на сходстве обозначаемого и того образа, который становится основой переноса значения. Она обеспечивает выбор языкового знака для наименования предмета и явления экономической действительности. Проявляясь в сфере обозначения действительности, непосредственно воспринимаемой органами чувств, эта функция позволяет пополнять запас экономического лексикона, который обеспечивает наименование предметов, предметно ориентированных действий, отношений и качеств.

2. Кумулятивная, представляющая каждую метафору или метонимию как “вместилище знаний”, в котором прослеживается связь со

“старым” значением слова, зачастую не имеющим никакого отношения к экономике, но которое выступает в качестве “донора” нового значения. Так в структуре нового знака появляются иконические (метафора) и индексальные (метонимия) элементы, входящие в план содержания языкового знака, основанного на переносе значения.

3. Коммуникативная, представляющая каждый тропеический знак как созданный с целью выразить, сохранить и передать информацию о событиях мира экономики. При этом информация выражается доступными средствами, поскольку для ее представления используются знаки, которыми индивид пользуется в привычных сферах обыденной жизни, либо при обозначении основ научного знания.

4. Унифицирующая, позволяющая наблюдать аналогичные переносы в разных языках и способствующая созданию общей научной картины мира, а тем самым общению и адекватному пониманию через терминологический аппарат, сформированный с помощью ассоциаций как свойственных человеческому сознанию вообще, так и с использованием опыта конкретной лингвокультурной общности (например, через влияние английского языка). Таким образом, речь может идти о создании общеевропейской метафорической картины мира экономики.

5. Изобразительная, позволяющая представить новую информацию более образным, ярким способом с использованием всех вариантов словообразовательных моделей данного языка и неожиданных синтаксических отношений знаков, отвечающих правилам их сочетаний, но создающим вместе тот эффект, который со временем либо приводит к их забыванию, либо преобразуется в клише, штамп или основу фразеологического оборота.

Семантическое измерение, исследующее способы и условия замещения знаком реалии окружающей действительности, позволяет трактовать тропеические знаки языка экономики как результат

столкновения смыслов и выдвинуть на первый план следующие характерные для данного уровня функции:

1. Когнитивная, отражающая реальный мир через ментальные единицы человеческого сознания, способствующая его категоризации и концептуализации с учетом опыта, хранящегося в памяти человека и при определенных обстоятельствах обрабатываемого его сознанием.

2. Креативная, обеспечивающая создание новых ЭП, зачастую не поддающихся чувственному восприятию и позволяющая отразить признаки объекта (явления, события) экономической действительности, которые представляются наиболее актуальными на данный момент развития общества.

3. Эксплицирующая, обеспечивающая получение дополнительной информации, которая извлекается в ходе распремечивания смыслов, “сталкивающихся” при образовании метафор.

4. Эвристическая или открытие нового, когда дополнительные смыслы, образованные в ходе метафорического и метонимического переносов, способствуют упорядоченности знаний, расширяют, углубляют знания о мире, в конечном итоге выводят на новый виток наших представлений о мире.

5. Моделирующая, представляющая экономическое состояние общества в соответствии с определенными структурами, образцами (моделями). Эти модели отражают экономическую действительность в сопоставлении с фрагментами картины мира, а также в соответствии с культурно-национальным мировосприятием носителей языка.

6. Консолидирующая, обеспечивающая связанность и целостность текста; что достигается выбором метафор и метонимий, которые задают общую тему высказывания, служат связующей нитью изложения, и полное осмысление которых происходит на фоне широкого контекста.

Прагматический аспект исследования метафор и метонимий языка экономики демонстрирует проявление тех функций анализируемых нами

знаков, которые имеют непосредственное отношение к человеку, пользующегося знаками (продуцентом и реципиентом). В этом смысле прагматика переключается с синтактикой и семантикой, поскольку все перечисленные функции, проявляющиеся при исследовании на трех уровнях семиотики, связаны с человеком: знаки придумываются человеком и для человека. Тем не менее, именно прагматический анализ преследует цель рассмотреть отношение человека к знакам, и поэтому здесь на первый план выходят следующие функции:

1. *Аксиологическая*, понимаемая как нацеленная на формирование у реципиента оценки выделенной с помощью метафор концептуальной характеристики ЭП, а также ценностного отношения и смысла-переживания по отношению к событиям и реалиям мира экономики. Эта функция находится в соответствии с определением моральных и нравственных норм данного социума, с определением того, “что в жизни и обществе обладает ценностью” [Гуревич 2004: 284].

2. *Культурно-маркированная*, демонстрирующая отношение индивидуума или социума к реальным событиям и их оценку в соответствии с нормами и стереотипами, присущими данной лингвокультурной общности и выраженными через перенос идей.

3. *Эвфемистическая*, помогающая продуценту передать с помощью метафор ту информацию, которую автор по тем или иным причинам считает нецелесообразным обозначить при помощи обычных языковых знаков.

4. Функция *экономии* языковых знаков, предусматривающая качественное совершенство “речевой нагрузки” за счет создания таких форм речи, при которых “новая информация легко выделяется на фоне известной” [Рождественский 2003: 98]. При этом следует отметить, что количество языковых знаков не уменьшается, “старые” значения не исчезают, а язык, допускающий, а иногда и требующий дублирование, развивается и обогащается.

5. *Риторическая* или функция воздействия на реципиента, заключается в навязывании взглядов, в формировании нужной для продуцента позиции по отношению к тому или иному событию или явлению. Эта функция метафоры особенно проявляется в газетных и журнальных статьях, а также в публичных выступлениях, где метафоры используются как стилистический прием сознательного преобразования языкового материала. В этом смысле риторическая функция представляется как связывающая и пронизывающая все предыдущие функции и направляющая выбор тропеических знаков для убеждения воспринимающей аудитории в правильности проводимой экономической политики, или, наоборот, в ошибочности решений, принимаемых противниками тех или иных экономических преобразований.

Проведенный анализ продемонстрировал, что выдвижение на первый план той или функции языкового знака, основанного на переносе значения, в зависимости от уровня семиотического измерения, объясняется тем, какая сторона знака повернута в данный момент к исследователю. А именно, та, которая:

- соотносится с другими знаками и свидетельствует о возможности формирования метафоры как знака;
- направлена на замещение реалий внеязыкового мира;
- свидетельствует об отношении и реакциях человека, пользующегося данным знаком.

Таким образом, рассмотрение метафор и метонимий языка экономики в функциональном аспекте демонстрирует различия в уровнях семиотического анализа, а также их взаимодействие. Это позволяет нам рассматривать примененный нами семиотический метод в качестве ментального алгоритма их понимания и интерпретации и определить данный алгоритм как *семиотический круг* по аналогии с существующими определениями языкового круга (В.И. Карасик) и герменевтического круга (Г.И. Богин).

Исследование тропеических знаков языка экономики в соответствии с алгоритмом семиотического круга позволяет проследить движение мысли продуцента и/или реципиента от стадии их формирования как знаков к представлению с их помощью реального мира, и приводит, наконец, к анализу взаимоотношений с пользователями знаков.

Анализируемые тропеические знаки предстают как знаки, обладающие многогранной структурой, поворачивающиеся к исследователю той или иной гранью, в зависимости от точки круга, в которой на данный момент располагается исследователь.

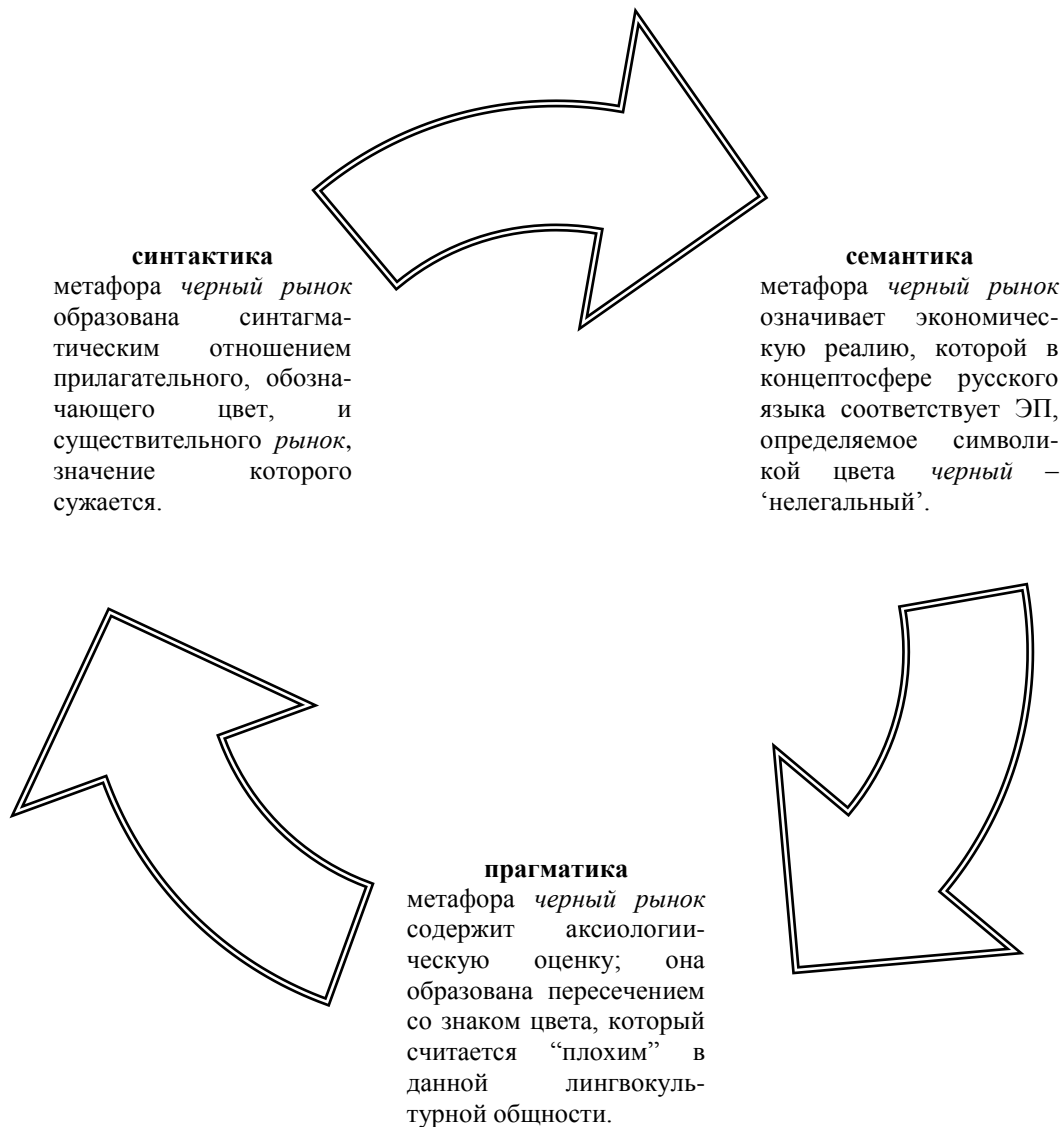
Так, например, анализ метафор, в которых присутствуют слова, обозначающие цвет, на уровне синтактики демонстрирует отношение между знаками цвета и тропеическими знаками при формировании последних как знаков языка экономики.

Семантический анализ показывает отношения между тропеическими знаками, в семантике которых содержатся цветовые ассоциации, и реалиями мира экономики. Кроме того, анализируется роль цветосимволики при обозначении экономических субъектов и явлений.

Прагматика исследует передаваемые с помощью тропеических знаков, использующих в качестве основания переноса ассоциации с цветом, оценки описываемых реалий и формирование стереотипного мировосприятия, связанного с символикой цвета.

На следующей схеме мы покажем примерный анализ метафоры *черный рынок* с применением алгоритма семиотического круга.

Метафора “черный рынок” в алгоритме семиотического круга



Сравнение проводимого нами исследования с символическим кругом, помогает подчеркнуть тот факт, что метафоры, репрезентирующие ЭП и определяемые нами как тропеические знаки языка экономики, действительно, есть элементы, части общей языковой семиотической системы. Поэтапное обращение к целому позволяет уточнять интерпретацию анализируемых знаков, давать новое толкование частностям, расширяя, таким образом, “горизонты понимания” и устраняя “пустоты” [Колодина 2001: 8; Макеева 1999: 83].

С другой стороны, выявленная взаимосвязь трех измерений семиотики, не должна привести к недооценке ее отдельных частей. И в этой

связи не следует, на наш взгляд, забывать слова Ч. Морриса о роли прагматики для адекватного понимания реальности, описываемой с помощью языковых знаков: “Правила, управляющие знаковыми средствами изучаемого языка, должны быть поняты. А “понимание” – это термин прагматики. [Моррис 2001: 91]. Это значит, что те правила, по которым возможные знаковые средства соединяются и преобразуются, должны составляться с учетом их реального функционирования как знаков. И только прагматический анализ может продемонстрировать как возможности употребления знаков, так и злоупотребление ими.

Особенности знаковой природы метафоризации, выявленные в ходе прагматического исследования, выдвигают на первый план той или иной функции в зависимости от семиотического измерения анализа, обнаруживают противоречивость характера отношений как внутри структуры метафор, так и в их отношении с референтом, что приводит к парадоксам их использования. Покажем это в следующей таблице.

Таблица 10.

Парадоксы метафоры

С ОДНОЙ СТОРОНЫ	С ДРУГОЙ СТОРОНЫ
творческий характер мышления	рациональность мышления
экономия языковых средств	избыточное использование языковых средств
четкость обозначения	размытость значения
использование обиходного языка и даже сниженной лексики	использование слов научного языка
достоверность информации о реальных событиях мира экономики	завуалированность, сокрытие информации о реальных событиях мира экономики

Выявленные парадоксы, в силу создаваемого эффекта противоречивости использования метафор в языке (речи) определяют выбор продуцента в пользу данных языковых знаков. Они же стимулируют

непрекращающийся интерес к исследованию функционального аспекта использования тропеических знаков в любых областях представления знаний.

Итак, анализ тропеических знаков с точки зрения функций, выполняемых ими как знаков, замещающих в языке реальные события и объекты экономики, свидетельствует об особом характере, выбираемом человеком способе репрезентации ЭП, подчеркивает социальный характер исследуемых нами знаков и закономерности их применения. Перечисленные функции свидетельствуют об активной роли тропеических знаков в процессе отражения в языке экономики происходящих событий и в последующем хранении накопленной информации, а также в обмене текстуально организованной смысловой информацией. Семиотическое исследование тропеических знаков, функционирующих в языке экономики, может быть дополнено некоторыми примерами, позволяющими сопоставить их со знаками других семиотических систем, сформированными также на переносе значения, что поможет осознать место тропеического знака в семиотическом континууме.

4.4. Место тропеического знака в семиотическом континууме

По Ч. Моррису, с точки зрения прагматики, языковой знак употребляется в сочетании с другими знаками – членами некоторой социальной группы [Моррис 2001: 76]. Для тропеических знаков языка экономики, исследуемых нами, такими знаками являются, прежде всего, знаки обыденного языка, научного языка, знаки культуры, цвета и числа. Эти знаки представляют собой как источник метафорического или метонимического переносов, так и те знаки, с которыми тропеические знаки комбинируются в сложном процессе накопления и последующего хранения, а затем передачи информации.

Тропеические знаки, в основе которых лежит антропометрический принцип, позволяющий замещать в языковой форме экономические субъекты с опорой на представления о самом человеке, его внешнем виде и работе человеческого организма, коррелируют, прежде всего, со знаками *внутренней семиотики*. Знание внутренней семиотики дает человеку возможность отождествлять с обозначаемыми экономическими реалиями одни части тела или органы чаще (*рука, голова, сердце, мозг, кровеносная система*), а другие реже (*желудок, горло*). Знаки, свидетельствующие об ориентировании человека в пространстве и его реакциях, также помогают наблюдателю соотнести результаты своих наблюдений с вербальным отражением действий экономических субъектов, выразить отношение к произведенному действию. Событие или решение проблемы может *повернуться задом (спиной), выйти боком, вильнуть вправо*. Общество (экономика), подобно человеку, *хромает, ухмыляется, выглядит обиженным, утомленным, болеющим, умирающим, погибающим* и т.д.

Тело человека, включая не только его внешний вид, но и различные виды ухода (одежда, украшения, прическа и т.п.) выполняет важную культурно-семиотическую функцию в любом обществе, способствуя “взаимодействию тела, разума и языка” [Карасева 2007]. Знаки языка тела успешно соотносятся и с анализируемыми нами тропеическими знаками языка экономики, в частности при метонимическом переносе: *государственный карман, белые (синие) воротнички, бритоголовые*. Слова, обозначающие предметы одежды или украшения, при метафорическом переносе значения становятся терминами из области техники: *chemise* “рубашка”, *bague* “кольцо”, *robe en caoutchouc*, “резиновое покрытие” и т.д.

Знаки *жестов*, взаимодействующие с тропеическими знаками языка экономики, представляют собой не только источник переноса значения, но и стимул оценивания соответствующих репрезентаций в соответствии со значением использованного в качестве источника метафоризации жеста. Согласно замечанию Н.И. Колодиной, иногда “жесты более информативны,

чем слова” [Колодина 2006: 183], а в сочетании с исследуемыми нами тропеическими знаками они вносят в содержание ЭП дополнительную информацию аксиологического характера. Например:

- *подтягивание ремня* – попадание в затруднительное положение: “А Россия тем временем *подтягивает ремень*”;
- *воздушный поцелуй* – может означать прощание: “Горбачев намерен вынести на референдум о частной собственности на землю, что, очевидно, является *воздушным поцелуем* Ельцину”;
- *хватать за руки* - мешать: “Итак, снова прошлое *хватает за руки* будущее”;
- *сжать кулак* – проявить силу: “Не то, чтобы Центр не мог или тем более не хотел снова *сжать кулак*”;
- *грозить кулаком* – предупреждение о применении силы: “Эти силы нельзя недооценивать ... их представители щеголяют, подобно рокерам, в кожаных тужурках и все чаще *грозят кулаками* ...” и т.п. [цит. по: Баранов 1994].

Антропоцентричность, ярко выраженная в тропеических знаках, сформированных через ассоциации с самим человеком, его телом, местонахождением и ориентированием в пространстве, всегда связана с мотивированностью выбора языкового средства обозначения реалии внеязыкового мира, дополненного прагматическим обоснованием. Выводы, полученные в результате проведенного нами исследования, согласуются со словами А.Ф. Лосева о том, что под языком понимается “всякая осмысленная выраженность, т.е. не только артикуляция языком, но и жесты, мимика и проч. и проч. – все внешнее, что может быть знаком внутреннего” [Лосев 1990: 138].

То же самое можно сказать и о *знаках-картах*, создающих прагматический эффект, когда они являются основанием переноса значения в экономическом лексиконе. Являясь предметом загадочного и таинственного социально-бытового феномена, считающегося, по мнению

многих исследователей, памятником древнейшей культуры, карты и карточные игры оказали значительное влияние на культурную жизнь российского государства, особенно в течение XVII-го - XIX го веков. “Золотой век” русской литературы проходил под знаком карточных игр, многие выражения русского языка используются метафорически, без осознания заложенного в них карточного (а часто шулерского) жаргона. Тем не менее, мы отмечаем в языке экономики такие тропеические знаки, которые, основываясь на знаниях о знаках, используемых при карточных играх, помогают осмыслить сложные явления социально-экономической жизни и вызвать к ним соответствующее отношение. Например:

- *расклад* (карт) как расстановка сил в переносном значении и *мизер* (в переводе с латинского означает “бедный, жалкий”, что-то незначительное, ничтожное по величине, но в среде преферансистов считается сложной и трагической игрой): “Возможных вариантов “раскладов”, собственно, два: “Ельцин” или “не-Ельцин”. Большой шлем или *мизер*”;
- *пошла карта* – когда говорят “идет карта” – значит, игроку везет, и на протяжении всей игры приходят самые старшие карты разных мастей, что дает ему возможность заказывать крупные выигрышные партии: “Но здорово ошибутся те, кто решит, что *им пошла теперь карта*, что они возьмут народ тепленьким и легко смогут установить диктатуру”;
- *передергивание карт* – шулерский прием, заключающийся в нужных манипуляциях с картами: “Посмотрите на Европу! Европа объединяется!” Но это – открытое *передергивание карт*”;
- *крапленая карта* – крап как специальные метки на шулерских картах: “*Крапленая карта* в нравственно неопрятной, грязной игре на национальном самосознании” [цит. по: Баранов 1994].

Тропеические знаки взаимосвязаны с семиотикой *числа, цвета*, а также с *зоосемиотикой*, когда в их структуре присутствуют различные количественные знаки, задействованы аналогии с цвето- и зоосимволикой.

Так, знаки зоосемиотики показывают и указывают не только внешний вид, но и повадки, действия, характерные для представителей животного мира, они часто вырастают до символов, с которыми ассоциируются явления и события мира экономики. И тогда обозначаемые субъекты экономики получают четко выраженные аксиологические оценки. Как показывает фактический материал чаще всего это отрицательные оценки, которыми наделяются характеристики репрезентированных метафорами ЭП (в отличие от большого количества положительных оценок, переданных через ассоциации с человеком). Например, отношения между экономическими противниками представляются как *грызня*, лица партнеров и даже облик общества - *морда*, местонахождение организации – *логово*, группа людей – *стая* (волков), *рой* (пчел), *клубок* (змей). Валютные отношения и ценовая политика представляются как ассоциируемые с миром животных: *змея*, *галоп* (шаг лошади) и т.п.

Традиции, ритуалы, мифы, произведения искусства, окружающие жизнь человека, также поставляют коды, которые обеспечивают порождение языковых знаков, основанных на переносе значения. Все вместе они представляют семиотику *культуры*, понимаемую Ю.М. Лотманом как “динамичная система”, “многоуровневая семиотическая организация”. Создание “перекрестно кодированных текстов” здесь приводит к “бурно протекающему процессу новообразования” [Лотман 2002: 71-74].

Кроме того, как свидетельствуют результаты прагматического анализа, в экономических текстах влияние тропеических знаков на формирование общественного мировоззрения достигается за счет привлечения *невербальных семиотических средств*, играющих роль сопровождения, пояснения, в числе которых мы выделяем такие субзнаки, как шрифтовые выделения, рисунки, фотографии, графики. Их осмысление вне общего контекста изложения либо не является полным, либо не представляется возможным.

Для иллюстрации взаимодействия тропеических знаков с другими знаками языковой семиотической системы с целью создания нужного автору прагматического эффекта мы проанализируем отрывок из статьи, в котором дается оценка актуального для сегодняшней России ЭП **МОНОПОЛИЯ**:

“Монополия – это самый выгодный для людей, находящихся около власти, способ обогащения. Зачем “лезть из кожи вон”, вертеться как белка в колесе, выдумывать, внедрять, сокращать, продвигать и, главное, рисковать? **Можно войти во власть голым и босым, а выйти из нее, если повезет, с “ярлыком” на экономическое княжение** (самый большой “ярлык” – великокняжеский – конечно, на нефтегазовое княжение) и затем собирать “ясак” под государственной крышей.

Короче, монополия – это дама, приятная во всех отношениях, кроме одного. **Она дурно пахнет**. Потому что, как известно, это первый признак загнивания” [АН 2007 № 42: 3].

В данном контексте использованы тропеические знаки, в качестве означающих которых выступают:

- словосочетания, представляющие собой развернутую метафору, в которой словом-параметром является слово *княжение*, вербализующее концепт из области “история” - *“ярлык” на экономическое княжение; великокняжеский “ярлык” на нефтегазовое княжение;*
- словосочетания, представляющие собой развернутую метафору, в которой словом-параметром является слово, вербализующее концепт из области “человек” – *дама, приятная во всех отношениях, кроме одного. Она дурно пахнет.*

В качестве означаемого указанных тропеических знаков выступает ЭП **МОНОПОЛИЯ**. Посредством метафор акцентируются концептуальные характеристики ЭП – монополия предполагает безграничную власть, сравнимую с (велико)княжеской; монополия может быть привлекательна по внешнему виду, но иметь сомнительную сущность, как это бывает с

приятной дамой, от которой, однако, “дурно пахнет”. В оценивании акцентируемых через метафоры характеристик ЭП принимает участие окружающий контекст, в котором используется слово *самый*. Соединяясь с прилагательными, слово *самый* увеличивает **положительную оценку** со стороны людей, находящихся у власти - *самый выгодный* способ обогащения, *самый большой* “ярлык”. Положительному оцениванию способствует использование другой развернутой метафоры - *собирать “ясак” под государственной крышей*. С позиции тех, кто находится у власти, собирать дань, т.е. деньги, да иметь еще прикрытие в виде государства – это хорошо.

Отрицательная оценка акцентируемых через метафоры характеристик ЭП со стороны участников рынка создается за счет использования в окружающем контексте слов с отрицательной коннотацией (*рисковать*), идиомы и фраз-клише (“*лезть из кожи вон*”, *вертеться как белка в колесе*, *войти голым и босым*), другой метафоры (это первый признак *загнивания*). Кроме того, присутствует субъективная оценка автора в виде определения используемого тропеического знака (*монополия – это дама, приятная во всех отношениях, кроме одного*) и намека на отношение к данному понятию в обществе (*как известно*).

Субзнаки в виде кавычек и выделения жирным шрифтом также способствует выражению авторской оценки ЭП и формированию отношения со стороны общественности. Кавычки, в которые заключены слова “ярлык” и “ясак”, могут рассматриваться как способ отнесенности к одной ЛСГ (они еще и созвучны) и ассоциации с эпохой поборов в Древней Руси. Сравним словарные толкования:

- “Ярлык – на Руси в 13-15 вв.: грамота, письменный указ хана Золотой Орды” [Ожегов 1997: 918];
- “Ясак – в старину: натуральный налог, которым облагались некоторые народы Поволжья, Сибири и Дальнего Востока” [там же: 919].

“Следы” отрицательной коннотации, которые для русских содержат эти слова, сохраняются в переносных значениях.

Использование жирного шрифта позволяет автору акцентировать внимание читателя, во-первых, на том, что превратиться из “голого и босого” в великого князя можно только, **если повезет**. Во-вторых, отрицательная оценка внешней, кажущейся привлекательности монополии подчеркивается выделенными словами с явной отрицательной коннотацией - **Она дурно пахнет**.

Итак, исследование метафорической репрезентации ЭП с применением семиотического метода свидетельствует об активном участии тропеических знаков в процессе семиозиса. Согласно Н.Б. Мечковской, цепная реакция знакообразования носит “кросс-семиотический” (межсемиотический, проходит между отдельными семиотиками) и “многоканальный” характер [Мечковская 2004: 576]. Возникнув в различных невербальных семиотических системах, передаваемые и воспринимаемые через различные каналы доступа информации, знаки, основанные на переносе идей, могут представлять затем стимул для появления тропеического знака языка экономики (и наоборот). Вот как, например, описан в справочном издании скоростной поезд TGV, представляющий собой одно из достижений французской транспортной индустрии:

“Поездка на “Евростаре” напоминает полет на самолете: оформление станции в футуристском духе, регистрация за 20 минут до отправления, посадочные талоны и отдельная перевозка багажа – все это подчеркивает сходство. Даже время поездки сопоставимо: чтобы добраться до центра Парижа, на “Евростаре”, как на самолете, требуется три часа. Различие лишь в картинках за окном ...” [Франция: справ. изд. 1999: 203].

В приведенном отрывке из лингвострановедческого справочника показано, что поездка на современном скоростном поезде сопровождается теми невербальными знаками, которые обычно используются при

оформлении и совершении авиаперелета (технология, поведение, указатели). Подобное сопоставление идей закрепляется в коллективном сознании в виде концептов, которые репрезентируются затем вербально через тропеические знаки, такие как *dévoreur des kilomètres* “пожиратель километров”.

Другое технологическое достижение Франции, вызванное необходимостью приема самолетов-гигантов, представляет собой аэропорт Руасси-Шарль-де-Голль. Архитекторы, инженеры и техники, принявшие участие в его создании, стремились помочь пассажирам эмоционально “пережить” промежуточное звено между землей и полетом. Соответственно, использовались технические и архитектурные знаки, основанные на переносе значения (земля ↔ небо): выбор подъездных путей к аэропорту, когда он то скрывается за постройками, то открывается в новых ракурсах; дорожки, движущиеся в стеклянных трубах; висящие в подземных галереях шары-прожекторы и т.д. [Франция: лингвострановед. слов. 1997: 30]. В вербальном представлении инженерных решений аэропорта также используются тропеические знаки: *самеллиты* - залы ожидания, *движущиеся* тротуары, *телескопические* переходы. Таким образом, с помощью различных средств семиотического континуума пассажиры оказываются подготовленными к отлету или встрече с Парижем.

Исследования последних лет демонстрируют, что метафоры охватывают практически все сферы человеческой деятельности. Метафорическим потенциалом обладают кроме языковой семиотической системы такие невербальные семиотики, как карикатура, жесты, плакат и т.д. П. Друлак подтверждает эту мысль описанием выставки плакатов, организованной Чешским Советом по международным отношениям весной 2006 года и посвященной выражению европейской идентичности. Большинство плакатов можно было понять через метафору КОНТЕЙНЕРА. Европейская идентичность изображалась как кувшин, фигура человека, отпечаток человеческого тела (обычно отпечаток пальца или стопы),

разноцветный клубок или дерево, вершина которого представляла собой карту Европы. Если различными видами карт Европа была представлена как единое целое, имеющее одну форму и один цвет, то есть то, что чаще всего выражает метафора КОНТЕЙНЕРА, то о хрупкости европейской конструкции говорило изображение Европы как песчаного замка. С помощью статичной картинки была передана идея движения: пружиной с надписью "Европа" на отъезжающей машине; руками, указывающими в определённом направлении, или пальцами, сходящимися в одну точку вдали и т.д., а также идея пустоты - через изображение людей с закрытыми лицами или без лица [Друлак 2006].

Изучая переносы значения, ученые выделили так называемое явление *синестезии* – использование слов, связанных с каким-нибудь органом чувств, для обозначения понятий, относящихся к сфере другого чувства. Так происходят переносы от зрения к слуху (*яркие звуки*), от осязания к зрению (*теплые краски*), от вкуса к слуху (*кислая нота*). О постоянном возникновении метафор, основанных на межчувственных ассоциациях, т.е. синестезиях, пишет, например, Б. Галеев: “сходство может быть по форме, по структурному подобию (например, таковое лежит в основе известных синестетических аналогий “мелодия - рисунок”, “музыка - архитектура” и т.п., либо по эмоционально-смысловому воздействию (что определяет существование иных, смежных синестетических аналогий: “тембр - краска”, “тональность - колорит” и т.п., которые и названы “цветным слухом” [Галеев 2004: 39].

В.И. Рахилина обращает внимание на то, что прилагательные, описывающие восприятие на слух, легко используются для обозначения других типов восприятия, например, зрительного или тактильного. И тогда в языке возникают метафоры типа *громкие цвета, кричащая одежда*. Лингвист делает вывод, что в соответствие с данным правилом и другие прилагательные в значении ‘громкий’ могут охарактеризовать имя,

обозначающее, например, славу, знаменитость их носителей: *громкая слава, шумная известность* [Рахилина 2000: 361].

Н.Б. Мечковская, характеризуя семиотический континуум, отмечает, что его плотность (насыщенность) постоянно возрастает, несмотря на то, что какие-то знаки уходят: “в исторической перспективе знаки не только сменяют друг друга, но и аккумулируются” [Мечковская 2004: 576]. Лингвисты и семиотики отмечают также, что, безусловно, ведущая роль в межсемиотических информационных процессах принадлежит языковым знакам, выполняющим посреднические (переводческие и интерпретаторские) функции.

В заключении “Принципов современной риторики” Ю.В. Рождественский пишет: “Речь начинает, развивает и подводит итоги предметной знаковой деятельности. Как показывает мировой опыт современности и история мировой культуры, удачное устройство речевых отношений и успешные речевые действия обеспечивают все формы жизни общества и, в частности, экономическую жизнь общества” [Рождественский 2003: 176]. Проведенный нами анализ демонстрирует, что достойное место в решении задач управления общественными процессами, в частности экономическими, занимают тропеические знаки языка экономики, которые при умелом использовании становятся инструментом развития экономической деятельности социума.

Итак, анализ роли тропеических знаков языка экономики в семиотическом континууме свидетельствует о том, что, в принципе, подобные знаки могут существовать в любых других семиотиках, они могут коррелировать между собой и порождать проявление в той или иной семиотике через доступные человеку каналы восприятия информации об окружающем мире.

ВЫВОДЫ ПО 4 ГЛАВЕ

1. Семиотический метод, примененный к исследованию тропических знаков языка экономики свидетельствует о том, что номинативный аспект неизбежно дополняется прагматическим. Прагматический уровень анализа характеризует ту сторону тропеического знака, которая обращена к человеку, продуценту и реципиенту знака и непосредственным образом исследует отношение $\text{знак} \rightarrow \text{человек}$. Это отношение связано с созданием *аксиологической оценки* акцентируемых характеристик экономического понятия, на которую влияют окружающий контекст, социальная позиция, занимаемая реципиентом, а также нормы и стереотипы, принятые в данном социуме. Рациональные оценки дополняются в структуре тропеического знака эмоциональными оценками, а вместе они формируют *отношение* реципиента к описываемой с помощью тропеических знаков экономической ситуации.

2. Анализ на уровне прагматики свидетельствует о том, что отношения в структуре тропеических знаков языка экономики затрагивают не только отдельного человека, но и относятся ко всему обществу, демонстрируя социальный знаковый характер метафор, участвующих в репрезентации экономических понятий. Отношение $\text{знак} \rightarrow \text{человек}$ дополняется отношением $\text{знак} \rightarrow \text{социум}$. В конечном итоге, отношения между тропеическими знаками языка экономики и их пользователями, исследуемые нами на прагматическом уровне семиозиса, выстраиваются в цепочку отношений *человек \rightarrow знак \rightarrow человек (социум)*.

3. *Исследование на прагматическом уровне позволяет определить тропеические знаки языка экономики как выражающие отношение говорящего (слушающего) к референциальному аспекту значения. При репрезентации экономических понятий аксиологические оценки, обусловленные использованием концепта-источника и окружающим контекстом, входят в содержание понятия, причем оценивается не все понятие, а акцентированная характеристика. Прагматический эффект проявляется в формировании смысла-*

переживания, которое представляет собой особый тип информации, эмотивность. Понятия, сформированные путем метафорического и метонимического переносов, соответствуют запросам и ожиданиям социальной среды (группы), в которой они созданы. Они также ориентируют на нужное продуценту восприятие окружающей действительности.

4. Функциональный аспект тропеических знаков языка экономики свидетельствует об особенностях выбираемого человеком способа репрезентации экономических понятий, подчеркивает их социальный характер. Исследуемые тропеические знаки выполняют в экономических текстах *все функции*, которые возможны для любых словообразовательных знаков, однако имеет место лидирование некоторых функций, в зависимости от уровня семиотического измерения, а также взаимосвязь между ними. Анализ тропеических знаков языка экономики по *семиотическому кругу* представляет собой ментальный алгоритм понимания и интерпретации тропеических знаков языка экономики.

5. Тропеические знаки языка экономики занимают достойное место в семиотическом континууме. В отличие от словообразовательных знаков они *коррелируют со всеми семиотиками*. Это происходит не только за счет того, что тропеические знаки служат вербальным средством описания всех возможных семиотик, но и потому, что знаки этих семиотик могут быть использованы в качестве источника переноса значения, служить стимулом порождения новых значений, поступать в качестве таких стимулов через все доступные человеку каналы восприятия информации об окружающем мире, дополняться знаками (субзнаками) других семиотик, порождать аналогичные знаки, как вербальные, так и невербальные, в той или иной семиотике. Следующая глава будет посвящена верифицированию положений, разработанных нами в диссертационном исследовании.

ГЛАВА 5

ОПИСАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКСПЕРИМЕНТА: СПЕЦИФИКА ТРОПЕЙЧЕСКИХ ЗНАКОВ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ЛЕКСИКОНЕ

Экспериментальным исследованиям всегда придавалось большое значение в отечественном языкознании [Арнольд 1991; Залевская 1990; Сахарный 1989; Дридзе 1999; Лебедева 2006; Петренко <http://www.akka.ukrbiz.ru> и др.]. Эксперимент определяется как метод познания, который состоит в “исследовании предметов и явлений в контролируемых, управляемых (а нередко и искусственно созданных) условиях” [Кондрашов 2005: 641].

Р.С. Немов указывает на сложность и трудоемкость проведения экспериментальных исследований. В то же время ученый-психолог отмечает, что подобный вид исследования - “наиболее точный и полезный в познавательном плане”, без него невозможно обойтись и в науке, и в практике, так как “только в тщательно продуманном, правильно организованном и проведенном эксперименте можно получить наиболее доказательные результаты” [Немов 1995: 17-18].

Л.В. Щерба определяет эксперимент как самый подлинный путь для проникновения в сущность языка, в идиоматичность отдельных языков. Оценивая роль эксперимента в языкознании, лингвист подчеркивает, что каждое новое правило, новое установление “с известной точки зрения и в известной мере является своего рода экспериментом” [Щерба 1974: 35].

В последнее время проводятся многочисленные ассоциативные эксперименты, позволяющие “учитывать специфику процессов функционирования слова в лексиконе индивида” [Залевская 2005: 199], а также кросс-культурные исследования, в которых культура понимается как “характерный образ жизни, разделяемый группой людей”, и экспериментальным путем реконструируется воздействие фактов культуры

на реципиента [Эксперимент и квазиэксперимент в психологии 2004: 150-151].

Проведенный нами анализ тропеических знаков, используемых в экономическом лексиконе русского и французского языков, дополняется *лингвистическим экспериментом*, в котором приняли участие представители двух лингвокультурных социумов, русские и французы, что позволило нам проанализировать как индивидуальные особенности восприятия мира экономики, так и специфику метафорической репрезентации ЭП носителями русского и французского языков.

5.1. Вопросы организации эксперимента

Проведение эксперимента было направлено на то, чтобы верифицировать теоретические положения диссертации. Прежде всего, мы хотели подтвердить через анализ результатов эксперимента наше утверждение о связи лавинообразных изменений слов с социальными процессами, в которые включен современный человек. Многие слова, которые в своих первичных значениях обозначают самые разные фрагменты окружающей человека действительности, вызывают сегодня в сознании человека, независимо от того, имеет ли он непосредственное отношение к экономике или нет, ассоциации экономического характера. Экономические проблемы касаются как развития региона проживания, так и Европы, а также мира в целом.

Используемые человеком языковые знаки, основанные на переносе значения и определяемые нами как тропеические, имеют социальный характер, они отражают наиболее актуальные на данный момент характеристики экономических понятий. Удачные манипуляции со знаками этого типа способствуют, с одной стороны, формированию общеевропейского мировидения экономических преобразований, а с другой,

свидетельствуют о культурно-национальном восприятии явлений и событий мира экономики.

Конечно, среди метафор и метонимий, репрезентирующих ЭП, есть специальные термины (среди них “экзотические”), которые могут быть не понятны реципиентам, не владеющим узко экономической терминологией. Кроме того, ассоциации, способствующие переносу значения, могут сохранять в памяти человека (социума) отпечаток национально-культурной принадлежности, а также следы соответствий социальным нормам и культурным стереотипам.

Тот факт, что тропеические знаки “пересекаются” со знаками других семиотик (культурой, нумеративной семиотикой, цвето- и зоосемиотикой), должен способствовать адекватному восприятию окружающего мира экономики и его оцениванию в соответствии с символами и стереотипами, “отстоявшимися” в сознании человека.

С учетом сформулированной проблемы были определены цели и гипотеза эксперимента.

5.1.1. Цели эксперимента и ожидаемые результаты (гипотеза) эксперимента

При подготовке проведения эксперимента мы руководствовались следующими *целями*:

- исследовать содержание интерпретаций слов и словосочетаний, используемых в языке экономики в переносном значении, лицами, (не) являющимися специалистами в области экономики, русскими и французами;
- выявить (не)совпадения в интерпретациях слов и словосочетаний, используемых в языке экономики в переносном значении, со словарными дефинициями или теми значениями, которые они получают в экономических контекстах;

- проанализировать возможности выведения значения в референциальную область экономики в соответствии с выделением доминантного признака отраженной знаком реалии внеязыкового мира;
- описать национально-культурную специфику в интерпретациях метафор и метонимий экономического лексикона;
- проанализировать наличие аксиологических оценок ЭП или их характеристик при интерпретации метафор и метонимий, репрезентирующих ЭП в русском и французском языках;
- проследить связь интерпретаций метафор и метонимий экономического лексикона с практическим опытом и/или энциклопедическими знаниями участников эксперимента;
- исследовать влияние использования метафор в сильной позиции текста (заголовки) на прогнозируемое получение информации экономического характера.

Ожидаемые результаты (гипотеза) эксперимента.

Предполагается, что любой человек (участник эксперимента), в условиях современной жизни, когда проблемы экономического развития страны и Европы представляют существенный элемент социальной жизни, воспринимает многие слова (словосочетания), не имеющие в первичных значениях отношения к экономике, в их переносных значениях, при этом таких, которые отражают реалии мира экономики. Знаки языка, которые определены нами как тропеические знаки языка экономики, могут присутствовать в индивидуальном лексиконе, независимо от того, является ли экономика непосредственной сферой деятельности человека или нет.

Предполагается также, что вопросы, связанные со становлением Евросоюза, должны быть особенно актуальны для носителей французского языка, тем более, для испытуемых – французов, важное место в жизни которых занимают проблемы Евросоюза. Русские испытуемые (в основном, это жители г. Тамбова), которые пока только начинают проявлять интерес к данному вопросу, могут, на наш взгляд, иметь затруднения при

интерпретации некоторых метафор и метонимий, отражающих экономическое строительство Европы (мира).

Использование тропеического знака в такой сильной позиции, как заголовок статьи может служить стимулом к ее прочтению и даже позволять прогнозировать получение ожидаемой информации экономического содержания.

С учетом поставленных целей и определения гипотезы эксперимента были выбраны методики исследования. Наиболее приемлемой оказалась *методика субъективных дефиниций*. При этом мы опирались на понимание субъективного лексикона как “лексического компонента речевой организации человека и характеризующегося всеми специфическими чертами, присущими последней” [Залевская 1990: 74-75]; на концепцию Л.В. Сахарного о плодотворности пути изучения семантической структуры слова с помощью прямого толкования [Сахарный 1989: 103-104]; а также на следующее трактование субъективных дефиниций: “определения, данные рядовыми носителями языка”, которые могут представлять “динамичную когнитивную структуру, интегрирующую разноприродный опыт познания мира человеком” [Лебедева 2006: 74]. Использовались также методики компонентного анализа и дистрибутивно-статистического анализа данных эксперимента.

5.1.2. Отбор материала для эксперимента

При отборе материала для исследования мы руководствовались, прежде всего, его качественным содержанием. Мы исходили из определения тропеического знака языка экономики как знакового конструкта, в котором означающее представлено “старым” словом, не имеющим отношения к экономике, но через метафорический или метонимический перенос оно может соотноситься с новым означаемым. В структуре тропеического знака это новое означаемое и есть понятие, отражающее реалию мира экономики.

Из фактического материала исследования отбирались как схожие по структуре и по источнику переноса значения слова и словосочетания русского и французского языков, отмеченные наибольшей частотностью употребления в переносном значении для репрезентации понятий мира экономики, так и такие, в которых проявляется национально-культурная специфика. При отборе материала мы руководствовались методом сплошной выборки.

Эксперимент состоял из двух частей. Для 1-ой части эксперимента (*часть А*) было отобрано по 32 слова (словосочетания) из русского и французского языков, которые в своих переносных значениях могут отражать реалии мира экономики.

Для *носителей русского языка* были предложены слова и словосочетания, значения которых мы здесь приводим по данным экономических словарей и в соответствии с проведенным анализом источников фактического материала:

1. *ниша* – определенная, обычно ограниченная сфера какой-либо деятельности; возможность применения такой деятельности;
2. *портфель* – заказы, принятые к производству; должность министра;
3. *обвал* - резкое и быстрое ухудшение положения, углубление кризиса;
4. *аутсайдер* - о ком – чем-л., не выдерживающем конкуренции, остающемся последним;
5. *Рено* – завод производства автомобилей, марка автомобиля;
6. *Мишлен* - крупнейшая фирма по производству автомобильных, мотоциклетных и велосипедных покрышек, колес, кабеля; карты и путеводители;
7. *подушка безопасности* - стабилизационный фонд;

8. *зачистка* - уничтожение или удаление людей, представляющих с точки зрения властей опасность, с какой-то территории; ликвидация оппозиционных сил;

9. *акула* - крупный делец, капиталист, хищнически пользующийся чужим трудом, эксплуататор;

10. *челнок* – перекупщик, регулярно покупающий товары в одном месте и перевозящий их для продажи в другое место для продажи;

11. *прыжок дохлой кошки* - временный подъем на фондовой бирже;

12. *валютная змея* - система согласования валютных курсов, введенная по договоренности между европейскими странами;

13. *набег на банк* - массовое изъятие вкладчиками депозитов из банка в связи с сомнениями в его финансовом положении или другими событиями банка;

14. *черная работа* – неквалифицированная работа;

15. *черный год* – безотрадный, тяжелый; может характеризовать период кризиса;

16. *черный рынок* - нелегальный рынок;

17. *серый рынок* - любой рынок дефицитных товаров, который отличается от “черного рынка” тем, что он легальный;

18. *зеленые* - участники общественного движения защиты окружающей среды, выступающие за сохранение экологического равновесия на земле; доллары США;

19. *черный капитализм* - создание новых фирм, которыми владеют и управляют негры (США);

20. *потолок* - верхний предел колебания цен;

21. *паутина* – Интернет;

22. *донор* – инвестор;

23. *европейское строительство* – экономическое объединение Европы, создание Евросоюза;

24. *саммит* - встреча глав государств на высшем уровне: уже привилось, что этим словом обозначаются встречи глав “большой восьмерки”, в переводе на русский язык “горные вершины” [Катлинская 2008: 305];

25. *шерпы* - помощники глав государств в подготовке саммитов (переносное значение не зафиксировано в русских словарях);

26. *железный занавес* - символ разделения между странами восточной (социалистической) и западной (капиталистической) Европы;

27. *безбилетный пассажир* – каждый человек может надеяться на получение выгод в результате общей деятельности, ничего не делая при этом (то же что, и “заяц”);

28. *красно-коричневые* – фашиствующие сторонники коммунистического режима (красно-коричневая Дума);

29. *государство-жандарм* - обеспечение общественного порядка, который сами собственники предприятий не всегда могут обеспечить;

30. *страны “десятки”* - новые десять стран, присоединившиеся к 15 странам Евросоюза;

31. *“пятнадцать”* - пятнадцать стран Евросоюза (начало объединения);

32. *“двадцать пять”* - число стран Евросоюза после присоединения к пятнадцати его членам новых десяти стран.

Для *носителей французского языка* были предложены следующие слова и словосочетания, перевод и значения которых мы здесь приводим по данным экономических словарей и в соответствии с проведенным анализом источников фактического материала:

1. *le créneau* “зубец стены” – возможное место на рынке;
2. *la boule de neige* “снежный ком” - техника продажи, оказывающаяся в конечном счете мошенничеством;

3. *la vente à la boule de neige* “лавинная” продажа - продажа товара со скидкой, сопровождаемая обещанием покупателя найти некоторое количество покупателей того же товара;
4. *les Trente glorieuses* “30 Великих лет” - стадия роста после Второй мировой войны;
5. *Renault* “Рено” – автомобильный завод, марка автомобиля;
6. *Michelin* “Мишлен” – крупнейшая фирма по производству автомобильных, мотоциклетных и велосипедных покрышек, колес, кабеля; карты и путеводители;
7. *l’impasse* “тупик” - недостаточность реальных бюджетных поступлений для покрытия всех видов расходов, предусмотренных законом о бюджете;
8. *l’Hexagone* “шестиугольник” – Франция;
9. *les sans-culottes* “санкюлоты” - сторонники новых идей, свободы и братства;
10. *la navette* “челнок” - челночное движение законопредложения по парламентским инстанциям в целях согласования;
11. *les papillons bleus* “голубые бабочки” - квитанции, извещающие о штрафе за неправильную парковку автомобиля и выполненные на голубой бумаге;
12. *la retraite “coup de chapeau”* “пенсия “снимаю шляпу” - в год, предшествующий пенсии, рабочие парижского монетного двора получали дополнительную премию от предприятия, чтобы иметь больший показатель при начислении пенсии;
13. *la valeur de père de famille* “достояние отца семейства” - вид акций, выпускаемых крупными предприятиями с прочно утвердившейся репутацией;
14. *le travail noir* “черная работа” - незаконная работа;
15. *l’année noire* “черный год” – трудный, тяжелый год; может характеризовать период кризиса;

16. *le marché noir* “черный рынок” - нелегальный рынок;
17. *le marché gris* “серый рынок” - любой рынок дефицитных товаров, который отличается от “черного рынка” тем, что он легальный;
18. *les verts* “зеленые” - защитники окружающей среды; партия “зеленых” (экологическое движение);
19. *le numéro vert* “зеленый номер” - абонемент, дающий право на услугу, которую оказывает учреждениям и промышленным предприятиям с 1983 года компания “France Telecom”;
20. *le blanchiment* “отмывание” - отмывание денег (добытых преступным путем);
21. *la Toile d'araignée* “паутина” – Интернет;
22. *l'Écureuil* “белка” – французское финансовое учреждение (сбербанк);
23. *la construction européenne* “европейское строительство” - экономическое объединение Европы, создание Евросоюза;
24. *le sommet* “саммит” - встреча глав государств на высшем уровне;
25. *les sherpas* “шерпы” - помощники глав государств в подготовке саммитов;
26. *le rideau de fer* “железный занавес” - символ разделения между странами социалистической и капиталистической Европы;
27. *le passager clandestin* “подпольный пассажир” – каждый человек может надеяться на получение выгод в результате общей деятельности, ничего не делая при этом (то же что, и “заяц”);
28. *le trou* “дыра” - время бездействия;
29. *l'Etat-gendarme* “государство-жандарм” - обеспечение общественного порядка, который сами собственники предприятий не всегда могут обеспечить;
30. *les Dix* - новые десять стран, присоединившиеся к 15 странам Евросоюза;

31. *les Quinze* - “Европа пятнадцати” – пятнадцать стран Евросоюза (начало объединения);

32. *les Vingt-cinq* “двадцать пять” - число стран Евросоюза после присоединения к пятнадцати его членам новых десяти стран.

Для 2-ой части эксперимента (*часть В*) были выбраны по 8 заголовков экономических статей из русских и французских экономических журналов, в которых описываются события, связанные с экономическим объединением Европы. В 6-и заголовках зафиксировано использование метафор (метонимий), в остальных – все слова использованы в своих прямых значениях.

Далее следует список предложенных заголовков с указанием на автора и источник:

- *Старт “зоны евро”* (Иванов И. *Мировая экономика и международные отношения*. 1999. №1);
- *Война валют* (Топоров В. *Политический журнал*. 2004. № 43);
- *Плавильный котел* (Дмитриев Т. *Политический журнал*. 2004. № 25);
- *От “плавильного котла” к “салатнице”* (Лапицкий М. *Политический журнал*. 2004. № 28);
- *Наше видение будущего. Евросоюз подобен велосипеду – если он не движется вперед, то падает* (Верхофстадт Г. *Независимая газета*. 2000. 9 ноября);
- *Перспективы вхождения России в “Большую Европу”* (Бойченко А.В. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономка*. 2004. №1);
- *Евро в России: итоги первого года* (Буторина О.В. *Деньги и кредит*. 2000. №3);
- *Образ Европы в современном российском обществе* (Андреев А. *Мировая экономика и международные отношения*. 2003. №5);

- *L'Europe grandit et se soude* “Европа растет и “сваривается” (Edlinger R. Infeuro. 1999);
- *Six mois après la naissance, l'euro flirte avec le dollar* “Спустя 6 месяцев после рождения евро флиртует с долларом” (Lauer S. Le Monde. 1999. le 19 août);
- *Euro – dollar: attachez vos ceintures* “Евро – доллар: пристегните ремни” (Boissonnat J. L'Expansion. 1999. №592);
- *Un an après: le pari gagné de l'euro* “Год спустя: евро выиграло пари” (de Silguy Yv.-T. Label France. 2000. №40);
- *L'Europe redessine son paysage bancaire* “Европа воссоздает свой банковский пейзаж” (Monnier P. Ouest France. 2000. 9 mars);
- *Deux mariages et un enterrement* “Две свадьбы и одни похороны” (Clerc D. Economie et Humanisme. 1994);
- *Comment protéger votre épargne* “Как защитить ваши сбережения” (Golliau C. Le Point. 1998);
- *A qui profitera la monnaie européenne?* “Кому выгодна европейская валюта?” (7 jours Europe. Numéro special. Décembre. 1996).

5.1.3. Участники эксперимента и процедура проведения эксперимента

Фактором отбора участников эксперимента был следующий: является ли испытуемый (русский или француз) специалистом в области экономики или нет.

Участники эксперимента.

В качестве участников эксперимента мы привлекли носителей русского и французского языков, мужчин и женщин, имеющих высшее образование, в возрасте от 23 до 50 лет. Эксперимент проводился с преподавателями и сотрудниками Тамбовского государственного технического университета, аспирантами, предпринимателями г. Тамбова. В эксперименте также приняли участие лица, работающие в сфере экономики,

из г. Санкт-Петербурга, которые прислали на наш e-mail nat-borodulina@yandex.ru ответы на вопросы (e-mail респондентов из г. Санкт-Петербурга - gvsdp@vodokanal.spr.ru). Всего в эксперименте приняли участие 112 испытуемых - русских.

В качестве носителей французского языка в эксперименте приняли участие 6 французов, работников Генерального Совета г. Страсбурга, прибывших в г. Тамбов с визитом в октябре 2007г. Они составили пилотную группу испытуемых – носителей французского языка. Остальные участники эксперимента, французы, приняли участие в веб-опросе, прислав ответы на анкету, которую мы отправили по e-mail julien.riehl@cg67.fr (16чел.). Всего в эксперименте приняли участие 22 француза.

Таким образом, всего в эксперименте в качестве испытуемых приняли участие 134 человека. Такое количество участников, на наш взгляд, обеспечивает объективность полученных результатов, что подтверждается данными о количестве испытуемых, привлекаемыми другими исследователями [см., например, Лебедева 2006; Усманова 2004; Харченко 2007; Федосюткина 2005; Шарандина 2005].

Процедура проведения эксперимента.

Участникам эксперимента были розданы (разосланы по e-mail) анкеты. Эксперимент состоял из двух частей.

1-я часть эксперимента (часть А). В соответствующих графах предложенной анкеты испытуемые давали ответы на поставленный вопрос, интерпретируя значения слов (словосочетаний), которые представлялись им наиболее актуальными на данный момент экономического развития страны (Европы). Испытуемым был задан один и тот же вопрос:

- для испытуемых – русских: “Укажите, что, на Ваш взгляд, сегодня обозначают следующие слова (словосочетания)”;
- для испытуемых – французов: “Ecrivez ce qu’à votre avis signifient ces mots (groupes de mots) aujourd’hui”.

2-я часть эксперимента (часть В). Участники эксперимента отметили в соответствующих графах те заголовки статей, которые могли бы их заинтересовать (русские) или интерпретировали возможное содержание указанной статьи (французы). Российским испытуемым был предложен следующий вопрос: “Напишите, статья (статьи) с каким(и) заголовком(ами) Вас бы заинтересовала и почему”. Носителям французского языка, жителям г. Страсбурга, являющегося центром Евросоюза и местонахождением Европарламента, было предложено ответить на следующий вопрос: “Ecrivez ce que vous attendez lire dans l'article dont le titre est le suivant ...” (Напишите, что Вы ожидаете прочитать в статье, заголовок которой следующий ...).

Анкеты заполнялись анонимно, испытуемые лишь указывали, являются ли они специалистами в области экономики или нет. В описании результатов сохранялись стиль и орфография участников эксперимента.

5.2. Анализ экспериментальных данных

При анализе исследовалось содержание интерпретации, а именно, насколько в интерпретациях реципиентов передан тот смысл, которым схвачен знак, определяемый нами как тропеический знак языка экономики. Исследовалось, совпадают ли интерпретации лиц, имеющих отношение к экономике и не имеющих к ней отношения, а также интерпретации сходных ЛЕ носителями русского и французского языков. Обращалось внимание на то, включает ли содержание интерпретации культурные компоненты и оценочные характеристики репрезентированного метафорой ЭП.

5.2.1. Процедура анализа полученных экспериментальных данных

По результатам эксперимента было выделено четыре группы испытуемых:

- 1 группа – русские, являющиеся специалистами в сфере экономики (43 человека);
- 2 группа – русские, не являющиеся специалистами в сфере экономики (69 человек);
- 3 группа – французы, являющиеся специалистами в сфере экономики (13 человек);
- 4 группа – французы, не являющиеся специалистами в сфере экономики (9 человек)

Сравнивались результаты:

- а) 1-ой и 2-ой групп;
- в) 3-ей и 4-ой групп;
- 1-ой и 2-ой групп (групп а) и 3-ей и 4-ой групп (групп в).

Следует отметить, что испытуемые могли предложить один или несколько вариантов интерпретаций, а в случае непонимания оставить пропуск в соответствующей графе.

Оценка результатов 1-ой части эксперимента (*части А*) проводилась по следующим критериям (полученные данные приводятся в % отношении):

1. полное соответствие интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в словарных статьях или следуют из контекстуальных употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий;
2. неполное соответствие интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в словарных статьях или следуют из контекстуальных употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий, т.е. интерпретируется признак, который может служить основанием для метафорического или метонимического переноса значения;
3. интерпретация слова (словосочетания) в соответствии с прямым значением или переносным значением, не имеющим отношения к экономике;
4. непонимание значения слова или словосочетания.

Результаты оценивания показаны в следующих диаграммах.

Диаграмма 1

Сравнения результатов 1-ой и 2-ой групп испытуемых

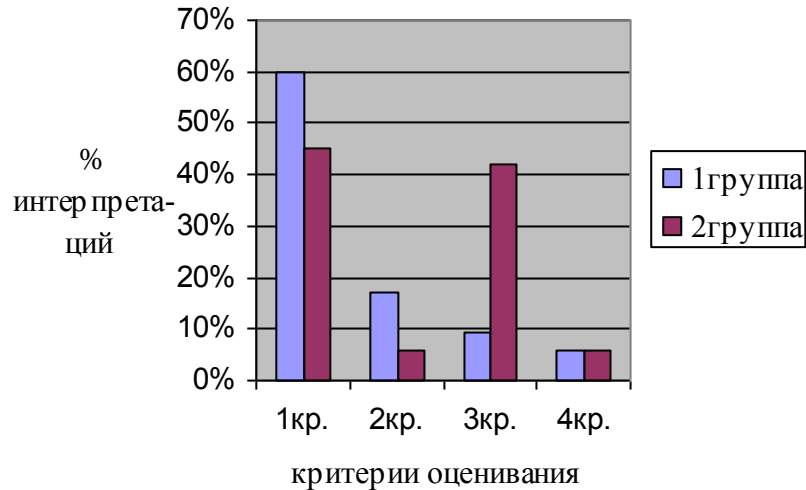
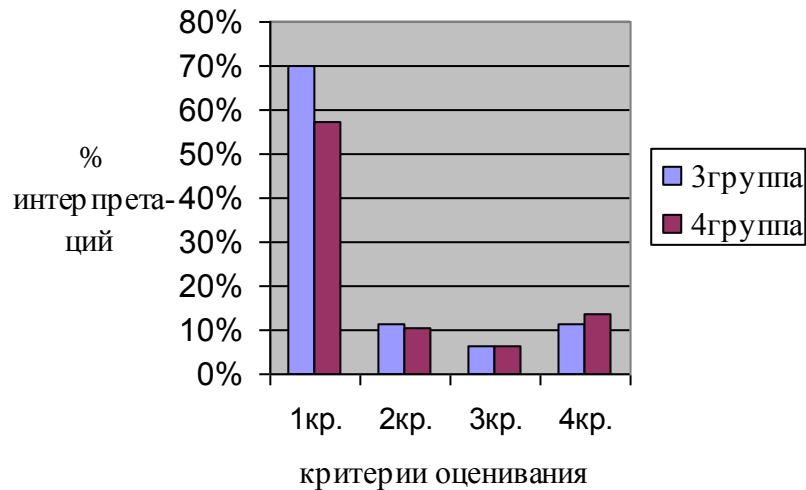


Диаграмма 2

Сравнения результатов 3-ей и 4-ой групп испытуемых



По результатам эксперимента, показанным в диаграммах, можно сделать вывод о том, что у испытуемых всех 4-х групп самый большой процент адекватных интерпретаций, т.е. соответствующих нашим ожиданиям, наблюдается *по 1-му критерию*. У большинства испытуемых, (не) являющихся специалистами в области экономики, отмечается полное соответствие интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в

словарных статьях или следуют из употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий в экономических контекстах.

Незначительный процент интерпретаций (менее 10%) приходится у носителей русского языка на оценивание *по 4-му критерию*, т.е. непонимание значения слова (словосочетания), а у носителей французского языка на *3-ий критерий*, т.е. дается интерпретация слова (словосочетания) в соответствии с прямым значением или переносным значением, не имеющим отношения к экономике. При чем самый низкий результат наблюдается и у испытуемых, которые относят себя к специалистам в области экономики, и у тех, кто работает в другой сфере деятельности.

Анализ результатов эксперимента показал, что у носителей русского языка непонимание вызвали слова (словосочетания), появившиеся в связи с необходимостью обозначить проблемы и этапы европейского экономического объединения: *шерпы*, *страны “десятки”*, *“пятнадцать”*, *“двадцать пять”*. Кроме того, отмечается непонимание таких специальных экономических терминов, как *прыжок дохлой кошки* (временный подъем на фондовой бирже) и *валютная змея* (система согласования валютных курсов), что объясняется, как мы считаем, их “экзотичностью”.

Для сравнения отметим, что французы – участники эксперимента также испытывали затруднения с интерпретацией специальных экономических терминов. Некоторые из них также отличались “экзотикой” в связи с употреблением в узкой терминологии, например, *la vente à la boule de neige* (“лавинная” продажа); *l’impasse* (о бюджетных поступлениях), *la valeur de père de famille* (об акциях).

Непонимание некоторых слов (словосочетаний) связано, кроме того, с использованием указанных ЛЕ в определенных кругах: *les papillons bleus* (водители транспортных средств - о штрафе за неправильную парковку); *la retraite “coup de chapeau”* (работники парижского Монетного двора - о дополнительной премии).

Непонимание лексики, связанной с образованием Евросоюза, не наблюдалось у французских испытуемых за исключением одной участницы эксперимента.

Анализ результатов испытуемых - носителей французского языка по **3-му критерию** (около 6% ответов испытуемых в каждой группе) продемонстрировал, что у некоторых испытуемых наблюдаются интерпретации слов (словосочетаний) в соответствии с прямым значением или переносным значением, не имеющим отношения к экономике, тогда как по данным экономических словарей они образуют экономические термины. Так, *boule de neige* “снежный ком” (техника продажи) интерпретируется французами, особенно не работающими в сфере экономики, в прямом значении. Это словосочетание вызывает у них ассоциации с игрой в снежки или с холодом зимы: *boule blanche et froide; boule de la neige en forme de sphère; boule qu'on lance sur les gens dans les batailles de neige, le froid.*

L'impasse “тупик” (недостаточность реальных бюджетных поступлений для покрытия всех видов расходов) интерпретируется как улица или дорога без выхода: *rue (voie) sans issue, rue qui ne débouche sur rien.* У одной испытуемой это слово вызвало ассоциацию с названием романа: *un roman de Valéry Giscard D'Estaing.*

Les papillons bleus “голубые бабочки” (штраф за неправильную парковку автомобиля) может пониматься в прямом значении как вид насекомых или бабочки голубого цвета: *des insectes; des papillons qui sont bleus.*

Словосочетание *la valeur de père de famille* “достояние отца семейства” (вид акций) описывается некоторыми испытуемыми как характеризующее семейные отношения: *la valeur de patriarche, d'homme qui s'occupe de ses enfants; l'autorité; le respect; la solidarité; la sécurité; la stabilité dans une famille; les valeurs de référence morales et juridiques.*

В прямом значении некоторыми испытуемыми понимается слово *sherpas* “шерпы” (помощники глав государств) как народность,

проживающая в Гималаях, или как носильщики: *porteurs (de montagne); habitants de montagnes qui portent beaucoup de choses sur leurs dos; le Tibet*. Следует отметить, что большинству русских слово *шерп* (во мн. числе *шерпы*) не знакомо.

Одна из испытуемых интерпретирует словосочетание *toile d'araignée* “паутина” (Интернет) в значении “Человек-паук”: *spiderman*.

Наконец, слово *trou* “дыра” (время бездействия) большинством французов воспринимается в значении, помеченном в словаре как *разг. prison* “тюрьма”; либо в значении естественной или искусственной выемки в чем-либо – *un chantier; le néant (une tombe)*.

Анализ результатов эксперимента участников-носителей русского языка *по 3-му критерию*, т.е. в соответствии с интерпретацией слова (словосочетания) по прямому значению, либо переносному, не имеющему отношения к экономике, представляется нам особенно важным. Первая диаграмма демонстрирует здесь самое большое расхождение между испытуемыми, которые являются специалистами в области экономики, и теми, кто занят в иных сферах деятельности.

Прежде всего, наблюдается попытка интерпретации слов (словосочетаний), появившихся в экономическом лексиконе в период образования единой Европы. Те тропеические знаки, формирование которых мы связываем с пересечением со знаками чисел, интерпретируются некоторыми испытуемыми либо как название игры (“*пятнадцать*” – *игра*), либо как часть идиомы (“*двадцать пять*” – “*опять двадцать пять*”). Слово *шерпы* интерпретируется некоторыми испытуемыми в прямом значении: *народ в Индии; проводники, носильщики из местных*. Словосочетание *европейское строительство* понимается большинством испытуемых, не имеющих по роду своей деятельности отношения к экономике, как связанное с современным строительством, либо с “евроремонтом”: *современные элегантные строения; строительство по европейским стандартам; дорогое и не самое лучшее*.

Абсолютное большинство участников эксперимента не связывают словосочетание *подушка безопасности* с экономическими проблемами в нашей стране, а интерпретируют его как имеющее отношение к автомобилю: *воздушный мешок, предохраняющий водителя; средство защиты; средство защиты при аварии; бьет в лицо при аварии*. Тем не менее, в 10% ответах испытуемых указано на возможность существования данного термина в качестве экономического термина, а в 5% - дана интерпретация данного словосочетания как отражающего экономические (финансовые) проблемы: *резерв денег, оффшор, стаб. фонд*. Такой результат противоречит нашему предположению о том, что данное словосочетание может считаться в силу частотности употребления современным символом Стабфонда, в частности, при обсуждении возможных проблем кризисного характера в ипотечном кредитовании. Таким образом, данное словосочетание может использоваться как тропеический знак языка экономики, но оно еще не доросло до символа.

В прямом значении интерпретируется большинством испытуемых, не имеющих отношения к экономике, слово *акула*: *хищница; хищная рыба, хищное морское животное*. В то же время участники эксперимента, являющиеся специалистами в области экономики, и некоторые, не имеющие к ней отношения, интерпретируют это слово в его переносном значении, которое относится к экономике: *удачливый (крупный) бизнесмен; крупный монополист; активный игрок на финансовом рынке; сильный конкурент, захватчик на рынке бизнеса*.

Некоторые испытуемые интерпретируют слово *паутина* в соответствии с прямым значением: *пыльная с пауком в центре*.

Большинству участников эксперимента, как имеющим, так и не имеющим отношения к экономике, не знаком экономический термин *набег на банк* (массовое изъятие вкладчиками депозитов из банка). Данное словосочетание интерпретируется чаще всего как нападение на банк с целью ограбления, либо как разговорное “наезд”.

Интересным, на наш взгляд, представляется анализ результатов опроса и русских, и французских участников эксперимента (более 10% ответов испытуемых) *по 2-му критерию*: неполное соответствие интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в словарных статьях или следуют из контекстуальных употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий. Интерпретация, выводящая на признак, который может служить основанием для метафорического или метонимического переноса значения, подтверждает наше теоретическое положение о роли знака-сигнала, выполняющего функцию субзнака, стимулирующего имплицативные возможности знака, основанного на переносе значения, в частности возможности вывода в область референции, связанную с экономикой. В анкетах русских участников эксперимента к интерпретациям подобного рода мы относим следующие:

- *прыжок дохлой кошки – тщетная (последняя, бесполезная, безнадежная) попытка (вырваться из кризисной ситуации; спасти предприятие) → тщетная попытка осуществить подъем на фондовой бирже;*
- *донор – отдающий – отдающий деньги для инвестирования;*
- *зачистка – освобождение, устранение → освобождение от должности, устранение людей, представляющих опасность с точки зрения властных структур;*
- *аутсайдер – едва работающее предприятие; отстающий, не принимающий участие → не принимающий участие в чем-л. (едва работающий) по причине своей неконкурентоспособности;*
- *черный рынок - дефицит → рынок дефицитных товаров, который может быть незаконным;*
- *серый рынок – не совсем законно; нарушение правил → нарушение правил (закона) лицензирования, характерное для рынка дефицитных товаров;*
- *страны “десятки” – объединение, страны ЕС, Евросоюз, (высоко, наиболее экономически) развитые страны → страны, достигшие*

такого развития, что они стали удовлетворять условиям конвергенции, позволяющим присоединиться (объединиться с) к Евросоюзу.

В анкетах французских участников эксперимента также выявлены подобные интерпретации:

- *l'impasse - le déficit budgétaire* “дефицит бюджета” → дефицит бюджета недостаточен для покрытия предусмотренных расходов;
- *la vente à la boule de neige – marché de Noël* “рождественский рынок” → рождественский рынок может сопровождаться “лавинными” продажами;
- *les Dix - les dix Etats les plus riches* “10 самых богатых стран” → страны, достигшие такого развития, удовлетворяют условиям конвергенции, позволяющим присоединиться к Евросоюзу;
- *la navette - va et vient, aller retour* “движение туда и обратно” → движение туда и обратно осуществляет законопредложение по парламентским инстанциям;
- *la retraite “coup de chapeau” - l'abandon du terrain avec panache* “оставление территории как “уход с блеском” → возможность уйти с блеском дает данный вид премий.

Интерес для нас представляют интерпретации, не совпадающие с нашими ожиданиями, но, тем не менее, выводящие значения указанных слов (словосочетаний) в референциальную область экономики. Такие интерпретации мы оценили как относящиеся к *1-му критерию*. Примеры подобных интерпретаций свидетельствуют, на наш взгляд, о развитии явления полисемии анализируемых нами тропеических знаков языка экономики, что подтверждает наше теоретического положение о том, что это, действительно, знаки языка, занимающие достойное место среди элементов языковой семиотической системы. Так, слово *обвал* понимается как замещающее следующие реалии мира экономики: *снижение цен; котировка; резкое падение цен (на фондовом рынке); падение акций в цене; инфляция*. Слово *портфель* интерпретируется как развивающее и

метафорическое, и метонимическое значение в экономическом контексте: *набор различных ценных бумаг (акций), контрольный пакет акций, инвестиций; набор документов (заказов), должность (министра), положение.*

Различные интерпретации словосочетания *железный занавес*, которое в эпоху социализма символизировало разделение между странами восточной и западной Европы, сегодня понимается более широко: *барьер или комплекс ограничительных мер; запрет на ввоз или вывоз товаров; экономический (финансовый) конфликт между странами.* Это также подтверждает наши предположения о том, что время приводит не только к стиранию метафоры, но и к ее возрождению в новых условиях развития социума. Правда, один из испытуемых в личной беседе сказал, что словосочетание *железный занавес* так долго было “на слуху”, что сейчас его трудно объяснить. Это подтверждает положения нашего диссертационного исследования о том, что манипулирование с помощью метафор приводит к их клишированности, штамповке, “застреванию” в мозгу реципиента.

Анализ результатов эксперимента показывает, что имена собственные, *Рено Renault, Мишлен Michelin* понимаются во всех возможных метонимических значениях:

Рено, Renault: французский автомобильный концерн; французский автомобиль; машина; название фирмы; ТНК; entreprise automobile; concepteurs et producteurs de voitures; marque de voitures; marque française d'automobiles et de camions;

Мишлен, Michelin: концерн, занимающийся производством шин; название фирмы; шины; покрышки; ТНК; concepteurs et producteurs de pneus à l'origine; fabricant de pneumatiques; célèbres pneus et cartes routières; marque de pneus, de cartes routières et de guides.

Французское слово *la navette* “челнок” интерпретируется не только как челночное движение законопредложения по парламентским инстанциям, но

и как автобус, совершающий регулярные рейсы: *un autocar ou un bus qui fait tout le temps le même trajet, et très régulièrement.*

Несколько интерпретаций мы наблюдаем у французского слова *créneau*. Во-первых, французы интерпретируют слово *créneau* в соответствии со значением “возможное место на рынке”: *niche; marché porteur; segment d’un marché; secteur commercial à développer; espace d’insertion pour un marché*. Во-вторых, отмечается интерпретация этого слова в соответствии со значением “место для парковки автомобиля”: *garer sa voiture; lorsqu’on se gare en voiture le long du trottoir*. В обоих случаях метафорический перенос происходит на основании доминантного признака “углубление”. Анализ результатов эксперимента продемонстрировал также формирование переносного значения слова *créneau* на основе ассоциации с высвободившимся местом между двумя событиями, либо в рабочее время: *un intervalle, une place entre plusieurs événements ou plusieurs horaires*. Одна из испытуемых написала, что она думает именно о промежутке в расписании: *Je pense à un créneau horaire*. Развитие переносного значения здесь осуществляется, по-видимому, по доминантному признаку “расположение между ...”. Напомним, что прямым значением слова *créneau* “зубец стены: углубление в крепостной стене, амбразура, бойница”. В русском языке в данном случае эквивалентом с переносным значением может быть слово “окно” (тогда как в первом случае - “ниша”). Приведенный пример подтверждает тот факт, что в каждом социуме складывается своя система координат, знак социален.

Социальная природа знака проявляется в трактовании русского слова *зачистка* так, как это сегодня принято в нашем обществе в связи с событиями, которые происходили и происходят в Чечне, т.е. с указанием на устранение с территории врагов: *военная операция, освобождение*. Это подтверждает тот факт, что с помощью метафор акцентируются наиболее актуальные на данный момент характеристики экономических явлений и событий.

Для французов, тем более, жителей г. Страсбурга, актуальными сегодня являются вопросы, связанные с образованием Евросоюза, и знаки, образованные пересечением с нумеративной семиотикой ими воспринимаются как замещающие этапы становления Евросоюза, т.е. означающие количество стран, вступивших в ЕС. И это несмотря на то, что большинство испытуемых “забыло”, что первоначально ЕС включал пятнадцать стран. *Les Dix* (страны “десятки”) – это не первый этап ЕС, не самые богатые страны Европы (как думают большинство испытуемых - французов). Это десять стран, в числе которых бывшие страны социалистического лагеря, присоединившиеся к пятнадцати странам ЕС.

Анализ результатов проведенного нами эксперимента показывает, что выбор ассоциации, на основе которой осуществляется перенос значения, соотносится с энциклопедическими (экстралингвистическими) знаниями человека, как, например, в случае со словами *саммит*, *шерпы*, а также со словами и словосочетаниями, представляющими специальные термины из области экономических знаний, например, *ниша* и *портфель*.

Личные беседы с испытуемыми - русскими подтвердил тот факт, что формирование тропеических знаков языка экономики сопровождается формированием “гнезд”, подчиняющихся словообразовательным тенденциям, свойственным русскому языку. Так, одна из испытуемых сказала, что слово *зеленые* у нее ассоциируется с экологическим движением, а *зелененькие* – с долларами США. Другая добавила в своем вопроснике, что, кроме слова *челнок*, в нашем языке очень распространены слова *челноки*, *челночить* и *челночный*.

Анализ продемонстрировал также, что часто интерпретация слова (словосочетания) связана с практическим опытом, профессиональной деятельностью участника эксперимента. Так, профессиональный фотограф указывает, прежде всего, прямые значения слов, а потом переносные, включает в свои интерпретации определения, слова оценочного характера. Он единственный из французских участников эксперимента, кто

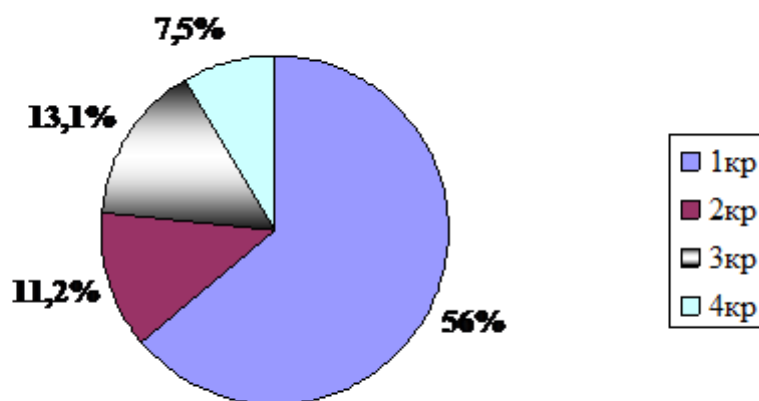
ассоциирует слово *L'Écureuil* сначала с маленьким животным, а уж потом с французским банком: *petit animal, banque française*. В слове *Renault* он видит не только марку автомобиля, но и имя собственное: *marque de voiture, un prénom français*. Словосочетание *boule de neige* он интерпретирует в прямом значении и очень поэтично: *la boule de neige blanche et froide qui finit par fondre* (белый и холодный снежок, который, в конце концов, тает). А словосочетание *la construction européenne* у него получает следующую оценку: *une longue histoire pas encore achevée* (долгая история, которая еще не закончилась).

Только человек, занятый в области техники, может, на наш взгляд, интерпретировать слово *донор* как *примесь в полупроводниках*. И только отрицательный опыт работы в школе мог вызвать ассоциацию словосочетания *черная работа* с работой учителя средней школы.

На следующей диаграмме показаны общие результаты участников эксперимента, как русских, так и французов по всем четырем критериям.

Диаграмма 3

Результаты оценивания ответов участников эксперимента по всем четырем критериям



Видно, что самый большой показатель (56%) наблюдается у всех выделенных групп испытуемых *по первому критерию*: полное соответствие

интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в словарных статьях или следуют из контекстуальных употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий.

На втором месте (13,1%) показатель *по третьему критерию*, интерпретация слова (словосочетания) в соответствии с прямым значением или переносным значением, не имеющим отношения к экономике.

На третьем месте (11,2%) показатель *по второму критерию*, неполное соответствие интерпретаций тем дефинициям, которые показаны в словарных статьях или следуют из контекстуальных употреблений проанализированных в тексте диссертации метафор и метонимий, т.е. интерпретируется признак, который может служить основанием для метафорического или метонимического переноса значения.

Наименьший процент (7,5%) приходится на показатели *по четвертому критерию*, непонимание значения слова или словосочетания.

Таким образом, экспериментальным путем подтверждены репрезентативные возможности слов и словосочетаний, не имеющих в прямом значении отношения к экономике, в соответствии с выводением значения в экономическую область референции. Результаты эксперимента свидетельствуют о том, что интерпретируемые слова и словосочетания могут считаться языковыми знаками: они замещают реалии мира экономики, имеют социальный характер, формируются в соответствии с энциклопедическими знаниями или практическим опытом человека.

5.2.2. Национально-культурный характер интерпретации метафор русскими и французскими участниками эксперимента

Анализ экспериментальных данных показал также наличие культурной маркированности в интерпретациях слов и словосочетаний, которые в переносных значениях представляют реалии мира экономики.

Национально-культурный характер проявляется в образно-ситуативной мотивированности, связанной с мировидением носителя языка, при интерпретации предложенных участникам эксперимента слов и словосочетаний. Так, все испытуемые – французы одинаково интерпретируют слова и словосочетания, перенос значения которых основан на символах, устоявшихся в сознании социума. Для них *l'Hexagone* “шестиугольник” – это всегда Франция; *le numéro vert* “зеленый номер” – это бесплатный номер телефона; *l'Écureuil* “белка” – это сбербанк.

Русским испытуемым не было смысла предлагать такие слова и словосочетания для интерпретации, у них они могли бы вызвать иные ассоциации. В личной беседе некоторые испытуемые признались, что слово *белка* вызывает у них ассоциации с мехом зверька. А одна из испытуемых сказала: “белка представляется мне как совершенно глупое животное. Все лето она собирает орешки, прячет и рассовывает их повсюду, а потом забывает, куда же она их спрятала. Это ассоциируется у меня с нашим стабилизационным фондом: там тоже не помнят, куда же делись “спрятанные” деньги”.

Для русских же культурно-маркированной метафорой является слово *челнок*, интерпретируемое всеми испытуемыми как *перекупщик, торговец, торгош, регулярно перепродающий товары*. В личной беседе с испытуемыми - французами мы выяснили, что подобная интерпретация слова *navette* “челнок” для них совершенно не возможна. Но для испытуемых-русских в связи с частотностью употребления в переносном значении слово *челнок* получает символическое прочтение, характеризующее эпоху становления рыночных отношений.

Анализ результатов эксперимента продемонстрировал, что абсолютное большинство испытуемых адекватно интерпретируют слова и словосочетания, перенос значения которых основан на символике цвета.

Мы свели данные эксперимента в диаграмму, отражающую использование в экономическом лексиконе следующих цветов: черного,

серого, зеленого. В диаграмме показано сравнение результатов русских участников эксперимента, *группы а* (1-ая и 2-ая группы испытуемых), и французских, *группы в* (3-я и 4-ая группы испытуемых).

Диаграмма 4

Интерпретации метафор, основанных на символике цвета

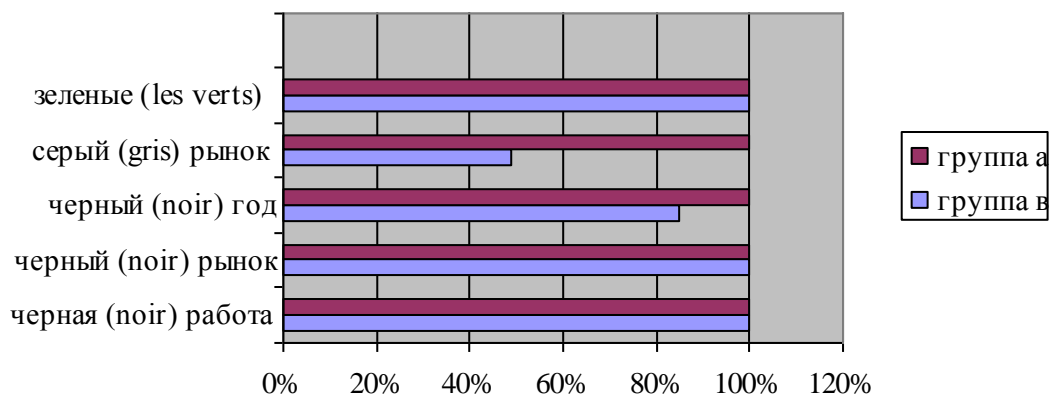


Диаграмма показывает сопоставление интерпретаций слов *черная работа (travail noir)*, *черный рынок (marché noir)*, *черный год (année noire)*, *серый рынок (marché gris)*, *зеленые (les verts)* испытуемыми, русскими и французами. Сопоставление свидетельствует, что для тех и других символика цвета помогает соотнести знаки языка с реалиями мира экономики, при чем у испытуемых - русских наблюдается 100%-ная адекватная интерпретация предложенных слов и словосочетаний.

В то же время в половине ответов испытуемых – французов отмечается непонимание метафоры *marché gris*, что можно объяснить тем, что в данном социуме проблема рынка дефицитных и нелегальных товаров не является такой актуальной, как в России. Так, некоторые испытуемые высказывают предположение о том, что *marché gris* – это то же, что и *marché noir*, другие признаются, что им это выражение не знакомо, отмечая его вопросительным знаком, а одна испытуемая фразой – *je ne connais pas trop* (я не очень знаю).

Анализ результатов по интерпретации переносов значения, основанных на символике цвета, демонстрирует национально-культурные

особенности. Французы ассоциируют слово *verts* “зеленые” только с защитниками окружающей среды, экологами (100%), а русские – с экологами (60%) и с американской валютой, долларами (80%). Русские понимают выражение *черная работа* как характеризующее неквалифицированный труд (87%) или как непрестижную профессию (13%), а французы понимают словосочетание *travail noir* как нелегальную работу (100%).

В отношении других цветовых метафор следует отметить тот факт, что выражение *красно-коричневые* ассоциируется у русских с нацистами и фашистами (80%), а 20% интерпретаций связано с обозначением коммунистов. Французы 100%-но интерпретируют словосочетание *blanchiment* “отмывание” как отмывание денег (добытых преступным путем). Таким образом, данные эксперимента подтверждают наше теоретическое положение о влиянии семиотики цвета на формирование тропеических знаков языка экономики.

Что касается знаков зоосемиотики, то данные нашего эксперимента также демонстрируют их роль в постижении смысла языкового знака, основанного на переносе значения. Так, в большинстве ответов русских испытуемых (83%) словосочетание *безбилетный пассажир* интерпретируются как *заяц*, т.е. в соответствии с тем оценочным эталоном, который ассоциируется у них с поведением, описываемом во французском экономическом лексиконе как *passager clandestin* “подпольный пассажир”.

Французское словосочетание *Toile d'araignée* и русское слово *паутина* интерпретируются большинством испытуемых, французов и русских, как выводящее значение в референциальную область экономики. Однако, только у половины участников эксперимента возникает ассоциация с Интернетом, многие видят в этом слове (словосочетании) характеристику сети (обязательств, преступности) или ловушку (действия в обход закона). Покажем результаты анализа данных нашего эксперимента в следующей диаграмме.

**Интерпретации слова (словосочетания) паутина (*Toile d'araignée*) по
данным эксперимента**

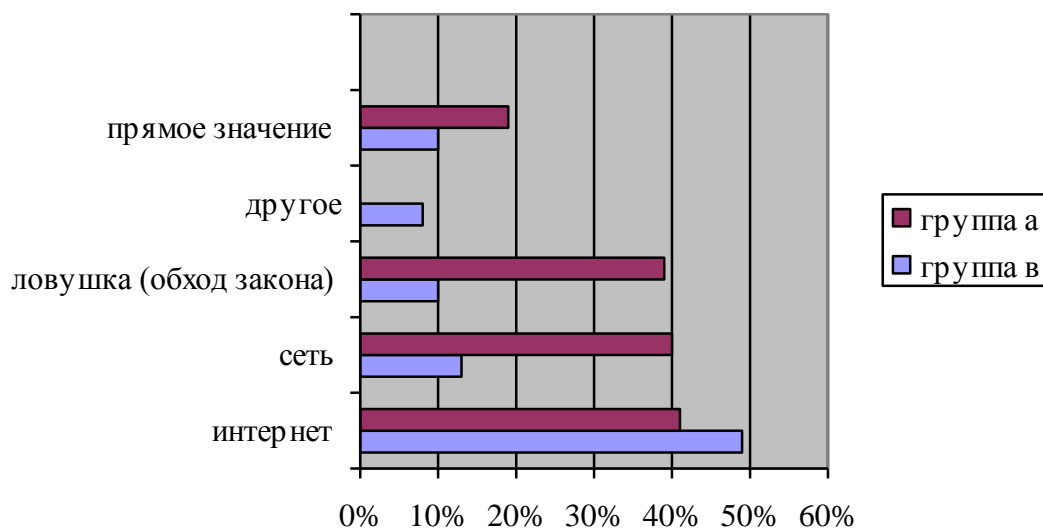


Диаграмма демонстрирует, что слово (словосочетание) *паутина (Toile d'araignée)* интерпретируется большинством испытуемых как языковой знак, который может замещать реалию, относящуюся к миру экономики. Наблюдается 41% интерпретаций данного слова (словосочетания) как *Интернет* у испытуемых - русских и у 49% испытуемых - французов.

Мы считаем, что в настоящее время развития Интернета и существования предприятий, работающих через Интернет, понятие ИНТЕРНЕТ по праву относится к разряду экономических. Выявлено 40% интерпретаций данной ЛЕ испытуемым - русскими и 13% испытуемыми - французами расширительно: как *сеть* (либо компьютерная, либо организационная, либо преступная), а 39% и 10% интерпретаций русскими и французами, соответственно, – как *ловушка*.

Незначительный процент интерпретаций словосочетания *Toile d'araignée* у испытуемых - французов (8%) - другое значение (например, “человек–паук”).

Только 19% интерпретаций слова (словосочетания) *паутина (Toile d'araignée)* испытуемых - русских и 10% испытуемых - французов дано в соответствии с прямым значением.

То, какое значение имеют символы в означивании реалий экономической жизни социума, наглядно показано в анкете одной из испытуемых:

“Quand on dit “Michelin”, je pense tout de suite à sa mascotte, le Bibendum blanc” (Когда говорят “Мишлен”, я сразу думаю о представляющем его “фетише”, белом толстячке).

Итак, по результатам эксперимента мы можем судить о национально-культурных особенностях языковых знаков, определяемых нами как тропеические знаки языка экономики. Кроме того, анализ полученных данных позволяет говорить о проявлении аксиологических характеристик исследуемых языковых знаков.

5.2.3. Аксиологические оценки, выявляемые при интерпретации метафор русскими и французскими участниками эксперимента

Материал первой части эксперимента (части А) представлял собой слова и словосочетания, взятые вне окружающего контекста. Общей темой, направляющей интерпретацию в нужный нам экономический контекст, был поставленный перед испытуемыми вопрос, предлагающий указать значение слов (словосочетаний) в условиях экономической жизни нашего (европейского) общества. Такая ориентация при опросе позволила нам предположить возможность выражения испытуемыми аксиологических оценок в содержании интерпретаций предложенных ЛЕ.

Анализ результатов эксперимента продемонстрировал, что участники эксперимента, как русские, так и французы, сопровождают интерпретацию слов (словосочетаний), используемых в переносном значении в языке

экономики, оцениванием обозначаемых ими реалий или их признаков. Выражение оценок проявляется следующим образом:

1. Использование испытуемыми слов с положительной (или отрицательной) коннотацией при вербальном описании интерпретаций предложенных ЛЕ (далее положительная или отрицательная оценки показаны соответственно знаками + или -):

- *черная работа, le travail noir* – грязная (-), неквалифицированная (-), низко квалифицированная (-), нереспектабельная (-) , неприемлемая (-), низкооплачиваемая (-), грубая (-) физическая, illégal “незаконная” (-);

- *черный год, l'année noire* – плохой (-), неудачный (-), тяжелый (-), финансовые потери (-), une mauvaise (-) année “плохой год”, catastrophique (-) “катастрофический”, pleine d'insuccès (-) “полный неудач”, de mauvaises (-) nouvelles “плохие новости”;

- *черный рынок, le marché noir* – нелегальный (-), криминальный (-); illégal (-) “незаконный”;

- *аутсайдер* – неудачник (-), не принадлежащий (-) к данному предприятию, отстающий (-);

- *серый рынок, le marché gris* – полулегальный (-), не совсем (-) законно, illégal (-) “незаконный”, les zones de non-droit (-) “отсутствие правовой зоны”;

- *государство-жандарм, l'Etat-gendarme* – жесткая (-) политика государства, жесткая (-) вертикальная власть, давящая над другими (-), действующая военной силой (-), ничего хорошего (-), un Etat doté d'un important (+) système de sécurité “государство, оснащенное значительной системой безопасности”;

- *les Trente glorieuses* – la France allait bien (+) “во Франции дела шли хорошо”, forte (+) croissance “большой рост”;

- *Michelin* - célèbres (+) pneus “знаменитые шины”;

- *les sans-culottes* - les plus extrémistes (-) des révolutionnaires français “наиболее экстремистки настроенные французские революционеры”;

- *la valeur de père de famille* - des actions qui évoluent lentement (-) mais sûrement (+) “акции, которые растут медленно, но верно”;
- *le blanchiment* - l’argent illégal (-) “нелегальные деньги”, l’argent gagné malhonnêtement (-) “деньги, заработанные нечестным путем”;
- *les Dix* - les dix Etat les plus riches (+) “самые богатые 10 стран”;
- *la retraite “coup de chapeau”* - l’abandon du terrain avec panache (+) “уход с работы с блеском”.

Наше исследование свидетельствует о том, что словосочетание *черный капитализм* (создание новых фирм, которыми владеют и управляют негры) не понято абсолютным большинством испытуемых. Мы считаем это вполне оправданным: данная метонимия характеризует экономику США и не представляется актуальной для экономической жизни России. В соответствии со своим социальным опытом русские участники эксперимента интерпретируют данное словосочетание аналогично другим, имеющим в составе прилагательное *черный*. Они используют при интерпретации слова с отрицательной коннотацией: “дикий” капитализм; капитализм с преобладанием теневой экономики; капитализм без социальной политики; бандитский; эксплуатация; наше беспросветное будущее. Отрицательная оценка проецируется словом *черный* и на те интерпретации, которые таких слов не содержат: *то, что строится у нас в стране; то, что сейчас в России; современная российская экономика*. И такие интерпретации дают как испытуемые, не имеющие отношения к экономике, так и те, кто является специалистом в области экономики. В этом смысле отрицательная оценка экономических изменений в России, создаваемая через метафоры, может, на наш взгляд, сигнализировать о серьезных проблемах социальной жизни.

2. Использование субзнаков оценочного характера:

- вопросительный знак: “пятнадцать” - ? *Le marché gris* -? (непонимание);

- два вопросительных знака: *un marché à moitié légal??* (предположение);
- восклицательный знак: *boule qu'on lance sur les gens dans les batailles de neige!* (положительные воспоминания);
- кавычки - “заяц” (кавычки подчеркивают то, что слово интерпретируется не в прямом, а в переносном значении); “дикий” капитализм (предположительная интерпретация ЛЕ *черный капитализм*);
- междометие: *euhhh* (затруднение при интерпретации ЛЕ *les papillons bleus*).

3. Выражение субъективной оценки с использованием:

- личного местоимения “я”: я не знаю; я не уверена; *je pense ...; je crois* (я думаю); *je ne connais pas; je ne connais pas trop* (я не знаю); *je dirais plutôt* (я бы скорее сказал);
- безличной конструкции: *может быть, возможно; il paraît* (кажется) *qu'en fait ils avaient des culottes* “кажется, на самом деле у них были короткие штаны” (о словосочетании *les sans-culottes*).

Данные эксперимента свидетельствуют о проявлении социальных норм и культурных стереотипов оценочного характера в интерпретациях предложенных слов (словосочетаний). Слова с положительной коннотацией сопровождают слова и словосочетания, обозначающие реалии, которые представляют экономические достижения Французской республики и вызывают гордость ее жителей (*Мишлен, “30 Великих лет”*).

Анализ продемонстрировал также выражение несоответствия оценочных норм русского и французского языков. Так, абсолютное большинство испытуемых – русских сопровождают отрицательной оценкой интерпретацию словосочетания *государство–жандарм: политическое и военное вмешательство государства в дела экономики; режим тоталитаризма; жесткая политика государства; государство, действующее военной силой; нелиберальность государства по отношению к предпринимателям; государство с высокими налоговыми ставками* и т.п.

Это подтверждает выводы нашего теоретического исследования о том, что данное словосочетание вызывает только отрицательные ассоциации в русском сознании и должно быть заменено для обозначения обеспечения государством общественного порядка. Испытуемые – французы, в языке которых слово *жандарм* не имеет отрицательной коннотации, интерпретируют словосочетание *l'Etat-gendarme* как характеризующее установление порядка и контроля экономической деятельности со стороны государства. Лишь 9% ответов испытуемых связывают этот контроль с применением силы: *une force de l'ordre*.

Культурно-аксиологический характер проявляется при репрезентации слов и словосочетаний, перенос значения которых основан на реальных событиях, на фактах исторического прошлого социума. Таковыми являются интерпретации испытуемыми - французами словосочетаний *les Trente glorieuses* “30 Великих лет” и *les sans-culottes* “санкюлоты”. Правда, здесь проявляется “размытость” метафорического значения. Временной фактор, стирающий образность метафоры (метонимии), приводит к “забыванию” основания переноса и соответственно к неточностям при интерпретации. Так, по данным эксперимента не вполне ясно, на какие годы приходятся эти “славные 30 Великих лет”.

Сравним:

- *1945-75, période de forte croissance économique;*
- *années entre 1945 et 1973;*
- *années 1960 - 1990.*

Из интерпретаций испытуемых – французов не ясно также, кем были *les sans-culottes* “санкюлоты”, когда возникло выражение и с чем оно ассоциируется сегодня.

Сравним:

- *les révolutionnaires de 1789*, т.е. революционеры в начале Великой французской буржуазной революции;

- *les révolutionnaires français (1792)*, т.е. участники Великой французской буржуазной революции, но позже, в 1792 году;
- *les plus extrémistes des révolutionnaires français*, т.е. экстремистки настроенные французские революционеры вообще;
- *les révolutionnaires français (1989-1993)*, т.е. революционно настроенные французы конца XX века;
- *les soldats*, т.е. просто солдаты.

У испытуемых-русских “размытость” метафорического значения проявляется при интерпретации слов и словосочетаний, определяющих создание Евросоюза. Если большинство испытуемых - французов не испытывало затруднений при интерпретации субстантивированных числительных (*les Dix, les Quinze, les Vingt-cinq*), то даже использование дополнительных знаков не помогло большинству русских интерпретировать словосочетание *страны “десятки”*.

В понимании русских участников эксперимента это могут быть:

- самые богатые (развитые) европейские страны;
- все страны Евросоюза;
- расширенный вариант “большой восьмерки”;
- первые 10 стран, вступившие в ЕС;
- Евросоюз + новые страны (всего два участника эксперимента указали этот верный ответ).

Аксиологический характер метафор, участвующих в репрезентации ЭП, а также влияние использования метафор на мотивированность выбора журнальной статьи для получения определенной информации (для испытуемых – русских) и на прогнозирование возможного содержания информации (для испытуемых – французов), проверялось при анализе ответов испытуемых на вопрос второй части эксперимента (*часть В*).

Оценка результатов 2-ой части эксперимента (*части В*) испытуемых–русских проводилась по следующим критериям:

1. выражение испытуемым желанием получить информацию из статьи с данным заголовком (в % отношении);

2. выражение испытуемым аксиологической оценки к возможному содержанию журнальной статьи с данным заголовком (+ или -).

Сведем в общую таблицу ответы *группы а*, т.е. 1-ой и 2-ой групп участников эксперимента (испытуемых – русских).

Таблица 11

Влияние использования метафор в сильной позиции (заголовке статьи) на мотивацию получения информации об экономическом объединении Европы

Название статьи	Группа испытуемых	Реакции испытуемых	
		Выбор для получения информации	Выражение аксиологической оценки
1. От “правильного котла” к “салатнице”	1	81%	
	2	73%	
2. Образ Европы в современном российском обществе	1	65%	+
	2	22%	+
3. Война валют	1	60%	+
	2	62%	
4. Перспективы вхождения России в “Большую Европу”	1	56%	
	2	30%	
5. Наше видение будущего. Евросоюз подобен велосипеду – если он не движется вперед, то падает	1	54%	
	2	45%	
6. Евро в России: итоги	1	50%	

первого года	2	42%	
7. Старт “зоны евро”	1	19%	
	2	0%	+
8. Плави́льный котел	1	10%	+
	2	18%	+

Из таблицы видно, что для абсолютного большинства испытуемых – русских, связанных по роду деятельности с экономикой (85%), а также не работающих в экономической сфере деятельности (73%), интерес представляет статья, в названии которой использованы тропеические знаки, отражающие процесс образования единой Европы, “От “**плави́льного котла**” к “**салатнице**”. На наш взгляд, испытуемых заинтриговала именно загадочность, скрытая за метафорами. Так, одна из испытуемых пишет: “Интересно узнать, как Евросоюз от единого целого перейдет в мелкорубленый салат”. Отметим для сравнения, что статья, в заголовке которой стоит лишь одна метафора, “**Плави́льный котел**”, заинтересовала, возможно, в силу меньшей “заинтригованности”, только 10% испытуемых 1-ой группы и 18% 2-ой группы.

С другой стороны, следует отметить тот факт, что большую часть участников эксперимента, считающих себя специалистами в области экономики, заинтересовали и статьи, в названии которых нет метафор (статьи 2 и 6). В то же время у участников эксперимента, не считающих себя специалистами в области экономики, они вызвали меньший интерес (соответственно, 22% и 42%).

Для всех участников эксперимента – русских интерес представляет статья с названием “**Война валют**” (60% и 62%), где метафора используется для отражения процесса взаимодействия валют на международном рынке. Можно сделать вывод о том, что для россиян вопросы конкурентоспособности евро и доллара являются весьма актуальными.

Однако, для них далеки проблемы становления новой европейской валюты, на что указывает низкий процент заинтересованности в прочтении статьи с названием “**Старт** “зоны евро” (19% испытуемых - специалистов в области экономики и 0% испытуемых, не являющихся специалистами в экономической сфере).

В таблице также показано, что интерес к прочтению той или иной статьи может сопровождаться выражением аксиологических оценок. Это проявляется в использовании слов с отрицательной коннотацией: *муть, без нас* (“Перспективы вхождения России в “Большую Европу”); использование слов с положительной коннотацией (*очень интересно*), а также указание места, на которое ставится та или иная статья.

Например:

1. “От “плавильного котла” к “салатнице”
2. “Плавильный котел”
3. “Война валют”.

Оценка результатов 2-ой части эксперимента (*части В*) испытуемых – французов проводилась по следующим критериям:

1. адекватное прогнозирование содержания статьи в соответствии с данным заголовком (в % отношении);
2. выражение испытуемым аксиологической оценки к возможному содержанию журнальной статьи с данным заголовком (+ или -).

Сведем также в таблицу ответы *группы в*, т.е. 3-ей и 4-ой групп участников эксперимента (испытуемых – французов), которым было предложено сделать прогноз относительно содержания статьи.

**Влияние использования метафор в сильной позиции (заголовке статьи)
на прогнозирование содержания информации об экономическом
объединении Европы**

Название статьи	Группа испытуемых	Реакции испытуемых	
		адекватное прогнозирование	аксиологическая оценка
1. Six mois après la naissance, l'euro flirte avec le dollar	3	100%	+
	4	85%	+
2. Euro – dollar: attachez vos ceintures	3	100%	+
	4	85%	+
3. Un an après: le pari gagné de l'euro	3	100%	+
	4	80%	
4. L'Europe grandit et se soude	3	100%	+
	4	75%	+
5. L'Europe redessine son paysage bancaire	3	100%	
	4	75%	
6. A qui profitera la monnaie européenne?	3	80%	
	4	85%	
7. Comment protéger votre épargne	3	70%	
	4	75%	
8. Deux mariages et un enterrement	3	33%	
	4	0%	+

В приведенной таблице наглядно показано, что для абсолютного большинства испытуемых – французов, связанных по роду деятельности с экономикой, а также для большинства французов, не работающих в

экономической сфере деятельности, использование метафор в заголовке помогает прогнозировать содержание статьи (статьи под №№ 1 - 5).

Были зафиксированы следующие интерпретации возможного содержания:

- *Six mois après la naissance, l'euro flirte avec le dollar* “Спустя 6 месяцев после рождения евро флиртует с долларом” - force (montée) de l'euro face au dollar US (сила, повышение евро по сравнению с долларом); montée en puissance de l'euro et ses avantages (увеличение значения евро и его преимущества); augmentation du cours de l'euro (рост курса евро); variation de l'euro et du dollar (изменения курса евро и доллара);

- *Euro – dollar: attachez vos ceintures* “Евро – доллар: пристегните ремни” - forte hausse de l'euro par rapport au dollar (сильный рост евро по сравнению с долларом) ; problèmes économiques qu'entraîne la baisse de l'euro (экономические проблемы, которые влечет понижение евро); les questions de parité (rivalités) entre les 2 monnaies (вопросы паритета, соперничество двух валют); baisse du dollar par rapport à l'euro (падение доллара по сравнению с евро);

- *Un an après: le pari gagné de l'euro* “Год спустя: евро выиграло пари” - force de la monnaie européenne (сила европейской валюты); sécurité de l'euro face au dollar (безопасность евро по сравнению с долларом); confiance dans la monnaie européenne (доверие к европейской валюте); l'euro s'est emparé (евро выигрывает); valorisation internationale de l'euro (международная оценка евро);

- *L'Europe grandit et se soude* “Европа растет и “сваривается” - évolutions (histoire) de la constitution de l'UE (развитие, история создания ЕС); avances vers l'intégration l'UE (предпосылки интеграции в ЕС); élargissement et l'approfondissement de l'UE (расширение и углубление ЕС); essayer d'expliquer au lecteur le bien fondé de l'Europe (попытаться объяснить читателю обоснованность Европы);

- *L'Europe redessine son paysage bancaire* “Европа воссоздает свой банковский пейзаж” - mutations de la BCE (изменения в Центральном европейском банке); réorganisations des banques face à la concurrence (реорганизация банков в связи с конкурентоспособностью); restructurations et fusions des banques européennes (реформы и слияния банков); création de la banque européenne; du Conseil des Gouvernements de l'Euro (создание европейского банка; Совета Правительств зоны евро).

Исключение составляет статья с названием “Deux mariages et un enterrement” (Две свадьбы и одни похороны). Только 33% испытуемых 3-ей группы указывают, что они могли бы получить информацию о трудностях, с которыми сталкиваются страны, входящие в ЕС. Для остальных метафоры “затемняют” понимание. Они либо не вызывают никаких ассоциаций, либо вызывают такие “ложные” ассоциации, как описание судьбы Э. Тейлор, либо рассказ о фильме, имеющем похожее название. С другой стороны, из личной беседы с испытуемыми мы выяснили, что метафоры в названии данной статьи интригуют читателя и вызывают интерес к ее прочтению.

Прогнозирование получения возможной информации из двух статей, в названиях которых все слова использованы в своих прямых значениях (статьи под № 6 и № 7), не всегда адекватно их действительному содержанию (соответственно, 80% и 70%).

Таким образом, можно сказать, что наше предположение о мотивирующей роли использования метафор в сильной позиции (заголовки) верно. Метафоры стимулируют интерес читателя к получению информации экономического содержания.

Кроме того, как это показано в таблице, интерпретации возможного содержания статей, имеющих в заголовке метафор, сопровождаются выражением аксиологических оценок. Это проявляется в использовании слов с положительной коннотацией:

- *plus* “больше” (*plus de garantie* “больше гарантии”, *de plus en plus haut* “более высокий”);

- *bien* “хорошо” (*le bien fondé de l’Europe* “обоснованность Европы”);
- *la puissance et les avantages* “мощь и преимущества” (*de l’euro*), *la force* “сила” (*de l’euro*).

Наблюдается выражение авторской оценки: *je crois* “я полагаю”.

Оценивание сопровождается выражением эмоций, связанных с прогнозированием возможного содержания статей, с помощью субзнаков: радость от догадки - восклицательный знак: *Publicité!*, неуверенность предположения - скобки (*un film, je crois*).

Итак, можно сказать, что поставленная в начале проведения эксперимента цель достигнута, задачи выполнены. Проведенный эксперимент помог исследовать возможности метафорической репрезентации экономических понятий, проанализировать содержание интерпретаций слов (словосочетаний), которые в переносных значениях могут быть использованы в языке экономики как лицами, имеющими отношение к экономике, так и теми, кто не считает себя специалистом в сфере экономики; как русскими, так и французами.

В ходе эксперимента были выявлены совпадения и отличия в интерпретациях метафор и метонимий экономического лексикона, культурно-национальная специфика, связь метафорической репрезентации понятий мира экономики с практическим опытом и энциклопедическими знаниями участников эксперимента, а также показан аксиологический характер репрезентации экономических понятий, репрезентированных метафорами.

Была подтверждена та гипотеза, которую была выдвинута при планировании эксперимента: современный человек, живущий в мире экономических перемен не только местного, но и европейского (мирового) масштаба, воспринимает многие слова (словосочетания) в тех значениях, которые выводят в референциальную область экономики. Метафорический или метонимический перенос значения происходит на основании выделения

одного из признаков реалии окружающей действительности, стимулирующего имплицативность языкового знака.

Эксперимент также показал, что ЭП, отражающие образование Евросоюза, находятся в стадии формирования в концептосфере русского языка, тогда как для носителей французского языка они являются составной частью экономического лексикона в силу своей актуальности. В этой связи материалы эксперимента, в частности, список предложенных испытуемым слов и словосочетаний, отмеченных наибольшей частотностью употребления в переносном значении для репрезентации ЭП, могут быть рекомендованы для ознакомления студентам технического университета, особенно студентам экономических специальностей, как русскоязычным, так и иностранным студентам, изучающим русский язык. Материалы эксперимента могут быть использованы при составлении словаря метафор, вербализующих ЭП в русском и французском языках.

ВЫВОДЫ ПО 5 ГЛАВЕ

1. Лингвистический эксперимент, проведенный с носителями русского и французского языков, являющимися специалистами в сфере экономики и не считающими себя таковыми, помог исследовать содержание интерпретаций слов и словосочетаний, используемых в языке экономики в переносном значении. При этом всего выявлено **56% полных совпадений в интерпретациях** слов и словосочетаний, используемых в языке экономики в переносном значении, со словарными дефинициями или теми значениями, которые они получают в экономических контекстах. Данные эксперимента подтверждают наше предположение о том, что знаки языка, определяемые нами как тропеические знаки языка экономики, присутствуют в индивидуальном лексиконе современного человека независимо от того, является ли экономика непосредственной сферой его деятельности или нет. При этом выявлено, что тропеические знаки, отражающие становление

Евросоюза, интерпретируются носителями французского языка адекватно тому значению, которое они получают в современную эпоху кардинальных изменений в Европе, мире. Анализ результатов опроса русских испытуемых свидетельствует о затруднениях при интерпретации некоторых метафор и метонимий, отражающих вопросы европейского строительства.

2. Данные эксперимента подтвердили наличие возможностей выведения значения предложенных слов (словосочетаний) в референциальную область экономики в соответствии с выделением **доминантного признака** отраженной знаком реалии внеязыкового мира, на что указывают 13,1% интерпретаций. Это подтверждает наше предположение о роли доминантного признака как знака-сигнала, выполняющего функцию субзнака и стимулирующего **имплицативные возможности** знака, основанного на переносе значения.

3. Анализ результатов эксперимента, а также личные беседы с испытуемыми позволили проследить связь интерпретаций метафор и метонимий экономического лексикона с **практическим опытом** и **энциклопедическими знаниями** участников эксперимента. Доказано, что средства метафоризации, участвующие в репрезентации понятий мира экономики, отражают самые актуальные на данный момент исторического развития социума реалии окружающего мира.

4. Проведенный эксперимент продемонстрировал наличие **национально-культурной специфики** в интерпретациях метафор и метонимий экономического лексикона. В особенности это касается тропеических знаков, сформированных на основе зоосимволики и символов цвета, семиотики числа, а также тех знаков, перенос значения которых основан на реальных событиях, на фактах исторического прошлого социума. Экспериментальными данными подтверждается роль отношений исследуемых нами тропеических знаков языка экономики со знаками других семиотик. Данными эксперимента также подтверждено, что в интерпретациях метафор, отражающих события мира экономики,

присутствуют *аксиологические оценки* экономических реалий, либо их характеристик. Продемонстрировано также влияние использования метафор в сильной позиции текста (заголовок) на мотивацию к прочтению статьи экономического содержания и на ожидаемое получение информации экономического характера.

5. Экспериментальным путем было подтверждено теоретическое положение проведенного исследования о знаковой структуре метафор, репрезентирующих экономические понятия. Материальная сторона тропеических знаков языка экономики представлена всеми возможными языковыми средствами, на которые распространяются словообразовательные процессы, свойственные исследуемым языкам. Идеальная сторона тропеических знаков языка экономики – экономические понятия, формирование которых в концептосферах исследуемых языков определяется временным фактором, который может способствовать стиранию образности и к размытости значения, а также традициями лингвокультурной общности.

6. Анализ результатов лингвистического эксперимента дополняется практическими рекомендациями по внедрению материалов по его проведению в программу обучения студентов технического университета, особенно экономических специальностей, как русскоязычных, так и иностранных студентов, изучающих русский язык, а также по их использованию при составлении словаря метафор экономического лексикона.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

История развития семиотики как науки продемонстрировала интерес, проявляемый учеными-семиотиками к таким сложным и многогранным знакам языковой семиотической системы, как метафоры. Плодотворность исследований, проводимых с применением принципов семиотического анализа, а также глубокая теоретическая обоснованность положений семиотики как науки позволили выбрать семиотический метод в качестве основного для анализа метафор, репрезентирующих экономические понятия в русском и французском языках, и исследовать их как особые знаки, составляющие наряду с другими знаками, языковую семиотическую систему.

Особый знаковый характер метафор, осуществляющих свои репрезентирующие функции в научно-популярных экономических текстах через ассоциации по сходству или по смежности с реалиями внешнего мира, позволил нам определить их как *тропеические знаки языка экономики*. Аналогично любым другим знакам языковой семиотической системы, они обладают двусторонней структурой. Однако они имеют и отличия: их означающее представлено “старыми” знаками обыденного или научного языка, не связанными своими прямыми значениями с областью экономических знаний. Эти “старые” знаки, в свою очередь, имеют двустороннюю структуру. Сохраняя без изменения прежнюю материальную сторону (означающее), новые знаки за счет развития имплицативных возможностей выводят значения в новую референционную область, экономическую. Таким образом, формируется новая содержательная сторона тропеического знака: теперь в качестве означаемого выступают экономические понятия.

Исследование тропеических знаков языка экономики, проведенное на трех уровнях семиозиса (синтактики, семантики и прагматики), позволило нам представить метафорическую репрезентацию экономических понятий

как знаковое образование. При этом отмечается особый знаковый характер исследуемых знаков и их отличие от других языковых знаков.

СИНТАКТИКА. Синтаксический анализ показал, что практически любые слова, простые или сложные, нарицательные или собственные, а также словосочетания могут участвовать в формировании тропеических знаков языка экономики. В экономическом лексиконе они обладают всеми возможностями, которые присущи словообразовательным процессам русского и французского языков, в том числе, наблюдается тенденция к формированию “гнезд” производных слов, используемых в переносном значении в языке экономики. Правила сочетания тропеических знаков языка экономики, как внутри знаковой структуры, так и в комбинациях с другими знаками языковой и других семиотических систем, соответствуют синтаксическим правилам исследуемых языков.

Особые характеристики тропеических знаков языка экономики: лавинообразность, мотивированность, связь со временем (историей) и традициями.

Анализ на уровне синтактики демонстрирует цепочку отношений, в которые вступают тропеические знаки языка экономики в процессе семиозиса: *человек* → *знак* → *знак* → *значение*. Их развитие выводит на первый план парадигматические отношения, связывающие знаки в структуре комплексного знака и соседними членами лексической парадигмы, а также синтагматические, возникающие в ходе комбинирования знаков. Результатом проявления первых отношений является создание параллельных и синонимичных конструкций, вторых – формирование тропеических знаков в соответствии с грамматическим строем данного языка, утрата первоначального значения у одного (нескольких) элементов синтагмы, расширение, сужение исходного значения. Следствиями отношений, устанавливающихся между означаемым и означающим, являются также конкретизация и анимизм.

Анализ внутренних отношений в структуре тропеического знака между признаками, составляющими план содержания исходного знака и обозначаемой им новой реалии, показал роль доминантного признака как основания переноса значения. При метафорическом переносе этот признак является общим для исходного и переносного значения, на его основе обнаруживается сходство источника и означаемого. За счет этого в структуре тропеического знака появляются иконические элементы: вокруг доминантного признака “вырисовывается” новый образ. При метонимическом переносе доминантный признак источника соприкасается, через указание на смежный объект, с новым означающим, и в структуре нового знака обнаруживаются элементы индексальности. Проведенный анализ выявил возможности смешения в структуре тропеического знака языка экономики иконических и индексальных элементов, а также продемонстрировал имплицативность как основное свойство знака.

Исследование отношений между тропеическими знаками языка экономики и знаками других семиотических систем показало, что тропеические знаки эффективно коррелируют, прежде всего, со знаками культуры, а также со знаками математики (“геометрические” метафоры, “умные” числа), зоо- и цветосемиотики.

СЕМАНТИКА. Семантический анализ тропеических знаков языка экономики позволил выявить те стороны внеязыковой действительности, которые репрезентированы метафорами, а также установившимися в ходе репрезентации связями и отношениями. Исследование, проведенное на уровне семантического измерения семиозиса, выдвинуло на первый план следующую цепочку отношений: *человек* → *знак* → *значение* → *смысл* → *реалия мира экономики*.

Среди отношений, связывающих между собой тропеические знаки и замещаемые ими реалии внеязыковой действительности, основными являются те, которые сформировались в результате столкновения смыслов. Анализ процесса смыслообразования с помощью тропеических знаков языка

экономики, в свою очередь, выявил три уровня. Первый уровень – это слияние двух гетерогенных смыслов на этапе формирования метафоры и дальнейшее переосмысление в новом контексте через имплицативные возможности метафоры. Отмечается роль знака-сигнала, стимулирующего в разных контекстах выведение на ту или иную область референции и имплицитующего новые, переносные, значения. Доминантный признак “сигнализирует” о возможных вариантах использования данного знака в данной семиотической системе, иными словами, о моделирующих возможностях с участием тропеических знаков. Второй уровень представляет собой высказывание, довольно длительное по протяженности (абзац и более), где осмысление происходит в соответствии с заданной метафорой общей темой. В создании метафорической картинке принимают участие как тропеические знаки с источником одной смысловой области, так и знаки с источниками из разных смысловых областей. Третий уровень выполнения исследуемыми знаками смыслообразующей функции – это этап их участия в осмыслении всего текста, в обеспечении его связности и в конечном итоге - реализации замысла автора. Проведенное нами исследование продемонстрировало примеры глобально связанных предложений текста за счет использования метафор, задающих общую тему высказывания (текста). Отмечено также их активное размещение в “сильных” позициях структуры экономических текстов, в частности, в заголовке экономической статьи.

Подход к исследованию метафоры как порождающей смыслы позволил увидеть в ней ключ к пониманию форм репрезентации знаний, определить отношения между тропеическими знаками и экономическими реалиями, которые устанавливаются в ходе категоризации и концептуализации окружающей действительности.

В качестве самой продуктивной категории, служащей источником ассоциаций при формировании тропеических знаков, нами выявлена категория “человек”, в которой выделяются суб-категории “родство”,

“игроки”, “артисты”, “военные” и “части тела”. При этом проведенный нами анализ показал, что метафорическая репрезентация экономических понятий чаще всего происходит как следствие категоризации экономических отношений в терминах родства, характеризующих как деятельность предприятий, так и образование европейских стран в экономический союз.

Исследование обширного репертуара метафор, выбранных из французских и русских текстов экономического содержания, продемонстрировало, что тропеические знаки представляют собой эффективный способ отражения реалий мира экономики и одновременно их репрезентацию в концептуальной картине мира в виде экономических понятий.

Исследование процесса “схватывания” понятий тропеическими знаками показало, что формирование понятий, отражающих мир экономики через ассоциации по сходству или по смежности, определяется временным фактором. Этот временный фактор способствует стиранию из памяти способа опредмечивания, лишая образности те понятия, которые были когда-то репрезентированы за счет средств метафоризации. Такие понятия отнесены к первому типу. Второй тип экономических понятий составляют те, которые с течением времени и с изменением социально-экономических условий получили новые характеристики, акцентируемые через метафоры и метонимии. Третий тип экономических понятий – это новые экономические понятия, находящиеся в стадии формирования. Метафоры, выбираемые для их вербального выражения, часто берутся в кавычки, которые по мере привыкания постепенно убираются. Многочисленные примеры метафорической репрезентации экономических понятий, которые могут быть отнесены к третьей группе нашей классификации, свидетельствуют о широких творческих возможностях человеческого разума, способности фантазировать и делать неожиданно точные сравнения, основываясь на выборе именно той характеристики, которая позволяет познать и определить

“ускользающие от разума” понятия, а также об открытости и незавершенности познания.

Характер отношений плана содержания тропеического знака обусловлен также традициями, существующими в том социуме, который сделал свой языковой выбор в пользу метафор. Анализ моделирующих возможностей тропеических знаков продемонстрировал культурно-национальное восприятие мира экономики, выявил случаи стереотипного осмысления действительности, показал стимулирующую роль символов как источников переноса и как связующее звено в семиотическом континууме.

Нами выделены следующие типы широко употребляемых (т.е. не единичных случаев) тропеических знаков: зоосимволика; символика цвета; религиозные символы; элементы, восходящие к античной мифологии и древней истории; слова, отражающие реальные культурно-исторические события или явления нового времени и получившие символическое прочтение в результате семантической насыщенности плана содержания.

Отмечается также, что символическое прочтение получают сегодня метафоры, отличающиеся частотностью употребления в данном переносном значении в языке экономики, а также явно пересекающиеся с другими семиотическими культурами. Примером этому служит символическое прочтение некоторых обозначений частей тела под влиянием внутренней семиотики.

Базовые понятия, с помощью которых осмысливается научная картина мира физики и химии, перенесенные в область экономики, также воспринимаются как символы. Кроме того, возникают современные символы, представляющие наиболее важные реалии экономического развития России, Европы, мира и резюмирующие смысл эпохи: *общий дом, европейское строительство, большая восьмерка, G8, Интернет.*

ПРАГМАТИКА. Семиотический метод, примененный к исследованию тропических знаков языка экономики, свидетельствует о том, что номинативный аспект неизбежно дополняется прагматическим в системе

отношений *человек* → *знак* → *человек (социум)*. Прагматический уровень анализа характеризует ту сторону тропеического знака, которая обращена к продуценту и реципиенту знака. Это отношение связано с созданием аксиологической оценки акцентируемых с помощью метафор характеристик экономических понятий. В связи с необходимостью адекватного оценивания передаваемой с помощью тропеических знаков языка экономики информации, как продуцентами, так и реципиентами исследуемых знаков, ставится вопрос об обеспечении симметричности оценивания, достигаемой, во-первых, за счет окружающего контекста. В качестве самого широкого контекста, активизирующего адекватное оценивание реципиентом обозначенной метафорами реальности, может выступать тип носителя информации. Например, французский журнал Label France представляет Францию как европейского лидера во многих областях науки и техники, и ее имидж формируется за счет метафор с источником, имеющим положительную эмоционально-оценочную коннотацию.

Во-вторых, четкие оценочные коннотации передаются за счет использования образов-эталонов оценочного характера, которыми располагает та или иная культурная общность и к числу которых относятся цветообозначения, зообозначения, обозначения литературных (сказочных) и реальных исторических персонажей, получивших в силу приписываемых им характеристик или деятельности четкие оценочные коннотации.

В-третьих, симметричность оценивания обеспечивается соответствием нормам и стереотипами, принятым в той или иной лингвокультурной общности. При этом в период социальных изменений ценностная ориентация может меняться.

Анализ на уровне прагматики свидетельствует о том, что отношения в структуре тропеических знаков языка экономики затрагивают не только отдельного человека, но и относятся ко всему обществу, демонстрируя социальный знаковый характер метафор, участвующих в репрезентации экономических понятий. Понятия, вербализованные метафорами,

соответствуют запросам и ожиданиям социальной среды (группы), в которой они сформированы. Они также ориентируют на нужное продуценту восприятие действительности, что достигается за счет включения в контекст прецедентных текстов; указания на автора метафоры; заимствования образа литературного (фольклорного) произведения, четко ассоциируемого в памяти социума с теми или иными моральными принципами; указания на оценку используемого автором тропеического знака им самим, другими лицами (социумом).

Эффективными способами прямого воздействия на реципиента являются тропеические знаки, основанные на использовании стереотипов и квантификации, подменяющей зачастую качественные характеристики количественными выражениями.

Таким образом, рациональные оценки дополняются в структуре тропеического знака эмоциональными оценками, создавая смысл-переживание, а вместе они формируют отношение реципиента к описываемой с помощью тропеических знаков экономической ситуации.

Функциональный аспект тропеических знаков языка экономики свидетельствует об особом характере выбираемого человеком способа репрезентации экономических понятий, подчеркивает их социальную роль и закономерности использования. Исследуемые тропеические знаки выполняют в экономических текстах все функции, которые возможны для любых словообразовательных знаков, по-разному проявляющиеся в зависимости от уровня семиотического анализа. Это приводит к возможности спиралевидного исследования каждого отдельного тропеического знака на трех уровнях (витках) семиотического круга, определяемого нами как ментальный алгоритм понимания и интерпретации тропеических знаков языка экономики. Применение алгоритма семиотического круга к исследованию процесса метафорической репрезентации экономических понятий позволило нам определить метафоры как тропеические знаки, обладающие многогранной структурой,

которые поворачиваются к исследователю той или иной гранью, в зависимости от точки круга, на которой в данный момент располагается исследователь.

Определение семиотического круга является наглядным доказательством наличия взаимосвязи между всеми тремя измерениями семиозиса. Проведенный анализ свидетельствует о том, что главным отношением, в которое вступает тропеический знак языка экономики, является *человек* → *знак*. Именно поэтому оно открывает цепочку отношений, рассматриваемых нами на каждом этапе семиотического анализа. Включение человека в каждую систему отношений (на уровне синтактики, семантики и прагматики) есть доказательство антропоцентрического характера исследуемых нами знаков. Действительно, прежде всего, они придумываются (выбираются из имеющегося в наличии лексикона, комбинируются) человеком. Кроме того, прагматический анализ с наибольшей полнотой демонстрирует то, что цель формирования тропеических знаков языка экономики также направлена на человека. И хотя предложенный нами для анализа алгоритм семиотического круга может показаться замкнутым, на самом деле это не так. Скорее он может быть интерпретирован как спиралевидный, поскольку, перефразируя известную латинскую крылатую фразу (*Tempora mutantur et nos mutāmur in illis*), можно сказать – времена меняются, и используемые нами знаки меняются вместе с ними.

Исследование тропеических знаков языка экономики в семиотическом аспекте продемонстрировало тот факт, что они занимают достойное место в *семиотическом континууме*. В отличие от других словообразовательных знаков они коррелируют со всеми семиотиками не только за счет того, что служат вербальным средством их описания, но и потому, что знаки этих семиотик могут быть использованы в качестве источника переноса значения. Они также служат стимулом порождения новых значений, могут поступать в качестве таких стимулов через все доступные человеку каналы

восприятия информации об окружающем мире. Кроме того, тропеические знаки языка экономики могут дополняться знаками (субзнаками) других семиотик, порождать аналогичные знаки, как вербальные, так и невербальные, в той или иной семиотике, либо порождаться ими.

Все положения и выводы проведенного исследования теоретического и фактического материала были верифицированы проведенным лингвистическим экспериментом, анализ результатов которого подтвердил достоверность концепции, принятой в данном диссертационном исследовании. Тропеические знаки языка экономики характеризуются особым знаковым характером, проявляющимся в отношениях, которые устанавливаются между ними и другими знаками. Эти отношения включают внутренние отношения в структуре комплексного языкового знака, в частности, имплицативный потенциал, позволяющий выводить значение в референциальную область экономики, а также внешние: отношения с другими знаками, с внеязыковой действительностью и самим человеком (социумом).

Проведенное исследование показало, что семиотический анализ, примененный к тропеическим знакам языка экономики, может быть использован в качестве метода научного исследования любых знаков языковой семиотической системы, а также других систем. Фактический материал исследования может быть использован при составлении словаря метафор, репрезентирующих экономические понятия в русском и французском языках.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абелева, И.Ю. Речь о речи. Коммуникативная система человека / И.Ю. Абелева. – М.: Логос, 2004.–304с.
2. Алексеев, К.И. Метафора как объект исследования в философии и психологии / К.И. Алексеев // Вопросы психологии. - 1996. - № 2. -- С. 73-85.
3. Алексеева, Л.М. Метафоризация как средство диалогичности научного текста / Л.М. Алексеева // Антропоцентрический подход к языку: сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 1998. – Ч.1. - С. 89-102.
4. Алефиренко, Н.Ф. Современные проблемы науки о языке / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Флинта: Наука, 2005.–416с.
5. Алпатов, В.М. История лингвистических учений / В.М. Алпатов. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 368с.
6. Амвросова, С.В. Эгоцентрические координаты научной речи / С.В. Амвросова // Научный и общественно-политический текст. Лингвистические и лингводидактические аспекты изучения. – М., 1991. – С. 3-12.
7. Анашкина, И.А. Аксиология звучащего текста как артефакта культуры: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. / И.А. Анашкина. – Москва, 1996. – 47с.
8. Андерсон, Р.Д.. Каузальная сила политической метафоры / Р.Д. Андерсон. Екатеринбург, 2006. – Режим доступа: // www.philology.ru.
9. Апресян, В.Ю. Метафора в семантическом представлении эмоций / В.Ю. Апресян, Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1993. - №3. – С. 27-35.
10. Арнольд, И.В. Основы научных исследований в лингвистике / И.В. Арнольд. – М.: Высш. шк., 1991. – 140с.
11. Арутюнова, Н.Д. Время: модели и метафоры / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка: язык и время / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, Т.Е. Янко – М., 1997. - С.51-61.

12. Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры: сб. – М.: Прогресс, 1990. – С.5-32.
13. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988.–341с.
14. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896с.
15. Архипкина, Г.Д. Когнитивные основания и антропоцентрические параметры грамматической категории числа: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук: 10. 02. 19 / Г.Д. Архипкина. – Краснодар, 2006. – 43с.
16. Бабина, Л.В. Вторичная репрезентация концептов в языке: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук: 10. 02. 04 / Л.В. Бабина. – Тамбов, 2003. – 38с.
17. Бабушкин, А.П. Поиск “тела знака” для наименования концепта / А.П. Бабушкин // Филология и культура: материалы II межд. конф. / Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов, 1999. – Ч.3. - С.100-104.
18. Бабушкин, А.П. Типы языковых знаков в семиотическом аспекте / А.П. Бабушкин // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2005. - №2. - С. 5-13.
19. Балашова, Л.В. Концептуальная метафора и ее отражение в русских переводах современной англоязычной литературы / Л.В. Балашова // Социокультурные проблемы перевода: сб. науч. тр.: в 2 ч. / Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2006. - С.187-195.
20. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. - М.: Иностран. литература, 1955. – 416с.
21. Банкова, Л.Л. Метафорическая концептуализация абстрактного понятия “труд” / Л.Л. Банкова // Язык. Речь. Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр. / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – Вып. 8, ч. 1. – С.49-56.
22. Баранов, А.Н. О типах сочетаемости метафорических моделей / А.Н. Баранов // Вопросы языкознания. - 2003. - №2. – С.73-94.
23. Баранов, А.Н. Словарь русских политических метафор / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов. – М.: Помовский и партнеры, 1994. – 351с.

24. Барт, Р. Нулевая степень письма / Р. Барт // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.327-370.
25. Барулин, А.Н. О структуре языкового знака / А.Н. Барулин // Знак: сб. ст. по лингвистике и поэтике памяти А.Н. Журина. – М., 1994. – С.245-251.
26. Барулин, А.Н. Основания семиотики. Знаки, знаковые системы, коммуникация. Ч. 2: Краткая предыстория и история семиотики (до Фреге, Пирса и Соссюра) / А.Н. Барулин. – М.: Спорт и культура – 2000, 2002.–402с.
27. Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М.М. Бахтин / – М.: Худож. лит., 1978.–504с.
28. Белютин, Р.В. Метафора движения в пространстве мысли (на материале немецкого языка) / Р.В. Белютин // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2007. - №3. - С.88-94.
29. Беляевская, Е.Г. Концептуальные основания семантики и “внутренняя форма” языковых единиц / Е.Г. Беляевская // Проблемы представления (репрезентации) знаний в языке. Типы и форматы знаний: сб. науч. тр. / отв. ред. Е.С. Кубрякова; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; М-во образования и науки РФ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. – М.; Калуга, 2007. – С. 307-315.
30. Бергельсон, М.Б. Прагматическая и социокультурная мотивация языковой формы: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. 10.02.19 / М.Б. Бергельсон. – Москва, 2005. – 44с.
31. Беркнер, С.С. Язык как инструмент политики / С.С. Беркнер // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л.И. Гришаевой; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С.85-89.
32. Блумфильд, Л. Язык / Л. Блумфильд; под ред. М.М. Гухман; пер. с англ. Е.С. Кубряковой, В.М. Мурат. – М.: Прогресс, 1968.–608с.

33. Богин, Г.И. Перевыражение культуры в языке / Г.И. Богин // Филология и культура: материалы II междунар. конф. / Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов, 1999. – Ч.3. - С.82-86.
34. Болдырев, Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по англ. филологии / Н.Н. Болдырев. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. ун-та им. Г.Р. Державина, 2000.–123с.
35. Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2004. - №1(001). - С. 18-36.
36. Болдырев, Н.Н. Вторичная репрезентация знаний в языке / Н.Н. Болдырев, Л.В. Бабина // Филологические науки. 2001. № 4. — С.79-86.
37. Бородулина, Н.Ю. Метафорические модели языковой репрезентации экономических понятий / Н.Ю. Бородулина. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. - (Препринт. Вестник Тамб. гос. техн. ун-та / Тамб. гос. техн. ун-т. – Препринт № 15. Рубрика 07. – 2006. – Т. 12, № 1. - 44 с.)
38. Будаев, Э.В. “Могут ли метафоры убивать”?: прагматический аспект политической метафорики / Э.В. Будаев. Екатеринбург, 2006. – Режим доступа: // www.philology.ru.
39. Будаев, Э.В. Становление когнитивной теории метафоры / Э.В. Будаев. - Екатеринбург, 2007. – Режим доступа: // www.philology.ru.
40. Буйнова, О.Ю. Универсальные и специфические черты процесса метафоризации / О.Ю. Буйнова // Лингвистические исследования. К 75-летию профессора Владимира Григорьевича Гака. – Дубна: Феникс+, 2001. С.49-65.
41. Бурвикова, Н.Д. Логозепистемическая составляющая современного языкового вкуса / Н.Д. Бурвикова, В.Г. Костомаров // Филологические науки 2008. № 2. — С.3-11.
42. Бурдые, П. Начала. Choses dites: пер. с фр. / П. Бурдые М.: Socio-Logos, 1994. – 388с.

43. Бурдьё, П. Социология политики: пер. с фр. / П. Бурдьё. М.: Socio-Logos, 1993. – 333с.
44. Васильев, Л.М. Современная лингвистическая семантика / Л.М. Васильев. – М: Высш. шк., 1990. – 176с.
45. Вежбицка, А. Антитоталитарный язык в Польше: механизмы языковой самообороны / А. Вежбицка // Вопросы языкознания. - 1993. - №4. – С.107-125.
46. Вежбицка, А. Из книги “Семантические примитивы” / А. Вежбицка // Семиотика: антол. /сост. Ю.С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.242-270.
47. Вернер, А.В. Семантическая и функционально-коммуникативная характеристика фразеологических единиц с культурным компонентом значения: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.В. Вернер. – М., 1998. – 23с.
48. Войшвилло, Е.К. Понятие как форма мышления: логико-гносеологический анализ / Е.К. Войшвилло. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1989. – 239с.
49. Вольф, Е.М. Метафора и оценка / Е.М. Вольф // Метафора в языке и тексте. – М., 1988. – С.134-146.
50. Ворожбитова, А.А. Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Монография / Ворожбитова. – Сочи: СГУТиКД, 2000. – 319с.
51. Воронцова, Т.И. О картине мира и жанровых характеристиках фольклорных и литературных произведений / Т.И. Воронцова // Проблемы современной филологии и лингводидактики: сб. науч. тр. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2008. – Вып.2. С. 9-14.
52. Выготский, Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выготский – М: Лабиринт, 1999. – 352с.
53. Гак, В.Г. Беседы о французском слове / В.Г. Гак. - М.: Международные отношения, 1966. – 336с.

54. Гак, В.Г. Сопоставительная лексикология / В.Г. Гак. – М.: Международные отношения, 1977. – 264с.
55. Гак, В.Г. Сравнительная типология французского и русского языков / В.Г. Гак. – М.: Просвещение, 1983. – 287с.
56. Гак, В.Г. Языковые преобразования / В.Г. Гак. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 768с.
57. Галеев, Б. Синестезия в мире метафор / Б. Галеев // Text Processing and Cognitive Technologies. / V. Solovyev, V. Polyakov. – М. – Warna, 2004. №10. - P. 33-42.
58. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин – М.: Наука, 1981. – 139с.
59. Гачев, Г.Д. Национальные образы мира: Курс лекций / Г.Д. Гачев. – М.: Академия, 1998. – 432с.
60. Герасимова, И.А.. Деонтологическая логика и когнитивные установки / И.А. Герасимова // Логический анализ языка: Языки этики / отв. ред.: Н.Д. Арутюнова, Т.Е. Янко, Н.К. Рябцева. – М., 2000. – С.7-16.
61. Гетманова, А.Д. Логика / А.Д. Гетманова. М.: Омега-Л, 2006. – 416с.
62. Глобализация: человеческое измерение. / Моск. ун-т междунар. отношений. – М.: РОССПЭН, 2003. – 112с.
63. Глухов, А.В. Речь как политическое действие: функциональный аспект / А.В. Глухов // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л.И. Гришаевой; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С.65-72.
64. Гончаров, С.А. От теории коммуникации и герменевтики к гуманитарным технологиям (прикладные аспекты гуманитарных наук в университетском образовании) / С.А. Гончаров // Актуальные вопросы современного университетского образования: материалы IX Рос.-Америк. науч.-практ. конф., 15-17 мая 2006г. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2006, - С.20-28.
65. Греймас, А.Ж.. Объяснительный словарь теории языка / А.Ж Греймас, Ж. Курте // Семиотика. - М.: Радуга, 1983 – С.83-550.

66. Гулинов, Д.Ю. К проблеме перевода культурно-маркированного имени с эмотивной коннотацией (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С.172-175.
67. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию: пер. с нем. / В. фон Гумбольдт; общ. ред. Г.И. Рамишвили; послесл. А.В. Гулыги, В.А. Звезгинцева. – М.: ОАО ИГ “Прогресс”, 2000. – 400с.
68. Гуревич, П.С. Культурология / П.С. Гуревич. - М.: Проект, 2004. – 336с.
69. Гусев, С.С. Метафора в научном и художественном тексте / С.С. Гусев // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С.119-133.
70. Гусев, С.С. Обыденное мировоззрение. Структура и способы организации / С.С. Гусев, Б.Я Пукшанский. – СПб.: Наука, 1994. – 89с.
71. Гусев, С.С. Проблема понимания в философии: Философско-гносеолог. анализ / С.С. Гусев, Г.А. Тульчинский. – М.: Политздат, 1985. – 192с.
72. ван Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / Т.А. ван Дейк; сост. В.В. Петров. – М.: Прогресс, 1989. – 312с.
73. Делез, Ж. Марсель Пруст и знаки. Статьи: пер. с фр. / Ж. Делез; под ред. Е.Г. Соколова; С.-Петербург. гос. ун-т, Лаб. метафиз. исслед. философ. фак. – СПб.: Алетейя, 1999. – 190с.
74. Демьянков, В.З. Значение и употребление лексем класса *красота* / В.З. Демьянков // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – С.601-609.
75. Дзикаки, А. Творчество в науке / А.. Дзикаки; отв. ред. В.О. Малишенко; пер. с англ. Е.С. Ключина. - М.: Эдторнао УРСС, 2001. – 240с.
76. Дилигенский, Г. Политическая институционализация в России: социально-культурные и психологические аспекты / Г. Дилигенский // Мировая экономика и международные отношения. - 1997. - № 8. – С.5-16.

77. Дридзе, Т.М. Социокультурная коммуникация: текст и диалог в семиосоциопсихологии / Т.М. Дридзе // Социокультурное пространство диалога. – М., 1999. С.58-77.
78. Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. - 1997. - № 6. - С.37-49.
79. Дроздова, Т.В. Научный текст и проблемы его понимания (на материале английских экономических текстов): автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. 10.02.19, 10.02.04 / Т.В. Дроздова. – Москва, 2003. – 47с.
80. Друлак, П. Метафора как мост между рациональным и художественным / П. Друлак. Екатеринбург. - 2006 – Режим доступа: // www.philology.ru.
81. Дубовая, Т.А. Метафора как модель смыслопорождения в науке / Т.А. Дубовая // Лингвистические явления в системе языка и в тексте: сб. науч. тр. / Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград, 1997. - Вып. 1. – С.33-45.
82. Жеребина Е.А. Метод филологической герменевтики и интерпретации текста / Е.А. Жеребина // Проблемы современной филологии и лингводидактики: сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во Рос. пед. гос. ун-та им. А.И. Герцена. 2008. – Вып.2. С. 24-27.
83. Жидков, В.С. Десять веков российской ментальности / В.С. Жидков, К.Б. Соколов. - СПб.: Алетейя, 2001. – 640.
84. Жинкин, Н.И. Речь как проводник информации / Н.И. Жинкин – М.: Наука, 1982. – 159с.
85. Заботкина, В.И. Семиотические аспекты представления знаний в семантической структуре слова / В.И. Заботкина // Проблемы представления (репрезентации) знаний в языке. Типы и форматы знаний: сб. науч. тр. / отв. ред. Е.С. Кубрякова; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; М-во образования и науки РФ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. – М.; Калуга, 2007. – С.48-56.
86. Залевская, А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды / А.А. Залевская. – М.: Гнозис, 2005. – 543с.

87. Залевская, А.А. Слово в лексиконе человека. Психолингвистическое исследование / А.А. Залевская. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та., 1999. – 206с.
88. Зализняк, А.А. Заметки о метафоре / А.А. Зализняк // Слово в тексте и словаре: сб. ст. к 70-летию Ю. Д. Апресяна. М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 82–88.
89. Зарецкая, Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. – М.: Дело, 1998. – 480с.
90. Звегинцев, В.А. Что происходит в советской науке о языке / В.А. Звегинцев // Сумерки лингвистики. Из истории отечественного языкознания: антол. / под общ. ред. проф. В.П. Неврознака; сост. и коммент. В.Н. Базылева, В.П. Неврознака. - М., 2001. – С.472-507.
91. Звегинцев, В.А. Язык и лингвистическая теория. Изд. 3-е / В.А. Звегинцев. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008, - 248с.
92. Зубкова, О.С. Специфика функционирования медицинской метафоры и метафоры-термина в индивидуальном лексиконе/ О.С. Зубкова // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2006. - №3. - С.84-89.
93. Иванов, Вяч.Вс. Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему / Вяч.Вс. Иванов. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 208с.
94. Ильин, М.В. Полития / М.В. Ильин // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.613 - 624.
95. Илюхина, Н.А. Образ как объект и модель семиологического анализа: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. 10. 02. 01 / Н.А. Илюхина. – Уфа, 1999. – 38с.
96. Исаева, О.П. Семантические процессы в лексике со значением “строение” в современном русском языке / О.П. Исаева // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст. - Тамбов, 2006. – Вып. I. – С.202-204.
97. Истягин, Ю. Языковая личность в процессе межкультурной коммуникации / Ю. Истягин // Межкультурная коммуникация и проблемы

- национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С. 69-72.
98. Калашникова, Л.В. Метафора – уникальный авторский способ языкового выражения / Л.В. Калашникова // Альманах современной науки и образования. Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. тр.: в 3 ч. / отв. ред. Е.В. Рябцева / при участии М.Н. Макеевой, А.А. Арестовой. - Тамбов, 2007. - Ч. 2. – С.133-135.
99. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляции сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2004. – 528.
100. Кара-Мурза, С.Г. Язык как средство господства / С.Г. Кара-Мурза // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С. 459-471.
101. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. - 390с.
102. Касевич, В.Б. Семантика. Синтаксис. Морфология / В.Б. Касевич. - Москва: Наука, 1988. – 312с.
103. Касевич, В.Б. Язык экологии и экология языка / В.Б. Касевич // Семиотика, лингвистика, поэтика: к столетию со дня рождения А.А. Реформатского. – М., 2004. – С.57-68.
104. Кашкин, В.Б. Коммуникативная мимикрия и социальная власть / В.Б. Кашкин // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л.И. Гришаевой; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С. 21-29.
105. Керимов, Р.Д. Текстильные концептуальные метафоры в политическом дискурсе ФРГ / Р.Д. Керимов. – Екатеринбург, 2007. – Режим доступа: // www.philology.ru.
106. Кибрик, А.Е. Константы и переменные языка / А.Е. Кибрик. – СПб.: Алетейя, 2003. – 720с.

107. Ключко, Н.Н. Образы Европы в современных национальных дискурсах (на примере антропоморфной метафорики) / Н.Н. Ключко. – Екатеринбург, 2006 – Режим доступа: // www.philology.ru.
108. Клюканов, И.Э. Динамика межкультурного общения. Системно-семиотическое исследование / И.Э. Клюканов. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 1998. – 100с.
109. Кожина, М.Н. О функциональных категориях в аспекте коммуникативной теории языка / М.Н. Кожина // Разновидности и жанры научной прозы. Лингвостилистические особенности. – М., 1989. – С.3-27.
110. Кожина, М.Н. Об отношении стилистики к лингвистике текста / М.Н. Кожина // Функциональный стиль научной прозы. Проблемы лингвистики и методики преподавания. – М., 1980. – С.3-17.
111. Кожина, М.Н. Сопоставительное изучение научного стиля и некоторые тенденции его развития в период научно-технической революции / М.Н. Кожина // Язык и стиль научной литературы. Теоретические и прикладные проблемы. – М., 1977. – С.3-25.
112. Колодина, Н.И. Лексико-стилистическая репрезентация смысла значащих переживаний / Н.И. Колодина. // Труды казанской школы по компьютерной и когнитивной лингвистике TEL-2005 / науч. ред. Д.Ш. Сулейманов, В.Д. Соловьев, О.А. Невзорова; Каз. гос. ун-т им. В.И. Ульянова-Ленина. – Казань, 2006. – С.175-185.
113. Колодина, Н.И. Проблемы понимания и интерпретации художественного текста / Н.И. Колодина. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2001. 184с.
114. Корнилов, О.А. Языковые картины мира как отражение национального менталитета: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук / О.А. Корнилов. – Москва, 2000. – 48с.
115. Корнякова, Л.Ю. Роль идиомы в создании тематического поля художественного текста / Л.Ю. Корнякова // Язык. Речь. Речевая

деятельность: межвуз. сб. науч. тр. / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – Вып. 8, ч. 1. – С.197-202.

116. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – СПб.: Златоуст, 1999. – 320с.

117. Кочанович, Л. Знак, значение и социальная природа знаков (на примере концепций Мида и Выготского) / Л. Кочанович // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. – Новосибирск, 1990. – С.84-111.

118. Кравченко, А.В. Язык, знак, знание. Очерк когнитивной философии языка / А.В. Кравченко. - Иркутск: Иркутская областная типография № 1, 2001. – 261с.

119. Кравченко, А.В. Язык и восприятие: Когнитивные аспекты языковой категоризации / А.В. Кравченко. - Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2004. – 206с.

120. Красильникова, Н.А. Заложники “русского медведя”: метафорическое представление современной России в британских и американских СМИ / Н.А. Красильникова // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2007. - №1. – С.42-49.

121. Крейдлин, Г.Е. Семиотика, или Азбука общения / Г.Е. Крейдлин, М.А. Кронгауз. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2004. - 240с.

122. Кретов, А.А. Динамика имплицитного и эксплицитного в переводе / А.А. Кретов, Н.А. Фененко // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С. 135-142.

123. Кронгауз, М.А. Бессилие языка в эпоху зрелого социализма // Знак: сб. ст. по лингвистике и поэтике памяти А.Н. Журина.- М., 1994. - С.233-244.

124. Крутова, О.В. Жанровые особенности журнальных статей / О.В. Крутова // Актуальные вопросы современного университетского

образования: материалы IX Рос.-Америк. науч.-практ. конф., 15-17 мая 2006г. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2006, - С. 222-226.

125. Крылова, Т.В. Метафора “веревки” в словах, характеризующих поведение человека в обществе / Т.В. Крылова // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – 880с.– С.142-147.

126. Крюкова, Н.Ф. Метафорика и смысловая организация текста: моногр / Н.Ф. Крюкова. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2000. – 163с.

127. Кубрякова, Е.С. Возвращаясь к определению знака / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкознания. - 1993. - №4. – С.18-28.

128. Кубрякова, Е.С. К определению понятия имиджа / Е.С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2008. - №1. – С.5-11.

129. Кубрякова, Е.С. О ментальных репрезентациях / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков // Проблемы представления (репрезентации) знаний в языке. Типы и форматы знаний: сб. науч. тр. / редкол. Е.С. Кубрякова, Позднякова Е.М. [и др.]; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; М-во образования и науки РФ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. – М.; Калуга, 2007. – С.13-28.

130. Кубрякова, Е.С. О новых путях исследования значений (теория айсберга) / Е.С. Кубрякова // Проблемы семантического описания единиц языка и речи: Проблемы семантического описания единиц языка и речи: материалы докл. междунар. науч. конф. - Минск, 1998. – Ч. I. – С.38 - 39.

131. Кубрякова, Е.С. О семиотически маркированных объектах и семиотически маркированных ситуациях в языке / Е.С. Кубрякова // Концептуальное пространство языка: сб. науч. трудов. Посвящается юбилею профессора Николая Николаевича Болдырева / под. ред. проф. Е.С. Кубряковой; Федер. агентство по образованию; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов, 2005. – С.95-101.

132. Кубрякова, Е.С. О семиотических особенностях производного слова / Е.С. Кубрякова // Семиотика, лингвистика, поэтика: к столетию со дня рождения А.А. Реформатского. – М., 2004. – С.243-249.

133. Кубрякова, Е.С. Языковое сознание и языковая картина мира / Е.С. Кубрякова // Филология и культура: материалы II междунар. конф. / Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов, 1999. – Ч. 3. - С.6-13.
134. Кузнецов, В.Г. Научное наследие женевской школы в свете современной лингвистики / В. Г. Кузнецов: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. 10. 02. 19. М., 2006. - 48с.
135. Кузнецов, В.Г. Ф. де Соссюр и женевская школа: от “языка” к “речи” / В.Г. Кузнецов // Вопросы языкознания. - 2007. - №6. – С.97-115.
136. Кузнецова, Е.В. Реализация национальных особенностей во фразеологизмах (на примере французского языка) / Е.С. Кузнецова // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст. - Тамбов, 2006. – Вып. I. – С.266-268.
137. Лагута, О.Н. Логика и лингвистика (Новосибирск, 2000. - 116 с.) / О.Н. Лагута. – Режим доступа: // www.philology.ru.
138. Лакофф, Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении / Дж. Лакофф; пер. с англ. И.Б. Шатуновского. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792с.
139. Лакофф, Дж. Метафора и война: система метафор для оправдания войны в заливе / Дж. Лакофф. - Екатеринбург, 2006. – Режим доступа: // www.philology.ru.
140. Лакофф, Дж. Мышление в зеркале классификаторов / Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. - М., 1988. – С.12-51.
141. Лакофф, Д. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры: сб. – М., 1990. – С.387-415.
142. Лапицкий, М. От “плавильного котла” к “салатнице” / М. Лапицкий // Политический журнал. - № 28 (31). - С.55-57.
143. Лапшина, В.В. Метафора как средство конструирования имиджа политика (на материале австрийских печатных СМИ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10. 02. 19 / В.В. Лапшина. – М., 2006. – 24с.

144. Лебедева, С.В. Медицинская метафора в современном языке / С.В. Лебедева, О.С. Зубкова; Курск. гос. ун-т. – Курск, 2006. – 128с.
145. Леви-Стросс, К. Структура и форма. Размышления об одной работе Владимира Проппа / К. Леви-Стросс // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.423-452.
146. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание, Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1977. – 304с.
147. Леонтьев, А.А. Алексей Николаевич Леонтьев. Деятельность, сознание, личность / А.А. Леонтьев, А.А. Леонтьев, Д.А. Леонтьев, Е.Е. Соколова. – М.: Смысл, 2005. – 431с
148. Леонтьев, А.А. Деятельностный ум (Деятельность, Знак, Личность) / А.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2001. – 392с.
149. Леонтьев, А.А. Слово в речевой деятельности. Некоторые проблемы общей теории речевой деятельности / А.А. Леонтьев. – М.: Наука. 1965. – 246с.
150. Лихачев, Д.С. Раздумья о России / Д.С. Лихачев. – СПб: Logos.. 1999г. - 672с.
151. Лобанова, Л.П. О языке науки в условиях глобализации / Л.П. Лобанова // Вопросы когнитивной лингвистики. - 2007. - №2. - С. 82-91.
152. Лосев, А.Ф. Знак, символ, миф / А.Ф. Лосев. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1982. – 479с.
153. Лосев, А.Ф. Философия. Мифология. Культура / А.Ф. Лосев. – М.: Политиздат, 1991. – 525с.
154. Лосев, А.Ф. Философия имени / А.Ф. Лосев. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 269с.
155. Лотман, Ю.М. История и типология русской культуры / Ю.М. Лотман. – С.-Петербург: Искусство – СПб, 2002. – 768с.
156. Лотман, Ю.М. О семиотическом механизме культуры / Ю.М. Лотман, Б.А Успенский // Труды по знаковым системам. – Тарту, 1997.- Т.5. С.144-145.

157. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновению к взаимопониманию / Р.Д. Льюис. - М.: Дело, 1999. – 440с.
158. Макарова, О.С. Метафорическое осмысление концепта “WILLE” в произведениях Фридриха Ницше / О.С. Макарова // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст. - Тамбов, 2006. – Вып. I. – С.302-305.
159. Макеева, И.И. Семантика русского плыть – плавать: синхрония и диахрония / И.И. Макеева, Е.В. Рахилина // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – С.176-186.
160. Макеева, М.Н. Риторика художественного текста и ее герменевтические последствия / М.Н. Макеева. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2000. – 192.с.
161. Макеева, М.Н. Риторическая программа художественного текста как условие использования рациональных герменевтических техник в диалоге “текст - читатель” / М.Н. Макеева. - Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 1999. – 134с.
162. Маковский, М.М. Язык – миф – культура / М.М. Маковский // Вопросы языкознания. – 1997. - №1. – С.73-95.
163. Мартыанов, В. Куда посылает президент / В. Мартыанов // Политический журнал. – 2006. - № 13. - С.22-26.
164. Марьянчик, В.А. Неологическая группа “названия политических партий, организаций и учреждений” медиа-политического дискурса / В.А. Марьянчик // Язык. Речь. Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр. / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – С.22-30.
165. Маслова, В.А. К построению психолингвистической модели коннотации / В.А. Маслова // Вопросы языкознания. – 1989. - №1. - С.108-121.

166. Маслова, В.А. Лингвокультурология/ В.А. Маслова. - М.: Академия, 2001. – 208с.
167. Махмутова, А.Н. Речевая реализация аксиологических компонентов слова / А.Н. Махмутова // Язык. Речь. Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр. / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – Вып.8, ч.2. – С.30-36.
168. Мельчук, И.А. Русский язык в модели “Смысл - Текст” / И.А. Мельчук. – М.; Вена: Языки русской культуры; Венский славистический альманах. - 1995. – 682с.
169. Мерзлякова, А.Х. Типология адъективной метафоры / А.Х. Мерзлякова // Лингвистические исследования. К 75-летию профессора Владимира Григорьевича Гака. – Дубна: Феникс+, 2001. - С.104-116.
170. Мечковская, Н.Б. Лавина семиозиса, частично фиксируемая языком (по данным анализа символики креста и мотивированных им знаков) / Н.Б. Мечковская // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. - С.575 - 587.
171. Мечковская, Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: курс лекций / Н.Б. Мечковская – М.: Академия, 2004. – 432с.
172. Минский, М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.23: Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С.281-309.
173. Мишланова, С.Л. Метафора в поле термина (на материале медицинских текстов) / С.Л. Мишланова // Фатическое поле языка (памяти проф. Л.Н. Мурзина): межвуз. сб. науч. тр. / Перм. ун-т. – Пермь, 1998. – С.76-83.
174. Моррис, Ч.У. Из книги “Значение и означивание”. Знаки и действия / Ч.У. Моррис // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов.- 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.129-143.

175. Моррис, Ч.У. Основания теории знаков/ Ч.У. Моррис // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов.- 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.45-110.
176. Москвин, В.П. Русская метафора: параметры классификации / В.П. Москвин // Филологические науки. – 2000. - №2. — С.66-74.
177. Муранова, О.С. О языковых средствах выражения адресованности и эмотивности в тексте научно-популярной статьи / О.С. Муранова // Актуальные вопросы современного университетского образования: материалы IX Рос.-Америк. науч.-практ. конф., 15-17 мая 2006г. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2006. - С.276-280.
178. Мурзин, Л.Н. О суггестивно-магической функции языка / Л.Н. Мурзин // Фатическое поле языка (памяти проф. Л.Н. Мурзина): межвуз. сб. науч. тр. / Перм. ун-т. – Пермь, 1998. – С.108-114.
179. Мурзин, Л.Н. Текст и его восприятие / Л.Н. Мурзин, А.С. Штерн. – Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1991. – 172с.
180. Немов, Р.С. Психология: учеб. для студентов высш. пед. учеб. заведений: в 3 кн. Кн. 3: Экспериментальная педагогическая психология и психолингвистика. – М.: Просвещение: ВЛАДОС, 1995. – 512с.
181. Никитин, М.В. О семантике метафоры / М.В. Никитин // Вопросы языкознания. - 1979. - №1. – С.91-102.
182. Никитин, М.В. Предел семиотики / М.В. Никитин // Вопросы языкознания. - 1997. - №1. – С.3-14.
183. Нифанова, Т.С. Сопоставительное исследование английской и французской национальной языковой картины мира: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10. 02. 20 / Т.С. Нифанова. - Екатеринбург, 2005. – 46с.
184. Орлова, М.В. Метафорическая категоризация в языке международных отношений / М.В. Орлова // Когнитивная семантика: материалы II междунар. шк.-семинара / Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов, 2000. – Ч.2. – С.122 - 124.

185. Ортега-и-Гассет, Х. Две великие метафоры / Х. Ортега-и-Гассет // Теория метафоры: сб. – М., 1990. – С.68-81.
186. Падучева, Е.В. Метафора и ее родственники / Е.В. Падучева // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян – М., 2004. – С.187-203.
187. Пантелеева, Л.В. Оценочность как важный компонент регистра научного изложения / Л.В. Пантелеева // Проблемы современной филологии и лингводидактики: сб. науч. тр. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена – СПб., 2008. – Вып.2. - С. 49-55.
188. Парментьер, Р. Элементарная теория истины Пирса / Р. Парментьер // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. – Новосибирск, 1990. – С.25-39.
189. Пасечник, О.В. Об особенностях репрезентации географических метафорических образов государств мира в современном немецком газетно-публицистическом дискурсе / О.В. Пасечник // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст. - Тамбов, 2006. – Вып.І. – С.390-393.
190. Пелипенко, А.А. Культура как система / А.А. Пелипенко, И.Г. Яковенко. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 376с.
191. Пельц, Е. Семиотика и логика / Е. Пельц // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.151-164.
192. Перельман, Г.И. Немецкие зоонимы в переносном употреблении: лексико-семантический и словообразовательный аспекты / Г.И. Перельман // Проблемы современной филологии и лингводидактики: сб. науч. тр. / Рос. пед. гос. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2008. – Вып.2.. С. 55 - 58.
193. Петренко, В.Ф. Язык метафоры в рейтинге политических лидеров / В.Ф. Петренко. – Режим доступа: // <http://www.akka.ukrbiz.ru>.

194. Петрова, С.Н. Семантика декодирования: новые подходы / С.Н. Петрова // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. – Новосибирск, 1990. – С.57 - 65.
195. Пиирайнен, Е. “Область метафорического отображения” – метафора – метафорическая модель (на материале фразеологии западно-мюнстерландского диалекта) / Е. Пиирайнен // Вопросы языкознания. - 1992. - №4. – С.92 - 100.
196. Пирс, Ч.С. Из работы “Элементы логики. *Grammatica speculativa*” / Ч.С. Пирс // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.453-471.
197. Поляков, И.В. Онтология и существование знаковых объектов // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. – Новосибирск, 1990. – С.12-25.
198. Полянчук, О.Б. Когнитивные основы перевода лексических единиц, репрезентированных комплексным знаком / О.Б. Полянчук // Социокультурные проблемы перевода: сб. науч. тр.: в 2 ч. / Воронеж. гос. ун-т.- Воронеж, 2006. - Вып.7, ч.2. - С.195-202.
199. Поппель, Л. Фигура умолчания в политическом дискурсе / Л. Поппель // Логический анализ языка: Языки этики / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, Т.Е. Янко, Н.К. Рябцева. - М., 2000. – С.306-312.
200. Попова, З.Д. Понятие “концепт” в лингвистических исследованиях / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1999. – 30с.
201. Попова, Н.С. Мифопоэтический концепт как вид когнитивной метафоры (на материале русских и немецких наименований времен года): автореф. дис. ... канд. филолог. наук. / Н.С. Попова. – Воронеж, 2001. – 23с.
202. Постовалова, В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова [и др.]. – М.: Наука, 1988. – С.8–69.

203. Постовалова, В.И. “Лингвистика должна быть верна своему предмету и его онтологии”: философско-лингвистические размышления А.А. Реформатского о природе языка и науке и их истоки / В.И. Постовалова // Семиотика, лингвистика, поэтика: к столетию со дня рождения А.А. Реформатского. – М., 2004. – С.69-87.
204. Потебня, А.А. Мысль и язык / А.А. Потебня. – Харьков: Тип. А. Дарре, 1892. – 228с.
205. Приходько, А.И. Когнитивно-прагматический аспект перевода оценочного высказывания / А.И. Приходько // Социокультурные проблемы перевода: сб. науч. тр.: в 2 ч. / Воронеж. гос. ун-т. – Вып. 7, ч.2. – Воронеж, 2006. - С.44-49.
206. Пропп, В. Структурное и историческое изучение волшебной сказки (ответ К. Леви-Строссу) / В. Пропп // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов.- 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.453-471.
207. Пшенкин, А.А. Метафорический образ СССР / России в американском и российском политическом дискурсе / А.А. Пшенкин. - Екатеринбург, 2006. – Режим доступа: // www.philology.ru.
208. Пшенкин, А.А. Метафорический образ СССР / России в американском и российском политическом дискурсе второй половины XX – XXI веков: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. 10. 02. 04 / А.А. Пшенкин. - Барнаул, 2006. – 23с.
209. Ракитина, С.В. Научный текст и коммуникация в когнитивно-дискурсивном освещении / С.В. Ракитина // Альманах современной науки и образования. Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: В 3 ч. Ч. 2: межвуз. сб. науч. тр.: в 3 ч. / отв. ред. Е.В. Рябцева / при участии М.Н. Макеевой, А.А. Арестовой. – Тамбов, 2007. - Ч. 2. – С.233-235.
210. Рахилина, Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость / Е.В. Рахилина. – М.: Русские словари, 2000. – 416с.

211. Рахманова, И.И. К прагматической типологии языковых оценок / И.И. Рахманова // Романские и германские языки. Функциональный и лингвометодический аспекты описания. – Киев, 1985. – С.56-41.
212. Ревзин, И.И. Современная структурная лингвистика. Проблемы и методы / И.И. Ревзин. - М.: Наука, 1977. - 363с.
213. Ревзина, О.Г. Лингвистика XXI века: на путях к целостности теории языка / О.Г. Ревзина. - Новосибирск, 2004. – Режим доступа: // www.philology.ru.
214. Реформатский, А.А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский; под ред. В.А. Виноградова. – 5-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 536с.
215. Рикер, П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике / П. Рикер – М.: Медиум, 1995. – 416с.
216. Родин, О.А. Санація корпоративной культуры: наука и искусство обретения организационной идентичности / О.А. Родин // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С. 328-337.
217. Рождественский, Ю.В. Введение в языкознание / Ю.В. Рождественский, А.В. Блинов; под ред. А.А. Волкова; предисл. Ю.А. Бельчикова. – М.: Академия, 2005. – 336с
218. Рождественский, Ю.В. Общая филология / Ю.В. Рождественский. - М.: Фонд “Новое тысячелетие”, 1996. – 326с.
219. Рождественский, Ю.В. Словарь терминов. (Общеобразовательный тезаурус): Общество. Семиотика. Экономика. Культура. Образование / Ю.В. Рождественский. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 112с.
220. Рождественский, Ю.В. Принципы современной риторики / Ю.В. Рождественский; под ред. В.И. Аннушкина. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 176с.

221. Розина, Р.И. Глаголы с объектом 'человек' / Р.И. Розина // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – С.223-134.
222. Рябцева, Н.К. Ментальная сфера по данным языка: Когнитивный аспект / Н.К. Рябцева // Семиотика, лингвистика, поэтика: к столетию со дня рождения А.А. Реформатского: М.: Языки славянской культуры, 2004. - С. 242-249.
223. Рябцева, Н.К. Этические знания и их “предметное” воплощение / Н.К. Рябцева // Логический анализ языка: Языки этики / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, Т.Е. Янко, Н.К. Рябцева. – М., 2000. – С.178-183.
224. Садохин, А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А.П. Садохин. – М.: Высш. шк., 2005. – 310с.
225. Самигуллина, А.С. Когнитивная лингвистика и семиотика / А.С. Самигуллина // Вопросы языкознания. - 2002. - №3. – С.11–24.
226. Сахарный, Л.В. Введение в психолингвистику: курс лекций / Л.В. Сахарный. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1989. – 184с.
227. Синеева, Т.А. Роль экономических метафор во французском экономическом дискурсе / Т.А. Синеева // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст.- Тамбов, 2006. – Вып. I. – С.468-469.
228. Сироткин, Н.С. О незавершенности семиотического знания / Н.С. Сироткин // Критика и семиотика. - Вып.7. – 2004. – С.6 - 10. – Режим доступа: <http://www.nsv.ru/education/virtual/cs.7sirotkin.htm>.
229. Скиба, М.Е. Метафорическая концептуализация идеологии в американском языковом сознании / М.Е. Скиба // Язык. Речь. Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр./ Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – Вып. 8, ч. 2. – С.119-126.
230. Складаревская, Г.Н. Метафора в системе языка / Г.Н. Складаревская. – СПб.: Наука, 1993. – 151с.

231. Скляревская, Г.Н. Языковая метафора в словаре. Опыт системного описания / Г.Н. Скляревская // Вопросы языкознания. – 1987. - №2. – С.58-65.
232. Скрипак, И.А. Метафора как когнитивная модель в научном дискурсе / И.А. Скрипак // Язык. Текст. Дискурс: межвуз. науч. альм. / под ред. Г.Н. Манаенко; Пятиг. гос. лингвист. ун-т. – Ставрополь; Пятигорск, 2006. – Вып. 4. – С.197-200.
233. Славгородская, Л.В. Научный диалог (лингвистические проблемы) / Л.В. Славгородская. – М.: Наука, 1986. – 168с.
234. Славгородская, Л.В. Об использовании образных средств в языке современной физики / Л.В. Славгородская // Функциональный стиль научной прозы. Проблемы лингвистики и методы преподавания. – М., 1980. – С.186-197.
235. Соссюр, Ф.де. Заметки по общей лингвистике: пер. с франц. / Ф. де Соссюр. - М.: Издательская группа “Прогресс”, 2000. – 280с.
236. Соссюр, Ф.де. Курс общей лингвистики: пер. с франц. / Ф. де Соссюр. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432с.
237. Спиридонова, Н.Ф. Плоский, прямой и ровный, или Как трудно описать форму предмета / Н.Ф. Спиридонова // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – С.223-134.
238. Стеблецова, А.О. Деловой текст как носитель национально-культурной коммуникации / А.О. Стеблецова // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности: сб. науч. тр. / ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2002. – С. 7–481.
239. Степанов, А.И. Число и культура: Рациональное бессознательное в языке, литературе, науке, современной политике, философии, истории / А.И. Степанов. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 832с.

240. Степанов, Ю.С. В трехмерном пространстве языка. Семиотические проблемы лингвистики философии искусства / Ю.С. Степанов. – М.: Наука, 1985. – 336с.
241. Степанов, Ю.С. В мире семиотики: вводная ст. / Ю.С. Степанов // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. - С.5-42.
242. Степанов, Ю.С. Константы: Словарь русской культуры: - 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2004. – 992с.
243. Степанов, Ю.С. Семиотика концептов / Ю.С. Степанов// Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С.603-612.
244. Степанов, Ю.С. Комментарий / Ю.С. Степанов, Т.В. Булыгина // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001.- С.625-688.
245. Степин, В.С. Теоретическое знание / В.С. Степин. - М.: Прогресс-Традиция, 2003. – 744с.
246. Стюарт, Дж. Возвращаясь к символической модели: нерепрезентативная модель природы языкам / Дж. Стюарт // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. – Новосибирск, 1990. – С.84-111.
247. Сусов, И.П. Введение в языкознание: учеб. для студентов лингвист. и филол. специальностей / И.П. Сусов. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 379, [5] с. – (Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия).
248. Телешева, И.В. Когнитивное исследование морбиальной иетафоры в современном политическом дискурсе России, США и Великобритании: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. 10.02. 20 / И.В. Телешева. – Челябинск, 2006. – 21с.
249. Телия, В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. – М., 1988. – С.173-204.

250. Телия, В.Н. Русская фразеология Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 288с.
251. Телия, В.Н. Фактор культуры и воспроизводимость фразеологизмов = знаков-микротекстов / В.Н. Телия // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М., 2004. – С.674-684.
252. Тер-Минасова, С.Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики: учеб. пособие / С.Г. Тер-Минасова. - М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2007. – 286[2] с.
253. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. - М.: Слово / Slovo, 2000. – 624с.
254. Тодоров, Цв. Семиотика литературы / Цв. Тодоров // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов.- 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001. – С. 371-375.
255. Толстая, С.М. “Человек живет как трава растет”: вегетативная метафора человеческой жизни / С.М. Толстая // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян – М., 2004. – С.685-593.
256. Топоров, В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифологического: Избранное /В.Н. Топоров. – М.: Прогресс – Культура, 1995. – 624с.
257. Тростников, М.В. Перевод и интертекст с точки зрения поэтологии / М.В. Тростников // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов.- 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург, 2001.- С.563-580.
258. Туленинова, Л.В. Метафора как способ выражения концепта “БОЛЕЗНЬ” (на материале английского и русского языков) / Л.В. Туленинова // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии: межвуз. сб. науч. ст. - Тамбов, 2006. – Вып. I. – С.515-516.

259. Тулмин, Ст. Человеческое понимание / Ст. Тулмин. – М.: Прогресс, 1984. – 328с.
260. Тюпа, В.И. Бахтинская модель эстетического дискурса / В.И. Тюпа // Язык и культура: II-я междунар. конф. – Киев, 1993. – С.32-36.
261. Урысон, Е.В. Фундаментальные способности человека и наивная “анатомия” / Е.В. Урысон // Вопросы языкознания. - 1995. - №3. – С.3-16.
262. Усманова, М. Реализация категории схемы когнитивных моделей в устных спонтанных монологах / М. Усманова // Text Processing and Cognitive Technologies. Paper collection. / V. Solovyev, V. Polyakov/ – Moscow – Wana, 2004. - № 9. С. 28-34.
263. Успенский, Б.А. Избранные труды. Т. 1: Семиотика истории. Семиотика культуры / Б.А. Успенский.- 2-е изд., испр. и доп.- М.: Языки русской культуры, 1996. – 608с.
264. Успенский, Б.А. К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы / Б.А. Успенский // Ю.М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М.: “Гнозис”, 1994. – С.265-278.
265. Федосюткина, Н.С. Слова – ценности как средство доступа к ценностной картине мира (экспериментальное исследование): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10. 02. 19 / Н.С. Федосюткина. - Курск, 2005. – 22с.
266. Фененко, Н.А. LA BELLE FRANCE в журнале LABEL FRANCE / Н.А. Фененко // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л.И. Гришаевой; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С.129 - 133.
267. Франкл, В. Человек в поисках смысла: пер. с англ. и нем. / В. Франкл; общ. ред. Л.Я. Гозмана, Д.А. Леонтьева. – М.: Прогресс, 1990. – 368с.
268. Фрумкина, Р.М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа / Р.М. Фрумкина; отв. ред. В.Н. Телия. - М.: Наука, 1984. – 175с.
269. Хазагеров, Г.Г. Язык правых / Г.Г. Хазагеров. – Режим доступа: // <http://www.regla.rsu/ru/n50/rus50.htm>.

270. Харченко, В.К. Функции метафоры: учеб. пособие / В.К. Харченко. – 2-е. изд. – М: Изд-во ЛКИ, 2007. – 96с.
271. Хроленко, А.Т. Основы лингвокультурологии: учеб. пособие / А.Т. Хроленко; под ред. В.Д. Бондалетова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 184с.
272. Худяков, А.А. Семиозис простого предложения: автореф. дис. ... д-ра филолог. наук. 10. 02. 04 / А.А. Худяков. – СПб., 2001. – 38с.
273. Цурикова, Л.В. Политическая корректность как социокультурный феномен / Л.В. Цурикова // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л.И. Гришаевой; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С.94-102.
274. Ченки, А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях / А. Ченки // Вопросы языкознания. – 1996. - № 2. – С.68-78.
275. Чудинов, А.П. Когнитивная теория метафоры на современном этапе развития / А.П. Чудинов, Э.В. Будаев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. - № 4. – С.54–57.
276. Чудинов, А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование политической метафоры / А.П. Чудинов // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. - № 1. – С.91-106.
277. Чудинов, А.П. Метафорическое представление прошлого России и Великобритании в современном политическом дискурсе / А.П. Чудинов, О.А. Солопова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2005. - № 3. – С.3–45.
278. Чудинов, А. П. Российская политическая метафора в начале XXI века / А. П. Чудинов. - Екатеринбург, 2008. – Режим доступа: // www.philology.ru.
279. Шабес, В.Я. Событие и текст: моногр. / В.Я. Шабес. – М.: Высш. шк., 1989. – 175с.
280. Шайхуллина, Д.А. Метафорическая концептуализация: от абстрактного к конкретному? / Д.А. Шайхуллина // Альманах современной науки и образования. Языкознание и и литературоведение в синхронии и диахронии.

- В 3 ч. Ч. 2: межвуз. сб. науч. тр.: в 3 ч. / отв. ред. Е.В. Рябцева / при участии М.Н. Макеевой, А.А. Арестовой. - Тамбов, 2007. - Ч. 2. – С. 319-320.
281. Шарандина, Н.Н. Влияние возрастных особенностей респондентов на результаты анкетирования (по данным экспериментального исследования) / Н.Н. Шарандина // Язык. Речь Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр. / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2005. – С.207-213.
282. Шахнарович, А.М. Психолингвистический анализ семантики и грамматики (по материалам онтогенеза речи) / А.М. Шахнарович, Н.М. Юрьева. – М.: Наука, 1990. – 168с.
283. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. - М.: Гнозис, 2004. - 326с.
284. Шестопал, Е. Люди холодной гаммы / Е. Шестопал // Политический журнал. - № 1 (52). - 2005. - С.70-73.
285. Ширяева, Т.А. Некоторые особенности значения метафорических структур / Т.А. Ширяева // Уровни лингвистического анализа в синхронии и диахронии. - Пятигорск, 1997. – С.102-104.
286. Шрагина, Л.И. Процесс конструирования метафоры как объект психологического исследования / Л.И. Шрагина // Психологический журнал. – 1997. - Т.18, № 16. – С.121-128.
287. Щедровицкий, Г.П. Избранные труды / Г.П. Щедровицкий. – М.: Искусство, Культура, Политика, 1995. – 800с.
288. Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба. Л.: Наука, 1974. – 428с.
289. Эксперимент и квазиэксперимент в психологии: учеб. пособие / под ред. Т.В. Корниловой. – СПб.: Питер, 2004.–254с.
290. Этнопсихолингвистика / Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, А.Н. Крюков [и др.]. – М.: Наука, 1988.–192с.
291. В поисках сущности языка / Р. Якобсон // Семиотика: антол. / сост. Ю.С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп. – М; Екатеринбург, 2001. – С.111-126.

292. Якобсон, Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм “за” и “против”. – М., 1975. – С.193-230.
293. Abdallah-Preteille, M. Ethique de l’altérité / M. Abdallah-Preteille // Le Français dans le monde. Numéro spécial. – Paris, 1999. – P.6-14.
294. Apel, K.-O. Ethique et langage / K.-O. Apel // Le français dans le monde. Numéro spécial. – Paris, 1999. - P.38-43.
295. Black, M. Models and Metaphors (Studies in language and philosophy) / M. Black. - Ithaca, New York, Cornell Univ. Press, 1962. - 267p.
296. Bonhomme, M. Pragmatique des figures du discours / M. Bonhomme. – Paris: Honoré Chamion Editeur, 2005. – 286p.
297. Corbett, G.G. Russian color term salience / G.G.Corbett // Russian linguistics. - 1989. - № 13. – P. 125-141.
298. Croft, W. Cognitive Linguistics / W. Croft, D. Alan. Cruse – Cambridge: University Press, 2004. – 355p.
299. Derrida, J. La structure, le signe et le jeu dans le discours des sciences humaines / J. Derrida // Les langues critiques et les sciences de l’homme: Conférence prononcée au Colloque international de l’Université Johns Hopkins sur, le 21 octobre. – Paris, 1967. – P. 409-428.
300. Dubois, J. Rhétorique générale / J. Dubois. – Paris: Librerie Larousse, 1972 – 207p.
301. Jackendoff, R. Semantics and Cognition / R. Jackendoff. – Cambridge (MA): MIT, 1983. – 283p.
302. Janda, L. The radial network of grammatical category – its genesis and dynamic structure / L. Janda // Cognitive linguistics. 1990. - № 1-3. – P.269-288.
303. Frege, G. Collection Papers on Mathematics, Logic, and Philosophy / G. Frege; B. McGuinness; trans. by M. Black [and oth.].- Oxford: Basil Blackwell, 1984. - 412p.
304. Frege, G. On Sense and Meaning / G. Frege // Translation from the Philosophical Writings of Gottlob Frege / Peter Geach, Max Black. – Oxford: Basil Blackwell, 1980. P. 56–78.

305. Gadamer, H.-G. *Truth and Method* / H.-G. Gadamer. – New-York: Swabury Press, 1975. - XXVI. – 551p.
306. Gruère, J.-P. *Cadres français et communications interculturelles* / J.-P. Gruère, P. Morel. - Paris: Editions Eyrolles, 1991.–138p.
307. Hernández, L.P. *Illocution and metonymy* / L.P. Hernández // *Text Processing and Cognitive Technologies. Paper collection* / V. Solovyev, V. Polyakov. – Moscow – Warna, 2004. - № 9. P. 45-51.
308. Kerbrat-Orecchioni, C. *L'énonciation de la subjectivité dans le langage* / C. Kerbrat-Orecchioni. – Paris: Librairie Armand Colin, 1980. – 290p.
309. Lakoff, G. *Women, Fire and Dangerous Things: What categories reveal about mind* / G. Lakoff. - Chicago: The University of Chicago Press, 1990. – 614p.
310. Langacker, R.W. *Concept, Image, and Symbol: The cognitive Basis of Grammar* / R.W. Langacker. - Berlin: Mouton de Gruyter, 1999. – 327p.
311. Leech, J. *The Principles of Pragmatics* / J. Leech. – Lnd., 1985. – 134p.
312. Martinez, N.A. *The image schematic grounding of cognition metaphors* / N.A. Martinez // *Text Processing and Cognitive Technologies. Paper collection* / V. Solovyev, V. Polyakov. – M.; Warna, 2004. - № 9. P. 144-152.
313. Molinié, G. *Elements de stylistique française* / G. Molinié. – Paris: Presse Universitaire de France, 1986. – 201p.
314. Molinié, G. *La stylistique* / G. Molinié. – Paris: Presse Universitaire de France, 1989. – 130p.
315. Pietarinen, A.-V. *Agenda cognitive linguistics: C.S. Peirce and the emergence of the common ground* / A.-V. Pieterinen // *Text Processing and Cognitive Technologies. Paper collection* / V. Solovyev, V. Polyakov. – M.; Warna, 2004. - № 9. P. 208-214.
316. Poulin, J. *Théorie de l'agir communicationnel et mondialisation du marché* // *Le français dans le monde. Numéro spécial*. – Paris, 1999. – P.24-37.
317. Prieto, L. *Le sens comme but de l'acte de parole* / L. Prieto // *Cahiers F. de Saussure*, 1981. - № 35. – P. 53–64.

318. Repeko, A. Understanding metaphorical / A. Repeko // Text Processing and Cognitive Technologies. Paper Collection / V. Solovyev, V. Polyakov. – M.; Warn, 2004. - № 10. P. 100-107.
319. Regards d'étrangers sur la France. Entretiens avec Hector Biancotti et Théodore Zeldin. - Режим доступа: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/france_829/label-france_5343/les-numeros-label-france.
320. Rey, A. Des mots et des jours // Le français dans le monde. - 1999. – № 303. - P.8-9.
321. Ricoeur, P. Le conflit des interprétations: essais d'herméneutique / P. Ricoeur. Paris: Edition du Seil, 1993. – 500p.
322. Rosch, E. Human categorization / E. Rosch // N. Warren (ed), Studies in cross-cultural psychology. New York, 1977. - Vol. 1. – P.1-49.
323. Rosch, E. Principles of categorization / E. Rosch // Cognition and categorization. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1978. – P.27-48.
324. Rudzka-Ostyn, B. Metaphoric processes in word formation: The case of prefixed verbs / B. Rudzka-Ostyn // The ubiquity of metaphor / W. Paprotté, R. Dirven. - Amsterdam, 1985. – P.209-241.
325. Saint-Gérard, J.-Ph. Les modèles théoriques et sémantiques / J.-Ph. Saint-Gérard // Modèles linguistiques. – 1999. – Tome XX, Fascicule I. - P.27–89.
326. Santibáñez, F. Image-schemas and primary metaphors / F. Santibáñez // Text Processing and Cognitive Technologies. Paper collection / V. Solovyev, V. Polyakov. – M.; Warn, 2004. - P. 284–291.
327. Sério, P. Une syntaxe évolutive: L'opposition verbo-nominale et le progress de la pensée chez A. Potebnja / P. Sério // Modèles linguistiques. – 2002. – Tome XXIII, Fascicule 4. - P.41–54.
328. Solet, B. Robespierre / B. Solet. - Paris: Editions Messidor, La Farandole, 1988. – 154p.
329. Taylor, J.R. Linguistic Categorization, Prototypes in linguistic theory / J.R. Taylor. - New York: Oxford University Press, 1995. – 312p.

330. Vandeloise, C. *Langues et cognition* / C. Vandeloise. Paris: Hermès-Sciences, 2003. – 312p.
331. Ungerer, F. *An Introduction to Cognitive Linguistics* / F. Ungerer, H.-J. Schmid. - London and New York: Longman, 1996. – 304p.
332. Zeldin, T. *Les Français en question*. / T. Zeldin // *Encyclopaedia universalis, Symposium*. - 1990. - №2. – P.1690-1698.

СПИСОК СЛОВАРЕЙ

1. Арутюнова, Ж.М., *Русско-французский словарь: Язык прессы. Политика. Экономика. Право* / Ж.М. Арутюнова, Г.А. Новикова, С.Г. Сахадзе – М.: Наука, 1995. – 362с.
2. Бернар, И. *Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, испанская терминология: пер. с фр.: в 2 т.* / И. Бернар, Ж.-К. Колли. - М.: Международные отношения, 1997. – Т. 1. – 784с.
3. Бернар, И. *Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, испанская терминология: пер. с фр.: в 2 т.* / И. Бернар, Ж.-К. Колли. - М.: Международные отношения, 1997. – Т. II. – 760с.
4. Вечканов, Г.С. *Современная экономическая энциклопедия* / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова / СПб.: Лань, 2002. – 880с.
5. Воронцова, И.Б. *Французско-русский и русско-французский словарь основных экономических терминов. Словарь сокращений французского языка.* – М.: АКВАРИУМ ЛТД, 2001. – 208с.
6. Гавришина, К.С. *Французско-русский коммерческий словарь* / К.С. Гавришина, И.Н. Гавришина. – М.: ОДАМ, 1992. – 354с.
7. Гавришина, К.С. *Русско-французский и французско-русский валютно-кредитный и финансовый словарь* / К.С. Гавришина, И.Н. Сысоев. – М.: Русский язык, 1991. – 598с.

8. Гак, В.Г. Французско-русский фразеологический словарь / В.Г. Гак, И.А. Кунина, И.П. Лалаев; под ред. Д.И. Рецкера. – М.: Гос. изд-во иностр. и канц. словарей, 1963. – 1112с.
9. Катлицкая, Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка: ок. 2000 слов / Л.П. Катлицкая. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 380, [4] с.
10. Кондрашов, В.А. Новейший философский словарь / В.А. Кондрашов, Д.А. Чекалов, В.Н. Копорулина; под общ.ред. А.П. Ярещенко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 672с.
11. Коржавин, А.В. Экономика. Финансы. Менеджмент. Коммерция. Учебный французско-русский словарь-справочник / А.В. Коржавин, Е.С. Котлеренко. – М.: Высш.шк., 2006. – 270с.
12. Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. - М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1996. – 245с.
13. Новейший философский словарь / сост. А.А. Триданов. – Л.: Скакун, В.М., 1988. – 896с.
14. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. - 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1997. - 944с.
15. Солганик, Г.Я. Толковый словарь: Язык газеты, радио, телевидения: ок. 6000 слов и выражений / Г.Я. Солганик. – М.: АСТ: Астрель, 2002. – 752с.
16. Телон, Ф. Французский финансово-экономический словарь. – М.: Конкорд, 1996. – 214с.
17. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складчиковской; Рос. акад. наук, Ин-т лингвист. исслед. - СПб.: Фолио-Пресс, 2002. – 700с.
18. Франция: лингвострановед. слов. / под ред. Л.Г. Ведениной. – М.: Интердиалект+: АМТ, 1997. – 1040с.

19. Франция: справ. изд. / под общ. ред. профессора Ю.И. Рубинского – М.: Интердиалект+, 1999. – 272с.
20. Dictionnaire des noms communs, des noms propres, précis de grammaire. – Paris: Larousse, 1993. – 848p.
21. Dictionnaire de Français. - Paris: Larousse, 1993. – 1095p.
22. Robert, P. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / P. Robert. - Paris, 1991. - Tome I. - 1001p.
23. Robert, P. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / P. Robert. - Paris, 1991. - Tome IV. - 1058p.
24. Robert, P. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / P. Robert. - Paris, 1991. - Tome VIII. - 1012p.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА (Условные сокращения)

АИФ - Аргументы и факты

АН - Аргументы недели.

Вест. МУ - Вестник Московского университета.

ВЭ - Вопросы экономики.

Глоб. - Глобализация: человеческое измерение. / Моск. ун-т междунар. отношений. – М.: РОССПЭН, 2003. – 112с.

ДиК - Деньги и кредит.

МЖ – Международная жизнь

МЭИМО - Мировая экономика и международные отношения.

МК - Московский комсомолец.

НГ - Независимая газета.

ПЖ - Политический журнал.

ЭМ - Экономика и менеджмент: Франко-Российское сотрудничество в Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге: Российско - фр. серия // Сб. документов фр.- рос. сотрудничества. - 1999. - №4. – 329с.

C – Capital.

DF - La documentation française, Cedex. – 1999.

EH - Economie et Humanisme.

Expan. - L'Expansion.

Expr. - L'Express (2007 – 2008 годы - Режим доступа:
<http://www.lexpress.fr/info/quotidien/actu>).

F – Figaro.

Ph - Phosphore. Hors série. Le guide de l'actualité. - 1997/98.

NS - 7 jours Europe. Numéro spécial – Décembre. - 1996.

LF - Label France.

M - Le Monde.

OF - Ouest France.

P - Le Point.