

УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Колотнина Елена Владимировна

**Метафорическое моделирование
действительности в русском и английском
экономическом дискурсе**

10.02.20. – сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
филологических наук

Научные руководители:
Кандидат филологических наук,
Профессор О. Г. Скворцов;
Доктор филологических наук,
Профессор А. П. Чудинов

ЕКАТЕРИНБУРГ – 2001

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. Теоретические основы сопоставительного изучения метафорического моделирования экономических отношений	15
1.1. Роль метафоры в русских и английских экономических текстах	17
1.2. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития.....	26
1.3. Методика сопоставительного изучения метафорических моделей	37
Выводы по первой главе.....	49
ГЛАВА 2. Сопоставительная характеристика ведущих метафорических моделей в русских и английских экономических текстах	51
2.1. Методика сопоставительного описания метафорических моделей	54
2.1.1. <i>Метафорическая модель «Экономика – это живой организм» в английском языке</i>	58
2.1.2. <i>Метафорическая модель «Экономика - это живой организм» в русском языке</i>	78
2.2. Метафорическая модель «Экономика – это больной организм».....	91
2.2.1. <i>Метафорическая модель «Экономика – это больной организм» в английском языке</i>	92
2.2.2. <i>Метафорическая модель «Экономика – это больной организм» в русском языке</i>	97
2.3. Метафорическая модель «Экономика – это война».....	104
2.3.1. <i>Метафорическая модель «Экономика – это война» в английском языке</i>	105
2.3.2. <i>Метафорическая модель «Экономика – это война» в русском языке</i>	114

2.4. Метафорическая модель «Экономические реалии - это животный мир»	120
2.4.1. Метафорическая модель «Экономические реалии - это животный мир» в английском языке	122
2.4.2. Метафорическая модель «Экономические реалии – это животный мир» в русском языке	128
2.5. Метафорическая модель «Экономика – это дом»	136
2.5.1. Метафорическая модель «Экономика – это дом» в английском языке	136
2.5.2. Метафорическая модель «Экономика – это дом» в русском языке	139
Выводы по второй главе	145
ГЛАВА 3. Концептуальная метафора в тексте	149
3.1. Закономерности развертывания концептуальной метафоры в тексте	152
3.2. Метафора в заголовке и ее развертывание в основном тексте статьи	169
3.2.1. Заголовки, включающие название моделей, фреймов и слотов	170
3.2.2. Стилистические эффекты, возникающие за счет метафоры заголовка	178
3.2.3. Отношения между заголовком, содержащим метафору, и метафорой в тексте	191
Выводы по третьей главе	218
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	220
БИБЛИОГРАФИЯ	225

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая диссертация представляет собой результат исследования, которое осуществлялось автором в рамках работы над комплексной коллективной темой «Современная Россия в метафорическом зеркале» на кафедре риторики и культуры речи Уральского государственного педагогического университета под руководством профессора А.П. Чудинова. В диссертации отражены результаты сопоставительного когнитивного исследования метафорических моделей, которые обнаруживаются при анализе современных русских и английских текстов, посвященных экономике.

Социально-экономические преобразования в России конца XX века по своим масштабам и последствиям не уступают социально-экономическим потрясениям в России послеоктябрьской (1917 год) эпохи, которые, по словам А.М. Селищева (1928), сопровождалась интенсивными «языковыми переживаниями», изменением всего «языкового состояния». Эти изменения особенно заметны при анализе экономического дискурса, который в эпоху рыночных преобразований испытывает значительное англо-американское влияние (Е.Ю. Булыгина, Е.В. Быкова, А.И. Дьяков, М.Г. Китайгородская, Н.Г. Комлев, В.Г. Костомаров, Л.П. Крысин, Е.В. Ларионова, Л.И. Скворцов, Е.В. Скворецкая, Н.А. Сытина, О.С. Сыщиков, В.Н. Шапошников и др). Новая реальность потребовала сначала от специалистов, а затем и от большинства населения страны освоения новых экономических отношений, а вместе с ними и нового «экономического языка».

Современные публицистические тексты, посвященные проблемам экономики, отличаются от публикаций предшествующей эпохи меньшей декларативностью, тенденцией к использованию максимального арсенала коммуникативных стратегий и тактик, стремительной экспансией варваризмов, жаргонизмов и неологизмов, а также активным использованием самых разнообразных выразительных средств, в том числе метафорических (А.И. Дьяков, Е.В. Какорина, К.В. Томашевская, А.П. Чудинов, В.Н. Шапошников и др). Как отмечает Ю.Н. Караулов, для современных СМИ вне зависимости от обсуждаемой проблемы характерен «иронический, скептический, насмешливый, а подчас издевательский» тон «в соединении с использованием раскованных, не отмеченных этической озабоченностью языковых средств» (2001, с.30).

Исследование теории концептуальной метафоры и описание конкретных метафорических моделей в рамках различных дискурсов (бытового, политического, экономического, религиозного и др.) – одно из наиболее перспективных направлений в современной когнитивной лингвистике (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Ф. Джонсон-Лэрд, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.Б. Ряпосова, Ю.Б. Феденева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др). Уже в ближайшее время встанет задача последовательной инвентаризации и детального описания русских метафорических моделей с учетом специфики их функционирования в различных видах дискурса.

Специфика национальной метафорической картины мира особенно ярко проявляются при сопоставлении метафорической картины мира, представленной в различных языках и культурах (Дж. Лакофф, Л.М. Алексеева, И.В. Бушин, М.Р. Желтухина, В.И. Карасик,

С.Л. Мишланова, В.А. Татаринов, В.Н. Телия, Л.Б. Ткачева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др). Национальное своеобразие русской экономической метафоры становится более заметным при ее лингвокультурологическом сопоставлении с образными номинациями в других языках.

Актуальность когнитивного сопоставительного исследования русских и английских моделей экономической метафоры связана, во-первых, с необходимостью дальнейшего изучения закономерностей метафорического моделирования в современном экономическом дискурсе, во-вторых, с важностью сопоставительного изучения метафорических моделей, что позволяет лучше понять специфику национальной картины мира, а в-третьих, с целесообразностью дальнейшего исследования роли английского языка (как одного из ведущих языков современной экономической науки и практики) в развитии экономической лексики современного русского языка.

Объект исследования в настоящей диссертации – метафорическое словоупотребление в современных русских и английских экономических текстах.

Предмет исследования – общие и специфические закономерности метафорического моделирования в современной русской и англоязычной экономической картине мира.

Материалом для анализа в настоящей диссертации послужили посвященные экономическим проблемам тексты, опубликованные в современных (1996 – 2001 гг.) издаваемых на русском и английском языках периодических изданиях. Предпочтение отдавалось имеющим высокий тираж газетам и журналам, адресованным как специалистам, так и массовому читателю, в том числе проявляющему особый

интерес к проблемам текущей экономической деятельности (Коммерсант, Компания, Эксперт, Эксперт-Урал, The Economist, Euromoney).

Не использовались в качестве материала для исследования тексты научных монографий, научные статьи в специальных журналах, учебники для экономических вузов, тексты законов и другие официальные документы, материалы деловой переписки субъектов экономической деятельности и т.п.

Перечень исследованных экономических текстов, а также использованных толковых и двуязычных словарей с указанием библиографических данных представлен в приложении к диссертации.

Основная цель настоящей диссертации сопоставительное исследование (выявление, описание фреймов и слотов, классификация, контекстуальный анализ, дискурсивный анализ) ведущих метафорических моделей, используемых в современных русских и английских экономических текстах.

Для достижения указанной цели пришлось решать следующие задачи:

- определение оптимальной теоретической базы и методики исследования концептуальной экономической метафоры в контексте, тексте и дискурсе;

- поиск, отбор и систематизация английского и русского текстового материала, включающего концептуальные метафоры, относящиеся к экономике как сфере-мишени метафорической экспансии;

- выделение, сопоставительное описание и классификация ведущих метафорических моделей, используемых в современных английских и русских экономических текстах;

- анализ роли метафорических моделей как фактора, определяющего специфику национальной экономической картины мира, а также целостность и выразительность конкретных текстов.

В задачи исследования не входила эстетическая, этическая, утилитарная и какая-либо иная оценка оправданности анализируемых метафорических словоупотреблений или степени активности воздействия английского экономического дискурса на русский.

Рабочей **гипотезой** исследования стало предположение о том, что современная русская экономическая метафора представляет собой единую систему, которая состоит из отдельных метафорических моделей и тесно связана с отечественными традициями, с национальной картиной мира; в то же время система российских концептуальных метафор, относящихся к сфере экономики, испытывает определенное влияние системы метафорических моделей, функционирующих в англоязычных экономических текстах. Глобалистические тенденции современной мировой экономики проявляются, помимо прочего, также в сближении и взаимодействии национальных картин экономического мира, что находит отражение и в системе концептуальных метафор.

Методология настоящего исследования сложилась под воздействием возникшей в Соединенных Штатах и успешно развиваемой в современной России теории метафорического моделирования (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Ф. Джонсон-Лэрд, Дж. Динсмор, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.П. Чудинов и др) с учетом лучших достижений отечественной теории регулярной многозначности (Ю.Д. Апресян, Н.В. Багичева, Л.В. Балашова, Э.В. Кузнецова, Л.А. Новиков, И.А. Стернин, Д.Н. Шмелев и др) и

других направлений лингвистики, связанных с изучением регулярности семантических преобразований (О.П. Ермакова, Н.А. Илюхина, Н.А. Кузьмина, Г.Н. Скляревская, Е.И. Шейгал и др). В процессе работы использовались **методы** современной когнитивной и системоцентрической семантики: дискурсивный анализ, моделирование, классификация, контекстуальный анализ, лингвокультурологическая характеристика исследуемых явлений с учетом национального своеобразия соответствующих языков и культур.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в сопоставительном когнитивном исследовании закономерностей реализации метафорических моделей в русских и английских экономических текстах а также в развитии методики сопоставительного описания метафорических моделей. Материалы исследования могут быть использованы при дальнейшем развитии теории метафорического моделирования и при сопоставительном лингвокультурологическом изучении национальных картин экономической реальности, а также при изучении закономерностей метафорического моделирования в рамках других дискурсов, других языков и культур.

Научная новизна данного диссертационного исследования состоит в выделении, сопоставительном описании и классификации метафорических моделей, реализующихся в русских и английских экономических текстах, в выявлении закономерностей использования указанных моделей как средства усиления целостности и выразительности в конкретных экономических текстах, в обнаружении новых фактов, свидетельствующих как о национальном своеобразии

русской и английской метафорической картины экономической реальности, так и об общих тенденциях в развитии интернационального экономического дискурса.

Практическая ценность диссертации определяется возможностью использования ее материалов в практике двуязычной лексикографии (в том числе при подготовке специального словаря концептуальной экономической метафоры), в практике преподавания иностранного языка студентам (особенно специализирующимся в области экономики, межкультурной коммуникации, теории и практики перевода), а также при переводе экономических текстов с русского языка на английский и с английского на русский.

Апробация материалов исследования. Содержание диссертации обсуждалось на заседаниях лингвистических кафедр Уральского государственного педагогического университета и Уральского государственного экономического университета.

По проблемам сопоставительного исследования концептуальных экономических метафор автором были сделаны доклады на научных конференциях в Уральском государственном педагогическом университете (1999, 2000, 2001) и в Уральском государственном экономическом университете (2001).

Материалы диссертации использовались в практике преподавания делового английского языка и стилистики английского языка студентам Уральского государственного экономического университета и студентам института Золото-Платина (г. Екатеринбург).

По теме диссертации автором подготовлены следующие публикации:

1. Колотнина Е.В. Метафорическая модель «Экономика – это живой организм» // Слово в языке, речи, тексте. Материалы конференции. Екатеринбург, 1999. С. 40.

2. Колотнина Е.В. Метафорическое использование лексики понятийной сферы «Больной – здоровый» // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Том 5. Екатеринбург, 2000. С. 71-74.

3. Колотнина Е.В. Метафорическая модель «Субъекты экономической деятельности - это животные» // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Том 6. Екатеринбург, 2001. С. 17 –22.

4. Колотнина Е.В. Метафорическая война в экономических текстах //Лингвистические чтения. Материалы региональной научно-методической конференции. Екатеринбург 2001. С. 28-29.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Концептуальная метафора – одно из важнейших средств категоризации, концептуализации и оценки действительности в современных русских и английских экономических текстах. Такая метафора позволяет передавать информацию в яркой, краткой и доступной форме, обладает мощным прагматическим потенциалом.

2. Анализ метафорического словоупотребления в современных русских и английских экономических текстах позволяет выделить наиболее продуктивные метафорические модели, к числу которых относятся следующие: «Экономика – это живой организм», «Экономика – это больной организм», «Экономика – это война», «Экономика – это животные», «Экономика – это дом».

3. Состав функционирующих в русских и английских экономических текстах доминантных метафорических моделей и даже их основных фреймов однотипен; относительно небольшие различия обнаруживаются в перечнях образующих фреймы слотов. Ведущие различия между русским и английским языками обнаруживаются при анализе конкретных концептов.

4. Сопоставительное исследование русской и английской экономической метафоры свидетельствует, с одной стороны, о национальном своеобразии русской и английской метафорической картины экономической реальности, а с другой - об общих тенденциях в развитии интернационального экономического дискурса, о значительной роли английской экономической метафоры в развитии метафорической системы, реализующейся в современных русских экономических текстах.

5. Развертывание концептуальной метафоры способствует выразительности текста и восприятию его как единого целого. Повышенной выразительностью отличаются экономические тексты, абсолютное большинство метафор в которых относятся к одной и той же модели; во многих других текстах выразительности способствует тесное взаимодействие двух-трех доминантных моделей.

6. Метафора в заглавии экономического текста, как правило, взаимодействует с общей системой метафор в тексте. Метафора в заглавии обычно способствует созданию стилистических эффектов усиленного или обманутого ожидания.

Композиция диссертации отражает основные этапы и логику предпринятого исследования.

В построенном по традиционной схеме «Введении» представлена характеристика основных параметров исследования: на фоне анализа специальной научной литературы по теме исследования формулируется актуальность поставленной проблемы, определяются объект, предмет и методы исследования, обозначается его цель и определяемые ею задачи, формулируется научная новизна диссертации, ее теоретическая и практическая значимость, называются используемые методы и положения, выносимые на защиту.

В первой главе диссертации создается теоретическая база исследования: в первом параграфе рассматривается история вопроса о месте метафорических номинаций (в том числе терминов-метафор) в экономических текстах, в следующих параграфах охарактеризованы представления автора о метафорической модели, о систематизации и взаимодействии метафорических моделей и о методике их сопоставительного описания.

Во второй главе представлена детальная сопоставительная характеристика ведущих метафорических моделей, используемых в современных русских и английских экономических текстах, выявлены общие черты в развитии интернационального экономического дискурса и национальное своеобразие в структуре и функционировании соответствующих русских и английских метафорических моделей.

В третьей главе рассмотрены закономерности реализации и функции концептуальных метафор в рамках отдельного текста, в том числе специфика взаимодействия метафорического названия и собственно текста.

В заключительном разделе работы подведены основные итоги исследования и намечены дальнейшие перспективы сопоставительного исследования концептуальной метафоры.

В приложении к диссертации представлен библиографический раздел, включающий список использованной специальной литературы.

ГЛАВА 1. Теоретические основы сопоставительного изучения метафорического моделирования экономических отношений

Значительные социальные изменения, произошедшие за два последних десятилетия в России, привели к коренному изменению экономических отношений в нашем обществе. Новые экономические реалии и отношения, существующие в современной российской экономике, уже невозможно осмыслить и описать в рамках терминов и понятий традиционной «политической экономики». В новом экономическом дискурсе России появилось множество инноваций, которые требуют, помимо прочего, филологического осмысления. Очевидно, что современные российские авторы не могут игнорировать тенденции развития мировой экономической терминологии, в нашем случае английской и русской, но это вовсе не означает необходимости использовать в русских экономических текстах преимущественно лексику, заимствованную из английского языка. Названная проблема активно рассматривается в современной отечественной лингвистике.

Специалисты отмечают, что в последние годы отечественная экономическая лексика и терминология стремительно обогащаются, в русских экономических текстах встречается множество неологизмов, образованных как с использованием ресурсов русского национального языка, так и на основе заимствования (Е.В. Быкова 2000, А.И. Дьяков 2001, Е.В. Ларионова 1993, К.В. Томашевская 1993 и др.) Показательно, что в последние годы экономическая терминология все чаще появляется на страницах популярных периодических изданий,

что, по мнению А.П. Чудинова (2001), скорее всего, связано с тем, что на смену прежним социальным заблуждениям в нашем обществе все шире распространяется господствующий в Соединенных Штатах и ряде других стран миф о всемогуществе денег, что отчасти не противоречит традиционному марксистскому тезису о том, что бытие определяет сознание. В результате названного процесса все большее количество экономических понятий становится общеизвестными, а соответствующие термины переходят в разряд общеупотребительной лексики.

Следует подчеркнуть, что многие специалисты (А.И. Дьяков 2000, 2001, Ю.Н. Караулов 2001, В.Г. Костомаров 1999, Л.П. Крысин 2000, К.В. Томашевская 1993, В.Н. Шапошников 1998 и др.) отмечают активное воздействие английского языка на развитие современной отечественной социально-политической лексики, что проявляется и в прямых лексических заимствованиях в виде калек, транслитерации и транскрибирования, и в активном использовании метафорических номинаций, образованных по определенным моделям. Подобные процессы «отражают тенденцию к интернационализации экономической терминологии, что существенно стимулируется наличием прямых и непосредственных контактов с иностранными партнерами» (Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995), 1996, с.174). Поэтому сопоставительное исследование моделей экономической метафоры русского и английского языка (преимущественно в аспекте влияния англо-американского словоупотребления на русскую речь) представляется особенно значимым.

Следует подчеркнуть, что в настоящей диссертации анализируется самая разнообразная лексика, встречающаяся в современных публицистических текстах, связанным с проблемами экономики. Ее значительную часть составляют широко известные экономические термины, зафиксированные в специальных словарях, но не менее значительная часть исследуемого материала относится к общеупотребительным ресурсам русского литературного языка. Как уже было сказано во введении, в современных СМИ активно используется жаргонная и просторечная лексика.

В соответствии с общей целью настоящей диссертации основное внимание в данной главе уделяется метафорическому словоупотреблению, связанному с определенным набором моделей регулярной многозначности (метафорических моделей) в современной экономической лексике русского и английского языков. Поэтому композиция настоящей главы предусматривает специальные разделы, посвященные, во-первых, общим закономерностям метафорического словоупотребления в сфере экономики, во-вторых, современному состоянию теории концептуальной метафоры и теории регулярной многозначности (теории образного моделирования), в-третьих, методике систематизации, сопоставительного анализа и описания метафорических моделей в экономическом дискурсе.

1.1. Роль метафоры в русских и английских экономических текстах

Как уже было сказано во вступительном разделе настоящей диссертации, материалом для нашего исследования послужили

посвященные экономическим проблемам тексты периодических изданий, ориентированных на массового читателя и специалистов (преимущественно практиков) в области экономики, а также словари, которыми читатели указанных текстов могут воспользоваться для уточнения значения того или иного слова. С точки зрения учения о типах дискурса, все эти тексты относятся к экономическому дискурсу. С точки зрения функциональной стилистики, указанные тексты следует отнести к публицистической речи, однако многие используемые в данных текстах термины восходят к научной речи.

Учитывая ряд фундаментальных особенностей научного и публицистического стилей (М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, М.П. Котюрова, Э.А. Лазарева, Л.М. Майданова, Д.Н. Шмелев и др), на данном этапе работы необходимо специально остановиться на специфике научной и публицистической метафоры.

Для понимания сущности научной и публицистической метафоры очень значимо предложенное Ш. Балли разграничение трех видов образных элементов: 1) конкретных образов (они воспринимаются воображением), 2) эмоциональных образов (они воспринимаются чувствами) и 3) мертвых образов, которые воспринимаются рассудком (1961, с.226 - 228).

Как известно, для публицистических текстов метафорическое словоупотребление традиционно считается абсолютно закономерным, на страницах газет и журналов оно представляет собой одно из характерных средств «текстовой экспрессии», с течением времени преобразующейся в стандарт, штамп (В.Г. Костомаров, 1974, 1998; Т.Б. Крючкова, 1991 и др). Особенно распространены метафорические номинации в публицистике постсоветского периода (Е.Ю. Булыгина,

1999, с.6; Е.В. Кокорина, 1996, с. 171 и др.). Специалисты отмечают, что в публицистике встречаются все три вида выделенных Ш. Балли метафорических образов.

Эти общие положения в полной мере подтверждается и при анализе современных публицистических текстов, обращенных к сфере экономических отношений. Ср.:

Наша экономическая наука долго преподносила инфляцию как нечто исторически далекое, если не «времен Очакова и покорения Крыма», то, по крайней мере, времен штурма Перекопа и Кронштадтского мятежа». И в научных трактатах, и в прессе инфляция появлялась в основном в качестве экзотического заграничного зверя, который уж нам-то не страшен... Но монстр инфляции тем не менее навещает нас на дому, распорядясь в холодильниках и шкафах, проникая в ванную комнату (ох, уж это мыло!)» (Н. Шмелев).

Кроме вооруженной борьбы, вспыхивающей то там, то тут, в этой войне задействованы главным образом деньги. Банковский капитал ощерил перед Россией свои острые зубы («Советская Россия»).

Все три типа выделенных Ш. Балли метафорических образов широко распространены и в написанных на английском языке публицистических текстах, относящихся к сфере экономики. Ср.:

And in practice, western governments have always blinked first when Russia has threatened to commit financial suicide (Promises, promises. The Economist January 13th 2000). (На самом деле западные правительства всегда удивленно хлопали глазами, когда Россия обещала совершить финансовое самоубийство); «When Vietnam was

growing at 9-10 % a year, people were willing to come here and fight the battle», says Tom Siebert, manager of the Vietnamese arm of American Standard, a bathroom-appliance maker. (Goodnight, Vietnam. The Economist January 8th 2000). (*«Когда экономика Вьетнама росла на 9-10 % в год, люди хотели приехать сюда и принять участие в сражении», говорит Том Зиберт, управляющий вьетнамским отделением [рукой] компании American Standard, производителе оборудования для ванн*).

Как отмечает Л.И. Новикова, в английской научной речи метафорическое словоупотребление широко используется с 15 века, но тенденция к метафорической образности особенно усилилась в 19 веке (1972, с.176 - 179). Постепенно некоторые когда-то «свежие» метафоры превращались в мертвые (по терминологии Ш. Балли), образы, но одновременно создавались все новые и новые метафоры. Можно предположить, что метафорическая терминологизация - это характерный признак развития английских терминосистем, тогда как в русской терминологии метафоризация наблюдается несколько реже, поскольку в России чаще используется заимствования или аффиксальное словообразование (Л.М. Алексеева, 1998; В.П. Даниленко, 1970; Э.А. Лапиня, 1986, 1988; В.М. Лейчик, 1999, С.Л. Мишланова, 1998, Л.Б. Ткачева, 1987 и др).

Указанную особенность частично можно объяснить тем, что в России до последнего времени метафоричность в научных текстах нередко воспринималась как некоторая случайность и даже нарушение канонов научного стиля. Так, по наблюдениям В.П. Даниленко, «в практической работе по упорядочению терминов метафорические образования стараются заменить теми, которые

отражают классификационные признаки» (Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. М., 1970, с. 188), поскольку, по словам Р.Г. Пиотровского (1952) «вопрос об однозначности, точной семантической очерченности и абсолютной семантической нейтральности термина представляется для большинства языковедов почти решенным» (1952, с.22). Показательно, что требование «однозначности» термина выдвигается и в одной из относительно недавних публикаций (Кияк Т.Р., 1989, С.8).

Вместе с тем современные исследования (Л.М. Алексеева, В.П. Даниленко. М.Н. Кожина, М.П. Котюрова, В.М. Лейчик, В.Н. Прохорова и др) показывают, что метафора - вполне закономерное явление и в научной речи. По справедливому замечанию Н.Д. Арутюновой, «отношение к употреблению метафоры в научной терминологии и теоретическом тексте менялось в зависимости от многих факторов - от общего контекста научной и культурной жизни общества, от философских воззрений разных авторов, от оценки научной методологии, в частности, роли, отводимой в ней интуиции и аналогическому мышлению, от характера научной области, от взглядов на язык, его сущность и предназначение, наконец, от понимания природы самой метафоры» (Теория метафоры, с.10). Представляется, что Н.Д. Арутюнова очень точно выявила факторы, определяющие степень метафоричности научного текста, и что именно эти факторы в значительной степени объясняют тот факт, что в англоязычных научных текстах, посвященных проблемам экономики, метафорическое словоупотребление распространено значительно в большей степени, чем в экономических трудах ученых советской эпохи.

Следует подчеркнуть, что процитированное высказывание Н.Д. Арутюновой относится к метафоричности научного текста, то есть понятию более общему, чем метафоричность научного термина. Различия между этими понятиями хорошо формулирует Л.М. Алексеева: «Понятие научной метафоризации является для нас более широким понятием, чем терминологическая метафоризация, поскольку оно включает в себя как терминологическую метафоризацию, так и метафоризацию другого рода, связанную с концептуальной и теоретической метафоризацией, которые не всегда ограничиваются терминологической метафоризацией. Концептуальная и теоретическая метафоризации являются более сложными понятиями, поскольку соотносятся с творческим, психологическим, собственно теоретическим субстратами порождающего процесса» (Л.М. Алексеева, 1998, с.117 - 118).

В фундаментальной монографии Л.М. Алексеевой «Образ и метафора» (1998, с.118 и след.) выделено три основных периода в становлении понятия терминологическая метафоризация в отечественной науке.

Первый из них - это преодоление традиционно негативного отношения к метафоричным терминам, осознание того факта, что метафорические термины - это достаточно распространенное в научных текстах явление, что во многих случаях метафоричность - это не недостаток, а наоборот достоинство научного текста.

Второй этап приходится на 70-80-е годы когда «в терминоведческих работах стала очевидна тенденция к рассмотрению терминов как противоречивых, неоднозначных единиц и изучению полиморфности языка науки в целом» (Л.М. Алексеева, 1998, с.121),

«когда прочно утверждается мнение о естественности и неизбежности метафор в научных текстах, поскольку искусство создания новых терминов тесно связано с искусством научных открытий» (там же, с.121).

На третьем этапе развития науки «метафору стали рассматривать в более эвристическом контексте, чем собственно языковедческий, а именно - семиотическом - и особенно - логико-семантическом, она предстала как такой способ мышления о мире, который использует прежде добытое знание. На этой основе возникло представление о метафоре как о модели выводного знания: из некоторого еще не четко «додуманного» понятия формируется новый концепт за счет «буквального» значения выражения и сопутствующих ему ассоциаций в когнитивной обработке нового знания при его концептуализации» (В.Н. Телия, 1988, с.186). Иначе говоря, в ряде случаев именно метафора помогает ученому добыть и сформулировать новые знания, а затем передать их читателю в удобной для восприятия последнего форме.

В специальных исследованиях (Л.М. Алексеева, Н.Д. Арутюнова, В.М. Лейчик, С.В. Гринев, С.Л. Мишланова и др.) подробно рассматриваются функции научной метафоры - номинативная (фиксации знания), сигнификативная, коммуникативная, прагматическая, инструментальная, изобразительная, моделирующая, гипотетическая. По словам Н.Д. Арутюновой, «ключевые метафоры прилагают образ одного фрагмента действительности к другому фрагменту по аналогии с уже сложившейся системой понятий» (1990, с.14). В результате этого какое-то сложное понятие предстает как более простое, образ становится наглядным. Далее Н.Д. Арутюнова

приводит такой пример концептуальной метафоры: «Со времен Маркса стало принято представлять себе общество как некоторое здание, строение (Aufbau). Эта метафора позволяет выделять в обществе базис (фундамент), различные структуры (инфраструктуры, надстройки), несущие опоры, блоки, иерархические лестницы. Об обществе говорят в терминах строительства, воздвижения и разрушения, а коренные изменения в социуме интерпретируются как его перестройка» (Н.Д. Арутюнова, 1990, с14-15). Как показывают наши материалы, строительная метафора активно используется и в современных экономических текстах.

В исследованных нами научных, научно-популярных, учебных и публицистических текстах метафора многофункциональна: давая имена экономическим реалиям, она чаще всего помогает избежать излишней усложненности изложения, сделать предлагаемый материал более понятным, основываясь на хорошо знакомых читателям конкретных образах, создает эмоциональный фон повествования. Ср.:

Тем не менее политика, как обычно, изнасиловала экономику - самую беззащитную даму в нашем обществе, поскольку в момент надругательства она сопротивляться не может. Зато потом мстит страшно (В. Гуревич).

Экономика - дама чрезвычайно осторожная и расцветает только под охраной неукоснительно исполняемых умных и суровых законов. Она не любит «чрезвычайщины» и быстро чахнет от административных мер (В. Зуев).

Экономику республики можно сравнить с богатой невестой, которая ждет женихов с инвестициями, но может и не дожидаться (Н. Степанов).

Цена - это любовный взгляд, бросаемый товаром на деньги. Если же последние отказывают товарам во взаимности, то им приходится владеть безрадостное существование на товарных складах (В. Медведев).

Сопоставление экономики с женщиной (девушкой, невестой, женой и т.п.), которая что-то любит и чего-то не любит, ждет богатых женихов, может чахнуть и расцветать, подвергаться насилию, сопротивляться и мстить создает образную картину мира на основе хорошо знакомых каждому человеку реалий. Отметим также, что сопоставление экономики с женщиной - это реализация одной из распространенных моделей регулярной многозначности, которые будут специально рассматриваться в последующих разделах настоящей диссертации.

Метафорическое представление реальности в виде конкретных жизненных образов, структурированных по определенным моделям, широко распространено и в английских экономических текстах. Ср.:

Agriculture has a model in its wealthier cousin, health care. (Biting the silver bullet. The Economist March 25th 2000) (У сельского хозяйства существует пример более состоятельной кузины - здравоохранение); Nobody doubts it any more. The marriage of the mobile telephone and the Internet is a match made in heaven (I-modest success. The Economist March 11th 2000) (Ни у кого больше нет сомнений. Брак мобильной телефонной связи и Интернета – брак, заключенный на небесах).

В целом, материалы данного раздела свидетельствуют, что метафорическое словоупотребление - это вполне закономерное явление для относящихся к сфере экономики научных (особенно научно-популярных и учебных) и в еще большей степени для публицистических текстов, написанных на русском и английском языках, что такое словоупотребление выполняет в текстах очень важные функции (когнитивная, номинативная, сигнификативная, коммуникативная, прагматическая, изобразительная, инструментальная, моделирующая, гипотетическая) и стало очень частотным в русских экономических текстах постсоветского периода.

1.2. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития

Теории метафорического моделирования и описанию конкретных моделей посвящено множество специальных публикаций, причем особенно активно это направление развивается в конце XX века. Лежащий в основе настоящей диссертации вариант теории метафорического моделирования восходит к ставшей уже классической монографии Джорджа Лакоффа и Марка Джонсона «Метафоры, которыми мы живем», которая была издана в 1980 году. В данной монографии метафора представлена как основная когнитивная операция, как важнейший способ познания и рубрикации мира. Американские исследователи делают следующий вывод: «Метафора не ограничивается одной лишь сферой языка, то есть сферой слов: сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны. Именно это имеем мы в виду, когда говорим, что понятийная система человека упорядочивается и определяется

метафорически. Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека. Таким образом, всякий раз, когда мы говорим о метафорах типа СПОР – это ВОЙНА, соответствующие метафоры следует понимать как метафорические понятия (концепты)» (Дж. Лакофф, М. Джонсон 1990, с.389 - 390). Иначе говоря, изучая концептуальные метафоры того или иного языка, мы одновременно исследуем особенности национального сознания, национальную картину мира. Такие метафоры всегда отражают определенные культурные доминанты (В.И. Карасик 1996), национальный характер.

Теория метафорического моделирования - относительно новое научное направление, и поэтому здесь пока много дискуссионных проблем, что, в частности, затрудняет сопоставление полученных отдельными лингвистами результатов, не позволяя увидеть единой картины.

Как отмечает А.П. Чудинов (2001, с.28), в современной науке пока не существует даже единого термина для обозначения метафорических моделей, которые образно представляют ту или иную денотативную (понятийную) сферу, используя при этом лексику, относящуюся в первичном значении к совсем иной сфере. Для обозначения такого моделирования (и ряда близких явлений) специалисты используют термины архетип или метафорический архетип (Панченко, Смирнов, 1976, Юнг, 1987), базисная метафора (Лакофф, Джонсон, 1990), метафорическая модель (Баранов, Караулов, 1991, Чудинов 2001), образ-схема (Лакофф, 1988) парадигма образов (Павлович, 1995), поэтическая формула (Кузьмина, 1999), образ (Илюхина, 1998), модель регулярной

многозначности (Шмелев, 1964, 1973, Апресян, 1971, Чудинов, 1988), метафорическое поле (Скляревская, 1993) и др. Все эти термины имеют различную внутреннюю форму, которая акцентирует собственно лингвистический, общефилологический, культурологический, психолингвистический или когнитивный аспект рассматриваемого явления, отражают традиции различных научных школ и направлений.

В настоящей диссертации для обозначения рассматриваемого явления последовательно используются термины «метафорическое моделирование действительности» и «метафорическая модель». Следует, однако, отметить, что и эти термины могут вызвать у кого-то возражения, хотя бы из-за достаточно условного (расширенного) понимания мотивирующего термина «метафора», который вслед за авторами «Словаря русских политических метафор» (1994) трактуется максимально широко: в настоящей диссертации при выделении и описании метафорических моделей закономерно учитываются не только собственно метафоры, но и метонимические переносы, синекдоха, сравнительные конструкции, что «связано с общностью их функций в ... дискурсе» (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1994, с.VI).

Рассматривая специфику метафорического моделирования, специалисты отмечают, что «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и в действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» (Дж. Лакофф, М. Джонсон 1990, с. 388). При помощи концептуальной метафоры человек «как бы отмечает пункты наиболее напряженной активности человеческой мысли по выработке

адекватного миропонимания», эти модели своего рода «русло, по которому привычно движется бессознательная творческая активность всенародного сознания, и дискуссионное поле, творческая лаборатория по созиданию образа мира у человека» (Постовалова 1994, с. 208). Использование концептуальной метафоры – это одновременно и творческий процесс и использование стандартного, стереотипного средства.

Концептуальная метафора особенно характерна для публицистической речи, поскольку использование новых слов по уже существующим моделям обычно создает в тексте оптимальное соотношение стандарта (использование модели) и экспрессии (для этого используются различные виды оживления метафоры), привлекает внимание адресата к способу выражения мысли, которая, будучи выражена образно, воспринимается как более яркая и значимая.

История возникновения теории метафорического моделирования как направления когнитивной лингвистики хорошо представлена в публикациях А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского (1997), В.З. Демьянкова (1994), И.М. Кобозевой (2000), Е.С. Кубряковой (1999), В.В. Петрова (1990) Е.В. Рахилиной (1998, 2000), Т.Г. Скребцовой (2000) и ряда других специалистов.

Важно подчеркнуть, что американская когнитивистика не может рассматриваться как единственная база для современных отечественных исследований в области метафорического моделирования. Как отмечает А.П. Чудинов, «истоки современной теории метафорического моделирования можно обнаружить в истории нескольких областей научного знания» (2001, с. 29). В качестве одного

из таких источников А.П. Чудинов выделяет психологические исследования поэтического творчества: так, К.Г. Юнг относил рассматриваемые им «архетипы» к сфере коллективного бессознательного, где откладывается совокупный, миллионы раз повторяющийся опыт человечества; эти архетипы сохраняются тысячелетиями и вместе с тем постоянно обновляются: например, «вместо Зевесова орла или птицы Рок выступает самолет, вместо сравнения с драконом - железнодорожная катастрофа, вместо хтонической матери - толстая торговка овощами» (1979, с.187).

Во-вторых, для современной теории метафорического моделирования очень значимы идеи А.Н. Веселовского, который стремился выявить истоки «вековых метафор» и определить причины воспроизводимости этих метафор в новых условиях, выяснить, в чем причины их «емкости по отношению к новым спросам чувства, подготовленного широкими образовательными и общественными течениями» (А.Н. Веселовский, 1989, с.153), а также дальнейшее развитие этих идей в трудах В.В. Виноградова и его последователей (В.П. Григорьев, А.Д. Григорьева, Н.Н. Иванова, Н.А. Кожевникова, Н.А. Кузьмина и др.).

Современная теория метафорического моделирования многое унаследовала и от теории регулярной многозначности (С. Ульманн, Ю.Д. Апресян, Л.В. Балашова, Э.В. Кузнецова, Л.А. Новиков, Д.Н. Шмелев, А.П. Чудинов и др.), в рамках которой анализировались преимущественно однотипные вторичные значения семантически близких слов в пределах той или иной части речи (в последние годы внимание специалистов все чаще привлекают и межчастеречные модели регулярной многозначности, которые охватывают однотипные

вторичные значения слов различных частей речи). Показательно, что многие факты, которые сейчас анализируются в рамках теории метафорического моделирования, рассматривались в семидесятые - восьмидесятые годы в публикациях по регулярной многозначности, а многие положения теории регулярной многозначности применимы и к теории метафорического моделирования.

Для современного этапа развития теории метафорического моделирования важное методологическое значение имели публикации Ю.Д. Апресяна (1993, 1995) и его последователей (В.Ю. Апресян 1993, Е.А. Урысон 1995 и др.), посвященные существующему в русской языковой картине мира образу человека и моделированию семантического представления эмоций в русском языке: авторы подробно рассматривают когнитивный аспект метафорического моделирования, особенности представления конкретных эмоций в русском национальном менталитете. Например, отмечается, что эмоциональный мир человека часто представляется как своего рода аналог физического мира, для которого очень важны температурная характеристика: например, динамика чувств передается как температурные изменения: человек может *разгорячиться* и *остыть*, *вскипеть* или *охладеть*, его душа может *гореть*, в нем могут *тлеть* те или иные чувства.

Особое место в развитии отечественной теории метафорического моделирования действительности занимают публикации А.Н. Баранова и Ю.Н. Караулова и, прежде всего, рассмотрение теории выделения и представления метафорических моделей во вводных разделах словарей «Русская политическая метафора» (1991) и «Словарь русских политических метафор» (1994), где дано опре-

деление метафорической модели, выделены ее структурные части, охарактеризованы языковые способы оживления метафоры, ее функции в политических текстах и др. Сами указанные словари представляются блестящим образцом конкретного описания метафорических моделей.

В статьях и диссертации Ю.Б. Феденевой (1997, 1998) представлена характеристика наиболее типичных моделей метафорического представления современной политической реальности. В агитационно-политических текстах девяностых годов прошлого века политические реалии метафорически представляются то как «живой организм», то как некий «механизм», то как «растение» или «животное», как находящегося в пути человека (или транспортное средство) и т.п. Автор подробно рассматривает воздействие крупнейших политических событий в России (референдум, «путч», выборы) на употребительность и особенности реализации указанных выше моделей. Новая политическая реальность (а возможно, и своего рода «мода») рождает новые фреймы и слоты известных моделей, определяет повышение или понижение частотности метафорических словоупотреблений, соответствующих той или иной модели.

Существует целый ряд публикаций, авторы которых не декларируют свою принадлежность к когнитивной науке, но материалы этих работ не менее значимы для нашего исследования, чем некоторые собственно когнитивные исследования.

В монографии Г.Н. Складневской (1993) выделено и очень детально проанализировано метафорическое поле «Вода», в составе которого детально описаны регулярные метафорические преобразования в таких семантических областях, как «Болото»,

«Море», «Океан», «Река», «Ливень» и др. Автор убедительно доказывает регулярность рассматриваемых преобразований и их связь с национальными представлениями о типичных свойствах соответствующих явлений.

В работах Н.В. Багичевой (1993, 1994, 1995 и др.) дается многоаспектное описание структуры и функционирования моделей регулярной многозначности и регулярного речевого варьирования русских существительных со значением родства. Вслед за А.П. Чудиновым (1986, 1988) автор разграничивает общие, частные и специальные модели, предлагает многомерную классификацию рассматриваемых моделей.

Блестящим примером детальнейшего рассмотрения метафорических моделей, связанных лишь с одним образом («конь»), могут служить монография, диссертация и серия статей Н.А. Илюхиной (1994, 1996, 1998, 1999). В этих публикациях хорошо представлены теория и история метафорического моделирования, различные аспекты лексической экспликации образа, аспекты семантического представления метафорического образа и особенности его варьирования в языке и речи. Автор тщательно анализирует разнообразные метафорические представления образа коня при характеристике «мира людей», своего рода фреймы: человека, как и коня, запрягают, надевают на него ярмо или узду, на нем ездят, он пашет. При случае человек, как и конь, может взбрыкнуть, перейти на галоп, потрясти гривой и т.п. Людей нередко метафорически называют жеребцами, кобылами, рабочими лошадками.

В статьях и диссертации В.В. Лабутиной (1996, 1997, 1998) представлено описание функционирования в русских художественных,

научных и публицистических текстах 11 метафорических моделей - «стереотипов осмысления и выражения причинно-следственных отношений» (1998, с.10), в том числе модели движения, вместилища, превращения, питания, развивающегося растения, рождения, созидания, притяжения и т.п. Автор делает вывод о наибольшей частотности реализации моделей движения, рождения и развивающегося растения. Показательно, что значительная часть рассматриваемых В.В. Лабутиной фрагментов включает метафорически используемую лексику, относящуюся к сфере экономики.

В монографии Н.А. Кузьминой (1999) представлено детальное описание метафорической модели «жизнь - это театр», традиционно широко представленной в художественных текстах и активно используемой в современных публицистических текстах. Автор выделяет такие компоненты модели, как тип театра (драматический, кукольный, абсурда, масок, пантомимы и др.), жанр представления (драма, трагедия, мыльная опера, сериал, шоу, спектакль и др.), элементы представления (акт, действие, увертюра, антракт, пролог, эпилог, выход на бис и др.), «люди театра» (автор, сценарист, режиссер, кукловод, дирижер, актеры, труппа, массовка, статисты, хор, примадонна, комик, суфлер, клакеры и др.), театральный реквизит (парик, костюм, декорации, занавес, грим, маски), части театра (сцена, авансцена, рампа, кулисы, галерка, партер, ложи, подмости и др.). Анализ рассматриваемой модели показывает, что она подчеркивает типовые смыслы «фальшь», «двуличие», «несамостоятельность» многих политических деятелей, что эта модель практически всегда несет негативную оценку. По мнению

Н.А. Кузьминой, театральная метафора также определяет эпоху Ельцина, как строительная метафора определяла эпоху Горбачева, метафора родства - эпоху Брежнева, а метафоры механизма и войны - эпоху Сталина (1999, с.320). Вместе с тем очень перспективным представляется обоснование специфики в реализации одной и той же модели в различных функциональных стилях (художественном и публицистическом). Еще один вариант детального рассмотрения театральной метафоры в современном политическом дискурсе представлен в монографии Е.И. Шейгал (2000).

В монографии М.Р. Желтухиной (2000) проанализированы метафорические модели (политика – это болезнь, механизм, война, игра, мир животных и др.), использующиеся в современной русской и немецкой политической речи для создания комического эффекта.

Используемые в сфере информационных технологий метафорические образы из понятийных сфер «Война», «Медицина», «Театр», «Механизм», «Родство» «Мир животных» (с выделением ведущих фреймов и слотов) охарактеризованы в работе Ю.Н. Филиппович (2000).

Многие теоретические положения настоящей диссертации заимствованы из монографии А.П. Чудинова «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. 1991 – 2000». Важная идея указанной монографии – стремление соединить лучшие достижения возникшей в Соединенных Штатах теории концептуальной метафоры и возникшей в России теории регулярной многозначности. Автор подробно анализирует метафорические модели политической метафоры в понятийных субсферах «Человек», «Социум», «Природа» и «Вещи» как источниках

метафорической экспансии, подчеркивает лингвокультурологический характер проблемы, тесную связь метафорической системы с политической и экономической жизнью страны, рассматривает функции метафорических моделей и их место в контексте, тексте и политическом дискурсе, намечает дальнейшие перспективы исследования метафорического моделирования. В качестве одной из наиболее актуальных задач такого исследования А.П. Чудинов выделяет сопоставительное изучение метафорических моделей в различных языках с учетом специфики типа дискурса.

Обзор публикаций по теории метафорического моделирования действительности и особенно по конкретному описанию различных метафорических моделей может быть продолжен, но даже уже рассмотренные работы позволяют подвести некоторые итоги и вместе с тем выделить ряд задач для дальнейшего продолжения исследований.

В настоящее время не вызывает сомнений реальность существования моделей метафорического моделирования действительности, их максимальное разнообразие и важное место в деле постижения и отражения действительности человеком, в особой действенности метафорического способа передачи информации в художественных, публицистических, научных и иных текстах.

Для последовательного сопоставительного описания концептуальной экономической метафоры в русском и английском языках очень важно определить типовую структуру модели и разработать оптимальную методику описания и классификации моделей с учетом их частотности, функционально-стилистического и жанрового тяготения и других существенных признаков. Не менее

интересно было бы изучить пути развития традиционных метафорических моделей в современных условиях, проследить за тем, как влияет экстралингвистическая действительность на функционирование рассматриваемых моделей. Особое значение имеют сопоставительные исследования, которые способствуют лучшему пониманию национальной ментальности различных народов, постижению специфики национальной когнитивной картины мира и роли национального языка в метафорическом представлении действительности тем или иным народом.

1. 3. Методика сопоставительного изучения метафорических моделей

При характеристике метафорической модели и ее составляющих, при выработке методики ее описания можно воспользоваться предложенным в монографии А.П. Чудинова (2001) определением метафорической модели и ее составляющих, а также используемой в работе методикой описания конкретных метафорических моделей.

Метафорическая модель - это существующее в сознании носителей языка типовое соотношение семантики находящихся в отношениях непосредственной мотивации первичных и вторичных значений, являющееся образцом для возникновения новых вторичных значений. Как отмечается в подготовленном А.Н. Барановым и Ю.Н. Карауловым «Словаре русских политических метафор», элементы модели «связаны различными семантическими отношениями («выполнять функцию», «способствовать», «каузировать», «быть частью», «быть видом», «быть примером» и др.), причем каждый элемент модели соединен с другими элементами

существенно более сильными связями, чем с элементами других понятийных областей» (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, 1994, с. XV). Между соответствующими модели метафорами устанавливаются отношения на сигнификативном (уровень понятий), денотативном (область объектов метафорического осмысления) и экспрессивном уровнях.

Как подчеркивает А.П. Чудинов, при когнитивном анализе метафорических моделей «элиминируются все ограничения, определяющие особенности традиционного структурного подхода, в том числе не только требование о принадлежности рассматриваемых элементов к одной лексико-семантической группе или хотя бы к одной части речи, но и ограничения, связанные с уровнями языка: в рамках единой системы рассматриваются собственно лексические единицы, фразеологизмы и их компоненты, а также другие воспроизводимые единицы (пословицы, поговорки, афоризмы и т.п.)» (А.П. Чудинов, 2001, с.41).

Целенаправленный анализ функционирующих в экономической области метафорических моделей способствует выявлению тенденций развития экономического дискурса и помогает определить степень влияния изменений социально-экономического характера на функционирование языка.

Как указывает А.П. Чудинов (2001, с.44 - 46), для описания метафорической модели необходимо охарактеризовать ее следующие признаки:

- исходную понятийную область (первичную семантическую сферу, ментальную сферу-источник), к которой относятся охватываемые моделью слова в первичном значении;

- новую понятийную область (вторичную семантическую сферу, ментальную сферу-мишень), к которой относятся охватываемые моделью слова во вторичном значении;

- семантическую компонент, который связывает первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью слов, то есть выяснить, что дает основания для метафорического использования соответствующих слов;

- относящиеся к данной модели фреймы, каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира и которые структурируют соответствующую понятийную область (семантическую сферу);

- охарактеризовать составляющие каждый фрейм типовые слоты, то есть элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации, а также назвать типовые концепты, образующие слот;

- оценить продуктивность модели (то есть способность к развертыванию) и ее частотность, а также ее «тяготение» к определенным функциональным стилям и подстилям, речевым жанрам, дискурсам и т.п.;

- оценить прагматический потенциал модели, то есть типовое воздействие соответствующих метафор на адресата.

Национально-культурная специфика метафорической картины мира в том или ином языке особенно ярко проявляется при ее сопоставлении с метафорической картиной мира другого языка. Поэтому для нашего исследования особенно важны публикации, в которых представлено сопоставление метафорических моделей, существующих в различных языках. При анализе существующих

публикаций можно выделить три методики сопоставительного описания моделей.

В первом случае (примером может служить статья А.Н. Баранова 1994) сопоставляются метафоры оригинального текста и его перевода на другой язык, что позволяет выявить факты аналогичности метафорических образов и показать, что некоторые метафоры не могут быть переведены на другой язык буквально, что свидетельствует о различиях в существующих в данных языках метафорических моделях.

В втором случае автор выделяет общую для двух языков модель и детально ее описывает, используя для иллюстрации материал двух языков. Так, Т.В. Шмелева (2001) при характеристике метафор, связанных со сферой медицины, болезней и их лечения (морбиальных метафор) описывает каждый фрейм, приводя по два-три примера на польском и русском языках. Аналогичную методику использует А.В. Голованова (2000) при сопоставлении метафорического описания человека в русском и польском языках. Такой подход позволяет, прежде всего, выделить то общее, что наблюдается в двух языках и на основе этих общих свойств зафиксировать возможные различия.

В монографии Е.И. Шейгал (2000) сначала представлено описание модели в русском языке, затем – описание аналогичной модели в английском языке, а на заключительном этапе делаются выводы об общих и особенных признаках. Аналогичным образом представлены зооморфные метафоры английского и индейских языков в статье Л.Ю. Рокотянской (2001). Такой подход позволяет полнее охарактеризовать специфику той или иной модели в каждом

языке и обычно используется при достаточно серьезных расхождениях между языками.

Каждый из названных подходов имеет право на существование, и при выборе методики сопоставительного описания моделей многое зависит от специфики материала, избранного автором для анализа. Опыт показал, что при сопоставительном анализе русских и английских экономических метафор целесообразно использовать третий подход, то есть сначала рассматривать метафорическую модель в одном языке, затем – в другом, а на заключительном этапе исследования сопоставлять полученный материал. Рассмотрение конкретных словоупотреблений позволит выделить общий компонент при использовании анализируемых слов в первичном значении и общий компонент во вторичных значениях рассматриваемых слов. В целом ряде случаев можно выделить и символ метафоры, то есть компонент, послужившей основой для метафоризации (иначе говоря, сему, объединяющую первичное и вторичное значение). Например, термин «ceiling price» (буквально – «потолочная цена») переводится как «верхняя цена». Очевидно, что потолок - это верхняя граница комнаты, то есть в словах «потолочный» и «верхний» обнаруживается общий компонент. При дальнейшем детальном описании модели необходимо охарактеризовать ее фреймы и слоты.

Уже предварительный анализ материала свидетельствует, что в русском и английском языке иногда наблюдаются очень похожие факты метафорического употребления, причем в некоторых случаях возможен калькированный перевод. Ср.: sick economy – (больная экономика); oil prices collapsed – (цены на нефть рухнули); price scissors – (ножницы цен); naked contract – (голый контракт); recovery of

price – (оздоровление цены); tail of the contract – (хвост контракта); price war – (ценовая война); marriage of companies – брак компаний и др.

В других случаях метафорическое словоупотребление наблюдается и в том, и в другом языке, но по разным моделям. Например, для английского языка типично метафорическое представление недостатков в деятельности СЭД, особенностей поведения рынков, как пьянство, похмелье, нетрезвость, а для русского языка – как наркотическую привязанность.

Или по одной модели, но метафорически употребляются разные слова. Ср.: parent company – (материнская компания, букв. родительская); baby bond – (мелкая облигация, букв. детская); seed capital – (рисковый капитал, букв. семенной капитал) и др.

Легко заметить, что распространены случаи, когда английский термин-метафора передается на русский язык при помощи транскрибирования, например, put option – (опцион пут), или калек, например, product life cycle – (жизненный цикл продукта); market depression – депрессия рынка и др.

Очень распространены случаи, когда английский термин-метафора переводится на русский язык при помощи описания. Ср.: floor principle – (принцип минимального размера взноса, букв. принцип пола); standard basket – (стандартный набор товаров, букв. стандартная корзина); turkey – (неудачная инвестиция, букв. индейка); cushion – (резервный запас, букв. подушка); front door – открытая регулирующая операция банка.

В процессе характеристики конкретных метафорических моделей многие специалисты приходят к мысли о необходимости

последовательной систематизации рассматриваемых моделей в том или ином языке. Например, в исследовании Н.В. Павлович (1995) предпринята попытка выделить и по возможности полно охарактеризовать наиболее типичные для русского языка метафорические формулы (в другой терминологии - метафорические модели), что было бы очень важно как для анализа конкретных текстов, так и для постижения закономерностей русского национального менталитета. В связи с этим автор ставит вопрос: «Может быть, действительно, их не так много, этих традиционных формул? Время - вода, смерть - сон, земля - мать, жизнь - битва и еще, к примеру, десятка два подобных широко употребляемых повсюду образов?» (1995, с. 55). Сходную позицию занимает Н.А. Кузьмина, которая считает, что «общее число архетипов, по-видимому, невелико для поэтического языка в целом и, конечно, для каждого его синхронного состояния (1999, с.297). Значительно более осторожную позицию занимают А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов, которые указывают на множество сложностей как при определении границ соответствующих моделям понятийных областей, так и при дифференциации конкретных моделей (1994, с. ХУ).

Как отмечает А.П. Чудинов (2001, с.171), «при решении задачи систематизации метафорических моделей процесс значительно более важен, чем результат». Дело в том, что возможные пути классификации очень разнообразны и едва ли какая-либо из возможных классификаций окажется общепризнанной. Специалисты хорошо помнят, сколько было оптимизма после первых публикаций по лексико-семантическим группам слов, и вместе с тем хорошо понимают, что до настоящего времени отсутствует единая и

общепризнанная лексико-семантическая классификация русской и английской лексики. Это же можно сказать о классификации и инвентаризации моделей регулярной многозначности. Следует согласиться с тем, что «перспективы единой и общепризнанной классификации (и инвентаризации) метафорических моделей еще менее очевидны, но такая работа нужна, поскольку она позволит выделить хотя бы наиболее частотные и продуктивные модели, а также даст богатый материал для постижения общих закономерностей метафорического моделирования действительности» (А.П. Чудинов 2001, с. 172).

Возможны различные подходы к систематизации метафорических моделей. Во-первых, за основу для систематизации можно взять исходную понятийную сферу (сферу-источник метафорической экспансии). Тогда рассмотренная выше метафорическая модель «Экономические реалии - это строение (дом)» попадет в следующий ряд моделей:

- 2) Экономические реалии - это механизм.
- 3) Экономические реалии - это живой организм.
- 4) Экономические реалии - это растение.

Во-вторых, за основу для классификации можно взять (как это сделано во второй части подготовленного А.Н. Барановым и Ю.Н. Карауловым «Словаря русских политических метафор») основные фреймы понятийного поля, являющегося объектом метафорического притяжения (сферой-мишенью). Так в понятийном поле «Экономика» выделяются следующие фреймы: субъекты экономической деятельности (люди), экономические организации (компании и т.п.), экономическая деятельность, отношения между

субъектами экономической деятельности, фиксирующие экономические отношения документы, цена, стоимость и т.п. В этом случае выстраивается следующий ряд моделей:

1) Субъекты экономической деятельности - это представители животного мира (медведи, волки, львы, крокодилы и т.п.), спортсмены (лидеры, аутсайдеры, шахматисты, команда и т.п.), части организма (голова, сердце, рука и др.), члены семьи (мать, отец, дочь, внучка и др.), военнослужащие (генерал, авангард, арьергард, разведчик, члены штаба и др.) и т.п.

2) Экономическая организация - это семья, механизм, постройка. сообщество представителей животного мира, растения, военнослужащие, транспортное средство (обычно в движении) и т.п.

Соответственно отношения между субъектами экономической деятельности (людьми и организациями) - это война, игра, отношения в животном мире, спортивное состязание, театр, отношения в феодальной иерархии, отношения в семье и т. п.

Еще одна классификация моделей (она представлена в работах В. В. Лабутиной 1997, 1998) учитывает те компоненты, которые связывают первичные и вторичные значения охватываемых соответствующими моделями слов. Сюда относятся такие типовые смыслы, как «причина и следствие», «главное и второстепенное», «руководитель и подчиненный», «сильный и слабый» и т.п.

Например, для выражения причинно-следственных отношений может метафорически использоваться лексика родства (мать и дочь; сын и отец, рождать), лексика из понятийной сферы «Растения» (семена и урожай, корни и плоды).

Для обозначения отношений управления может использоваться лексика из понятийной сферы «Механизмы» (руль, рычаги, тормоз), обозначения частей организма (голова, мозг и ноги, руки), слова из понятийной сферы «Животный мир» (наездник и лошадь, вожжи, узда), слова из понятийной сферы «Театр» (дирижер, режиссер, марионетка, кукловод), из понятийной сферы «Преступный мир» (пахан, шестерка, авторитет).

Для познания закономерностей метафорического моделирования действительности значимы результаты анализа каждого из рассмотренных выше типов моделей, однако нетрудно заметить, что «собственно экономические» компоненты выделяются только в моделях первого и второго типа, тогда как третий тип по существу не может быть непосредственно связан с какой-либо понятийной сферой. В настоящей диссертации за основу взята первая классификация моделей, то за основу для рубрикации избраны сферы-источники метафорической экспансии.

Рассматривая типичные свойства метафорических моделей, А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов отмечают, что такие модели способны взаимодействовать друг с другом (1994, с.VI). Существующая в дискурсе метафорическая картина мира - это своего рода система метафорических полей, свойства которой во многом аналогичны свойствам лексико-семантических полей. В монографии А.П. Чудинова (2001) выделены следующие наиболее важные для нашего описания свойства метафорических моделей.

1. Иерархическое устройство. В лексико-семантической системе традиционно выделяются иерархические организованные объединения: поля подразделяются на подполя, внутри этих подполей

выделяются лексико-семантические группы, которые в свою очередь подразделяются на подгруппы, в составе которых могут выделяться отдельные парадигмы и т.п. (Д.Н. Шмелев 1973, Л.А. Новиков 1982, Э.В. Кузнецова 1982 и др.).

Рассматриваемая в настоящей главе метафорическая модель с исходной понятийной сферой «дом (строение)» может рассматриваться как часть более широкой модели с исходной семантической сферой «Населенный пункт» (город, деревня и т.п.), в составе которой выделяются разнообразные названия инфраструктуры (дом, мост, улица, переулок и т.п.). С другой стороны, в составе модели с исходной понятийной сферой «дом (строение)» может быть выделена своего рода «подмодель» с исходной понятийной сферой «кухня».

2. Пересекаемость метафорических моделей. Исследователи лексико-семантических полей неоднократно отмечали такое свойство, как пересекаемость указанных полей, а также подполей и групп в их составе (Э.В. Кузнецова 1982, Л.А. Новиков 1982, Д.Н. Шмелев 1973 и др.).

Аналогичные факты наблюдаются и при изучении метафорических моделей. Нередко один и тот же метафорический образ может рассматриваться как одновременно принадлежащий различным метафорическим моделям. Например, метафорические обозначения, связанные с исходной понятийной сферой «приготовление пищи», можно рассматривать и как относящиеся к понятийной сфере «кухня» (а «кухню» рассматривать как часть «дома»), но вполне возможно и отнесение метафорических обозначений приготовления пищи к обширной семантической сфере

«Созидание, изготовление». При несколько ином подходе «дом» может быть отнесен и к метафорической модели «Экономические реалии - элементы инфраструктуры», которой соответствуют такие слоты, как «мост», «улица», «тротуар», «парк», «туннель» и т.п.

3. Полевая организация метафорической модели. В лексико-семантических объединениях традиционно выделяется центр, ядро, приядерная зона, ближняя периферия, дальняя периферия (Э.В. Кузнецова 1982, И.А. Стернин 1985, Д.Н. Шмелев 1973 и др.). По-видимому, сходные феномены можно выделить и в составе метафорической модели. Например, при анализе метафорической модели «дом (строение)» можно выделить метафорические словоупотребления, которые наиболее ярко выражают типичные свойства модели, относятся к ее центру, а также словоупотребления, которые относятся к периферии исследуемого материала. В частности, метафоры, связанные с переосмыслением функций стен, окон, дверей, крыши, несомненно относятся к наиболее типичным проявлениям модели, к центральной зоне относятся и метафорическое переосмысление образов спальни, кабинета, коридора или кухни. С другой стороны, словоупотребления, метафорически переосмысливающие процесс приготовления пищи, если и относятся к модели «дом (строение)», то только к самой дальней его периферии.

В целом рассмотренный выше материал показывает, что существующие методики изучения метафорических моделей вполне могут быть использованы при сопоставительном исследовании английской и русской концептуальной метафоры в современном экономическом дискурсе. Для анализа имеющегося у нас материала

по экономической метафоре в наибольшей степени подходит систематизация метафорических моделей, основанная, прежде всего, на учете сферы-источника метафорической экспансии. При конкретном описании отдельных метафорических моделей необходимо учитывать такие их свойства, как иерархичность организации, пересекаемость и полевая организация.

Выводы по первой главе

1. Концептуальная метафора широко используется в современных экономических текстах, созданных на русском и английском языках; метафорическое словоупотребление выполняет в текстах очень важные функции (номинативная, сигнификативная, коммуникативная, прагматическая, изобразительная, инструментальная, моделирующая, гипотетическая) и отражает специфику национальной картины экономической реальности.

2. Для сопоставительного описания системы метафор в русских и английских экономических текстах целесообразно воспользоваться когнитивной теорией метафорического моделирования, используя при этом все лучшие достижения теории регулярной многозначности и смежных лингвистических теорий (Ю.Д. Апресян, Д.Н. Шмелев, А.П. Чудинов и др.).

3. Сопоставительное описание метафорических моделей, реализующихся в русских и английских экономических текстах, должно включать следующие части:

- описание компонентов модели: типовая семантика слов в первичном значении, типовая семантика слов в метафорическом значении, символ метафоры (то есть элемент, служащий основанием

для переноса), типовые прагматические смыслы, оценка продуктивности модели;

- сопоставительное описание фреймово-слотовой структуры модели (характеристика составляющих модель фреймов и слотов с указанием несовпадающих элементов).

- реальность существования модели и ее составляющих в каждом из языков должна быть подтверждена фактами соответствующего словоупотребления в экономических текстах; анализ подобных словоупотреблений даст необходимый материал для выводов об однотипных и специфических свойствах русской и английской концептуальной экономической метафоры.

4. При классификационном описании конкретных моделей необходимо учитывать такие их свойства, как иерархическая организация, пересекаемость (диффузность границ между отдельными моделями, фреймами и слотами) и полевая структура (существование ядерных и периферийных компонентов).

5. Сопоставительное исследование метафорических моделей в русских и английских экономических текстах позволит выявить общие и особенные для каждого языка закономерности представления экономической реальности, даст возможность полнее оценить степень влияния английской экономической метафоры на русскую экономическую метафору и тенденции развития интернационального экономического дискурса.

ГЛАВА 2. Сопоставительная характеристика ведущих метафорических моделей в русских и английских экономических текстах

Основная цель настоящей главы – сопоставительное описание наиболее типичных для русских и английских экономических текстов метафорических моделей. Для достижения этой цели необходимо, прежде всего, обосновать методику сопоставительного описания метафорических моделей, выделить модели, описание которых позволит судить об общих закономерностях метафорического моделирования в экономическом дискурсе и последовательно охарактеризовать избранные для рассмотрения модели.

Как известно, в современной теории метафорического моделирования не существует какой-либо единой классификации метафорических моделей или какого-либо закрытого перечня таких моделей. А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов в качестве основного принципа построения тезауруса выделяют иерархически-координативный, использование этого принципа позволяет добиваться логико-понятийной упорядоченности (1991, с. 6). Однако конкретные приемы построения иерархии моделей пока не выработаны. Если сопоставить существующие описания метафорических моделей (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов 1991; А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов 1994; Ю.Б. Феденева 1997; А.П. Чудинов 2001), то легко заметить, что, с одной стороны, во всех из них представлена характеристика наиболее частотных моделей (с исходными сферами «родство», «физиология», «война», «театр»,

«спорт», «флора», «фауна» и др.), но вместе с тем в каждом перечне есть модели, не затронутые в работах других авторов.

Очевидно, что в рамках данной диссертации невозможно (из-за ограниченности ее объема) детально охарактеризовать все метафорические модели, существующие в русской и английской экономической лексике. Поэтому закономерно встает вопрос о том, какие именно модели избрать для специального анализа.

При выборе моделей для исследования учитывалась прежде всего целесообразность характеристики моделей с различными свойствами, относящихся к различным семантическим сферам. В монографии А. П. Чудинова (2001) выделено четыре основных разряда моделей русской политической метафоры:

1. Антропоморфная метафора. Соответствующие этому разряду концепты относятся к таким исходным понятийным сферам, как «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Семья». В данном случае человек моделирует политическую реальность исключительно по своему подобию.

2. Метафора природы. Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы «Животный мир», «Мир растений», «Метеорология», то есть политические реалии осознаются в концептах мира окружающей человека живой и неживой природы.

3. Социальная метафора. Соответствующие этому разряду концепты относятся к понятийным сферам «Преступность», «Война», «Игра и спорт», «Театр (зрелищные искусства)».

4. Артефактная метафора. К этому разряду отнесены такие понятийные сферы, как «Дом (здание)», «Механизм», «Транспортные

средства», «Инструменты». В данном случае политические реалии представляются как предметы, созданные трудом человека.

Названные разряды метафор можно схематически представить как «Человек и природа», «Человек и общество», «Человек и результаты его труда», «Человек как центр мироздания».

По нашим наблюдениям, рассматриваемая классификация может быть в полной мере отнесена и к экономическому дискурсу, где выделяются все четыре указанные выше разряда.

Как отмечает А.П. Чудинов в основе каждого выделяемого разряда лежит концептуализация человеком себя и мира в процессе когнитивной деятельности. Именно поэтому выделяется, например, понятийный раздел «Человек и природа», а не категория (или семантическое поле) «Природа» (А.П. Чудинов 2001). В соответствии с представлениями когнитивной лингвистики в основе метафоры лежат не значения слов и не объективно существующие категории, а сформировавшиеся в сознании человека концепты. Эти концепты содержат представления человека о свойствах самого человека и окружающего его мира. Всякий концепт является не изолированной единицей, а частью домена (ментального пространства, понятийной сферы). Домены образуют тот фон, из которого выделяется концепт. Совокупность всех существующих в национальном сознании концептов образует национальную концептуальную систему, концептосферу (Е. В. Рахилина 2000, с. 3).

В настоящей диссертации детально рассматривается по одной метафорической модели из каждого выделенного А.П. Чудиновым разряда. При определении того, какую именно модель из существующего разряда целесообразно специально

проанализировать, учитывались такие факторы, как степень структурированности исходной понятийной сферы, частотность соответствующих модели метафор, функции модели в современных русских и английских экономических текстах, продуктивность модели и возможность ее отнесения к числу доминантных для рассматриваемого периода развития языка и экономики. На основе указанных критериев были отобраны метафорические модели со следующими исходными понятийными сферами.

1. Анатомия и физиология человека (относится к разряду «Антропоморфная метафора»).
2. Война (относится к разряду «Социальная метафора»).
3. Мир животных (относится к разряду «Метафора природы»).
4. Дом (здание) (относится к разряду «Артефактная метафора»).

2.1. Методика сопоставительного описания метафорических моделей

При описании метафорических моделей, функционирующих в английском экономическом дискурсе, мы следуем следующей схеме.

1. Название модели. В названии каждой модели отражены рецепиентная и исходная понятийная сферы функционирования метафоры. Например, название модели «ЭКОНОМИКА – это ЖИВОЙ ОРГАНИЗМ» показывает, что исходной понятийной сферой (сферой-донором) является живой организм, то есть анатомия и физиология человеческого организма, а рецепиентной семантической сферой (сферой-мишенью) – экономика. Такая структура и символика наименований модели (и даже обозначение ее компонентов прописными буквами) заимствованы у М.Джонсона и Дж.Лакоффа

(1980). При дальнейшей характеристике модели обычно выделяются ментальные основания для сближения соответствующих понятийных сфер и дается характеристика ее основных фреймов.

2. Название фрейма. В названии фрейма отражается только его содержание в исходной сфере. Например, («Life cycle») – («Жизненный цикл»). Типовые понятийные смыслы данного фрейма в сфере-мишени анализируются ниже при описании конкретных слотов. Далее дается описание слотов, которые входят в состав данного фрейма.

3. Название слота. В названии слота отражается только его содержание в исходной сфере. Типовые понятийные смыслы соответствующего слота в сфере-рецепиенте приводятся при дальнейшем описании данного слота.

Необходимо отметить, что названия слотов и фреймов формулируются на английском языке. Это связано с тем, что описывается экономическая картина мира, свойственная носителям английского языка, и данная картина мира, естественно теснейшим образом связана с английской языковой картиной мира. Как подчеркивают М.Джонсон и Дж.Лакофф (1980, с. 12), метафорические представления о мире в сознании человека всегда связаны с национальной культурой, важнейшей частью которой является национальный язык. Например, если в русской экономической метафоре существует единый слот «Рука», то в английской экономической метафоре слоты «Hand» и «Arm» совершенно автономны (детально это будет аргументировано в соответствующем разделе настоящей главы). Далее приводится перевод наименования соответствующего фрейма или слота на русский язык.

4. Иллюстрации. Для иллюстрации реальности соответствующей метафоры и (одновременно с целью демонстрации ее конкретных взаимосвязей) при характеристике каждого слота курсивом с новой строки приводится цитата из английского экономического текста с указанием источника. Далее в круглых скобках и тоже курсивом дается перевод рассматриваемого фрагмента текста. И в основном тексте, и в переводе рассматриваемая метафора выделяется при помощи подчеркивания.

В ряде случаев, помимо литературного перевода, оказывается необходимым давать буквальный перевод компонентов метафоры. Такой перевод в тексте представлен в квадратных скобках с пометой «букв». Литературный перевод в данном случае нужен для понимания смысла высказывания в целом, а буквальный перевод – для осознания внутренней формы метафоры. Например, английское предложение *On June 13th, the GSM association, an industry standards-setting body announced a scheme called «M-services Initiator» (Nokia succumbs. The Economist June 16th 2001)* можно перевести следующим образом: *13 июня ассоциация GSM провайдеров, отраслевой орган стандартизации, объявил о вводе в действие нового стандарта «M – services Initiator»*. Однако такой перевод не отражает внутренней формы метафоры, из этого перевода не вполне ясно, почему это предложение иллюстрирует фрейм «Тело (организм) в целом». Внутреннюю форму метафоры отражает только дословный перевод *[тело по стандартизации в отрасли]*. Сам факт различий между буквальным и литературным переводом во многих случаях свидетельствует о различиях между русским и английским языком в метафорическом представлении экономических реалий.

Вместе с тем отметим, что во многих случаях аналоговый перевод английской метафоры и ее дословный перевод по существу совпадают. Например, английское словосочетание *dirty hands* переводится как грязные руки, то есть в данном случае внутренняя форма английской и русской метафоры идентичны. В настоящей диссертации не ставится задача подробно проанализировать причины подобных совпадений: отметим только, что параллелизм формы может быть связан как с тем, что многие английские экономические термины калькируются в русской экономической терминологии, так и с тем, что сопоставимые образы могут возникать и в процессе автономного развития языков. В подобных случаях нет необходимости давать вариант перевода в квадратных скобках.

В тех разделах настоящей главы, где представлено описание системы экономических метафор русского языка, название моделей, фреймов и слотов дается на русском языке без перевода на английский язык. Не переводятся на английский язык и цитаты, подтверждающие иллюстративный материал.

При итоговом сопоставлении параллельных метафорических моделей, функционирующих в английском и русском экономическом дискурсе, особо отмечаются факты совпадения и несовпадения фреймово-слотовой структуры английских и русских метафорических моделей, а также по возможности выделяются случаи отражения в составляющих слоты концептах национальной экономической картины мира и социального мировосприятия на рубеже веков.

2.1.1. Метафорическая модель «Экономика – это живой организм» в английском языке

Метафорическая модель «Экономика – это живой организм» одна из наиболее широко представленных и детально структурированных моделей в английской экономической лексике. Данная модель уже давно существует в английском языке, но в последнее время заметна активизация ее отдельных фреймов и слотов, что связано с волнообразностью развития мировых и национальных экономик, периодами кризисного развития, в частности, финансовой и банковской сферы, потребностями в номинации новых языковых явлений. Физиологическая метафора постоянно привлекает внимание ученых (Ю. Д. Апресян 1995, С. Е. Никитина 1999, А.П. Чудинов 2001, Ю.Б. Феденева 1997 и др.). Концептуальную метафору «Экономика – это живой организм» исследователи относят к числу базисных (Дж.Лаккоф, Э.Маккормак), ключевых (Н.Д.Арутюнова), такие метафоры относятся к «задающим аналоги и ассоциации между разными системами понятий и порождающими более частные метафоры» (Н.Д. Арутюнова 1990, с.14). На основе рассматриваемой метафорической модели, человек наделяет субъекты экономической деятельности и экономику в целом наиболее близкими и понятными ему свойствами и характеристиками, в результате чего экономика предстает в виде человеческого тела, с его физиологией и анатомией. Циклы развития СЭД осмысливаются как периоды развития живого организма, начиная с рождения и заканчивая смертью. Подобно живому организму, СЭД выступают не как роботы или автоматы, а как существа, обладающие эмоционально-волевой сферой, способные испытывать и проявлять чувства. Подобно

живому организму, СЭД обладают когнитивными способностями, могут совершать операции, связанные с мышлением, анализом, делать выводы и т. д.

Анализ материала показывает, что денотативная область применения метафорической модели «Экономика – это живой организм» распространяется на самые разнообразные реалии микро и макроэкономики, обладающие структурой, начиная с небольших, частных компаний и заканчивая национальными экономиками.

1. Фрейм «Body» – «Тело (организм) в целом».

Экономические и финансовые организации и учреждения часто обозначаются как *body* – (единый живой организм, тело). Метафорическое переосмысление слова *body* – тело, используется в экономической лексике по отношению к экономическим субъектам, которые обладают определенной структурной целостностью и стабильностью. Например,

regulatory body – (распорядительный орган |тело|), *supervisory body* – контролирующий орган. Ср.:

Then AOL submitted a proposal to the Internet Engineering Task Force, a standards body, outlining how it thought different instant messaging services could eventually connect with each other. (Затем AOL представила в службу технического развития Internet |телу по стандартизации|, предложение, в котором рассматривается, каким образом различные компании на рынке связи могут, наконец, работать в едином стандарте. (Trying to connect you. The Economist June 24th, 00).

В английском языке *body* (в значении «организация») - это так называемая «стертая метафора», носители языка почти не

воспринимают образную природу соответствующего значения, которое последовательно фиксируется в словарях.

2. Фрейм. «Parts of the body» – «Части тела».

2.1. Слот. Hands - Руки.

Рука как часть тела в английском представлена словами hand – кисть и arm – плечо и предплечье. В экономической лексике, метафоры, связанные со словами hand и arm несут разную семантическую нагрузку, что объясняется различиями функций, которые выполняют эти органы. Так, одной из функций, выполняемых кистью является сохранение, удержание чего-либо. Соответственно, имеющие руки СЭД чем-либо обладают. Руки могут иметь различные СЭД, в том числе правительство и частные компании. Ср.:

This would mean the whole banking system passing into government hands. (Это означало бы переход всей банковской системы в руки правительства); Jack Klues, the boss of Star Com says that the budget is not in the hands of agencies... (Джек Клуэс, руководитель Star Com говорит, что бюджет не находится в руках у учреждений). (Star turn. The Economist March 11th 2000).

Обращает на себя внимание отчетливое разграничение государственных и частных рук, что соответствует существованию двух основных форм собственности. Перемена владельца какой-либо собственности приводит к «смене рук». Ср.:

On average every share of every company listed on the New York Stock Exchange changes hands at a rate of once a year. (В среднем каждая акция каждой из компании, занесенных в списки Нью-Йоркской фондовой биржи меняет владельца | букв. меняет руки| ежегодно). (Wake-up call. The Economist March 25th 2000)

2.2. Слот. Arms - Руки. Функция, выполняемая плечом и предплечьем – управление, соответственно, руки - arms часто имеют СЭД, чья деятельность связана с управлением. Ср:

Private clients were unhappy, in part, because of the poorly performing asset-management arm and in part, because rich people (as opposed to very rich people) were treated as second-class. (Частные клиенты были недовольны частично плохой работой службы по управлению активами |букв. плохо действующей руки управления активами|, и частично тем, что с богатыми людьми (в отличие от очень богатых) обращались как с людьми второго сорта.. (The travails up UBS. The Economist March 11th 1999). СЭД, подобно живому организму, может иметь две руки. Ср.:

Mr. Taylor urged investors «to calm down a little». In the meantime, he was hatching a radical plot to split a bank into two: a retail arm and a corporate arm, which would include Barclays Capital. (Гн. Тейлор настаивал на том, чтобы инвесторы «немного успокоились». Тем временем, он обдумывал план о том, как разделить банк на две части: службу по работе с физическими лицами |руку| и отдел по работе с юридическими лицами |руку|, в которые структурно войдет Barclays Capital) (Barclay's big ambition. The Economist November 18th 2000).

Многие словосочетания со словом arm – рука приобрели терминологический статус. Например, arm's length transaction – сделка на расстоянии вытянутой руки, то есть сделка, проводимая таким образом, как будто между участниками нет никакой связи. Ср.:

Zerith, though still half-owned by Saatchi & Saatchi & Cordiant, has long operated at arm's length from its British partners. (Zerith, хотя и

является наполовину собственностью Saatchi & Saatchi & Cordiant, долгое время действовал, как будто между ним и Британскими партнерами нет никакой связи |действовал на расстоянии вытянутой руки|).

2.3. Слот. Head – (Голова). Основная прототипическая функция концепта – управление, общее руководство организмом. В основе лежит концептуальная метафора «глава чего-либо». Например, the head of the company, of department – глава компании, отдела. Ср.:

...the number of regional offices... would be cut from nine to seven, but their heads would retain much of their present decision-making (...число региональных офисов будет сокращено с девяти до семи, но их руководители |головы| сохраняют большую часть работы по принятию решений...)(The Economist July 17th 1999, The Bundesbank's new diet); A number of other documents were sent or copied to senior managers at head office. (Ряд других документов был отправлен или копирован для старших менеджеров в головном офисе) (The Economist July 7th 2001, The price is not quite right).

В некоторых контекстах голова как часть тела не несет прототипической функциональной нагрузки, но служит некоторым пространственным ориентиром и относится к группе, которую Дж. Лакофф и М. Джонсон (1990) называют «ориентационные метафоры». В представлениях, соответствующих наивной, обыденной картине мира нормальное положение дел соответствует нормальному положению головы. Соответственно перемены, которые сопровождаются определенными изменениями, метафорически представляются как изменение положения чего-либо в пространстве. Ср.:

Now the industry's hierarchy is being turned back on its head. (Star turn. The Economist March 11th 2000). (*Иерархия отрасли вновь встает на голову*).

2.4. Слот. Brain - (Мозг). Использование слова brain– (мозг) в экономической лексике дает характеристику СЭД, обозначает часто лучших специалистов и их востребованность в экономике. Ср.:

Unlike Mr. Malkiel, he... sets out in «Secrets of the investment All-Stars», to pick the brains of the world's most successful investment professionals. (Can you beat the blindfolded monkey? The Economist July, 17th 99). (*В отличие от господина Малкила он заявляет в «Secrets of the investment All-Stars» о намерении собрать мозги наиболее успешных профессионалов в области инвестиций*).

2.5. Слот. Heart - (Сердце). В английских экономических текстах сердце не характеризует эмоциональные состояния, не выступает в качествеместилища души, но служит пространственным ориентиром, метафорически употребляется в значении «ядро», «сердцевина». Ср.: *The heart of Tera Beam's technology is a transmitter receiver that is about the size of a small satellite dish and can be made for \$150.* (*Сутью |сердцем| технологии Тера Бим является приемник-передатчик размером со спутниковую тарелку, который может быть изготовлен по цене \$150 за единицу*) (Laser-guided. The Economist March 25th 2000). Пространственная упорядоченность может передаваться при помощи конструкций с предлогами места. Ср.: *The man who had forced through privatisation in the early 1990s was once again at the heart of economic policy.* (Russia's fallen angel. The Economist June 24th 2000). (*Человек, который провел*

принудительную приватизацию в начале 90х, опять оказался в центре |в сердце| экономической политики).

2.6. Слот. Backbone – (Позвоночник). Подобно тому, как физиологически позвоночник является опорой для организма, в метафорическом употреблении он становится опорой, основой деятельности субъектов экономики. Ср.:

«The family firm has been the backbone of the Indian economy «- declares an Indian investment banker. (Семейная фирма стала основой |позвоночником| индийской экономики, заявляет владелец инвестиционного банка из Индии). (The Economist March 4th 2000).

2.7. Слот. Muscles – (Мускулы). Развитые мускулы – это показатель силы человека, его способности к физическим нагрузкам, соответственно, СЭД могут обладать достаточной мышечной силой для осуществления деятельности, то есть достаточной экономической силой. Ср.:

Russia will restore its arms industries only with outside help. India is one candidate, China, which seems to want enough muscle to deter America from defending Taiwan, another. (Ivan, the lethal. March 25th, 2000). (Россия восстановит свою военную отрасль только с помощью со стороны. Один кандидат – Индия. Другой – Китай, который, кажется, желает быть достаточно сильным |иметь достаточно мускулов|, чтобы помешать Америке защищать Тайвань).

2.8. Слот. Stomach – (Желудок) и его метонимический заместитель живот. Согласно прототипической классификации основная функция желудка - поглощение и переработка пищи. Соответственно СЭД выполняют функцию наполнения, насыщения

пустых желудков – empty stomachs. Ср.: *According to the International Food Policy Research Institute, the world's farmers will have to produce 39% more grain to fill all those extra stomachs.* (A wide-open field. The Economist March 25th 2000). (Согласно данным международного исследовательского института питания, мировому фермерству придется производить зерна на 39% больше, чтобы насытить все эти лишние желудки).

2.9. Слот. Blood – (Кровь). Основная прототипическая функция крови – обеспечение жизнедеятельности организма, взаимосвязи всех частей организма. В некоторых контекстах деятельность компаний по поиску новых рынков, товаров и услуг, новых методов производства и сбыта и их расширение осмысливаются как поиски новой крови. Ср.:

Krizia, Cerruti and Gianfranco Ferre all need to expand and to find new blood. (Families out of fashion. The Economist March 4th 2000). (Krizia, Cerruti и Gianfranco Ferre стремятся к расширению и поискам свежей крови).

2.10. Слот. Feet - (Ноги). Функция ноги как части тела – удерживаться в пространстве в сознании воспринимается как очень важная. Компании, биржи, фонды и другие СЭД могут твердо стоять на ногах, становиться на ноги в процессе развития или после экономических катаклизмов. Ср.: *Most of big companies are back on their feet, the stockmarket is higher than it was before the crash, and the economy is perky again.* (Death, where is thy sting? The Economist July 17th 1999). (Большинство крупных компаний снова на ногах, показатели фондового рынка выше тех, что были до падения, экономика вновь ожила).

В некоторых контекстах слово *feet* – (нога) используется в составе фразеологизмов. У СЭД, у экономик целых государств от страха холодеют ноги. Ср.:

But Vietnam got cold feet and now the agreement is on ice; it is anyone's guess when – or if – it will be resurrected. (Goodnight, Vietnam. The Economist January 8th 2000). *Но Вьетнам боится |у него холодные ноги| и теперь соглашение заморожено, можно только догадываться о том, будет ли оно воскрешено).*

2.11. Слот. *Face* - (Лицо). Включено в состав экономической терминологии со значением «номинальный». Например, *face value* – (номинальная стоимость), *face-amount certificate* – (долговой инструмент, сертификат с номинальной стоимостью). Ср.

A price rise would increase the face value of the product by \$2,5 billion a year. (Рост цены приведет к увеличению лицевой стоимости продукта до 2.5 миллиардов долларов в год. (The Economist February 1999).

3. Фрейм. *Appearance* – (Внешность). Человек стремится к тому, чтобы его внешность воспринималась позитивно, создавала впечатление благородства, солидности, привлекала внимание и т.д. СЭД также стремятся к тому, чтобы хорошо выглядеть в глазах общественности, правительства, партнеров, инвесторов и т.д. В экономической лексике особое внимание уделяется состоянию прически. Некоторые названия причесок метафорически используются для наименования видов экономической деятельности. Например, *bobtail pool* – (объединение участников рынка, действующих независимо друг от друга, |пул с обрезанным хвостом|). Ср.:

СЭД могут сокращать издержки, затраты, капиталовложения, подобно тому как подрезают, укорачивают волосы. Ср.:

In the first place, although companies have trimmed costs to boost profits, they have focused mainly on cutting production costs (such as raw materials rather than their «sales, general and administration costs». (Keep taking the medicine. The Economist November 18th 2000). (Несмотря на то, что компании сократили [подстригли] издержки с целью увеличения доходов, они в первую очередь сосредоточились на сокращении производственных издержек, таких как сырьевые, а не торговые, общие или административные издержки).

4. Фрейм. «Life cycle» – «Жизненный цикл».

Подобно живому организму, любые СЭД, продукты, товары, услуги проходят весь цикл развития, начиная от рождения и заканчивая смертью. Экономические явления, процессы рождаются, (рождение банка, фонда, компании), живут (жизнь компании), болеют, умирают. Метафоры в составе данного фрейма способствуют структурированному восприятию экономических реалий и влияют на отношение к ним. Анализ динамики применения данного фрейма демонстрирует активизацию ряда слотов в зависимости от этапа развития и состояния рынка, например, метафоры слота «смерть» активизируются в периоды кризисов, метафоры слота «рождение организма» проявляются наиболее ярко в периоды стабилизации и роста. При детальном рассмотрении данного фрейма можно выделить следующие слоты.

4.1. Слот. Birth – Рождение. Начало деятельности субъектов экономической деятельности (компаний, банков, агентств и т.д.) осмысливается как их рождение. В основе часто лежит пассивная

конструкция be born – (родиться), либо причастие born – (родившийся). Ср.:

Unfortunately, this strategy born of good intentions has in practice created a morass of bureaucracy and corruption. (К сожалению, эта стратегия, рожденная благими намерениями, на практике породила трясину бюрократии и коррупции). (Nor any drop to drink. The Economist March 25th 2000). Или: birth of the company, bank, - рождение компании, банка. Иногда, в текстах как особое событие отмечается birthday – (день рождения). Ср.:

... the euro celebrated its second birthday (The terrible twos begin. The Economist January 6th 2001). (Валюта евро отпраздновала свой второй день рождения).

4.2. Слот. Growth – (Рост). Представлен конструкциями, содержащими количественные (расти быстро, энергично, медленно, устойчиво, стабильно и т.д.) показатели. Областью функционирования являются различные субъекты деятельности (растут банки, биржи и т.д.), а также сама деятельность этих субъектов. Ср.:

This seems quite reasonable as trade in services is registering high growth rates worldwide. (Кажется довольно разумным, когда торговля в сфере услуг демонстрирует высокие темпы роста по всему миру). (Despite Seattle: liberalisation is good for financial system. The Economist March 25th 2000).

В состав слота входит большое количество двусоставных терминов, например, monetary growth – (рост денежной массы), company growth – (рост компании), population growth – (прирост населения) и т.д. Ср.:

This is the recipe for a more efficient financial sector and will ultimately lead to higher economic growth. (Это - рецепт более эффективного финансового сектора и в конечном итоге это приведет к увеличению темпов экономического роста). (Despite Seattle...The Economist Mach 25th 2000).

4.3. Слот. Death – смерть. Денотативная область функционирования - практически любая сфера экономической деятельности. Рано или поздно наступает смерть компаний, отраслей, продуктов и т.д. Неспособность экономических объектов играть положительную роль в развитии СЭД может метафорически выражаться при помощи слова dead – (мертвый), при помощи метафорического переосмысления которого образован ряд терминов, например, dead assets – (активы, не приносящие дохода, [мертвые] активы), dead rent – (рента, не дающая дохода, [мертвая] рента). Ярким примером подобной метафоры может служить следующее сообщение о «смерти» инфляции. Ср.:

What a new era! Inflation and the business cycle were dead. (Goldilocks, pursued by a bear. The Economist January 8th 2000). (Что за новая эра, в которую мы живем! Инфляция и деловой цикл мертвы).

Анализ текстов показывает, что активизация метафор, входящих в состав данного слота происходит на этапах кризисного развития СЭД, или экономик в целом.

4.4. Слот. Death reason - Причина смерти. В состав слота входят метафоры, указывающие на причину смерти СЭД. В большинстве контекстов СЭД умирают по причине насильственной смерти. Так часто происходят убийства, СЭД способны совершить самоубийство. Ср.:

Now the Istituto per la Ricostruzione Industriale (IRI), the Italian state holding corporation, is to be killed. (End of an IRI. The Economist June 24th 2000). (Теперь IRI, итальянская государственная холдинговая корпорация должна быть убита).

Одной из причин смерти может стать отравление, например, poisoning of the investment climate – (отравление инвестиционного климата). Иногда СЭД drown – (тонут).

5. Фрейм. «Marriage and divorce» – «Заключение и расторжение брака». В состав фрейма входят экономические термины, образованные при помощи слов общелитературного языка и означающие базисные социальные понятия, Это метафоры с исходными семантическими сферами «семья», «дети», «брак». Традиционно семья воспринимается человеком как ценность, аналогичным образом это может представляться в экономике.

5.1. Слот. Marriage – Брак. Отношения между СЭД находят образное выражение в метафорическом использовании слова marriage – брак. Характерно, что как и в обычной жизни брак может оказаться счастливым и несчастным, может быть браком по любви и по расчету. Ср.:

Nobody doubts it any more. The marriage of the mobile telephone and the Internet is a match made in heaven. (Сомнений нет. Брак между сотовой связью и Интернетом – это брак по любви, заключенный на небесах). (I-modest success. The Economist March 11th 2000); ...Umberto Agnelli still sees a partnership between BMW and Fiat as a marriage made in heaven, no matter how difficult it has proved to bring it about. (Умберто Агнелли все еще считает партнерство компаний BMW и Fiat

браком, заключенным на небесах, вне зависимости от того как трудно было его добиться). (Wheels and wires. January 8th, 00).

Наиболее часто денотативная сфера применения таких метафор охватывает наиболее крупные и известные компании ключевых отраслей производства и финансов. Показательно также наличие термина в составе словарей, например, married put – «женатый» опцион «пут», опцион на продажу определенного числа ценных бумаг.

Показательно, что союзы, заключаемые СЭД, могут метафорически представляться и в виде внебрачных отношений. Ср.:

With deregulation such liaisons become less necessary. (По мере дерегулирования такие союзы [любовные связи] становятся ненужными). (The Economist July 8th 2000, Dangerous liaisons).

5.2. Слот. Divorce - Развод. Разрыв отношений между СЭД переживается как тяжелый, горький процесс. Ср.:

Arthur Andersen and Andersen Consulting completed a bitter divorce in the summer for this reason. (Компании Arthur Andersen и Andersen Consulting по этой причине завершили летом горький бракоразводный процесс). (The Economist November 18th 2000. Ceasefire.)

Показательно, что метафоры, входящие в состав слотов «Брак», «Развод» актуализируются, когда на рынке происходит слияние, объединение или поглощение компаний.

6. Фрейм. «Relatives» – «Родственники». В жизни человека важное место занимают отношения с родственниками, отношения, которые возникают между СЭД часто находят выражение при помощи

метафоры родства. СЭД могут становиться родителями, детьми, дочерьми.

6.1. Слот. Parents - Родители. Традиционное отношение к внутрисемейной иерархии находит свое отражение в экономической терминологии. Так, головные, материнские предприятия, выступают как parents – родители, например, parent company – (компания, контролирующая одну или несколько дочерних [родительская]).

6.2. Слот. Children – (Дети). Способность компаний, банков и других СЭД образовывать филиалы метафорически представляется как рождение детей. В английской экономической лексике в метафорическом употреблении не обнаружены примеры использования слова children – (дети), наиболее часто филиалы представляются при помощи образов offsprings – (отпрыски) и babies – (младенцы). Ср.:

Two that will be closely watched are Commerzbank, now the baby of the Frankfurt Market, and the bigger, Bavarian-based Hypo-Vereinsbank. (Пристальное внимание будет обращено на два банка, Коммерцбанк, который является младенцем Frankfurt Market и на более крупный Hypo-Vereinsbank, базирующийся в Баварии). (Deutsche's big gamble. The Economist March 11th 2000).

В составе словарей зафиксирован термин baby bond- [детская], т.е. мелкая облигация. В терминологии также актуализируется традиционное отношение к старшим по возрасту, как требующим уважения. Так, senior bond – (облигация с преимущественным правом требования собственности компании [старшая]), соответственно, junior bond – (облигация, не имеющая преимущественного права требования собственности компании. [младшая]). Senior mortgage –

закладная более высокого порядка, [старшая] закладная. «Старший» в экономической лексике обладает более высоким приоритетом, более высокими котировками, чем «младший».

7. Фрейм. «Physiology» - «Физиология». В качестве физиологических могут метафорически представляться некоторые экономические процессы и реалии, по теории Э. Рош (E. Rosch 1978), прототипические (основные, наиболее естественные функции). Для поддержания жизнедеятельности СЭД, подобно людям необходимо питание, сон, их организмы также выполняют функции выделения. В состав фрейма входят следующие слоты.

7.1. Слот. Appetite – Аппетит, (склонность к чему-либо). Проявление и преследование компаниями и другими СЭД своих интересов на рынке может метафорически представляться как наличие (отсутствие) аппетита. Ср.:

... for their fondness band-wagons and their appetite for «new-era» stories... (...их склонность [аппетит] поп-музыке и к историям «новой эры»...) (Bubble, bubble. American stockmarket. The Economist March 25th 2000); *One is that investor's appetite for risk becomes less settled. (Одна из причин заключается в том, что склонность [аппетит] инвесторов к риску становится менее заметной).* (Wake-up call. March 25th 2000).

Существование двух основных видов собственности и столкновение их интересов также находит выражение при помощи метафоры этого слота. Ср.:

The lesson seems to be that lottery money, or any kind of money, has been unable to create a public appetite for a product or idea which demand does not already exist. (Кажется, урок заключается в том, что деньги

от лотерей или любые, полученные каким-либо иным способом, не способны сформировать интерес публики |аппетит| к продукту или идее, на которые еще не существует спроса). (The good, the bad and the fast. The Economist November 18th 2000).

7.2. Слот. Chewing – (Жевание). Процессы недружественного поглощения одних компаний другими часто осмысливаются как жевание, пережевывание. Ср.:

That left DaimlerChrysler, which had also chewed over Nissan, only to decide the ailing firm was dead meat. (Осталась лишь компания DaimlerChrysler, которая уже разжевала компанию Nissan лишь для того, чтобы убедиться, что она - тухлое мясо). (Mitsubishi runs out of gas. The Economist March 25th 2000).

7.3. Слот. Swallowing – (Глотание). Поглощение компаний на неравноправных условиях в экономической лексике часто метафорически представляется как проглатывание. Ср.:

Mr Wagoner describes his policy of alliances as «a faster and more capital-efficient way to grow» ... it ducks the political problems that arise when national champions are swallowed up by foreigners.. (Гн. Wagoner описывает свою политику создания союзов как «более быстрый и финансово-эффективный способ роста», но это - способ увернуться от политических проблем, которые могут возникать, когда чемпионы национальных отраслей поглощаются |проглатываются| иностранцами). (The global gamblers of General Motors. The Economist June 24th 2000)

7.4. Слот. Dream – (Сон). Основная функция – отдых, расслабление организма. Часто в экономических текстах находясь в затруднительном положении, СЭД видят желаемое положение на

рынке в сновидениях, это своего рода мечты, грезы. Ср.: *Manufacturers such as GM and Toyota are even dreaming about the ...order. (Такие производители как Toyota и GM даже грезят о заказе.)* (The Economist January 8th 2000)

7.5. Слот. Intoxication – (Алкогольное опьянение). Основная функция – временное расслабление. Часто поведение рынков и других СЭД характеризуется как поведение людей на вечеринке. Ср.:

Global stockmarkets have greeted the new millennium lurching like drunken revelers. Will they sober up? (Мировые фондовые рынки приветствовали новое тысячелетие, шатаясь как подвыпившие гуляки. Протрезвятся ли они?) (Goldilocks, pursued by a bear. January 8th 00); *And there are other reasons for worrying about whether the past two years' venture-capital binge may yet lead to an empty almighty hangover. (Money to burn. May 27th 00). (Существуют еще две причины для беспокойства по поводу того, приведет ли двухгодичный кутеж на совместный капитала к ужасному и опустошающему похмелью.)*

8. Фрейм. «Character» – «Характер». СЭД присуще не только наличие биологических характеристик, которыми обладает живой организм, они часто наделяются чертами характера, могут испытывать настроение, чувства. В анализируемых текстах настроением обладают СЭД, работающие на постоянно меняющихся рынках, например, биржи и фондовые рынки. Ср.:

Since America's main stockmarket indices peaked in January, they seem to have lost a sense of direction. But they have lost none of their sense of drama. (С тех пор как индексы на американских фондовых биржах взлетели в январе, кажется, что они потеряли чувство

ориентации. Но они не утратили чувства ситуации.) (The Economist March 25th 2000).

В текстах, где дается наиболее общая характеристика состояния экономики государств, экономики предстают как организмы, обладающие национальными чертами характера. Например: испанская экономика находится в настроении *фюесты* – *in fiesta mood* (The Economist March 11th00). Российская экономика обладает *неустойчивым характером* - *an uncertain temper* (The Economist March 25th 00) и т.д.

Во многих контекстах, где говорится о поведении рынка, в составе метафор часто присутствует компонент, направленный на усиление эмоционального восприятия. Ср.: *bad behaviour of the market* – *плохое поведение рынка*, *irrational behaviour of the market* – *иррациональное поведение рынков*.

9. Фрейм. «Wardrobe» – «Гардероб». Большинство метафорических выражений, имеющих отношение к данному фрейму приобрели статус термина и зафиксированы в специальных словарях. В составе данного фрейма можно выделить две основных группы выражений – аксессуары и предметы гардероба, принадлежащие СЭД.

9.1. Слот. Accessories – (Аксессуары).

Денежные средства, принадлежащие разным видам собственности могут метафорически представляться как *purse* – (кошелек). Ср.:

public purse – (казна), *company purse* – (денежный фонд компании). Объем средств представляется как *fat*, *long purse* – (толстый, длинный кошелек) или *slender* – (тощий кошелек).

Другим аксессуаром СЭД становится пояс – belt. Ограничение потребления каких-либо резервов государственными или частными СЭД представляется как belts tightening – (затягивание поясов).

Подобно живому организму, укрывающемуся под зонтом от дождя, ветра и солнца, при помощи зонта компании могут осуществить какие-либо меры по защите своих интересов. Ср.:

tax umbrella – (|налоговый зонтик|, уменьшение налогов компании); price umbrella – (|ценовой зонтик|, поддержание цен, установленных лидером).

9.2 слот. Clothes – (Одежда). В метафорических выражениях в составе данного слота выделяется смысловая оппозиция naked – (голый), dressed – (одетый). В составе первого члена оппозиции обнаруживается большое количество терминов, образованных путем способа метафорического переосмысления. Голыми могут быть объекты деятельности компаний, бирж, рынков. Все выражения объединены единым значением – непокрытый (какими-либо средствами), незащищенный от неблагоприятных обстоятельств. Ср.:

naked position – (|голая| позиция, не защищенная от ценового риска); naked option – (|голый| опцион, продавец которого не защищен на случай использования покупателем своего права); naked warrants – (|голые| варранты, выпускаемые вне связи с конкретными облигациями). Однако существуют также выражения, в которых слово голый, приобретает значение незаконный. Ср.:

naked contract – (|голый| контракт, сделка, не имеющая законной силы).

В числе предметов туалета, в которые «одеваются» СЭД можно обнаружить jacket – (жакет), coat – (пальто), apron – (фартук).

Денотативная область применения терминов, в состав которых входят данные термины включает область финансового и бухгалтерского учета. Например, *voucher apron* – (бланк ваучер, |ваучер – фартук|); *voucher jacket* – (конверт-ваучер, |ваучер – жакет|).

9.3. Слот. *Part of clothes* – (Деталь одежды). Среди терминов, образованных путем метафорического переосмысления содержатся двухсоставные термины, одним из элементов которых является слово *collar* - воротник со значением фиксированный максимум или минимум процентной ставки.

Таким образом, анализ материала показывает, что метафорическая модель «Экономика – это живой организм» в английском языке детально структурирована и обладает высоким прагматическим потенциалом. Модель состоит из фреймов «Тело», «Части тела», «Внешность», «Жизненный цикл». «Заключение брака и развод», «Родственные связи», «Физиология», «Характер», «Гардероб».

2.1.2. Метафорическая модель «Экономика - это живой организм» в русском языке

Модель «Экономика – это живой организм» широко представлена в русскоязычных текстах по экономической тематике. В составе ММ выделяются следующие фреймы.

1. Фрейм. «Тело (организм в целом)». СЭД может представляться как тело. Ср.: *Можно констатировать, что сегодня на рынках в регионах налицо простейшие, атомарные проекты. А экономического тела регионов не выстраивается.* (В Москву не наездишься. Эксперт, 22 апреля 1996); *...дележ тела неполученного кредита...* (Дележ тела. Эксперт, 16 апреля 1996).

2. Фрейм. «Анатомические органы».

2.1. Слот. Руки. Руки имеют различные СЭД: типичны словосочетания «руки банка», «руки компаний», «руки фондов» и т.д. «Руками» СЭД осуществляются различные экономические действия, СЭД могут передавать полномочия из рук в руки. Ср.:

В деловых кругах Макао все большую популярность приобретает идея отдать после 2001 года монополию на управление игорным бизнесом в руки специальных благотворительных фондов. (Эксперт, 28 июля 1999). В экономических текстах представлены также смысловые оппозиции «грязные руки – чистые руки», «длинные руки – короткие руки», смысловые компоненты которых усиливают характеристики реалий, на которые направлены их значения. В метафорическом употреблении выражение «невидимая рука» приобретает негативную эмотивную окраску, со значением нелегальности, закрытости, манипулирования экономическими процессами в каких-либо целях. Ср.:

Ценовые соглашения – невидимая рука неограниченной конкуренции в кризисном периоде развития. (Эксперт, 21 июля 1999).

Часто в метафорическом употреблении руки представляют владельца собственности, как благоприятного, так и нежелательного с точки зрения других собственников или акционеров. Ср.:

...мы не хотим, чтобы предприятие попало в негодные руки... (Наследники Минсредмаша. Эксперт, 11 октября 1999).

2.2. Слот. Голова. Метафоры данного слота обычно характеризуют роль СЭД в иерархии других подобных СЭД, или положение в структуре компании, организации и т.д. Ср.:

компания – глава холдинга, головной банк, головная компания, глава компании, отдела и т.д. Основная прототипическая функция – общее руководство всем организмом.

2.3. Слот. Кровеносная система. В состав слота входят метафорические выражения с общим значением кровь и кровеносные сосуды. Основная прототипическая функция - обеспечение жизнеспособности СЭД. Вмешательство в кровеносную систему приводит к сбоям функционирования СЭД. Ср.:

Так, много крови алюминиевым заводам портят естественные монополии и госслужба (Эксперт 23 февраля 1998).

2.4. Слот. Лицо. Слот представлен рядом конструкций в составе терминологической системы. Например, лицевой счет. Также содержит ряд выражений, с прототипической функцией – создание имиджа для восприятия извне. Например, словосочетания *лицо компании, банка, фонда, холдинга.*

2.5. Слот. Сердце. Употребляется в экономической лексике в соответствии с основной прототипической функцией – обеспечение жизнедеятельности. Может содержать компоненты, указывающие на здоровье СЭД. Также содержит выражения, употребляющиеся в функции – центральный, основной по местоположению и значимости орган. Таковы, например, словосочетания *сердце производства, сердце фонда, компании,* в этой функции может метафорически употребляться новый или основной продукт. Ср.:

Новым сердцем Mitsubishi стала модель Carisma (Эксперт, 20 октября 2000). Характерным для русскоязычных текстов проявлением стало метафорическое употребление сердца как органа чувств.

2.6. Слот. Позвоночник. Основная прототипическая функция – обеспечение жизнедеятельности организма. Нежизнеспособные СЭД расцениваются в экономических текстах как бесхребетные. СЭД могут также иметь и дефекты развития позвоночника. Ср.:

... серия соглашений о реструктуризации 1996 – 97 годов позволила отодвинуть «горб» возрастающих платежей по советским долгам. (Эксперт 5 июня 1999).

2.7. Слот. Органы чувств. СЭД могут подобно живому организму иметь глаза и уши, прототипическая функция – сбор и оценка информации. Ср.: *«Рынок верит не тому, что он слышит, а тому, что он видит,» - считает эксперт. (Эксперт, 10 мая 1999).* Метафорический выражения в составе слота могут содержать компоненты со значением дефектов деятельности СЭД. Так, например, наши рынки, фонды, банки, биржи могут быть не только близорукими, но и слепыми.

3. Фрейм «Жизненный цикл организма».

3.1. Слот. Зачатие организма. Характерные особенности Российской экономики как экономики зарождающихся рынков нашли отражение в метафорическом употреблении концептов, связанных с зачатием, зарождением организма. Денотативной областью применения метафор данного слота становятся сферы, традиционно отсутствующие в условиях марксистско-ленинской социалистической экономики, например, фондовые биржи, риэлтерский рынок, и т. д. Ср.:

...банки как-никак существовали при социализме, а фондовый рынок отсутствовал даже в зародыше. (Конструктор для финансиста. Эксперт, 11 октября 1999); В России было только три

стратегических инвестора, четвертый только зарождается.(Как нам капитализировать страну. Эксперт, 11 октября 1999).

3.2. Слот. Рождение. Представлен рядом однотипных конструкций: рождение компании, рождение фонда, рождение рынка, рождение банка и т.д. В послекризисный период в связи с наметившимися тенденциями оживления ряда внутренних отраслей появляется концептуальная метафора *второе рождение*.

3.3. Слот. Рост организма. В основе лежит концептуальная метафора «рост экономики». Представлен рядом однотипных конструкций: рост доллара, рост курса, рост банков, рост компаний, рост производства, рост денежной массы, рост экспорта, рост индексов и т. д. В общем составе метафор число метафор данного слота также увеличилось в послекризисный период. Ср.:

Российское хозяйство находится в состоянии роста уже более полугода. (Эксперт, 10 мая 1999).

Метафоры этой модели могут содержать компоненты, усиливающие значение. Рост может быть быстрым, стремительным, замедленным и т. д. Характерно то, что в смысловой оппозиции рост - это хорошо (рост экономики) - рост это плохо (рост инфляции), находящей отражение в общественном сознании, особое значение приобретает второй элемент конструкции.

3.4. Слот. Смерть. Представлен однотипными конструкциями, например, типичны словосочетания: смерть банков, смерть системы, смерть компании, красивая смерть и т. д. В основе лежит концептуальная метафора «смерть экономики». Денотативная область применения затрагивает практически любые СЭД и их деятельность. Ср.:

С нашей точки зрения, практически неминуемым исходом всех этих «лечебных процедур» станет смерть пациентов – подавляющее большинство ломоперерабатывающих предприятий после применения новых быстродействующих средств просто-напросто разорится. (Власть над отходами. Эксперт, 11 октября 1999).

В составе слота содержится смысловая оппозиция живой – мертвый, включающая ряд терминов, образованных способом метафорического переосмысления общеупотребительных слов. Например, живые деньги – мертвые деньги, живой капитал – мертвый капитал, при этом в языке экономики находит свое отражение существующая в обыденном сознании система ассоциативных связей. Плохо функционирующие СЭД могут метафорически представляться как умирающие, находящиеся на грани жизни и смерти и т. д. Ср.:

Три года назад купили умирающий Ручьевский рыбоконсервный комбинат, вложили в него деньги, и сегодня за счет комбината построили рыболовецких судна. (Наследники Минсредмаша. Эксперт, 11 октября 1999).

3.5. Слот. Причина смерти. Наиболее часто СЭД в русских экономических текстах погибают от удушья, и тонут. Ср.:

А промышленность задыхается, ко всем сложностям и новым требованиям рынка ... для директоров добавились проблемы нехватки оборотных средств, неплатежеспособный спрос и острый дефицит инвестиций. (Нетрадиционная медицина. Эксперт, 5 июня 1999); Два элеватора ... в результате такой политики затонули. (Эксперт – Урал, 27 августа 2001).

3.6. Слот. Похороны организма. Метафора «похороны организма» встречается только в отношении наиболее значимых, крупных СЭД, например, *похороны банков, похороны системы страхования* и т. д. Периоды экономических кризисов сопровождаются активизацией данного слота в экономических текстах. Ср.:

Паническое изъятие вкладов ... способно вбить последний гвоздь в гроб российской банковской системы. (Отпуск в сентябре. Эксперт, 7 августа 1998); *Словно и не было памятного всем валютного обвала, который, казалось, надолго похоронил местное экономическое чудо.* (Порог между мирами. Эксперт 21 июля 1999); *Но среди отброшенных концепций оказалась и та, которую не стоило хоронить.* (Русский маятник. Эксперт, 31 августа 1998).

Часто содержит усиливающие чувственное восприятие компоненты – пышные похороны, скромные похороны и т. д. В состав слота входит метафора, отражающая национальные традиции, связанные с погребением, например, как преждевременные поминки представлены прогнозы аналитиков относительно рынка алюминия (Эксперт 23 февраля 1098).

4. Фрейм. «Вступление в брак и развод».

Слияние и поглощение компаний метафорически представляется как женитьба, брак. Ср.:

Недаром немецкий медиа гигант Bertels mann пошел на брак (альянс) с Napster. (Свободный оцифрованный звук. Эксперт, 5 марта 2001).

Решив создать альянс, компании, зачастую играют свадьбу. Например, подготовка Минфина к альянсу с Потаниным

представляется в виде *свадьбы с приданым*, а заключение альянса на неравных условиях представлено как *неравный брак*. (Компания, 3 июня 2000); *Помимо того, что эти «свадьбы» могли привести к появлению двух мощнейших конкурентов Mediobanka, они еще и создавали предпосылки для существенного ослабления влияния самого Куччия* (Компания. Смерть бога. Компания, 3 июня 2000).

В анализируемых текстах СЭД выступают как невесты на выданье, женихи. Ср.:

... фирма Fokker оказалась в роли невесты с хорошей фамилией... Искала мадам Fokker женихов по всему свету... (Коммерсантъ, 23 июля 1996).

Брак СЭД в условиях российской экономики часто заканчивается разводом. Например, заголовок «*Развод и раздел дочек*» (Эксперт, 23 февраля 98). Метафора «развод» наиболее часто представлена в денотативной области – банковская деятельность и широко используется в периоды банковских кризисов.

5. Фрейм «Родственные связи человека». Отношения между СЭД метафорически представляются как отношения в семье, где существует семейная иерархия, отношения между старшими и младшими членами семьи.

5.1.Слот. Дети. Компании, образованные от основной компании часто метафорически представляются в виде детей. Ср.:

При том, что затраты на «детей» после открытия офиса сравнительно невелики: им платятся комиссионные и скромные отчисления на развитие. (Пустите наших в Европу. Эксперт, 5 марта 2001).

В состав слота входят также метонимические заместители, например, новорожденный, малыш, наследник. Ср.:

Да и в Западных странах компании, составляющие основу экономической системы далеко не малыши. (Алюминиевая кость. Эксперт, 11 апреля 2000).

Филиалы компаний предстают в виде дочек. Ср.:

Мост же банк преимущественно Московский, имеет всего 8 филиалов и одну азербайджанскую «дочку». (Эксперт, 23 февраля 1998). Термин «дочерняя компания» получает широкое распространение на стадии экономического развития СЭД. Денотативная область применения часто включает сферу финансов, банков и компаний.

5.2. Слот. Родители. Основные компании представляются как материнские. Ср.:

Сейчас в мировой табели о рангах Coopers & Lybrand и Price Waterhouse занимают соответственно четвертое и шестое места. Чисто арифметическое сложение выручки двух родителей выведет вновь сформированную компанию на лидирующие позиции. (Старые стратегии – новые преимущества. Эксперт, 23 сентября 1997); Европейское «гражданство» дочерней структуры позволяет ей получить более высокий по сравнению с материнской фирмой кредитный рейтинг, ведь ее деятельность регулируется Европейским законодательством. (Пустите наших в Европу. Эксперт, 5 марта 2001); На наш взгляд, ...совсем другое – когда добытчик некоторым образом «папа» их общей с посредником «дочки». (Компания, 3 июня 2000).

СЭД, имеющие богатый опыт, долгое время пребывающие на рынке, метафорически представляются как старики. Ср.:

«Старики» рынка, мясоперерабатывающие заводы или пельменные комбинаты, просто проморгали этот момент. (Выбор пельменных королей. Эксперт, 21 июня 1999).

5.3. Слот. Другие родственники. СЭД могут метафорически представляться как близкие родственники или родственниками по супружеству. Ср.:

Именно Маттеи...разрушил существующую в то время монополию «семи сестер» - господствующих тогда на нефтяном рынке англо-американских нефтяных компаний. (Два дня в благородной гостинной. Эксперт, 5 марта 2001); *То же и братья жениха говорят, в частности АНТК «Туполев» и МАПО-МиГ; Понравится ей (Госдуме) невестка – внесет в закон о бюджете поправку.* (Коммерсантъ, 23 июля 1996); *Пока они учатся, большинству из них придется довольствоваться ролью младших братьев, во всяком случае в сфере производства* (Эксперт. 29 сентября 1996. Компании).

6. Фрейм. «Физиологические действия». В экономических русскоязычных текстах метафорически представлены лишь некоторые физиологические действия. Чаще всего это питание.

6.1. Слот. Питание. Традиционно «трудные времена» в развитии страны ассоциировались с нехваткой пищи. Периоды экономических спадов сопровождаются голодом, который могут испытывать практически любые СЭД. Например, *финансовый голод, налоговый голод, инвестиционный голод* и т.д. Ср.:

Среди факторов экономического роста нельзя не отметить заметное ослабление денежного голода... (Нечаянная радость.

Эксперт, 10 мая 1999); *Работники промышленности были оставлены на голодном пайке, и те, кто пошел в торговлю сырьем, товарами или деньгами стали накапливать жирок*. (Русский маятник. Эксперт, 31 августа 1998).

Отсутствие достаточного количества средств и ресурсов метафорически представляется как потеря веса. Ср.:

Несмотря на то, что после кризиса кондитерский рынок «похудел», резкое уменьшение объемов импорта позволило отечественным производителям увеличить производство. (Конфетные гонки. Эксперт, 11 октября 1999).

Получение сверхприбылей метафорически представляется как набирание веса, часто такая метафора способствует негативному снижению объекта. Ср.: *Зачастую денег «Газпрому» не платят только потому, что он – «зажиревший на западных долларах монополист»*. (Сколько стоит имидж «Газпрома». Эксперт, 13 апреля 1998).

Потребительская способность рынка может метафорически представляться как глотание. Ср.:

По прогнозам, в 2002 году англо-американские табачные гиганты произведут в России около 260 млрд. сигарет, то есть почти столько, сколько сможет проглотить рынок. (Ответного удара не будет. Эксперт, 13 апреля 1998).

6.2. Слот. Кормление. Способность одних СЭД функционировать за счет деятельности других СЭД часто метафорически представляется как кормление. При этом иногда СЭД, получающие в виде пищи какие-либо ресурсы представляются как нахлебники, паразиты, сидящие на шее и получающие паек. Наиболее часто в

качестве нахлебников в экономических текстах выступают неблагоприятные отрасли, рынки и компании, получающие «корм» из рук государства. Ср.:

Потребуется долгие годы роста благосостояния населения, пока потребитель не сможет больше платить за информацию, а рекламный рынок – кормить не десятки, как сейчас, а тысячи СМИ. (Перед лицом своих товарищей. Эксперт, 5 марта 2001).

6.3. Слот. Аппетит. Рынки, компании, отрасли могут обладать хорошим, здоровым аппетитом.

6.4. Слот. Алкогольное опьянение. Способность СЭД реагировать на колебания рынка или возвращаться к реальным котировкам после кратковременных скачков метафорически представляется как способность протрезветь, например, типично словосочетание *рынок протрезвел*.

7. Фрейм «Гардероб». Представлен следующими слотами:

7.1. Слот. Дефекты гардероба. Недостатки в деятельности СЭД и нехватка финансовых ресурсов метафорически представляются как дефекты гардероба, а попытки нормализовать экономическую деятельность как починка одежды. Ср.: *С помощью финансовых кредитов патались дыры в бюджете.* (Эксперт, 5 июля 1999); *Руки у новых владельцев «Коммерсанта» развязаны, но в сапоге у них звоздь* (Шагреновая кожа «Коммерсанта». Эксперт, 12 июня 1999). Типичны словосочетания: *дыра в бюджете, финансовая дыра, дыры налогообложения.*

7.2. Слот. Аксессуары. Аксессуарами, которыми могут обладать СЭД становятся портфели, например, *инвестиционный портфель, портфель ценных бумаг, портфель ГКО* и т.д., ремни и пояса,

например, компании *затягивают ремни*, а также кошельки и бумажники, которые могут быть толстыми, тощими, дырявыми.

7.3. Слот. Деталь предмета одежды. Основная деталь, метафорически представленная в экономических текстах, – это карман, наиболее часто используется словосочетание *государственный карман*. Типично также метафорическое использование слов *рукав* и *шлейф*. Ср.:

Мы просто не можем позволить себе превратиться в единый экспортный рукав – если только не хотим необратимой примитивизации структуры экономики. (Сингапур нам не нужен.) Здесь срabатывает, видимо, эффект шлейфа: по-прежнему есть недооцененные, особенно в ТНК компании, которые только стали стремиться к нормальной цели; они шлейфом тащили за собой других ... и оказалось, что уже шлейф тянет за собой рынок... (Некоторые комментарии происходящего. Эксперт, 3 ноября 1997).

6. Фрейм. «Характер». Колебания рынка часто метафорически представляются как оптимизм рынка, наиболее типично словосочетание *оптимистично настроенные рынки*.

В русском языке модель состоит из фреймов: «Анатомические органы», «Жизненный цикл», «Вступление в брак и развод», «Родственные связи», «Физиологические действия», «Гардероб», «Характер».

Рассматриваемая метафорическая модель «Экономика – это живой организм» является наиболее распространенной и продуктивной как в русских, так и в английских экономических текстах. Она может восприниматься как более общая по отношению к очень

характерной для русского и английского языков модели «Экономика – это больной организм».

В английском языке большее число метафор, входящих в состав модели входит в состав экономической терминосистемы и зафиксировано словарями.

Большое сходство состава моделей в русском и английском языках доказывает, что носители обоих языков склонны к уподоблению окружающих их реалий человеческому организму, что и отражено словоупотреблением. Отличия же связаны главным образом с отсутствием ряда реалий в Российской экономике, либо с национально-культурными традициями. Денотативная область применения модели в обоих языках включает разнообразные сферы микро и макроэкономики.

2.2. Метафорическая модель «Экономика – это больной организм»

Границы между метафорическими моделями, как и между лексико-семантическими группами в значительной мере условны, (А.П. Чудинов 2001, с.186.) и модель «Экономика – это больной организм» может рассматриваться как часть модели «Экономика – это живой организм». Но детальная структурированность данной модели позволяет рассматривать ее в качестве самостоятельного образования, обладающего собственной фреймовой структурой. В соответствии с этой моделью образно используется лексика, обозначающая болезни экономики, которые необходимо лечить, симптомы и признаки заболеваний, их последствия. Как известно, в общественном сознании здоровье человека представляется как

величайшая ценность, которую необходимо беречь, поскольку в противном случае оно будет растрчено, а физические и душевные болезни могут принести много страданий.

2.2.1. Метафорическая модель «Экономика – это больной организм» в английском языке

При анализе текстов обращает на себя внимание встречаемость словоупотреблений рассматриваемой модели, но подобные метафоры составляют около 30% от модели «Экономика – это живой организм». При метафорическом переосмыслении лексика со значением биологического здоровья или болезни характеризует особенности экономического развития и состояния страны, рынков, отраслей, отдельных СЭД. В состав модели входят следующие фреймы.

1. Фрейм. «Health» – «Здоровье организма». В основе представления экономической системы как здорового организма лежит концептуальная метафора «Здоровая экономика» Ср.:

...the Russian arms industry has not looked so healthy for over a decade. (Российская военная промышленность не выглядела настолько здоровой уже более десяти лет). (The Economist March 25th 00). Слово healthy – (здоровый) входит в состав большого количества терминов, характеризую состояние тех или иных СЭД и сфер их деятельности. Ср.:

What happens to the share price does not necessarily have any relation to the health of our underlying business. (То, что происходит со стоимостью акций навряд ли отразится на благополучии здоровье нашего бизнеса); Although all publicly traded firms feel pressure from their shareholders to show healthy returns, Internet

companies are particularly exposed to the equity markets. (Хотя все публичные акционерные компании испытывают давление со стороны акционеров, требующих высоких |здоровых| доходов, Интернет компании особенно подвержены колебаниям на фондовых рынках). (Living in freefall. The Economist November 18th 2000)

Экономика может метафорически представляться как a relatively healthy economy – (относительно здоровая экономика).

2. Фрейм. «Illness» – «Болезнь». В основе данного фрейма лежит концептуальная метафора sick economy – больная экономика. В составе фрейма выделяются следующие слоты.

2.1. Слот. Physical illnesses and maimings - Физические болезни и увечья. Проблемы физического здоровья вызывают особое внимание и служат источником метафорического переосмысления. Часто СЭД страдают головной болью. Ср.:

One long-running headache is a deal the bank did in 1991 that was hailed at the time as a spectacular financial coup. (Постоянная головная боль – это сделка, совершенная банком в 1991 году, которая приветствовалась как эффектный финансовый переворот.) (The curse continues. The Economist January 13th 2001).

СЭД нередко страдают одышкой. Ср.:

Few expect the Germans to fall for such a wheeze. (Немногие думают, что немцев устроит перспектива заполучить такую одышку.) (Mitsubishi runs out of gas. The Economist March 25th 2000).

СЭД могут страдать расстройствами пищеварения. Ср.:

But that will be expensive and might lead to more indigestion. (Но это будет дорого и приведет к еще большему несварению.) (The

Economist May 11th 2000). Финансовая несостоятельность может метафорически представляться как кровотечение. Ср.:

...the KSEB, like all the state electricity boards, steel bleeds red ink. (KSEB, подобно всем остальным государственным органам по контролю за электроснабжением все еще в долгах |кровоточит|) (India's economy. The Economist March 4th 2000).

СЭД могут страдать тяжелыми заболеваниями. Ср.:

... Mr. Brear,.. compared the domestic banking to a patient with cancer.... (... господин Бреар, ... сравнил внутренний банковский рынок с онкологическим больным.) (The Economist May 11th 2000).

СЭД и их деятельность часто может метафорически представляться как нанесение увечий. Ср.:

The traditional approach is to lend at huge interest rates and break the legs of clients who fail to service their debts. (Традиционный подход заключается в предоставлении высоких процентных ставок и ломании ног тем клиентам, которые не могут обслужить долги.) (Profit in poverty. The Economist March 12th 2000).

Недостатки деятельности СЭД или рынков может представляться как хромота. Ср.:

crippling export potential – (хромающий экспортный потенциал) (The Economist March 4th 2000).

СЭД, не способные действовать эффективно, оказывать влияние на экономическое развитие могут представляться как *a toothless body* – *беззубое тело*. Закрытые сферы деятельности могут метафорически представляться как слепые, *blind pool* – *слепой пул*.

Как видно из примеров, наиболее уязвимыми, страдающими недугами, оказываются финансы и связанные с ними сферы.

2.2. Слот. Mental illnesses – (Душевные болезни). Показательно, что широкое распространение получило метафорическое использование названий психических заболеваний, от которых страдают рынки, экономические регионы, фонды, финансы. Ср.:

The government hopes that dollarization will bring a swift recovery of confidence in the deeply depressed market. (Правительство надеется, что долларизация принесет быстрое восстановление финансовой уверенности в условиях глубоко подавленного рынка |депрессии рынка|); *There is some method in the market's madness.* (Есть какой-то смысл в сумасшествии рынка). (Falling through the net? The Economist January 8th 2000). В другом случае компания предстает как *schizophrenic new semi-privatised company* – новая наполовину частная компания- шизофреник. Подобное словоупотребление призвано усилить эмоциональное восприятия читателей, оно чаще всего обостряет негативное отношение к СЭД.

3. Фрейм «Patient's condition» - «Состояние больного». Наиболее часто потрясения, которые испытывают рынки и СЭД метафорически представляются как состояние шока. Ср.:

... the rise in the price of oil could yet give the world economy a nasty shock. (...рост цен на нефть может вызвать ужасный шок мировой экономики); *But the gas market is suffering this particular price shock...* (Рынок газа переживает состояние ценового шока). (Fuelling inflation. The Economist March 11th 2000).

Другим опасным состоянием становится агония. Например, биржи могут переживать the agony of a falling price – агонию падающих цен. Часто денотативная область применения метафор этого фрейма

включает наиболее неустойчивые в экономике факторы – цены на сырье, финансы, котировки.

4. Фрейм. «Methods of treatment, drugs» – «Методы лечения, лекарства». Представлен концептуальной метафорой *remedy for* – средство от. Ср.:

...a traditional remedy for under-water options... (... традиционное средство от закрытых опционов...) (The Economist March 25th 2000).

В качестве способов лечения в английских текстах предлагаются кровопускание. Ср.:

...Fuji Industries prevented the blood-letting Renault has unleashed after taking a 36,8%. (...Fuji предотвратила кровопускание, которое затеяла компания Renault, после получения 36,8%). (The Economist March 24th 2000).

Средством профилактики болезни становится иммунизация. Ср.:

America may have a new economy, but it is not immune to old dangers (Америка может иметь новую экономику, но это не делает ее невосприимчивой к старым опасностям.) (Fuelling inflation. March 11th 00).

Другим способом лечения может стать использование донорства. Ср.:

Donors such as the German government have slashed their funding for the Consultative Group on International Agriculture Research (CGIAR), and others are strictly earmarking their funds. (Biting the silver bullet. Economist March 25th 00). (Доноры, такие как немецкое правительство, резко сократили финансирование CGIAR, а другие доноры строго индивидуализировали его).

5. Фрейм. «Ending of the disease» - «Окончание болезни».

После окончания острой фазы экономической болезни может начаться выздоровление. Фрейм основан на концептуальной метафоре *recovery* – выздоровление. Любое улучшение деятельности в какой-либо экономической сфере метафорически может быть представлено как *recovery*. Например, *financial recovery* – (финансовое оздоровление), *economic recovery* – (экономическое оздоровление), *consumer recovery* – (оживление |оздоровление| потребительского спроса), *housing's recovery* – (оживление |оздоровление| в жилищном строительстве), *recovery of price* – (оздоровление цены). Выздоровление СЭД, подобно выздоровлению живого организма, может быть *strong* – быстрым, *weak* – медленным. Часто окончание болезни сопровождается *revival* - возрождением. Ср.:

The recent revival is a sign that some reform is happening. (Недавнее оживление |возрождение| является знаком того, что происходят какие-то реформы.) (India's economy. March 4th 00).

Анализ текстов показывает, что метафоры данного фрейма употребляются в любой экономической области.

Таким образом, рассматриваемый материал свидетельствует о том, что в английских экономических текстах метафорическая модель «Экономика – это больной организм» является детально-структурированным образованием, в котором выделяются фреймы: «Здоровье организма», «Болезни/повреждения организма», «Состояние больного», «Способы лечения», «Окончание болезни».

2.2.2. Метафорическая модель «Экономика – это больной организм» в русском языке

Рассматриваемая метафорическая модель давно существует в языке. Исследователи отмечают ее значительную активизацию в

последнее время. Так, например, А.П. Чудинов, исследуя функционирование модели «Современная Россия - это больной организм», отмечает ее активизацию и широкое распространение в агитационно-политической речи конца XX века (А.П. Чудинов 2001). Анализ имеющихся у нас материалов позволяет сделать вывод о распространенности и значительной степени продуктивности данной модели и в экономических текстах. Российская экономическая действительность не может восприниматься иначе, как больной организм, периоды кризисов, депрессии, «ошибки» экономистов метафорически представляются как тяжелые недуги, хронические заболевания с тяжелыми осложнениями.

В составе модели выделяются следующие фреймы.

1. Фрейм. «Здоровье организма». В основе фрейма лежит концептуальная метафора «здоровая экономика». Представлен рядом структурно-однотипных конструкций: *здоровые банки, здоровые компании, здоровые отношения, здоровые фонды, здоровая конкуренция, здоровые рынки, здоровая экономическая линия* и т.д. Входит в состав оппозиции *здоровая экономика - больная экономика*. В русских экономических текстах здоровыми СЭД чаще выглядят лишь гипотетически, метафора употребляется в сослагательном наклонении или в составе модальных структур. Второй элемент оппозиции представлен концептуальной метафорой «*больная экономика*». Представлен рядом структурно-однотипных конструкций, например, *больные рынки, больные банки, больные компании*.

2. Фрейм. «Болезнь/повреждение организма».

2.1. Слот. Физические болезни. Как и живые организмы, СЭД могут страдать от недугов физически. Например, испытывать головную боль. Ср.:

Налог избавит малые предприятия от головной боли, связанной с необходимостью ведения двойной бухгалтерии. (Вменить по первое число. Эксперт, 23 февраля 1998)

СЭД часто страдают от удушья. Задышается промышленность, банки, компании, инвестиционные фонды, вся экономика.

Тяжелый период после кризиса 1998 года метафорически представляется как шок, коллапс, паралич, горячка. Ср.:

Ведь осенью мы были на грани паралича всей платежной системы страны. (19.04.99); *Спекулятивная горячка взрывает рынок Гособлигаций.* (Финансовые рынки. Эксперт, 15 апреля 1996); *Рынок региональных «сельских» облигаций лихорадит.* (Жемчужины в груди бумажек. Эксперт, 29 июня 1998). В другой статье склонность экономики к неплатежам и бартеру метафорически представляется как болезнь – *сахарный диабет*, а больному – Российской экономике прописана *диета* в виде жесткой денежной политики. (Трехглавая гидра безденежья. Эксперт, 5 марта 2001). Недостатки деятельности СЭД могут представляться в виде язв, застарелых болячек.

Одним из наиболее распространенных недугов Российской экономики становится истощение. Ср.: *Режим истошил свой ресурс и скончался* (Русский маятник. Эксперт, 31 августа 1998).

В кризисный и послекризисный период развития экономики частое использование находит концептуальная метафора «экономический шок». Такой шок испытали самые разнообразные СЭД и их отношения. Ср.: В 70-е после нефтяного шока крупные компании

вновь активизировали диверсификацию своей деятельности. (Урок для начинающего агрессора. Эксперт, 29 июня 1998).

2.2. Слот. Душевные болезни. В составе слота постоянно метафорически используются наименования душевных болезней, например, *депрессия экономики, депрессивные рынки, финансовая депрессия.* Соответствующие наименования могут содержать компоненты, усиливающие восприятие, например. Ср.:

А ведь каких-то два месяца назад нефтяной рынок находился в состоянии глубокой депрессии (Военные успехи нефтеэкспортеров. Эксперт, 10 мая 1999).

СЭД могут страдать различными видами психических заболеваний. Рынки находятся в состоянии продолжительного стресса, больны ксенофобией (налоговая ксенофобия), СЭД могут иметь слабые нервы, страдать слабоумием.

2.3. Слот. Наркотическая привязанность. В составе фрейма также обнаруживается группа метафор, связанных семантически с темой «наркотическая привязанность». Применение наркотиков стало восприниматься Российским обществом как социальное зло особенно остро на протяжении последнего десятилетия, что нашло отражение в экономических текстах. В разные периоды развития экономики в наркотик превращаются бартер, неплатежи, сделки с ГКО и спекуляции с казначейскими обязательствами и т. д. Проблемы экономик других стран также осмысливаются при помощи такой метафоры. Ср.:

Индустрия азартных игр в США превратилась в наркотик не только для игроков, но и для всей экономики. (Страстные игры. Эксперт, 29 июля 1999). Особенно часто состояние рынка

представляется в виде эйфории. Ср.: *Даже в разгар евроэйфории сторонники объединения не могут игнорировать существование так называемого Северного блока.* (Тресковый патриотизм. Эксперт, 33 февраля 1999); *Пару недель отечественные рынки пребывали в состоянии эйфории.* (Дослужились. Эксперт, 21 октября 1996); *Эйфория внешних заимствований охватила и коммерческие банки.* (Счастье в долг не возьмешь Эксперт, март 1994)

3. Фрейм. «Течение болезни и состояние больного». В основе лежит концептуальная метафора «кризис экономики». Представлен рядом однотипных конструкций, наиболее типичны словосочетания: банковский кризис, инвестиционный кризис, биржевой кризис, кризис налогообложения, кризис инвестиций и т.д. Ср.:

Дебют российских рынков в общемировом фондовом кризисе прошел сравнительно благополучно. (Премьеру отыграли удачно. Эксперт, 3 ноября 1997).

Типично представление состояния СЭД или рынков как агонии. Ср.: *Чем больше агонизирует рынок, тем более доминирует функция защиты над остальными функциями.* (Защита от государства. Эксперт, 4 октября 1998).

В течение болезни могут наблюдаться рецидивы, например, «рецидивы неплатежей». Болезнь может иметь хронический характер, принимать масштабы эпидемии. Масштабы «заболеваемости» часто отражаются заголовками экономических текстов, где бартер, неплатежи могут приобретать масштабы эпидемии. Неожиданные, имеющие негативные последствия события могут представляться как клиническая смерть, например, заголовок «*После клинической смерти*» (Эксперт, 23 ноября 1998).

4. Фрейм. «Методы лечение болезни».

Больным СЭД ставят диагноз. Ср.:

Переходя от общего диагноза к конкретным лечебным процедурам, борцы за интересы отечественной металлургии выдают на гора чуть ли не весь возможный в теории арсенал средств, применяемых апологетами госрегулирования. (Власть над отходами. Эксперт 11 октября 1999).

Лечение «болезней» от которых страдают СЭД и их деятельность в экономических текстах наиболее часто представляется как санация. Ср.: *Против решения об отзыве лицензии у Мосбизнесбанка выступил его санатор, Банк Москвы. Хотя он признал, что темпы санации после кризиса замедлились, но отметил рискованный ход Центробанка (Эксперт, 5 июля 1999).*

В качестве методов лечения применяется реанимация, ампутация. Ср.:

Грамотно организованные финансовые потоки реанимировали сельскохозяйственный банк. (Душ АРКО. Эксперт-Урал, 23 апреля 2001); лишение доли прибыли может представляться как ампутация, «Терапия ампутации» (Эксперт, 10 мая 1999).

Широко представлены примеры, в основе которых лежит концептуальная метафора «шоковая терапия». Ср.:

Действительно, полякам есть чем гордиться – «шоковая терапия» не прошла для них даром. (Польша не боится кризиса. Эксперт, 28 июня 1998).

Могут применяться ортопедические средства. Ср.:

На самом деле многочисленные ценовые соглашения – старый добрый костыль для «невидимой руки» неограниченной конкуренции

в кризисные периоды развития... (Кристаллизация по указке. Эксперт 21 июля 1999).

5. Фрейм. «Окончание болезни». Болезнь может закончиться частичным или полным выздоровлением. Ср.:

Сорос считает, что «мировые финансовые рынки оправились от потрясения, которое они пережили в прошлом году». (Бразилия выходит из кризиса. Эксперт, 10 мая 1999); *Дела лидера мирового алмазного бизнеса, компании De Beers, явно идут на поправку.* (De Beers поправляет дела. Эксперт, 28 июля 1999).

6. Фрейм. Возбудители болезней. Типично метафорическое использованием слов «вирус», «палочка». Ср.:

Распространяется вирус неплатежей (Эксперт 29 января 1996).

Анализ материала позволяет сделать вывод о том, что в русских текстах модель включает фреймы «Здоровье организма», «Болезни/увечья», «Течение болезни и состояние больного», «Способы лечения», «Окончание болезни», «Причины возникновения».

Как показывает анализ, в английском и русском языках фреймовый состав примерно совпадает. В русском языке выделен фрейм «причины возникновения болезни». Состав же фреймов значительно отличается. Так, в русских текстах СЭД приписывается большее число различных заболеваний, особенно по отношению к СЭД Российского рынка. В Английских текстах социальным злом становится экономика в состоянии алкогольного опьянения, в русских – в состоянии наркотической привязанности. В обоих языках первичные значения использованных слов в составе фреймов «Болезни/увечья» хорошо знакомы читателям и вызывают

эмоциональное отторжение и негодование, а образ больной экономики становится более действенным. В составе модели в английском языке содержится большее число экономических терминов.

2.3. Метафорическая модель «Экономика – это война»

Метафорическая модель «Экономика – это война» является второй по встречаемости употребления после модели «Экономика – это живой организм». В истории планеты трудно обнаружить сколько-нибудь длительные периоды отсутствия военных действий, пожалуй, невозможно представить культуру, в которой явления разного порядка не трактуются в терминах войны. Детальное изучение метафоры «Argument – is war» - «Спор – это война» провели Д. Лакофф и М. Джонсон, доказав, что метафоры «максимально структурируют наше восприятие, наше мышление и наши действия» (1990, С.388)

Войны ведутся по определенным моделям, в них есть противники, потерпевшие и победители, существует военная тактика и стратегия, проводятся атаки и отступления, захватывается территория противника и т.д. Метафорические выражения из военного лексикона широко используются в экономической литературе. Развитие и существование экономических систем и рынков описывается в терминах войны. Рынки ведут ценовые войны, воюют за потребителя и рынки сбыта, тарифные войны ведут государства, воюют между собой экономическое сообщества и организации, войны ведут финансовые органы и банки и т. д. Это доказывает, что денотативная область применения данной модели разнообразна и включает практически все виды деятельности экономических субъектов. Осмысление

экономических явлений в терминах войны стало настолько обыденным, что Дж.Лакофф и М.Джонсон относят их к «числу тех метафор, которыми мы «живем» в нашей культуре" (1990 с.389).

2.3.1. Метафорическая модель «Экономика – это война» в английском языке

В составе модели «Экономика – это война» выделяются следующие фреймы.

1. Фрейм. «War and kinds of war» - «Война и виды войн».

В основе данного фрейма лежит ряд концептуальных метафор, содержащих номинацию «война»: *banking war* – (война банков), *tariff war* – (война тарифов), *war babies (brides)* – (ценные бумаги компаний, производящих оружие, |дети, невесты войны|). Ср.:

The long- running ice-cream war is hotting up along with the British summer. (Долгая война производителей мороженого накаляется одновременно с летом в Великобритании). (Ice-cream wars. The Economist June 10th 1999); He also claims that, in a price war, AOL can be more competitive because its infrastructure costs have already sunk. (Он также утверждает, что в ценовой войне AOL может оказаться более конкурентноспособной благодаря тому, что издержки на инфраструктуру оказались невозвратными.) (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999).

В основе модели также лежат концептуальные метафоры, содержащие синонимы номинации «война», например, *battle* – (битва, бой), *fight* – (бой) Ср.:

*A battle is under way for the soul of the German shopper. (Идет битва за души немецких покупателей). (Sanctity or souvenirs? The Economist August 7th 1999); *Combining Brazil's four main carriers ... into**

perhaps two, might make sense for the international fights. (Объединение основных четырех бразильских компаний, занимающихся перевозками,... в две могло бы иметь смысл для ведения международных боев.) (Flag of convenience. The Economist August 7th 1999).

В составе таких выражений может использоваться компонент, несущий в своем значении указание на исход битвы. Ср.:

The anti-change lobby may be fighting a losing battle. (Лобби, настроенное против перемен, по всей видимости ведет заранее проигранную битву.) (Sanctity or souvenirs? The Economist August 7th 1999).

Метафорические выражения такого рода могут содержать компонент, направленный на усиление эмоционального восприятия. Экономические войны, битвы, бои могут быть *dangerous* – опасными, *terrible* - ужасными, *mortal* - смертельными, *bloody* - кровавыми и т.д. Ср.:

The fight is sure to get bloodier. (Борьба станет наверняка более кровопролитной.) (Sanctity or souvenirs? The Economist August 7th 1999).

Характерно также использование слова *combat* – (бой, поединок), который используется в английском языке и для обозначения боевых видов спорта. Ср.:

As Frank Coleman of the US Chamber of Commerce put it, PNTR «would clearly not be won by an air war alone». Instead, lobbies for corporate America learned about ground combat. (Как отметил Фрэнк Коулмэн, представитель Торговой палаты США, PNTR «не будет побеждена только за счет войны в воздухе». Вместо этого, лобби,

выступающие в защиту корпоративной Америки, узнали о наземном бое). (A much – needed victory. The Economist May 27th 2000).

2. Фрейм. «War-planning» - «Военное планирование».

Способность СЭД тщательно продумывать свои действия на рынке метафорически представляется как военное планирование, которое может осуществляться на протяжении всего жизненного цикла СЭД или экономической системы в целом. В составе фрейма можно выделить 2 слота.

2.1. Слот. Strategy - Стратегия. Данная языковая метафора входит в состав более тридцати терминов, например, *bargaining strategy* – (стратегия торгов), *monopoly strategy* – (монопольная стратегия) и т.д. Одним из компонентов термина может служить имя «автора» стратегии, например, *Markov(ian) strategy* - марковская стратегия, *Bayes(ian) strategy* – байесовская стратегия.

В пределах данного слота в полной мере находит выражение такое свойство модели, как открытость и незавершенность, о чем свидетельствует постоянное расширение денотативной сферы применения модели. Ср.:

... «strategic» industries, including cars, defence and pharmaceuticals... (... «стратегические» отрасли, включая автомобильную, оборонную и фармацевтическую ...) (French dressing. The Economist July 10th 1999).

2.2. Слот. Tactics - Тактика. Наиболее типично словосочетание *go slow tactics* – тактика медленной работы.

3. Фрейм. «Military actions» - «Военные действия».

Существование и деятельность СЭД осмысливается в терминах ведения военных действий. Участники событий могут атаковать

позиции противников, проводить оборонные мероприятия, осуществлять контратаки, блокировать позиции противника и т. д. Фрейм детально структурирован. В нем выделяются следующие слоты.

3.1. Слот. Attack - Атака. Активная позиция СЭД на рынке, обусловленная необходимостью ведения конкурентной борьбы, часто осмысливается как атакующие действия. Ср.:

Microsoft, nettled by the hostile testimony of AOL's chairman, Steve Case, in its antitrust trial, has launched a three-pronged attack on AOL. (Компания Microsoft, раздраженная злобными выпадами в свой адрес со стороны Стива Кейса, председателя AOL, предприняла на судебном процессе трехступенчатую атаку на AOL). (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999); Some Union bosses, angry that many eastern firms have spurned collective bargaining, are said to be furious that the Ossid are now attacking trading restrictions. (Говорят, что некоторые профсоюзные боссы были приведены в бешенство тем фактом, что многие восточные фирмы с презрением отнеслись к переговорам о заключении коллективного договора, а также тем, что Ossid атакует решения о торговых ограничениях). (Sanctity or souvenirs. The Economist August 7th 1999).

3.2. Слот. Defence - Оборона. Подвергающиеся атаке СЭД так или иначе реагируют на недружелюбное вмешательство извне. Деятельность компаний, рынков и экономик целых государств по защите своих интересов в условиях конкурентной экономики метафорически представляется как оборона. Ряд метафорических выражений имеют терминологический статус, применение таких терминов ограничено узкопрофессиональной сферой. Например,

defensive portfolio – портфель бумаг с низким уровнем риска (оборонительный портфель); defensive securities – стабильные ценные бумаги (оборонительные ценные бумаги).

Часто в оборонительных мероприятиях участвуют государственные или международные организации, призванные защищать права участников рынка. Ср.:

They have long claimed that the WTO defends free-trade rules and is actually in the pocket of big business. (Давно считают, что ВТО защищает правила свободной торговли и уже давно находится в кармане крупного бизнеса). (The Economist August 7th 1999).

В составе экономической терминологии широкое употребление также получил термин protectionism – протекционизм: использование тарифной политики для защиты национальной экономики, получения для нее односторонних преимуществ в международной конкуренции. (Б.Г. Федоров 1992). Однако область применения этого термина в настоящее время расширяется и не ограничивается экономической политикой на государственном уровне, политику протекционизма – то есть защиты от недружелюбных действий конкурентов самостоятельно проводят банки, компании, концерны, отрасли и другие СЭД. Ср.:

At first glance, this deal, like others in banking and defence, seems designed to protect a France that is increasingly disturbed by threat from European globalisation and integration in general. (На первый взгляд настоящая сделка, подобно другим в области банковского бизнеса и обороны, кажется была разработана для того, чтобы защитить Францию, все больше и больше обеспокоенную угрозой европейской

глобализации и интеграции в целом). (French dressing. The Economist July 10th 1999).

Проводя оборонные мероприятия или подготовку к ним, СЭД часто прибегают к *consolidation* – укреплению своих позиций. Укрепление часто выражается в объединении СЭД для проведения каких-либо совместных действий, консолидироваться могут практически все СЭД, но наиболее часто – банки и высоко конкурентные отрасли. Ср.:

...the current consolidation of the car industry... (...текущая консолидация автомобилестроения...) (Friendless Fiat. The Economist August 7th 1999); *Governments and central banks should stop needling in the consolidation of European banking.* (Правительствам и центробанкам следует прекратить неивствовать по поводу объединения консолидации Европейских банков). (European champion. The Economist July 10th 1999).

3.3. Слот. Invasion - Вторжение. Представлен концептуальной метафорой *intervention*- интервенция а также метафорическим использованием слов *raid* – набег, *conquest* – завоевание. Денотативная область применения термина *intervention* ограничена узкой сферой банковской и финансовой деятельности и применяется для указания изменений валютных курсов, облигаций, денежной эмиссии и т. д. Ср.:

But it is not the first time that the European Commission has been asked to rule on government intervention in banking. (Уже не впервые к Европейской Комиссии обращаются с просьбой ограничить правительственную интервенцию на банки). (European champions. The Economist July 10th 1999).

Более широкой сферой употребления обладают слова raid –налет и capture – захватывать. «Налет» могут совершать на фондовый рынок с целью изменить курсы ценных бумаг, на различные компании и другие СЭД с целью захвата контроля над ними. Ср.:

Bruce Kasrel ... expects that by 2003 cable and telecom providers will have captured 26mln subscribers. (Брюс Казрел ... предполагает, что к 2003 кабельные и телекоммуникационные провайдеры захватят 26 млн. абонентов). (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999).

3.4. Слот. Ending of military actions - Прекращение военных действий. Военные действия между сторонами могут завершаться перемирием. Ср.:

The second was that it was ending the armed truce with Microsoft that had lasted since 1996. (Во втором послании говорилось, что компания заканчивает военное перемирие с Microsoft, которое продолжалось с 1996 года). (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999)

4. Фрейм. «Participants in the military conflict» – «Участники военного конфликта».

4.1. Слот. Enemies – Враги. СЭД часто метафорически представляются как враги. Врагами могут стать любые СЭД – участники свободного рынка, например, враждуют банки, компании, отрасли, рынки, биржи. Ср.:

At the same time, it consummated a strategic alliance with Sun Microsystems, the inventor of the Java programming language and the market enemy of Microsoft. (В то же время она заключила стратегический альянс с Sun Microsystems, создателем языка

программирования Java и рыночным врагом Microsoft). (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999).

4.2. Слот. Allies – Союзники. Участники конфликта могут выступать в партнерстве с союзниками и создавать коалиции. Ср.:

The biggest impact of the passing of the China trade bill may be to share up with the free-trade coalition in the United States. (Самым значительным результатом после принятия законопроекта о создании режима благоприятствования по торговле китайскими товарами на территории США, Китай получит возможность стать полноправным участником свободных торговцев США [коалиции]). (A much-needed victory. The Economist May 25th 2000).

4.3. Слот. Aggressors - Агрессоры.

One cross-border merger is hard enough: two look like recklessness – especially given France’s prickliness over both job cuts and foreign raiders. (Одно слияние с зарубежной компанией уже достаточно сложно, два выглядят как безрассудство – особенно если учесть отношение Франции к сокращению рабочих мест и иностранным захватчикам). (Altogether. The Economist August 14th 1999); Unless Cadbury seizes the initiative and becomes a predator, it risks ending up as prey. (Если Cadbury не захватит инициативу и не станет хищником, то она рискует стать добычей). (The Economist May 27th 2000).

4.4. Слот. Victims – Жертвы.

Elf last month feel victim to just such an impulse, when its bid for Saga Petroleum, a listed Norwegian firm, was sabotaged by Norsk Hydro and Statoil, Norway’s two government-controlled oil companies. (В прошлом месяце компания Elf чувствовала себя жертвой. Ее участие в торгах за приобретение компании Saga Petroleum,

внесенной в списки норвежского приватизационного фонда, были саботированы двумя контролируемым государством нефтяными компаниями *Norsk Hydro* и *Statoil*) (French dressing. The Economist July 10th 1999).

4.5.Слот. Winners - Победители.

Picking e-commerce winners is crucial to the firm's success. (Приглашение победителей в электронной коммерции является наиболее значимым для успеха фирмы). (The Economist May 27th, 1999. Internet retailing)

5. Фрейм. «Arms and fortification» – «Вооружения и укрепления».

СЭД могут вести боевые действия на нескольких фронтах, строить укрепления, занимать позиции. Ср.:

Microsoft's third front against AOL is potentially equally damaging. (Третий фронт Microsoft против AOL разрушителен потенциально в равной степени). (Pricks and kicks. The Economist August 14th 1999); *This is not a problem unique to America: airline markets everywhere remain bastions of monopoly. Это не только американская проблема. Рынки воздушных перевозок повсюду остаются бастиями монополий.* (Flying into the air. The Economist May 25th 2000). *The report is a fascinating account of how a manufacturer of a cheap, easily-imitated consumer good can build such a dominant position in a market.* (14.08.99. Going for Coke). (Доклад представляет собой любопытный отчет о том, как производитель такого дешевого и неказистого товара смог завоевать доминирующее положение [позицию] на рынке).

В состав модели входят фреймы «Война и ее виды», «Военное планирование», «Военные действия», «Участники военных действий», «Оружие и укрепления».

2.3.2. Метафорическая модель «Экономика – это война» в русском языке

Анализ текстов показал, что в русской экономической лексика ММ «Экономика – это война» представлена широко и является одной из наиболее детально структурированных. Анализ текстов показывает, что область применения метафор модели распространяется практически на любые объекты микро и макроэкономики. Если в условиях развитой экономики ведение военных действий вызвано необходимостью конкурировать на рынке, то в условиях нестабильной экономики ведение войны обусловлено необходимостью выжить в периоды кризисов и экономических потрясений. Модель состоит из следующих фреймов.

1. Фрейм. «Война и ее виды».

Наиболее типичными «видами» войн, которые ведут СЭД, становятся информационная война, тарифная война, ценовая война, торговая война. Ср.: *Назревает торговая война между ЕС и Украиной* (Эксперт, 2 марта 1998); *Похоже, что создание одной крупной региональной компании за счет слияния мелких – единственный способ выжить в условиях ценовой войны*. (Авиаконцентрация. Эксперт, 23 апреля 1998); *...а Сибнефть сейчас воюет с Юкосом за Новосибирскнефтепродукт*. (Почем самостоятельность. Эксперт, 7 июня 1994).

Как военные могут расцениваться действия даже на самых традиционно-мирных рынках. Ср.:

С тех пор между Gucci и LVMH разразилась модная война за лидерство на рынке эксклюзивных товаров. (Модная война. Эксперт, 22 ноября 1994).

Типично также указание масштабов войны, например, тотальная война, локальная война. местная война, региональная война.

В составе фрейма также наблюдается ряд метафор, включающих синонимы. Ср.:

*Биржевое противоборство. (Эксперт, 23 марта 1998); Нашествие гомункулусов.(Эксперт, 22 ноября 1994); *Более того, между ними началась очередная схватка, на этот раз за германский, крупнейший в Европе рынок.* (Бело-розовая газета. Эксперт, 16 августа 1999); Бой с девальвацией. (Эксперт 7 июня 1994); Битва за Сибирь.(Эксперт, 23 марта 1998).*

2. Фрейм. «Военное планирование».

Представлен термином «стратегия». Например, *стратегические приоритеты компаний, стратегический инвестор, стратегическое партнерство, стратегия реформ, стратегия экономической экспансии* и т.д. В текстах содержатся примеры, содержащие собственные названия известных военных планов захвата территорий. Ср.:

И поэтому вполне понятен оптимизм Кишинева при известии о том, что в США разработан новый «план Маршалла» по подъему экономики стран Юго-Восточной Европы. (Новороссийский материк. Эксперт, 7 июня 1994).

3. Фрейм «Военные действия».

Военные действия СЭД ведут «по всем правилам» ведения войны. Проводятся атаки, контратака, отступления.

3.1. Слот. Атака. Ср.:

Но если речь идет о Goldman Sacks, то это вряд ли возможно концептуально. Спекулятивная атака – одноразовая операция.

(Эксклюзивный поставщик эксклюзивного клиента. Эксперт, 19 апреля 1999); *Начать атаку планируется с территории Италии и Скандинавии.* (Бело–розовая газета. Эксперт, 6 августа 1999); *В начале 70-х, в разгар нефтяных кризисов, японцы штурмовали рынок малолитражками с экономичными двигателями.* (Японское колесо катит быстрее. Эксперт 12 апреля 1998).

В тех текстах, где речь ведется от лица СЭД, часто говорится об атаке – как о вынужденной мере, о желании вести дела «более мирными способами. Ср.:

Концептуально для нас как посредников противоестественны атаки и разрушения – мы заинтересованы в строительстве и созидании. (Эксклюзивный поставщик эксклюзивного клиента. Эксперт, 9 апреля 1999). Закрепившееся в общественном сознании понимание того, что вести войну – это плохо, заставляет СЭД оправдывать себя в глазах других участников рынка за применение таких «крайних мер». В текстах, где речь ведется не от лица самих участников конфликта, оправдания атакующим не дается, часто присутствуют компоненты, усиливающие негативное восприятие СЭД – агрессора. Ср.:

Когда год спустя пришло время рассчитываться по кредитам, «Медиа-Мост» решил не платить и сразу перешел в наступление. (Аварийный мост. Эксперт, 22 ноября 1999).

Атаки со стороны конкурентов представлены «пострадавшими» как захватнические действия. Ср.:

В начале следующего века российский табачный рынок полностью захватят англо-американские концерны. (Ответного удара не будет. Эксперт, 13 апреля 1998).

3.2. Слот. Оборона. В основе лежит концептуальная метафора – укрепление. Например, укрепление рыночных позиций, укрепление позиций банка на рынке финансовых услуг, и т.д.

Обороняющаяся сторона в анализируемых текстах часто представлена в ореоле героя, ведущего бои в неравной борьбе. Ср.:

Первый удар принял на себя аргентинский экспорт промышленной продукции, пострадавшей прежде всего из-за экономических проблем в Бразилии, последней жертвы «азиатского гриппа». (Не плачь, Аргентина. Эксперт, 16 августа 1999.). *Отбор западных партнеров МВТП вело так, чтобы не уступить инвесторам ни пяди рынка.* (Восточный экспресс. Эксперт, 25 января 1999).

Часто СЭД следуют традиционным военным сценариям, сначала обороняются, затем идут в наступление. Ср.:

Наблюдатели сходятся во мнении, что если раньше Шуляковский держал оборону, то теперь перешел в наступление. (Морской бой. Эксперт, 22 ноября 1999).

3.3. Слот. Отступление. Неустойчивое положение СЭД на российском рынке, борьба за передел собственности, часто осмысливается как отступление. Слот основан на концептуальной метафоре «терять позиции». Ср.:

Россия сама виновата в том, что происходит, десять лет она сдавала одну позицию за другой. (Эксперт, 7 июня 1999); *Отсутствие сбытовой политики привело к тому, что к 19999 г. «Массандра» не только не завоевала новые рынки в дальнем зарубежье, но и сильно сдала позиции на своих традиционных рынках.* (Подайте миллионерше. Эксперт, 24 мая 1999); *Однако*

постепенно банк начал терять свои позиции... Во многом сдача позиций была predetermined «исторической ролью» банка. (Спрут расставляет щупальца. Эксперт, 23 марта 1998).

3.4. Слот. Стрельбы. Часто отношения между СЭД представляются как стрельбы. Ср.:

«Если бы я был на его месте, то не стал бы «расстреливать» покупку, ведь «Коммерсантъ» сейчас находится на взлете. С точки зрения элементарного хозяйствования расстрелять коммерсант на выборах – это просто бред»... На стрельбах могут происходить как попадания, так и промахи. Например, ... стопроцентное попадание во все сегменты рынка... (Чтобы не достался Лужкову с Примаковым. Эксперт, 16 августа 1999).

3.5. Слот. Окончание военных действий. Война СЭД заканчивается победой одних и поражением других СЭД. Ср.:

Борьба между менее и более эффективными собственниками должна продолжаться до окончательной победы последних. (К барьеру, господа конкурсанты. Эксперт, 28 апреля 1999).

4. Фрейм. Участники военных действий.

4.1. Слот. Враги. СЭД, ведущие военные действия представлены в анализируемых текстах как врагам. Например, *враждующие рынки, компании-враги, враждующие банки* и т.д. Враждебные факторы или явления, препятствующие нормальному развитию СЭД осмысливаются при помощи синонимов, усиливающих эмоциональное восприятие. Ср.: *НДС сегодня – главный душитель и враг производства.* (Фискальное танго. Эксперт, 22 ноября 1999).

Характерно, что существующая в общественном сознании связь война – криминальная война находит отражение и в экономической

лексике. Так, СЭД-враги выступают в качестве враждующих группировок. Ср.:

Ни для кого не секрет, что размещение по закрытой подписке допэмиссии акций по сей день остается одним из наиболее эффективных инструментов в борьбе враждующих группировок над тем или иным акционерным обществом. (Верните шинель. Эксперт, 19 апреля 1999).

4.2. Слот. Агрессоры. Как агрессоры выступают акционерные общества, банки, компании. Например, агрессивные рынки, агрессивная экономическая политика.

4.3. Слот. Личный состав. В военных действиях участвуют как рядовые, так и офицеры. Ср.:

Если опытный информационный боец холдинг «Медиа-Мост» начинает палить из орудий такого калибра, значит игра, в которую он ввязался, стоит свеч. (Аварийный мост. Эксперт, 22 ноября 1999); Жизни в статичной экономике уже никто не ждет, большинство нефтяных генералов предполагают, что следующей стадией развития отрасли будет образование нескольких крупных компаний путем слияния мелких. (Вторичная интеграция нефтяных компаний. Эксперт, 12 августа 1996).

4.4. Слот. Жертвы военного конфликта. Наиболее типично представление СЭД как жертв или заложников рынков или действий, осуществляемых государственными органами. Ср.:

И пока цены на нефть на внутреннем и внешнем рынке будут сильно различаться (сегодня более чем в два раза), отечественные автомобили будут оставаться заложниками мировой конъюнктуры. (Заложники экспорта. Эксперт 24 мая 1999); Первой жертвой (не

считая уже пострадавшей «Транснефти»...может стать ЮКОС...
(Почем самостоятельность. Эксперт, 7 июня 1999).

5. Фрейм. «Вооружения и укрепления». Наиболее типично использование такой метафоры в заголовках экономических текстов, например, *Не тратить патроны* (Эксперт, 22 января, 2001); *Сырьевая бомба* (Эксперт, 1 февраля 1999).

Итак, в состав модели «Экономика – это война» в русском языке входят фреймы «Война и ее виды», «Военное планирование», «Военные действия», «Участники военных действий», «Вооружения и укрепления».

Рассмотренные материалы позволяют сделать вывод о том, что военные метафоры становятся универсальным средством осмысления экономических реалий. Сформировавшиеся милитаризованные стереотипы общественного сознания навязывают представления противостояния экономических явлений и реалий. В условиях конкурентной экономики поиски врагов ведутся не только вовне, но и внутри экономических систем, метафора становится воплощением военного опыта, накопленного самой системой. Метафоры, входящие в состав модели «Экономика – это война» связаны с метафорами модели «Экономика- это спорт» общим смысловым компонентом – борьба, состязание.

2.4. Метафорическая модель «Экономические реалии - это животный мир»

Изучение зооморфной метафоры имеет большую традицию в отечественной лингвистике. Анализу функционирования зооморфной

метафоры в агитационно-политических текстах посвящен ряд работ А.П. Чудинова, Ю.Б. Феденевой. Зооморфные метафоры присущи языку в целом и языку экономики в частности. Следует отметить, что метафорическая модель «Экономические реалии – это животный мир» детально структурирована в экономических текстах.

Анализ зооморфной метафоры основан на идее о разграничении научной и наивной картины мира, согласно которой рассматриваемая метафора опирается именно на «наивную» классификацию мира животных, представляющую понятийную область данной метафоры. Для экономического языка оказывается достаточной примитивная классификация мира животных.

Для анализа зооморфной метафоры важны также идеи о согласованности культурных ценностей с метафорической структурой основных понятий данной культуры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, которые на примере ориентационной метафоры показали существование зависимости функционирования метафор от приоритетов культурных ценностей, которыми живет человек.

В разных культурах формирование ассоциативных связей, служащих основой для метафорического переноса, происходит по-разному. Совпадение наивных представлений и ассоциативного ряда приводит к заимствованию экономического термина, так, например, в русской экономической терминологии прижились термины, выражающие тенденцию к понижению или повышению рынка: bear market – медвежий рынок и bull market – бычий рынок.

2.4.1. Метафорическая модель «Экономические реалии - это животный мир» в английском языке

Важными для анализа зооморфизмов становятся идеи Э. Рош о выделении «базисных» категорий, о свойствах концептов которых в сознании людей содержится больше всего информации. Закономерность развития вторичных значений у концептов базисного уровня проявляется в полной мере в языке экономики.

Анализ показывает, что денотативная область применения данной модели значительно сужена по сравнению с денотативной областью применения моделей «Экономика – это живой организм», «Экономика – это война» и других моделей. Метафоры данной модели в английском языке часто используются в биржевой и финансовой сфере, очевидно, деятельность фондовых бирж и поведение биржевых маклеров имело сходство с поведением животных. Для экономической лексики также характерно использование образов ряда экзотических для фауны Великобритании животных (слон, шимпанзе, тигр), что, вероятно связано с бурным развитием экономики страны и, в частности фондового рынка и биржевой деятельности в период расцвета метрополии и освоения колоний.

Характерной особенностью данной модели является наибольшее содержание терминологии в составе фреймов.

В составе модели выделяются фреймы.

1. Фрейм. «Structure of animals' world» - «Состав мира животных»

1.1. Слот. Wild animals - Дикие животные.

Наиболее распространены такие образы диких животных, как bear – медведь, wolf – волк, fox – лиса, а также образы ряда экзотических

животных, например, tiger - тигр, elephant- слон, chimpanzee – шимпанзе, monkey – обезьяна. Ср.:

In the first quarter of this year, accounts surged by 40% thanks to the bear market, tradings and some of the largest marketing campaigns in America. (В первом квартале этого года счета поднялись на 40% благодаря рынку, играющему на понижение (медвежьему рынку), торгам и одной из крупнейших маркетинговых компаний в Америке). (The Economist May 27th 00. Fizz pop); ... the Celtic tiger, whose economy has grown up leaps and bounds over the past decade is over-reaching itself. (Кельтский тигр, чья экономика росла очень быстрыми темпами в последнее время просчитался). (The Economist May 11th 2000).

СЭД, действующие на рынке вслепую могут метафорически представляться при помощи образа обезьяны, например, *a blindfolded monkey* – обезьяна с завязанными глазами, или *a blindfolded chimpanzee throwing darts* – шимпанзе, играющая в дартс с завязанными глазами (Economist May 11th 00. Flaming fringes).

1.2. Слот. Domestic animals - Домашние животные.

В экономических текстах используются образы домашних животных, например, lamb – овца, car – корова, cat – кошка, dog – собака. Ср.:

... the private firm running the city's water now has a clear incentive to serve the poor, ... just like fat cats down the road. (Частные фирмы, занимающиеся водоснабжением, подобно жирным кошкам на дороге, готовы взять на себя обслуживание плохо обеспеченных потребителей). (The Economist March 25th, 2000. Nor any drop to drink).

Трудности, которые испытывают СЭД могут метафорически представляться как *a dog's life* – *собачья жизнь* (Economist 99). Метафорическое переосмысление получает образ *watchdog* – сторожевая собака, который используется для обозначения видов деятельности, связанных с контролем, аудитом, мониторингом со стороны различных организаций. Ср.:

Last week, the Nuclear Installations Inspectorate (NII), Britain's independent nuclear watchdog, produced a report lambasting its «systematic management failures».. (На прошлой неделе Инспекция по контролю за ядерными установками и независимая британская организация |сторожевой пес|, подготовила доклад, в котором подвергла суровой критике «систематические ошибки в руководстве»). (The Economist, March 4th 2000. Horried stuff British Nuclear Fuels).

Деятельность СЭД находит выражение при помощи образа свиньи. Ср.:

Daniel Drew spoke truly when he said. «To speculate as an outsider is like black pigs in the dark. (Дэниэл Дру был откровенен, когда заявил, что играть на бирже в качестве аутсайдера все равно что быть черной свиньей в темноте). (The Economist July 17th 2000).

Широкое распространение получил образ коровы. Ср.:

The boom in India's knowledge industries may have created the illusion that India can thrive even if it does not tackle such political sacred cows as its labour laws, its infrastructure and its rules that hamper the development of small industry... (Бум в высокотехнологичных отраслях индийской промышленности мог создать иллюзию того, что Индия начнет процветать, даже не внося изменений в такие

неприкасаемые сферы [священные политические коровы], как трудовое законодательство, инфраструктура и правила, которые мешают развитию мелкого бизнеса). (The Economist March 4th, 2000. India's economy) В экономической науке также представлен образ дойной коровы (по предложению Бостонской инициативной группы, разработавшей схему жизненного цикла товара), т.е. товара, приносящего максимальную прибыль при минимальных затратах.

Приобретая новые смысловые оттенки и обрастая новыми значениями многие названия животных становятся терминами. Например, cats and dogs - (|кошки и собаки| сомнительные ценные бумаги, не могущие служить обеспечением ссуды), wildcat securities – (|дикая кошка|, очень рискованные ценные бумаги, lamb – (|овца|, спекулянт, ведущий биржевую игру вслепую).

1.3. Слот. Extinct animals – Вымершие животные. Консервативные СЭД могут представляться при помощи образа динозавров. Ср.:

Japanese banks were dinosaurs and are little better now. (Японские банки были консервативными |динозаврами|, но стали несколько демократичнее). (The Economist July 10th, 2000. Rough ride ahead).

1.4. Слот. Anthropomorphic beings – Антропоморфные существа. Типично представление СЭД в виде антропоморфных существ. Ср.:

And don't forget what insiders like to call «the ghost of Jakarta». (И не забывайте о том, что инсайдеры любят называть «призраком Джакарты»). (The Economist March 25th 2000. Wanted: two million barrels).

Крупнейшие швейцарские банки и их менеджеры выступают в роли Gnomes of Zurich – цюрихских гномов.

Типично метафорическое представление крупных компаний как титанов или монстров. Ср.:

Although they were already markets in themselves, by pointing the other titans they hope to take advantage over the liquidity. (Хотя они уже сами по себе были рынками, указывая на других титанов, они хотели получить преимущество ликвидности). (The Economist March 4th 2000. Seller beware.).

1.5. Слот. Birds - Птицы. Представлен наиболее распространенными названиями домашних и диких птиц. К числу наиболее распространенных относятся turkey – (индейка, неудачная инвестиция), duck – (утка, компания в тяжелом положении), некоторые компании предстают в виде хищных птиц. Ср.:

Some are hawks who see nothing wrong with oil at 30 dollars a barrel. The consumer be damned. (Некоторые (производители) – ястребы, которые не видят ничего плохого в цене на нефть 30 долларов за баррель, - и к черту потребителя). (The Economist March 15th 2000. Wanted: two million barrels).

1.6. Слот. Fish - Рыбы. Наиболее типичен образ shark - акулы. Например, land shark – (спекулянт земельными участками |наземная акула|), shark repellent – (отпугиватель акул, защита компании от недружественного поглощения).

1.7. Слот. Insects - Насекомые. В состав терминологии входит ряд терминов, образованных при помощи переосмысления образа бабочки – butterfly. Например, butterfly spread - (спред «бабочка»); butterfly put spread – (спред «бабочка» для опционов «пут»); butterfly call spread – (спред «бабочка» для опционов «колл»).

2. Фрейм. «Parts of body and behaviour of animals» – «Части тела и поведение животных». В состав входит концептуальная метафора «быть под крылом». Образ крыла птицы несет на себе ряд коннотаций, содержащих представления о защищенности, комфорте, безопасности. В экономических текстах компании часто оказываются под крылом других СЭД, что не связано с недружественными планами. Ср:

Mitsubishi Motors hopes that Daimler will let it set up a holding firm ... under its wing. (Компания Mitsubishi Motors надеется, что Daimler позволит ей учредить под своим крылом холдинговую компанию). (The Economist March 25th 2000. Mitsubishi runs out of gas).

Продукты деятельности СЭД могут bite - кусать, bark – лаять.

3. Фрейм. «Dealing with animals» – «Обращение с животными». Наиболее распространено milking - доение. Распространенным занятием становится hunting – охота, например, *bargain hunting* – стремление скупить акции по исключительно низкому курсу. СЭД охотятся за прибылью, на других СЭД, на потребителя.

4. Фрейм. «Place of living» – «Место обитания». Представлен значительно уже, чем в русском языке. Местом обитания может стать охотничья площадка. Ср.:

Italy is becoming their favourite hunting ground. Италия становится их излюбленной охотничьей площадкой. (The Economist March 4th 2000. Families out of fashion).

Итак, в составе модели выделяются фреймы: «Состав мира животных», «Части тела и поведение животных», «Обращение с животными», «Место обитания животных».

2.4.2. Метафорическая модель «Экономические реалии – это животный мир» в русском языке

Специфика развития экономических рынков и отсутствие фондовых рынков и бирж во времена плановой социалистической экономики оказала свое влияние на развитие языка. В русской экономической лексике присутствует лишь ряд терминов, содержащих номинацию животное, заимствованных из английского. Но в экономических текстах содержится большое количество зооморфизмов, не входящих в состав терминологии и направленных чаще всего на дискредитацию предмета. В составе метафорической модели выделяются фреймы.

1. Фрейм. «Состав мира животных».

1.1. Слот. Дикие животные.

В текстах ярко представлен образ медведя. Биржевые игроки, ведущие игру на понижение получили название медведь – заимствованное из английского. Но непродуманная биржевая стратегия и желание получить прибыль любым путем, даже повальным снижением котировок привело к появлению нового участника биржевой игры – русского медведя. (Эксперт Урал 11.03.00). В текстах применяется образ *медведя* – *шатуна*, например, *миллиардом-шатуном* становится миллиард долларов, который поступает в Россию из-за рубежа. Образ шатуна подчеркивает неопределенность адресата и нецелевое использование этих средств (Эксперт, 4 октября 1999). Способность СЭД вести борьбу на рынке собственности находит выражение при помощи образа тигра. Ср.:

Обитатели холдинга бьются как тигры. (Эксперт 19 марта 2001); *Пали азиатские «тигры», рухнула японская иена*.

(Девальвация и мифотворчество. Эксперт, 29 июня 1998). Компании, врывающиеся на рынок, сметая всех на своем пути принимают образ *бешеного слона*. Распространен в экономических текстах образ *одинокого волка*. Ср.:

Прошедший год окончательно развеял миф о предпринимательстве как об одиноком волке. (Корпорация одиноких волков. Эксперт, 18 января 1999).

Образ льва – царя зверей принимают господствующие на рынке СЭД. Например, заголовок «*Рождение львов*» (Эксперт, 31 августа 1998). Мелкие компании находят выражение при помощи образа *мышь*. Ср.: *Мелкие фирмы – мышь (без определенной специализации в условиях конкуренции)*. (Эксперт, 31 августа 1998). Следует отметить, что компании находят выражение при помощи образов *мышей*, *лис* и *львов* в зависимости от размера.

Яркую негативную окраску несет образ *крысы*, при помощи которого автор выражает свое несогласие с существующей экономической стратегией. Ср.:

Помойку нужно расчищать, а не покрывать крахмальной скатертью. Помойка от скатерти чище не станет – только крысам (фирмам) будет под ней удобнее делать свои крысиные дела (Скатерка для крыс. Эксперт, 19 марта 2001).

Работа впустую, отсутствие результатов выражается метафорически при помощи образа *белки*, Ср.:

Белка в колесе - холостой оборот в общей мобильности рабочей силы. (Эксперт, 19 апреля 1999).

1.2. Слот. Домашние животные.

Часто в текстах используется образ *бешеной собаки*, СЭД бегут от налогов как от бешеной собаки. Распространен образ *коровы* или *дойной коровы*, в отличие от английского языка дойная корова – не товар, приносящий максимальную прибыль, а компания, за счет которой можно пополнить бюджет, так, например, дойными коровами становятся Газпром, ряд банков, целые отрасли. Ср.:

Глава сельскохозяйственного холдинга знает, как правильно доить мясо-молочную отрасль. (Деревенский менеджмент. Эксперт Урал 25.26.00); *Процедура реструктуризации в случае финансовых проблем стала распространяться на «священную корову» рынка капитала – еврооблигации.* (Опережая кризис. Эксперт, 10 апреля 2000).

Новые, неопытные компании находят выражение при помощи образа *теленка*, например, заголовков «Теленок в дубовой роще» (Эксперт, 16 августа 99).

Образ рабочей лошади традиционно применяется по отношению к различным СЭД, способным приносить прибыль. Ср.:

... из всех лошадиных сил работает газодобывающая отрасль (Эксперт, 12 марта 2001).

Экономика государства может принимать образ *кота*. Ср.:

«Кельтский тигр» (экономика Ирландии) превратится в обычного европейского кота. (Последний тигр Европы. Эксперт 5 июня 2000).

1.3. Слот. Птицы.

В образе птицы могут выступать любые СЭД.

К числу наиболее распространенных относятся образы ряда хищных птиц – соколы, орлы, стервятники. Ср.:

Личное состояние Марка Рича оценивают в несколько миллионов долларов. Его называют стервятником и утверждают, что он оказывается в любом месте, где пахнет прибылью (Пустите наших в Европу. Эксперт, 5 марта 2001).

Среди СЭД развито попугайство, когда кто-то начинает успешно действовать на рынке, тут же появляется множество попугаев, стремящихся занять эту нишу. Часто используется образ ласточки. Ср.: *Однако они вызвали интерес в прессе и были расценены как первые ласточки возрождающегося рынка синдикаций для России. (Кредиты в рассрочку. Эксперт, 20 декабря 1999).*

СЭД могут принимать образ беспомощных куриц. Ср.:

Первый тип поведения (компаний) – куроподобное, или паралитическое. Оно аналогично тому, что демонстрирует население курятника в присутствии хорька: птицы начинают хлопать крыльями, кудахтать, беспорядочно метаться, некоторые падают в обморок (Рывок на стайерской дистанции. Эксперт, 18 января 1999).

Впервые или вновь появившиеся на рынке СЭД или продукты их деятельности метафорически представляются как *грачи*. Например, в статье под заголовком «*Грачи прилетели*», в виде грачей предстает новый опыт обращения с ценными бумагами. (Эксперт-Урал, 11 марта 2000).

1.4. Слот. Рыбы. Неустойчивое положение СЭД на рынке может метафорически представляться при помощи образа рыбы. Ср.:

Глава «Онексима» ответил: «Мы рыбы в пустом аквариуме, мы должны наполнить его водой» (Корпорация одиноких волков. Эксперт 18 января 1999).

Наиболее распространен образ акулы, образ которой принимают любые, недружественно настроенные по отношению к другим участникам рынка СЭД. Ср.:

Ищите, ищите же, черт побери, точки и кластеры роста в российской экономике! И мы ищем ... в пасти акул шоу-бизнеса (Бизнес для патриотов. Эксперт, 12 марта 2001).

Крупные или наиболее важные СЭД, программы, стратегии могут находить метафорическое выражение в образе кита. Ср.:

Киты российского либерализма - экономические программы Гайдара, Федорова, Явлинского (Эксперт, 26 апреля 1995). .

1.5. Слот. Вымершие животные.

Крупные, немобильные СЭД находят выражение при помощи образа динозавра или мамонта. Ср.: *неповоротливые динозавры – крупные корпорации (Эксперт, 20 декабря 1999); Большая часть этих «мамонтов» (товаров) до конца столетия должна быть заменена.* (Последний пароход российских корабелов. Эксперт, 29 сентября 1997).

2. Фрейм. Части тела и поведение животных.

При зооморфном описании действий СЭД иногда используются наименования частей тела животных, направленных на проявление агрессии. СЭД используют щупальца, которыми охватывают рынки, наиболее популярен образ щупалец Газпрома и наиболее крупных банков. СЭД могут продемонстрировать острые зубы при нападении

или защите от врага. В целях защиты компании используют скорлупу.
Ср.:

Холдинги сегодня – это своеобразные государства в государстве..., а бизнес предпочитает развиваться в комфортных условиях некоей внешней защитной скорлупы. (Государство в государстве. Эксперт Урал 25.06.00). Кусаются на рынке налоги, кусачей становится налоговая база, кредитные ставки, кусает инфляция. Способность кусаться может нести положительную эмотивную окраску. Ср.:

...кусаются дорогой рубль, способствуя налаживанию внутреннего производства. (Эксперт, 17 июня 2000).

Активность компании может представляться как конский топот.
Ср.:

Мы такие компании наблюдали, - рассказывает г-н Емельянов. Это конский топот. Глаза горят, жизнь кипит, темпы развития фантастические. (Рыба растет с головы. Эксперт, 1 марта 1999).

Широкое применение получил образ крыла птицы, компании берут под крыло СЭД, пытаюсь опекать их. СЭД могут примерять и носить шкуру, не свойственную им по экономической природе.

СЭД, приносящие прибыль, выступают как *несушки, несущих золотые яйца*. Развитие бизнеса может метафорически представляться как *паутина*, например, вид паутины приобретает процесс вложения средств в развитие собственных предприятий. (Паутина роста. Эксперт, 30 октября 2001).

При правильном уходе СЭД хорошо плодятся, дают прирост. Ср.:

В 2000 году продажи часов со стальным корпусом выросли на 9,2%, ... более дорогие образцы дали прирост на 6.9 и 2.3% соответственно. (Эксперт, 12 марта 2001).

3.Фрейм. «Среда обитания животных».

Представлен концептуальной метафорой «среда обитания», например, среда обитания холдинга, банка, компании. Неблагополучная экономика может быть представлена в виде болота, трясины. Ср.:

Украина – это огромное и вязкое болото, над которым все тихо, только пахнет не очень приятно, а в самом омуте водится много чертей. (Кассеты и векторы. Эксперт, 29 января 2001).

Российские СЭД могут обитать в аквариуме. Ср.:

«Воду в аквариуме надо менять – у олигархов и «красных директоров» в запасе только проекты прошлого... (Эксперт, 18 января 1999. Корпорация одиноких волков). Сферой обитания СЭД становятся заповедники, в образе которых предстают офшорные зоны, питомники, например, в виде питомника для компаний выступают холдинги. (Ставка верховного шиномонтажника.29.01.01). Распространенным местом проживания становится лес. Ср.:

«Окаменевшим лесом назвал в свое время итальянские банки министр казначейства страны...он имел в виду неэффективную национальную кредитную систему. (Эксперт, 13 декабря 1999. Весна в «каменном лесу»).

В виде зоопарка представляется экономика советского периода, когда СЭД сидели в клетках и получали корм, а в последствии были отпущены на свободу, многие из них при этом обречены на гибель.

4. Фрейм. «Обращение с животными».

СЭД, принимающие образы животных требуют особого к себе отношения. В экономических текстах распространены примеры «потребительского отношения», так, например, получение доходов находит выражение в образе доения. Часто на СЭД ведется охота, они выслеживаются, отстреливаются, например, борьба с мелкими конкурентами предстает в заголовке как «*Отстрел мелкой дичи*». (Эксперт, 22 января 2001).

Метафорическая модель «Экономика – это животный мир» в русских экономических текстах представляет детально структурированное образование, состоящее из фреймов: «Состав мира животных», «Части тела и поведение животных», «Среда обитания животных», «Обращение с животными». В русском языке 90% метафорического употребления образов животных не имеет терминологического статуса и чаще всего направлено на «дискредитацию, резкое снижение предмета и обладает яркой пейоративной окраской» (Г.Н.Скляревская 1993, с.91). Справедливости ради следует отметить, что ряд зооморфизмов несет нейтральную и положительную эмотивную окраску, формируя у читателя положительное отношение к экономической деятельности и ее результатам. Следует отметить, что большинство указанных примеров касалось деятельности экономических рынков России, экономика которой находится в плачевном состоянии по сравнению с развитыми рынками ряда других государств. Тем не менее, во фреймовой структуре модели в русском и английском языках есть много общего, как, например, употребление одних и тех же образов животных. Основным отличием становится большая степень нейтральности английского словоупотребления. Отрицательную

окраску в обоих языках имеют зооморфизмы, характеризующие агрессивные действия компаний или государства. Примеры показывают, что радикальных отличий в ментальности носителей языка не существует, но реалии экономической действительности диктуют появление и существование в языке ряда семантических различий.

2.5. Метафорическая модель «Экономика – это дом»

2.5.1. Метафорическая модель «Экономика – это дом» в английском языке

В соответствии с этой моделью в английском языке многие виды экономических организаций и учреждений называются house – дом, например, fashion house – дом моделей, bond house – инвестиционный банк, clearing house – расчетная палата, freight house – грузовой склад, treasure house – казначейство, discount house – учетный дом и т. д. Ср.: *Private Italian fashion houses have seen a flurry of deals* (The Economist March 4th 2000. Families out of fashion.) (Частные итальянские модные дома стали свидетелями шквала сделок).

В составе модели содержатся фреймы.

1. Фрейм. «Design of the building» – «Конструкция здания». В состав фрейма входят слоты.

1.1. Слот. Outward design – (Внешнее устройство дома). В текстах и составе терминов содержится foundation – фундамент, это может быть фундамент экономики, отрасли – branch foundation, в другом значении – это фонд. СЭД закладывают фундамент – lay the foundation. Другим примером метафорического употребления стали

слова окно – window, gold window – (золотое окно), канал обмена валюты, discount window – дисконтное окно. Дверь – door, в здании существует парадная или главная дверь – front door и черный вход – back door. Соответственно, в метафорическом употреблении термин front door означает открытые регулирующие операции банка Англии, back door - анонимные операции банка Англии. Backdoor spending – (черный вход, расходы) правительственные расходы в обход законодательных решений. Как видно из примеров, в составе терминов слово черный вход несет компонент значения нелегальности, закрытости для общественности операций.

1.2. Слот. Interior design - (Внутреннее устройство дома). Внутри дома, в виде которого метафорически представлен широкий спектр СЭД можно обнаружить потолок – ceiling и пол – floor. Оба слова входят в состав терминологии. Их можно отнести к ориентационным метафорам, они применяются для обозначения нижнего и верхнего пределов значений котировок, индексов, цен. Например, full-employment ceiling – (потолок занятости), т.е. предел экономического подъема, определяемый полной занятостью. Слово floor – пол помимо значения нижнего предела, имеет в своей семантике значение часть, по которой ходят, отсюда биржевые маклеры, непосредственно участвующие в торгах на бирже метафорически представлены как floor brokers.

В биржевой лексике спекулятивная скупка акций метафорически представляется как corner – угол.

В доме можно обнаружить амбар, например, ...the asset-owning company... should garner a higher credit rating than at present. (Pipe dreams. January 6th,01). (... владеющая активами компания ...должна

запаслись |ссыпать в амбары| более высокими кредитными ставками, по сравнению с нынешними).

В виде лестницы - ladder может быть выражена дифференциация показателей деятельности. Продвижение по службе метафорически представляется как движение по корпоративной лестнице. Ср.:

For all the progress women have made up the corporate ladder... (January 6th,01) (*Несмотря на прогресс, который делают женщины, двигаясь по служебной лестнице...*).

1.3. Слот. Furniture and household objects - Мебель и предметы домашнего пользования. В данном слоте представлены термины рыночной экономики, например, basket of currencies – (составная единица, базирующаяся на ряде валют |корзина валют|), price scissors – ножницы цен, pot – (часть нового выпуска ценных бумаг, которая остается у менеджера для удовлетворения крупных заказов |горшок|), cushion – (период между датой выпуска ценной бумаги и первой датой погашения займа |подушка|) и др.

2. Фрейм. «Building of the house» – «Строительство дома».

2.1. Слот. Building of the house – (Строительство дома). Создание каких-либо СЭД часто характеризуется как строительство. Ср.:

The great brewing families – Heinken Anheuser-Bush and Miller – all emigrants from Germany and built global giants. (Small beer. The Economist July 28th 2001)(*Две великие пивоваренные семьи – Heinken и Miller – эмигрировали из Германии и построили мировых гигантов*).

2.2. Слот. Taking care of the house - Уход за домом. Представлен рядом терминов, например, washing bond – (сделки с облигациями с целью выигрыша на налогах, |моющаяся облигация|) sweep method – (метод прогонки |подметания|).

Изменения на рынке или внутри СЭД могут характеризоваться как наведение порядка. Ср.:

To this end, he promises to clean up the banks and sort out dull borrowers in industries such as construction and retailing (Mere fiddling. The Economist June 30th 2001) (В этой связи он обещает навести порядок |прибрать| в банках и провести отбор мелких заемщиков в таких отраслях, как строительство и розничная торговля).

3. Фрейм. «Destruction of the house» – «Разрушение дома».

Наиболее типично представление негативных изменений как collapse – обвал, разрушение. Ср.:

Just three years ago, oil prices had collapsed to \$10 a barrel, and the cartel was in complete disarray. (Trouble ahead. The Economist July 28th 2001) (Всего три года назад цены на нефть упали рухнули до \$10 за баррель и картель оказалась в полном замешательстве).

Как видно из примеров, модель в английском языке представлена в основном терминами, образованными способом метафорического переосмысления слов общелитературного языка. ДОП включает сферу биржевой деятельности, и виды деятельности, связанные с биржами и сделками с ценными бумагами. Модель состоит из фреймов «Конструкция здания», «Строительство дома», «Разрушение дома».

2.5.2. Метафорическая модель «Экономика – это дом» в русском языке

В соответствии с этой моделью, в русском языке некоторые виды учреждений называются «домом» и «двором», например, Печатный дом, Торговый дом, Монетный двор. В рассматриваемых текстах

используются метонимические заместители слова «дом», например, убежище, замок, больница, лепрозорий, пирамида, конструкция Ср.:

Укрыться от инфляции в золотом замке пока удел не многих (Эксперт, 26 сентября 1995. Номинация для инвестора); У российской экономики возникла возможность стать лепрозорием... Мы строим экономику лепрозория. ... *алюминиевый мегахолдинг превращается в весьма осязаемую конструкцию*. (Алюминиевая кость. Эксперт, 10 апреля 2000).

1. Фрейм «Конструкция здания». В составе фрейма в экономических текстах выделяются слоты.

1.1. Слот. Внешнее устройство дома.

Часто СЭД воздвигают фундамент, например, *экономический фундамент, фундамент стратегического планирования*, в условиях Российской экономической реальности фундамент может оказаться непрочным, гнилым.

Типичны также следующие словосочетания: *экономический фасад, фасад реформ*.

Деятельность СЭД под прикрытием или защитой государства, других СЭД или структур метафорически представляется как деятельность под крышей. Ср.: *«Рост пошел только год назад, когда у нее появилась крыша»* Недостатки или невыполнение обязательств со стороны покровительствующих структур приводит к тому, что крыша начинает протекать.

СЭД, чья экономическая политика и деятельность ориентирована на запад могут метафорически представляться в виде здания, с окнами на запад, соответственно, окна, обращенные на восток – стратегии, нацеленные на восточные регионы.

Преграды и препятствия могут метафорически представляться в виде стены, например, стена может возникать между потребителями и производителями, банки могут воздвигать/рушить стены между банком и клиентами.

Некоторые СЭД могут стать громоотводами, например, роль громоотводов чаще всего исполняют банки и компании.

Способность СЭД контактировать с между собой часто метафорически представляется как работа за закрытой или открытой дверью. Двери в экономических текстах часто выполняют защитную функцию. Ср.:

Все страны мира защищают своего производителя и только в нашей стране широко открыты даже не двери – ворота для импорта. (Поддержим штаны отечественного производителя. Эксперт-Урал, 27 августа 2001).

1.2. Слот. Внутреннее устройство дома.

В экономических текстах переосмысливается функция ряда составляющих здание помещений, например, скрытая деятельность может метафорически представляться как подвальная. Ср.:

В результате большинство комсомольских фирм ... ушло в небытие ... а их место на авансцене российского компьютерного бизнеса заняли подвальные фирмы, осознавшие, что производить самим выгоднее, чем продавать. (Вист на Девятерной. Эксперт, 6 сентября 1999).

Наиболее типично метафорическое представление видов деятельности или реалий как коридора или потолка. Например, валютный коридор, потолок цен, ссуды, объема производства.

Характерно метафорическое использование слова «этаж». Ср.:

Таким образом, происходило строительство АО «Коммерсант»: обе команды соискателей имели толкачей с нижних этажей ... и покровителей с верхних этажей. (12.06.98). Принятие наиболее важных решений происходит на этажах экономической власти – так метафорически представляются системы управления.

Способность рынка или СЭД удовлетворить спрос часто метафорически представляется как заполнение ниши. Ср.:

Иначе появившиеся ниши внутреннего спроса будут заполнены импортом. (Трудная эстафета. Эксперт, 13 декабря 1999)

1.3. Слот. Мебель и предметы домашнего пользования.

В текстах деятельность, направленная на откачку средств предстает в виде пылесоса. Например, *как пылесос работает экономика Китая*, существуют банки, работающие в режиме пылесоса, в виде пылесоса представляется центр, откачивающий средства из регионов, не оставляя им возможностей для самостоятельного развития.

Характеристика деятельности может представляться как зеркало, например, *зеркало компании, зеркало банка, налоговой базы.*

Отсутствие средств, товарной массы и т.д. представляется как пустой стол, например, заголовок *«Двери не заперты, стол пустой»* (Эксперт, 2 сентября 1999).

Экономические реалии могут представляться в виде шкафа, из которого пахнет нафталином. В издательском бизнесе результат деятельности компании может метафорически представляться как длина книжной полки (Эксперт, 12 апреля 99).

Часто в экономических текстах метафорически используются названия постельных принадлежностей. Неравномерность развития

экономики может метафорически представляться как лоскутное одеяло. Популярность приобретают образы подушки и матраса, под которые прячутся сбережения. При этом часто упоминается тот факт, что подушечные или матрасные сбережения – лакомый кусок для банков.

Для энергопроизводителей актуально представление реалий как электросчетчика. Ср.:

За несколько недель выработано и подписано ... соглашение о том, как совместными усилиями выполнять график по выработке энергии для АЭС. ... до недавнего времени взаимоотношения двух структур были далеко не безоблачными и напоминали спор соседей возле общего электросчетчика. (Счетчик на две квартиры. Эксперт, 9 ноября 1998).

2. Фрейм. «Строительство и ремонт». Представлен слотами:

2.1. Слот. Планирование дома. Наиболее типично метафорическое представление деятельности как составление проекта, например, СЭД проектируют бюджет, составляют проекты экономической стратегии и тактики, государство проектирует базу налогообложения.

2.2. Слот. Строительство дома. Создание экономических структур, реалий, рынков и т. д. Часто метафорически представляется как строительство. СЭД строят цивилизованный рынок, строят экономические отношения, строят акционерами, ведут долгосрочное и краткосрочное строительство экономики. Ср.:

Объединение алюминиевых собственников двух российских олигархов – только первый камень в строительстве гигантской металлургической корпорации. (Алюминиевая кость. Эксперт, 10

апреля 2000); *Успешный бизнес Сбербанка РФ – свидетельство правильно выбранной когда-то стратегии, ориентированной на построение универсального банка.* (Реаниматоры. Эксперт, 5 июня 2000).

2.3. Слот Ремонт дома.

Изменения стратегии, стремление привести деятельность в соответствие с требованием развитых экономик, реструктуризация СЭД может метафорически представляться как ремонт или перестройка Ср.:

Другое дело, что насильно заставляя ММВБ и прочие российские биржи «перекрашиваться» из АО в НП дело явно неразумное. (Биржа раздора. Эксперт, 16 ноября 1996); *Что же все-таки сподвигло «Сибирский алюминий» на резкую перестройку именно сейчас?* (Разделили, чтобы властвовать. Эксперт, 6 сентября 1999).

2.4. Слот. Уход за домом. В доме необходимо навести порядок, часто его требуется отмыть (отмывание денег), придать ему лоск. Борьба с долгами или убыточными компаниями представляется как чистка. Ср.: *Французы будут «чистить» Nissan.* (Эксперт, 5 апреля 1999). *Но потом, когда мы купили Восточную нефтяную компанию и начали наводить в ней порядок, группа воров тоже начала борьбу с нами.* (Эксперт, 31 мая 1999). *Необходимо снять излишнюю нагрузку и придать лоск нашему сервису* (Евроремонт в «Шереметьеве» Эксперт, 8 апреля 1999).

3. Фрейм. «Разрушение дома».

Наиболее острые периоды развития экономики метафорически представляются как разрушение, например, *разрушение банковской*

системы, обвалы рынков и ценных бумаг, биржевой крах. СЭД могут оказаться на развалинах экономики, руинах банковской системы, под обвалами рынка. Ср.: Вслед за тем Центробанк Нидерландов заявил о намерении продать 300 тонн золота до 2005 года, ... что обвалило цены еще ниже, до 280 долларов за тройскую унцию. (Золото – убежище. Эксперт 13 декабря 1999); Баланс интересов, десятилетиями складывавшийся на европейском рынке газа близок к краху. (Противостояние. Эксперт 5 июня 2000); Последствия могут быть самыми серьезными, вплоть до разрушения инфраструктуры и рынка ценных бумаг. (Биржа раздора. Эксперт, 16 ноября 1998).

Итак, в русском языке в состав модели «Экономика – это дом» входят фреймы: «Конструкция здания», «Строительство и ремонт», «Разрушение дома». Денотативная область применения данной модели может включать широкий спектр объектов, чаще всего сферу деятельности компаний, а также банков и других, касающихся финансов реалий.

Выводы по второй главе

Рассмотренные в настоящей главе материалы позволяют сделать следующие выводы об общих и особенных свойствах русских и английских метафорических моделей, функционирующих в экономическом дискурсе.

1. Общие свойства рассмотренных моделей (сфера метафорической экспансии, сфера метафорического притяжения, фреймовая (и в значительной степени слотовая) структура моделей в русском и английском экономическом дискурсах в значительной

степени совпадают. Показательно, что метафорические модели ЭКОНОМИКА – это ЖИВОЙ ОРГАНИЗМ, ЭКОНОМИКА – это БОЛЬНОЙ ОРГАНИЗМ, ЭКОНОМИКА – это ВОЙНА, ЭКОНОМИКА – это МИР ЖИВОТНЫХ, ЭКОНОМИКА – это ДОМ (ЗДАНИЕ) относятся к числу наиболее широко развернутых и в русском и в английском экономическом дискурсе.

2. Наиболее существенные различия в метафорическом моделировании российской и английской экономической реальности связаны с национально-языковыми особенностями слотового состава однотипных фреймов (например, русскому слоту «Рука» в английском языке соответствуют два слота «Hand» и «Arm» в английском) и с особенностями составляющих отдельные слоты концептов, что во многом связано с национально-культурными особенностями: например, русское слово «шатун» способно метафорически использоваться в экономических текстах, но подобная метафора нехарактерна для английских экономических текстов.

3. В английских экономических текстах встречается, как правило, больше метафор, чем в русских. Многие понятия, обозначаемые в русском языке при помощи заимствованных слов или при помощи составных наименований, в английских текстах обозначаются при помощи метафорического использования общеупотребительной лексики. Например, английское слово «swing» (значение – «предел взаимного кредитования») имеет метафорическую природу, так как восходит к общеупотребительному значению «качаться», «колебаться». Заимствованный из английского языка русский экономический термин «свинг» не воспринимается как метафора. Английский экономический термин «turkey» - это метафора, в основе

которой лежит образ индейки. На русский язык этот термин переводится составным наименованием «неудачная инвестиция», то есть в данном случае нет никакой метафоричности.

4. Наиболее широко представлено в английских текстах метафорическое использование лексики, связанной с человеком, его жилищем, животным миром. В русских экономических текстах метафорическое использование слов указанных групп встречается несколько реже. Показательно, что в ряде случаев при характеристике однотипных экономических ситуаций русские и англичане отдают предпочтение различным моделям: например, при обозначении серьезных недостатков в деятельности компаний англичане особенно часто используют образы, связанные с пьянством и похмельем (*drunk markets* – пьяные рынки, *drunk indexes* – пьяные индексы, *stock markets have a hangover* – фондовые рынки страдают от похмелья), тогда как русские предпочитают метафоры, связанные с болезнью (компании болеют, требуют реанимации, оздоравливаются, страдают от наркотиков и др.)

5. В русских экономических текстах (связи с давним изменением экономической системы) для обозначения многих экономических реалий в сфере фондового рынка, кредитования, валютных операций и др.) используются заимствования из английского языка, среди которых заметную роль играет заимствование английских метафорических образов. Например, «медведи» и «быки» – это биржевые брокеры, играющие соответственно на понижение и повышение курса акций; «тигры» – государства с бурно развивающейся экономикой. Подобные метафоры – одно из

существенных направлений воздействия английской экономической лексики на русскую.

ГЛАВА 3. Концептуальная метафора в тексте

В предшествующей главе рассматривались закономерности метафорического моделирования в общем континууме английских и русских экономических текстов. Основная цель настоящей главы – исследование роли метафорических моделей в организации конкретных текстов.

Как указывает М.Н. Кожина, в современной лингвистике существует «три основных, наиболее распространенных» понимания сущности текста: текст как явление реального функционирования языка, как единица речи; текст как единица общения (например, в лингвосоциопсихологии, семантике текста в концепции А.И. Новикова)» (М.Н. Кожина, 1996, с. 23). Для настоящего раздела наиболее значимо понимание текста как единицы речи, которую И. Р. Гальперин определил следующим образом: «Текст – это произведение речетворного процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с этим типом документа, произведение состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» (И. Р. Гальперин, 1981, с. 18).

Основными параметрами текста как единицы речи являются его цельность (целостность) и связность (Л.Г.Бабенко, Ю.С.Сорокин, Л.Н.Мурзин и др.). Целостность текста «ориентирована на план содержания, на смысл, она в большей степени психолингвистична, и

обусловлена законами восприятия текста, стремлением читателя, декодирующего текст, соединить все компоненты текста в единое целое» (Л.Г.Бабенко, 2000, с. 56). Целостность – «есть латентное (концептуальное) состояние текста, возникающее в процессе взаимодействия реципиента и текста» (Ю.С.Сорокин, 1982. С. 65). Читатель воспринимает текст как некоторое единство, хотя и не всегда до конца осознает причины такого восприятия. Мы считаем, что существующая в том или ином тексте система концептуальных метафор может способствовать восприятию данного текста как определенного единства.

Связность текста – это «рядоположенность и соположенность строевых и нестроевых элементов языке (речи), есть некоторая дистрибуция, законы которой определены технологией соответствующего языка» (Ю.С. Сорокин, 1982, с. 65). К числу обеспечивающих связность текста элементов языка во многих случаях относится и система метафор: как показывают даже предварительные наблюдения, метафоры в рассматриваемых экономических текстах часто представляют собой не случайный набор абсолютно автономных элементов, а своего рода систему. Организующим стержнем этой системы становится та или иная метафорическая модель.

Основная гипотеза, лежащая в основе данной главы, - это представление о том, что концептуальная метафора (параллельно с другими средствами) способна обеспечивать связность и цельность текста. Как показывает А.П. Чудинов (2001, с. 205 – 209), политические тексты часто организованы таким способом, что в них ясно ощущается доминирование какой-то одной метафорической модели. В этом

случае в тексте обнаруживается значительное число взаимодействующих метафор, соответствующих этой модели. И эта система метафор способствует восприятию текста как определенного единства, она связывает отдельные части текста в единое целое.

Способность к развертыванию в тексте – важнейшее свойство концептуальной метафоры. Например, если в тексте появляется та или иная концептуальная метафора (например, деятельность СЭД – это война), то можно ожидать ее развертывания по самым разнообразным фреймам: война ведется по определенным законам, в ней есть победители и побежденные, в войне принимают участие различные подразделения, войсковые группы, участники военных событий применяют различные виды вооружений и т.д.

Основная задача настоящей главы – исследование закономерностей развертывания метафорических моделей в пределах текста. В первом разделе описываются основные виды такого развертывания: ярко выраженное доминирование одной модели (и даже одного фрейма) и параллельное развертывание двух-трех моделей.

Как известно, современная лингвистика выделяет ряд сильных (то есть наиболее значимых для восприятия) позиций текста. Это начало и концовка текста, его заголовок, эпиграф (Г.И.Богин. Н.А.Кузьмина, Э.А.Лазарева, Ю.А.Сорокин и др.). Очевидно, что метафора, оказавшаяся в сильной позиции, воспринимается как наиболее значимая. Она часто организует всю метафорическую систему текста и поэтому представляет особый интерес для исследования. Поэтому во втором разделе настоящей главы рассматривается взаимодействие метафорического заглавия и других метафор текста.

3.1. Закономерности развертывания концептуальной метафоры в тексте

Объем журнальной статьи дает широкие возможности для использования потенциала метафоры и в то же время способствует целостности восприятия системы метафор. Анализом функционирования метафор в тексте занимался ряд исследователей, например, Кузнецова, рассматривает архетип как «программу порождения художественного текста» (с.310). Автор статьи свободен на этапе выбора языковой формы, он пользуется как традиционными номинациями, так и новыми, если они становятся актуальными для данного этапа, экономический язык при этом становится одним способов возможных реализаций системы общелитературного языка. На разных этапах развития экономики актуализируются различные метафоры, но количество «сценариев» разворачивания метафор в отдельных текстах может быть ограничено. Попробуем рассмотреть ряд выделяемых сценариев.

Первый вариант. В рамках одного текста в английском языке разворачиваются метафоры, относящиеся к одному фрейму. К данному варианту относим сценарии, в которых не менее 70% метафор относятся к одному фрейму. В качестве примера рассмотрим статью под заголовком «Dangerous liaisons» из журнала Economist July 8th,00. Основная тема публикации - предполагаемые эффекты дерегулирования области авиаперевозок. СЭД – авиакомпании представлены в статье как партнеры, вступающие в любовные связи, терпящие размолвки, заключающие союзы. Метафорично уже само название статьи – *Dangerous liaisons* – опасные любовные связи, предполагающий, что адресат текста воспримет заголовок как

настраивающий на определенное восприятие событий в данной отрасли. Естественно, что для восприятия статьи необходим некий общий для адресата и адресанта фон знаний, в данном случае о событиях, происходящих в отрасли и их участниках. Заголовок обнаруживает также и значительный ассоциативный потенциал негативного снижения объекта: объединения компаний представлены не как заключение брачного союза, женитьба, а как опасная любовная связь, адюльтер, которая, возможно, обладает некоей разрушительной силой, может привести к негативным последствиям. После такого заголовка следует целый ряд метафор с сильным негативным вектором. В тексте появляется новый образ слияния компаний – они прыгают в кровать друг к другу. Ср.:

Airlines have been leaping into bed with each other as never before in order to skirt rigid regulation. With deregulation, such liaisons become less necessary. (Авиакомпании прыгают друг к другу в постель как никогда раньше, в попытках обойти меры по регулированию. Такие любовные связи станут не нужны по мере дерегулирования отрасли).

В тексте находит реализацию тема размолвки, ссоры партнеров. Сделки между авиакомпаниями представляются как повод для ссоры, отношения с новыми партнерами представлены в виде флирта, развлечения, поиск новых партнеров на рынке представляться в виде супружеской неверности. Ср.:

Now, Sabena's deal with SAir has opened up new options for AA: SAir, in turn, is a member of the Qualiflyer alliance, a European grouping, which AA could now join. Such infidelity would cause a nasty tiff with BA, with which AA has been having an unsatisfactory dalliance for the past four

years. (Сейчас сделка между Sabena и Sair открыла новые возможности для American Airlines: в свою очередь SAir является членом альянса Qualiflyer, Европейской группы, к которой сейчас может присоединиться AA. Такая супружеская неверность вызовет ужасную размолвку с British Airways, с которой AA неудачно флиртует последние четыре года).

В тексте происходит дальнейшее развертывание метафор фрейма, меры по дерегулированию представляются как пособники флирта, а новые объединения или поглощения СЭД как обмен партнерами. Ср.: *Deregulation is encouraging other flirtations*. (Дерегулирование поощряет такой флирт). Далее следует описание возможного поглощения компании KLM со стороны BA. Ср.:

Much swapping of partners is likely to take place over the next few months. (В течение следующих нескольких месяцев наиболее вероятен частый обмен партнерами).

Автор активно продолжает использовать образы метафор данного фрейма. Так, например, два крупнейших авиаперевозчика Великобритании, компании British Airways и Virgin, по отношению к которым правительство собирается вести политику протекционализма, выступают в образе *девы/девственницы в углу* – *Virgin in the corner*, которой не находится места в создавшейся ситуации.

Доминантной метафорой в рамках статьи становится распространенный термин *alliance* – *альянс, союз* (во втором значении в словарной статье – брачный союз), который используется более 10 раз. Ср.:

The world's airlines started alliances a decade ago. (Авиакомпании в мире начали образовывать альянсы |букв. брачные союзы| десять лет назад). But now that governments are reducing the regulations that alliances circumvented, the alliances are being undermined. (Но сейчас, когда правительства уменьшают меры по регулированию, которые эти альянсы обходили, альянсы оказываются подорванными) ...

В статье также находит применение одна генетивная метафора, относящаяся к модели «Экономика – это живой организм», фрейму «Части тела». Ср.:

Mike Whitaker, head of regulatory affairs at United... - Mike Whitaker, глава распорядительного органа... .

Есть пример метафоры смежной модели «Экономика – это больной организм». Ср.:

In the mid-1990s, the Americans gave airlines such as United, Lufthansa, KLM and Northwest immunity from antitrust legislation. (В середине 90х Американцы дали защиту |иммунитет| от антitrustовского законодательства таким авиалиниям, как United, Lufthansa, KLM и Northwest).

Итак, примеры свидетельствуют о том, что доминантной в анализируемом тексте становится антропоморфная метафора с исходной понятийной областью – «Анатомия и физиология». Из 11 метафорических словоупотреблений в тексте 9 входят в состав фрейма – «брак/любовная связь организма», есть лишь 2 эпизода взаимодействия со смежной моделью. Выбор доминанты кажется вполне мотивированным яркими событиями, происходящими в отрасли авиаперевозок, где, очевидно, поведение на рынке некоторых СЭД напоминает вполне распространенные сюжеты из жизни.

Примеры аналогичного метафорического сценария можно обнаружить и в русских текстах, хотя такой вариант построения метафорической цепочки в русских текстах менее продуктивен, чем в английских. Наиболее часто такой сценарий встречается при применении метафор фрейма «Брачные отношения организма», модели «Экономика – это живой организм» (конкретный пример рассматривается ниже в связи с заголовком). Часто в русских текстах встречается вариант разворачивания цепочки метафор, принадлежащих фреймам модели «Экономика – это движение». Рассмотрим пример разворачивания цепочки фрейма этой модели.

Статья под заголовком «Американский вирус заразил Японию» (Эксперт, 5 марта 2001) посвящена динамике индексов Nikkei. Экспрессивность заголовка статьи, безусловно, настраивает адресата (специалиста по фондовому рынку) на восприятие статьи. Специалисту, знакомому с историей вопроса, (колебанием индексов на американском фондовом рынке), становится ясно, что подобной «болезнью заражается» и рынок Японии. Доминантной моделью статьи становится модель «Экономика – это движение», фрейм «Направление движения»; употребление автором метафор с негативным вектором поступательного или резкого движения вниз позволяет раскрыть идею статьи, заявленную метафорическим заглавием. Большинство метафор, использованных в данной статье, относится к числу стертых, но существующее в сознании понимание того, что за редким исключением, (падение инфляции), движение вниз – это плохо, позволяет говорить о негативном векторе данной статьи. Ср.:

*Однако главным свидетельством надвигающегося кризиса, стало рекордное падение токийского фондового рынка – в прошлую среду индекс *Nikkei* достиг минимального за последние пятнадцать лет уровня в 12681,66 пункта. Большое значение этому падению придается неслучайно. ... Продолжит ли свое падение индекс *Nikkei* и, если продолжит, насколько глубоким оно будет, до конца еще не ясно. Однако очевидно, что две основные причины, толкнувшие японский фондовый рынок вниз, будут продолжать действовать еще достаточно долго.*

Неоднократное употребление метафоры движения создает ощущение напряжения в экономике страны, которая в течение десятилетий не испытывала потрясений, обладая «идеальными госфинансами, не знала, что такое дефицит бюджета и государственный долг». Нарастание цепочки метафор фрейма продолжается, когда автор дает характеристику аналогичной ситуации на американском фондовом рынке, где происходит падение индекса NASDAQ, падение потребительского доверия. Ср.:

*Поэтому падение NASDAQ может продолжиться, и в таком случае он вслед за *NIKKEI* опустится до уровня кризисной осени 1998 года, то есть в район 1880 пунктов.*

В тексте есть примеры эпизодического использования метафор других моделей, например, «Экономика – это больной организм». Ср.: «Симптомы неблагополучного состояния японской экономики в последнее время появлялись с удручающей регулярностью».

Как показывают примеры, фреймовая структура данной статьи состоит из метафор одного фрейма и включением метафоры другой

модели, что способствует созданию атмосферы неблагоприятного развития рынка и темы, заявленной заголовком статьи.

Второй вариант. В этом случае в английском языке в тексте происходит многоаспектное развертывание метафор, принадлежащих разным фреймам одной модели, приобретающей функцию метафорической доминанты, метафоры модели лишь эпизодически взаимодействуют с метафорами смежных или оппозиционных моделей.

В качестве примера такого варианта развертывания метафор в экономических текстах в английском языке рассмотрим статью, озаглавленную «Crunch time, again?» (The Economist August 7th 1999). В данном случае заголовок статьи «Время ограничений снова настало?» не дает напрямую представления об авторском выборе метафоры для описания событий, происходящих на рынке. Слово *crunch* (букв. треск) в экономической лексике зафиксировано как термин, со значением недостаточность, ограничение, и в сознании читателя, а особенно специалиста, безусловно, вызывает негативные ассоциации, так как недостаток, ограниченность каких-либо ресурсов в условиях рынка имеет, как правило, негативные последствия. Подтверждение этого предположения обнаруживается уже в первых строках статьи, которые дают читателю представление о напряженном положении на Нью-йоркской фондовой бирже. Денежный рынок выступает в статье как больной организм, страдающий целым набором заболеваний, в рамках данного текста финансы больны расстройством пищеварения, страдают дежа вю, и парализованы. Ср.:

The fear that paralysed the world's financial markets last autumn first revealed itself in July 1998, in the shape of falling share prices and widening spreads between yields on risky bonds and low-risk liquid Treasury bonds. (Страх, парализовавший мировые финансовые рынки прошлой осенью впервые проявил себя в июле 1998 в виде падения цен на акции и увеличения разрыва между доходами по рисковым облигациям и нерисковым ликвидным долгосрочным казначейским обязательствам). Далее разворачивается образ фондового рынка – как больного организма. Ср.: A year later, Wall Street is experiencing a severe case of deja vu... (Спустя год Уолл-стрит переживает тяжелый случай дежа вю...); So spreads may be rising simply because so much supply has given the markets indigestion. (Итак, разрыв может расти, потому что такое большое предложение привело рынки к несварению).

Представленные примеры свидетельствуют, что для описания положения на финансовом рынке автор прибегает к образу больного организма, страдающего как физическими, так и душевными недугами, что в нашей классификации соответствует представленному двумя слотами фрейму «Болезнь организма» метафорической модели «Экономика – это больной организм».

Набор метафор данного текста не ограничивается метафорами одного фрейма модели. В тексте обнаруживаются примеры использования метафор, входящих в состав фреймов «Состояние больного» и «Способы лечения». Так, например, состояние фондового рынка в тексте дважды характеризуется как кризисное. Ср.:

«Wall Street is in the early stages of a hot money crises,» reckons Mr Noland. («Уолл-стрит находится на ранних стадиях кризиса

«горячих» денег», считает э-н Ноланд.); *The world banking system is probably less vulnerable to a liquidity crisis than it was last year.* (Мировая банковская система вероятно менее уязвима со стороны кризиса ликвидности, чем в прошлом году).

В качестве методов лечения больной финансовой системы в тексте предлагается инъекция. Ср.:

Indeed, the Treasury said this week that it would inject liquidity into the market by repurchasing some of its debts before they mature. (Действительно, на этой неделе Казначейство заявило, что произведет вливание (инъекцию) ликвидность рынку за счет покупки ранее проданных долгов до того как наступит срок платежа (букв. до того как они достигнут зрелости). В данном примере присутствует метафора модели «Экономика - это живой организм», фрейма «Рост организма», которую можно рассматривать в качестве параллельной модели.

В тексте также обнаруживается метафора, которую мы можем отнести в рамках данного контекста к фрейму «симптомы болезни». Процессы, происходящие на денежном рынке вызывают у СЭД сильное потоотделение. Ср.:

No wonder Wall Street is awash in sweat. (Неудивительно, что Уолл стрит покрыта потом), а СЭД – участники этого рынка sweat buckets – сильно потеют (букв. потеют ведрами).

В рассматриваемой статье встречаются и факты метафорического употребления, которые не входят в состав модели «Экономика – это больной организм» Ср.:

Matters are further complicated by the expectation that after August the Fed will enter a kind of purdah ahead of the end of the year... (Дела

еще более осложняются ожиданием того, что после августа до конца года Федеральные органы войдут в своего рода занавесь... (т.е. не заявят о своих планах открыто).

Итак, в данной небольшой по объему статье (около 3000 знаков) обнаруживается девять случаев метафорического словоупотребления, из которых семь относятся к различным фреймам метафорической модели «Экономика - это больной организм»: три примера фрейма «Виды болезней», два однотипных примера фрейма «Состояние больного», один пример фрейма «Лечение болезни». Один случай метафорического словоупотребления входит в состав параллельной модели «Экономика – это живой организм», один – в состав оппозиционной артефактной модели «Экономика – это здание». Как по количественному соотношению, так и по силе эмоционального воздействия на читателя в качестве доминанты текста можно выделить модель «Экономика – это больной организм», метафоры которой в составе текста структурируются по ряду фреймов.

Примеры развертывания в рамках одной публикации метафор, принадлежащих фреймам одной модели, типичны для русского языка. Рассмотрим статью, озаглавленную «Эпидемия жестокости» (Эксперт, 13 июля 1998). Метафора заголовка входит по нашей классификации в состав модели «Экономика – это больной организм». Статья посвящена анализу ситуации со сбором налогов, и, в частности, задержкой уплаты налогов корпорацией «Газпром». Действия Государства и корпорации метафорически представляются автором при помощи военной метафоры. Доминантным фреймом статьи становится фрейм «Ведение военных действий», участниками

которых становятся государственные органы и корпорация «Газпром», например, действия Кабинета по сбору налогов характеризуются как «атака», «прессинг», «провокация». Ср.:

Кабинет перешел к плотному прессингу на налоговом фронте. ...В прошлом номере мы ...предположили, что последняя по времени фискальная атака на «Газпром» связана в том числе и с продолжающимися архиважными переговорами России и МВФ относительно стабилизационного кредита. ... действия правительства вполне могли спровоцировать руководство РАО на попытку шантажа. ...куда более агрессивный Борис Федоров, способный на такие экзотические фискальные ходы, как арест газа в трубе.

Ответные действия «Газпрома» также характеризуются при помощи метафор фрейма «Ведение военных действий». Ср.:

Теперь у него («Газпрома») нет другого пути как распространить силовой стиль на общение со своими контрагентами. Созданию атмосферы военного времени способствуют другие метафоры модели. Например, критика действий правительства ведется при помощи метафор фрейма «Ведение военных действий». Ср.:

...уж больно скверно был выбран момент для натиска, больно велик риск – Госдума, благоволящая «Газпрому», как раз рассматривала правительственный пакет налоговых законопроектов.

В статье есть пример метафоры «Участники военных событий», так, например, «Газпром» представляется в виде жертвы. Ср.:

Первой жертвой стал «Газпром».

В статье используются метафоры других моделей, например, положение «Газпрома» характеризуется при помощи метафоры модели «Экономика – это больной организм». Ср.:

Событием могло бы быть резкое усиление этого интереса - до такой степени, чтобы «Газпром» более не мог его удовлетворить без непоправимого ущерба для своего здоровья. Или метафоры «Экономика – это стихия». Ср.:

И только тогда над «Газпромом» грянул гром.

Примеры показывают, что в рамках статьи строится цепочка метафор фреймов одной модели с эпизодическим включением метафор других моделей.

Третий вариант. В этом случае в составе текста происходит развертывание метафор, принадлежащих различным параллельным или оппозиционным моделям. Рассмотрим в качестве примера такого метафорического сценария английский текст под заголовком Families out of fashion (The Economist March 4th 2000), (Семьи вне бизнеса), в котором автор знакомит читателя с процессами на рынке моды, где активно происходят дружественные и недружественные поглощения и слияния компаний, а также увеличения или сокращения номенклатуры товара. В данном случае заголовок не несет сильной метафорической нагрузки, но дает представление о содержании статьи. Нужно отметить, что процессы, происходящие на данном рынке, имеют достаточно хаотичный характер. Несмотря на то, что выпуск продукта на рынке моды подчиняется общим законам конкурентного рынка, конечный результат во многом определяется личностью владельца компании. В статье автор приводит примеры деятельности большого количества компаний, различающихся по масштабам производства,

номенклатуре товара, популярности и т.д. Возможно, такая насыщенность СЭД в некоторой степени может служить объяснением разнообразия метафорических выражений, использованных в данной статье, где обнаруживаются примеры, входящие в состав метафорических моделей «Экономика – это война», «Экономика – это спорт/игра», «Экономика – это животные», «Экономика – это дом».

Компании по выпуску модной одежды и аксессуаров представлены как *fashion house* - модный дом или *cottage industry* – надомное производство (букв. коттеджное производство). Ср.:

Krizia, a fashion house based in Bergamo, is run by a septuagenarian, Mariuccia Mandelli, and her husband, who have no heirs. (Krizia, дом моды, расположенный в Бергамо, управляется семидесятилетней Мариуцией Манделли и ее мужем, у которых нет наследников); Now, however, luxury goods are being transformed from a cottage industry into a multi-branded business run by professional managers. (Однако сейчас, производство предметов роскоши выходит за рамки надомного производства [коттеджного] и становится бизнесом по производству большого количества торговых марок, который возглавляется профессиональными менеджерами).

Оба метафорических словоупотребления входят в состав терминологии и не несут эмоциональной окраски, но дают представление о масштабах, произошедших в отрасли. В другом случае, компании, стремясь сохранить контроль над семейным бизнесом, меняют стратегию отношения к номенклатуре товара, добавляя новые бренды к уже имеющимся. Ср.:

Prada is one of the few big Italian firms that seem intent on keeping family control, even as it adds brands to its stable. (Прада – это одна из немногих крупных итальянских фирм, которая, кажется намерена сохранить контроль над бизнесом со стороны семьи, даже за счет прибавления брендов [пород] в своих конюшнях). Выбор метафор, которые мы относим к модели «Экономика – это дом» нам представляется вполне закономерным, так как многие итальянские фирмы – производители модной одежды родились, выросли в рамках одной семьи, проживающей в одном доме.

Поведение фирм-производителей модной одежды на рынке в условиях жесткой конкуренции очевидно имеет некое сходство с нравами в мире животных, автор неоднократно прибегает к использованию метафор различных фреймов модели «Экономика – это животные». Так, например, крупные конгломераты, такие как Gucci и LVMH, занимающие лидирующие позиции, представлены в виде монстров. Ср.:

But these monsters are mindful that their existing brand can not be stretched too far. (Но эти монстры понимают, что их существующие бренды не могут быть использованы бесконечно).

Другим ассоциативным рядом, заложенным в использовании метафор этой модели становится ряд образов, связанных с охотой на животных (фрейм «Обращение с животным»). Ср.: *That is why they are on the prowl. (Вот почему они (компании) рыскают в поисках добычи); Italy is becoming their favourite hunting-ground. (Италия становится их любимой площадкой для охоты); In the end, however, and for all the increasing professionalism of luxury goods, they always remain beholden to the brilliance of a designer who can flounce off the catwalk. (Однако,*

несмотря на все увеличивающийся профессионализм в области модных товаров, они благодарны великолепию дизайнера, который может вовремя уйти с кошачей тропы).

По-видимому, некоторые компании не столь агрессивны на рынке и их поведение в тексте представлено при помощи метафор модели «Экономика – это игра». Ср.:

Now even the bigger firms are in play. (Сейчас даже более крупные фирмы вступают в игру). (Речь идет о Giorgio Armani).

Но, конечно, компании не могут ограничиться играми и в тексте есть примеры реализации модели «Экономика – это война». Ср.:

Bulgary, Gucci, Prada and LVMH all scrambled for Fendi, which is owned by five sisters and is famous for its «Baguett» handbag. (Bulgary, Prada и LVMH все они борются за фирму Fendi, которой владеют пять сестер и которая знаменита сумочкой «Baguett») Gianni Versace... With his mother, brother and sister, he built a fashion empire that catapulted him to the astonishing riches. (Джанни Версаче... Вместе со своей матерью, братом и сестрой он создал империю моды, которая катапультировала его к потрясающим богатствам).

Анализ примеров метафорического употребления показывает, что набор, к которому прибегает автор, довольно разнообразен, и в рамках данного текста представляется довольно сложным выделить метафорическую доминанту.

Рассматриваемый вариант является наиболее частотным в русском языке. Рассмотрим в качестве примера статью под заголовком «Владельцы ГКО на грани нервного срыва» (Эксперт, 25 марта 1996). Заголовок статьи содержит метафору модели «Экономика – это болезнь». Статья дает характеристику состояния

экономики на момент активного участия в финансовом рынке страны Государственных Казначейских Обязательств. Статья содержит большое количество информации, что вполне способствует использованию разнообразных моделей. Автор неоднократно прибегает к использованию модели «Экономика – это развлечение», фрейма «Игра». Ср.:

На протяжении прошлой недели ощущался острый дефицит рублевых средств, что позволило спекулятивно настроенным операторам развернуть крупномасштабную игру на повышение кредитных ставок.

Есть многочисленные примеры использования метафор модели «Экономика – это движение». Ср.:

Для решения проблемы нехватки рублей банки занялись активной продажей валюты, что привело к падению внебиржевого курса доллара; Учетные ставки неумолимо продолжают ползти вверх; Котировки фьючерсов на ГКО менялись на 100-200 пунктов ежедневно. Так, 14 и 15 марта цены, как и на реальные ГКО, стремительно росли, а с 18-го по 20-е число - не менее стремительно падали.

Характеристика финансового рынка находит выражение при помощи метафор модели «Экономика – это спорт». Ср.:

Тем не менее, прошедшие аукционы госбумаг задрали планку их доходности на заоблачную высоту, что явно не будет способствовать снижению температуры кредитного рынка; Лидером по привлекательности является четвертая серия; Кроме того, вскоре стартуют размещение новых пятой и шестой серий ОГСЗ, каждой по одному триллиону рублей.

Положение и деятельность СЭД на финансовом рынке характеризуется при помощи военной метафоры. Ср.:

осуществляются «интервенции ЦБ на валютном межбанке», « ... рынок охватила паника», на рынке фьючерсов «сформировалось паритетное положение».

Есть примеры использования артефактной и механистической метафоры. Ср.:

Наметилась тенденция к выравниванию оборотов основных площадок: МФФБ сравнялась по объему торгов с РБ и МЦФБ. ... Есть у денежных властей еще один рычаг – ломбардное кредитование, механизм которого после почти двухлетней проработки был наконец утвержден 13 марта советом директоров ЦБ.

Перечень примеров свидетельствует о широком наборе метафорических средств, которым пользуется автор. В данном наборе представляется сложным выделить доминанту, очевидно, противоречивость рынка ГКО, большое количество их видов, нестабильность операций вполне соответствует метафорам, применяемым для достижения выразительности (в данном случае ощущения хаоса и беспорядочности рынка).

Итак, проведенное исследование позволило выделить три основных вида развертывания концептуальной метафоры: в первом случае абсолютное большинство метафор в тексте относится к одной и той же модели, во втором – абсолютное большинство метафор принадлежит не только к одной модели, но даже лишь к одному фрейму этой модели, в третьем случае в тексте параллельно развертывается две-три ведущих модели.

3.2. Метафора в заголовке и ее развертывание в основном тексте статьи

Заголовки играют важнейшую роль в судьбе газетно-журнальных публикаций, поскольку именно они вызывают у читателя интерес к публикации, желание познакомиться с ней. Как речевая единица, находящаяся перед публикацией и занимающая сильную позицию, заголовок вступает в связи с текстом, способствует повышению выразительности текста. Показательно, что публицистические заголовки постоянно вызывают интерес исследователей (И.С. Стам 1982, Г.Г. Хазагеров 1984, Л.А. Коробова 1975, А.А. Сафонов 1981 и др.). При определении теоретических основ настоящего исследования наиболее значимой оказались книги Э. А. Лазаревой (1989, 1993), в которых подробно рассмотрены функции газетного заголовка, специфика его выразительности и стилистические эффекты в системе «заголовок – текст». Предложенные Э.А. Лазаревой приемы анализа заголовков оказались в полной мере соответствующими нашему материалу, а поэтому они активно используются в настоящем разделе.

В предшествующей главе было представлено описание элементов рассматриваемых в настоящей диссертации метафорических моделей, в том числе наименование моделей, наименование составляющих модель фреймов и составляющих эти фреймы слотов. Специальные наблюдения показывают, что наименование моделей, фреймов и слотов нередко обнаруживаются в заголовке статьи. Рассмотрим специфику таких заголовков.

3.2.1. Заголовки, включающие название моделей, фреймов и слотов

1. Заголовки как речевые единицы, представляющие собой название (имя) метафорической модели широко распространены в английском языке. Ср.: *A phony war*. (The Economist, May 5th 2001) (*Фальшивая война*); *Yesterday's war, tomorrow's peace* (The Economist, July 10th, 99) (*Вчерашняя война, завтрашний мир*); *War and piесework* (The Ec. July 10th, 99) (*Война и мирная деятельность*), *Bra wars* (December 2nd, 2000), (*Бюстгалтерные войны*). Как видно из примеров, все заголовки имеют в своем составе слово с исходной понятийной областью «война», которое дает название метафорической модели. Очевидно, авторы не случайно прибегают к использованию военной метафоры, а стремятся привлечь читателя, давая ему предварительную информацию о содержании статьи. Следует отметить широкую распространенность военной метафоры в заголовках экономических текстов. В качестве других примеров заголовков, содержащих название метафорической модели можно привести заголовки модели «Экономика – это игра». Ср.:

The waiting game (August 7th, 99), (*Игра в ожидание*), *Endgame* (September 2nd, 2000), (*Эндшпиль*). Распространены заголовки модели «Экономика – это больной организм». Ср.:

Chronic sickness (June 2nd, 2001) (*Хроническая болезнь*)

В составе корпуса заголовков в русских экономических текстах также содержится большое количество примеров заголовков, представляющих название метафорической модели. Аналогично английскому языку, наиболее распространенными оказались заголовки, с исходной понятийной областью «война», а также

заголовки, содержащие лексико-стилистические синонимы слова «война». Ср.: «*Торговая война*» (Эксперт, 9 июля 2001), «*Война за наследство «Токо»*» (Эксперт, 21 декабря 1998), «*Мыльная война*» (Эксперт, 19 февраля 2001), «*Холодная война*» (Эксперт, 12 марта 2001), (Статья экономического содержания о рынке производителей мороженого), «*Битва за автолюбителя*» (Эксперт, 23 ноября, 1998), «*Битва за кобальтовую сетку*» (Эксперт, 22 марта 1999), «*Битва вафельных стаканчиков*» (Эксперт, 25 сентября 2000), «*Бой с тенью*» (Эксперт 7 декабря 1998), «*Борьба за неликвиды*» (Эксперт, 26 октября 1998). Содержание каждой из статей соответствует мотиву, заявленному заголовком, отрасли, компании и рынки характеризуются как нестабильные или как высококонкурентные, а конкуренция и поглощения компаний в условиях российской действительности зачастую характеризуются как несправедливые.

В составе корпуса заголовков, включающих название моделей в Русском языке содержится ряд названий других моделей. Ср.:

«*Игра по-крупному*» (Эксперт, 19 февраля 2001), «*Игра в долг*» (Эксперт, 29 марта 1999), «*Высокая болезнь*» (Эксперт, 30 августа 1999), «*Болезнь зашла далеко*» (Эксперт, 2 марта 1998).

Примеры убедительно демонстрируют схожесть состава заголовков, включающих названия моделей в русском и английском языках, наиболее распространены заголовки, дающие название модели «*Экономика – это война*», менее распространены модели «*Экономика – это больной организм*», «*Экономика – это игра*». Несмотря на широкое употребление в текстах модели «*Экономика – это живой организм*», в английском корпусе заголовков, в отличие от

русского, заголовков, содержащих название данной модели не выявлено.

В качестве еще одной особенности корпуса проанализированных заголовков в русском языке можно выделить распространенность заголовков, включающих название слабоструктурированной модели «Экономика – это азартная игра». Ср.: «*Немецкая рулетка*» (Эксперт, 20 марта, 2000), «*Виртуальное казино*» (Эксперт, 20 декабря), «*Перекинемся в картишки*» (Эксперт, 22 ноября 1999).

Заголовки как речевые единицы, могут включать метафоры, представляющие собой название слотов различных моделей.

Слоты модели «Экономика – это живой организм» в английском языке. Фрейм «Жизненный цикл организма» широко представлен слотами «Смерть организма» и «Рождение организма». Например, *Death and taxes* (The Economist July 8th, 2000) (*Смерть и налоги*); *Death, where is thy sting?* (The Economist July 17th, 99); *The death of Daewoo* (The Economist August 21, 99) (*Смерть Daewoo*); *Born-again lender* (The Economist July, 10th, 99) (*Рожденный вновь кредитор*).

Распространены заголовки, в составе которых содержатся метафоры различных слотов фрейма «Части тела». Например, *Clean hands* (The Economist November 4th, 00) (*Чистые руки*); *In a few hands* (The Economist November 4th, 00) (*В нескольких руках*); *Foot in the door* (The Economist August 7th, 99) (*Нога в двери*); *Heads, shoulders and broadening bottoms* (The Economist August 19th, 2000) (*Головы, плечи и толстеющие зады*); *The royal appendix* (The Economist February 24th, 2001), (*Королевский аппендикс*).

Есть примеры заголовков, содержащих метафоры фрейма «Брачные отношения организма», например *Honeymooner in Cubatao* (The Economist July 10th,00) (*Новобрачный в Cubatao*).

Слоты модели «Экономика – это живой организм в русском языке. Наиболее широко представлены заголовки, содержащие метафоры различных слотов фрейма «Жизненный цикл организма». Ср.:

«Мертвое железо» (Эксперт, 2 марта 1998); «Мертвая технология» (Эксперт, 7 мая 2001); «Умиравший завод» (Эксперт, 6 июля 1998); «Вечно живые» (Эксперт, 26 октября 1998); «ГКО хоронить рано» (Эксперт 22 февраля 1998); «Жизнь после смерти» (Эксперт, 23 марта 1998); «Поколение «М» (Эксперт, 11 июня 2001). Есть примеры заголовков, содержащих метафоры фрейма «Части тела», например, «Железный кулак» (Эксперт, 17 апреля 2000); «Контрольный в голову» (Эксперт, 17 апреля 2000); «Глаз народа» (Эксперт – Урал, 12 марта 2001).

Большее распространение по сравнению с корпусом заголовков английского языка получили заголовки различных слотов фрейма «Брачные отношения организма». Ср.: «*Вторая помолвка «Сибири»*» (Эксперт, 29 января 2001); «*Свадьба с приданым*» (Эксперт, 2 июня 2000); «*Фиктивный брак*» (Эксперт, 6 декабря 1999); «*Sanyo + Sharp = любовь*» (Эксперт, 9 июля 2001).

В русских экономических текстах есть примеры использования в заголовках слотов фрейма «Гардероб». Ср.: «*Бизнес под зонтиком*» (Эксперт, 21 декабря 1998).

Как видно из примеров, в английском и русском языках состав заголовков, содержащих слоты модели «Экономика – это живой организм» примерно совпадает.

Заголовки как речевые единицы, представляющие слоты фреймов модели «Экономика – это больной организм» в английском языке представлены слотами «Лечение организма». Ср.: *Shock treatment* (The Economist July 17th, 99) (*Шоковая терапия*); *The Bundesbank's new diet* (The Economist July 17th,99) (*Новая диета Бундесбанка*); *Pulling teeth* (The Economist July 29th 2000) (*Удаление зубов*); «Лекарства». Ср.: *Pass the pain killers* (The Economist May 5th,2001) (*Пройти мимо обезболивающих*); *The DaimlerChrysler emulsion* (The Economist July 29th, 00) (*Эмульсия компании DaimlerChrysler*); *Tasting its own medicine* (The Economist December 2d, 2000), (*Принимая собственное лекарство*); «Виды болезней»: *When America sneezes* (The Economist December 9th 2000), (*Когда Америка чихает*).

Заголовки, представляющие слоты фреймов модели «Экономика – это больной организм» типичны для русского языка. Аналогично английскому языку, корпус заголовков представлен фреймами и слотами «Лечение организма», «Виды болезней», «Окончание болезней». Ср.: «*В ожидании шока*» (Эксперт, 20 сентября 1999); «*Целительное воздержание*» (Эксперт, 31 мая 1999); «*Акционерная гомеопатия*» (Эксперт, 5 февраля 1999); «*Досадная близорукость*» (Эксперт, 7 июня 1999); «*Оценка вменяемости*» (Эксперт, 24 мая 1999); «*Пивная зависимость*» (Эксперт, 12 апреля 1999); «*Эпидемия жестокости*» (Эксперт, 13 июля 1998); «*Шанс выздороветь*» (Эксперт, 7 июня 1999).

Заголовки как речевые единицы, представляющие фреймы и слоты модели «Экономика – это животные» в английском языке. Широко представлены заголовки, содержащие метафоры слотов «Дикие животные» и «Домашние животные». Ср.: *Paper tigers* (The Economist May 5th 2001) (*Бумажные тигры*); *Prowling tiger, slobbering dog* (The Economist February 17th, 2001) (*Крадущийся тигр, слюнявая собака*); *Madison Avenue bear* (The Economist March 3d, 2001) (*Медведь с Мэдисон Авеню*); *Who let the bears out* (The Economist November 25th, 00) (*Кто выпустил медведей*). Представлен слот «Птицы». Ср.: *The penguin gets serious* (The Economist January 27th, 2001) (*Пингвин становится серьезным*).

Распространены заголовки слота «Вымершие и мифические животные». Ср.: *Tax beast* (March 3d, 2001), (*Налоговый зверь*), *Luxury monsters* (January 13th, 2001), (*Шикарные монстры*).

Заголовки, представляющие слоты фреймов модели «Экономика – это животные» распространены в русском языке. Корпус заголовков содержит заголовки, входящие в состав фрейма «Состав мира животных», слотов «Птицы», «Рыбы», «Вымершие и мифические животные». Ср.: «Белорусский «заяц»: время линьки» (Эксперт, 23 марта 1998); «Начнут ли резать священных коров?» (Эксперт, 2 декабря 1996); «Раненый зубр» (Эксперт, 19 июля 1999); «Скатерка для крыс», (Эксперт, 19 марта 2001); «Белка в колесе» (Эксперт, 19 апреля 1999); «Пирании в компьютерных сетях» (Эксперт, 23 сентября 1996); «Рыба растет с головы» (Эксперт, 1 марта 1999). В корпусе русских заголовков содержатся примеры фрейма «Обращение с животными». Ср.: «Москва натягивает вожжи»

(Эксперт – Урал, 26 июня 2000); «Складская селекция» (Эксперт, 1 марта, 1999).

Заголовки как речевые единицы, представляющие слоты модели «Экономика – это дом» в английском языке представлены слотами фрейма «Части дома». Ср.: «*Window*» (The Economist November 11th, 2000) (*Окно*); «*Farewell to the floor*» (The Economist August 7th, 99) (*Прощай биржа. [пол]*); «*One house, many windows*» (The Economist August 19th, 2000) (*Один дом, много окон*).

Заголовки, представляющие слоты фреймов модели «Экономика – это дом» в русском языке представлены более широко, чем в английском языке, так, помимо фрейма «Части дома», выделяемого в английском, в составе заголовков русских экономических текстах содержатся фреймы «Строительство дома», «Предметы домашнего обихода». Ср.: «*Квартира на горошине*» (Эксперт 17 мая 1999); «*Хаты с краю дорожают*» (Эксперт, 2 марта 1998); «*Два дня в благородной гостинице*» (Эксперт. 5 марта 2001); «*Потерянный ключ*» (Эксперт. 24 мая 1999); «*Сусеки*» (Эксперт 23 августа 1999); «*Худая кубышка*» (Эксперт, 12 июля 1999); «*Строительство дома сверху вниз*» (Эксперт, 7 мая 2001).

2.5. Заголовки, как речевые единицы, представляющие слоты модели «Экономика – это война» в английском языке представлены метафорами фреймов «Военные действия», «Планирование», «Участники конфликта», например, «*The rise of «guerrilla» marketing*» (The Economist October 14th 2000) (*Подъем партизанского маркетинга*); «*Big music fights back*» (The Economist June 16th 2001) (*Большая музыка дает ответный удар*); «*Coke under attack*» (The Economist, August 14th 1999) (*Кока-колу атакуют*).

Заголовки, представляющие слоты фреймов модели «Экономика – это война» в русском языке содержит заголовки слотов различных фреймов, например, «Вооружения и укрепления», «Участники военного конфликта», «Ведение военных действий» и др. Ср.: «Сырьевая бомба» (Эксперт, 1 февраля 1999); «Бомба замедленного действия» (Эксперт, Эксперт – Урал, 29 января 2001); «Не тратить патроны» (Эксперт, 22 января 2001); «Оборона рубля будет продолжаться до последнего патрона» (Эксперт, 25 мая 1998); «Прицел – Европа» (Эксперт – Урал, Эксперт – Урал, 14 августа 2000); «Блокада СУАЛа», (Эксперт, 19 июня 2000), «Жертва системной интеграции» (Эксперт, 13 декабря 1999); «В ожидании реванша» (Эксперт, 29 мая 2000) и т.д.

Заголовки как речевые единицы, представляющие название фрейма метафорической модели немногочисленны. В качестве примера можно привести *Branded flesh* (The Economist August 14th, 99) (Плоть под торговым знаком).

В целом корпус заголовков можно классифицировать как и метафоры текста, но состав заголовков не позволяет выделить все фреймы и слоты моделей, выделяемых метафорой текста, метафорический состав заголовков несколько уже, он ограничивается рядом наиболее «близких и понятных» человеку областей, может включать как свежую метафору, так и термины. В обоих языках употребление метафоры в заголовке призвано привлечь читателя, часто метафора заголовка дает возможность догадаться о содержании статьи, заинтриговать читателя.

В качестве особенности заголовка экономического текста в свете теории метафорического моделирования можно выделить речевые

единицы, имеющие двуплановый характер, то есть заголовки, содержащие единицы, принадлежащие различным понятийным областям. Ср.: *Exit, pursued by a bear, again (August, 14th 99) (Выход, к которому опять стремится медведь)*. В данном заголовке одновременно употреблены метафоры моделей «Экономика – это животные» и «Экономика – это дом». Подобные примеры встречаются в русском языке. Ср.: «*Мир хижинам, война дворцам*» (Эксперт, 20 июля 1998), в котором сочетаются метафоры моделей «Экономика – это война», «Экономика – это дом».

3.2.2. Стилистические эффекты, возникающие за счет метафоры заголовка

Для настоящего исследования особенно значимым становятся идеи Э.А. Лазаревой о стилистических эффектах в системе «заголовков – текст». Автор считает, что в результате взаимодействия заголовков и текстов могут возникать два основных эффекта – эффект обманутого ожидания и эффект усиленного ожидания (1989, с.46). Детальное рассмотрение экономических текстов с заголовками, имеющими в своем составе метафору, позволяет подтвердить выводы о возникновении такого эффекта. Как уже указывалось ранее, специфической чертой метафоры в экономических текстах является метафорическое переосмысление слов общелитературного языка и существование большого количества терминов, образованных путем метафорического переосмысления, что имеет большое значение для анализа взаимодействия заголовков и текстов.

Анализ текстов показывает, что эффект усиленного ожидания, когда читатель может предсказать, прогнозировать содержание текста, исходя из содержания заголовка, часто возникает в случае

использования в заголовке терминов, образованных способом метафорического переосмысления слов общелитературного языка. Например, подготовленному с точки зрения экономической теории читателю (на которого и рассчитаны рассматриваемые материалы), хорошо известна терминология, применяющаяся в биржевой практике (в данном исследовании такая метафора представлена моделью «Экономика – это животные»). Например, заголовки *The bear essentials* (The Economist March 17th 2001), (*Медвежья необходимость*). (В статье приводится анализ деятельности на американском фондовом рынке в условиях колебания индексов ДоуДжонса и Насдак, поведении брокеров, играющих на понижение в отношении акций); *Bulls, bears and Greenspan* (August 5th, 2000) (*Быки, медведи и Greenspan*), (В статье дается анализ результатов взаимодействия федеральной резервной системы под руководством г. Гринспен и Нью-йоркской фондовой биржи, а также влияние индексов на поведение инвесторов); *Who let the bears out* (November 25th, 2000) (*Кто выпустил медведей*) (Автор анализирует эффект влияния на биржевую деятельность президентских выборов, называя в числе «виновников» колебания курсов А. Гора и Дж. Буша, показывая, каким образом две различные партии оказывают влияние на экономику страны) безусловно привлекают внимание читателей, интересующихся деятельностью бирж и фондовых рынков .

В то же время эффект усиленного ожидания может проявиться в том, что у читателя-специалиста могут возникнуть вопросы к заголовку, например, заголовок «Кто выпустил медведей» провоцирует любопытство и интерес адресата, заголовок «Быки,

медведи и Гринспен» может спровоцировать интерес читателя, интересующегося методами регулирования биржевой деятельности.

В английском языке можно привести ряд других примеров заголовков, в составе которых содержатся экономические термины, образованные способом метафорического переосмысления и которые призваны создать эффект усиленного ожидания. Например, «*Money Laundering*» (The Economist April 14th, 2001) (Отмывание денег. [стирка]). Адресату известно, что за данным термином стоит значение «скрывать сомнительные источники происхождения средств». Как правило, термины несут нейтральную эмоциональную окраску, но в данном случае экспрессивность заголовка, состоящего из термина, строится за счет обращения к аномальной в условиях развитой экономики ситуации. Отмывание денег понимается одинаково всеми членами общества и расценивается как нечто резко отрицательное. У читателя несомненно возникает ряд вопросов к содержанию данной статьи. (Автор информирует читателя о событиях, происходящих в ряде крупнейших банков США и Великобритании и пытается дать анализ методов, при помощи которых банки могут защитить себя от вливаний со стороны крупных вкладчиков, получивших средства незаконными способами).

Подобные примеры достаточно характерны для русского языка, несмотря на то, что по причине слабого развития фондовых рынков биржевая терминология, безусловно, знакома специалистам, но не имеет широкого применения. В Русских текстах, посвященных биржевой практике, можно обнаружить подзаголовки статей, содержащих элемент, подчеркивающий национальную принадлежность и особенность биржевого спекулянта, например,

«Русские медведи», «Русские быки». Биржевая терминология в заголовках используется также в статьях, посвященных не только фондовым рынкам, но и другим сферам, например, заголовок статьи «Курдские «медведи»» (Эксперт, 19 июля 1999) служит созданию эффекта обманутого ожидания, автор анализирует состояние цен на курортах Турции. Статья под заголовком «Зачем быку бомбежка» (Эксперт, 21 декабря 1998) в которой анализируются причины провала попытки американцев поднять цены на нефтяном рынке полностью оправдывает ожидание читателя.

Для русских заголовков характерно метафорическое использование образов животных, не входящих в состав терминологии. Часто авторы привлекают внимание читателя за счет использования в заголовках образов устрашающих мифических животных, эмоциональная окрашенность таких заголовков служит созданию эффекта усиленного ожидания, статьи посвящаются наиболее болезненным проблемам экономики. Например, статья под заголовком «Трехглавая гидра безденежья» (Эксперт, 5 марта 2001) обращена к проблемам неплатежей и бартера.

В английском языке интерес представляют заголовки, содержащие в составе термины в сочетании с известными названиями книг, кинофильмов, картин. Ср.: «*The swaps emperor's new clothes*» (The Economist February 10th 2001) (*Новое платье короля свопов*). Swap – (букв. обмен, в экономической терминологии – обмен обязательствами, активами, облигациями на определенных условиях). Термин использован в названии известной сказки Г. Х. Андерсена. Адресата, специализирующегося на кредитно-финансовых отношениях, такой заголовок может заинтриговать. (Статья

информирует читателя о способах уменьшения кредитных рисков и новом правиле проведения своповых операций, когда своп может считаться банковской гарантией).

Анализ показывает, что такие заголовки более характерны для русского языка, где авторы стремятся привлечь внимание читателя к серьезным проблемам за счет использования в заголовке известных поговорок, пословиц, названий литературных произведений, фильмов, или фраз литературных героев. Можно привести ряд примеров. Привлекает читателя статья, озаглавленная «*А самородок-то голый!*» под рубрикой «менеджмент» (Эксперт, 19 октября 1998). Статья посвящена проблемам управления и консультирования бизнеса и опубликована в период возникновения острого интереса к данной сфере экономики. Авторы знакомят читателя с особенностями консалтинга в российской экономике, подчеркивая, что наличие профессионалов-самородков в наших условиях недостаточно для решения проблем бизнеса. Эффект усиленного ожидания создает заголовок «*Империя зла. Полюбишь и козла*» под рубрикой «кризис» (Эксперт, 31 августа 1998). Автор анализирует причины кризиса и деятельность «лидера партии «игры на понижение» Бориса Березовского», делает вывод о том, что средний бизнес в России не может существовать при отсутствии политического статуса. Заголовок «*Вологда-гда-гда...где?*» под рубрикой компании (Эксперт, 7 июня 1999) повторяет слова когда-то популярной песни, служит созданию эффекта усиленного ожидания. Статья знакомит читателя с проблемой незаконного использования традиционно-популярной в России торговой марки «вологодское масло». Подобный же эффект создает заголовок статьи «*Утром в куплете, вечером в газете*» под

рубрикой «рынки» (Эксперт, 30 октября 2000), где автор дает анализ и делает прогноз развития рынка средств массовой информации. Слова героев экранизации известной детской сказки использованы в подзаголовке *«Не прячьте ваши денежки»* (Призрак финансового контроля. Эксперт, 19 марта 2001, рубрика «Экономика и финансы»), экспрессивность заголовка гармонично сочетается с основной идеей статьи о налаживании государственного контроля за денежными потоками и создании органов, уполномоченных следить за отмыванием денег. Часто эффект усиленного ожидания создается за счет использования названий литературных произведений, например, статья *«Бедные люди»* под рубрикой «Экономический анализ» (Эксперт, 31 мая 1999), в которой автор информирует читателя об отношениях «Газпрома» и Украины, статья содержит подзаголовок *«Сага о Лазаренко»*, знакомящую читателя с деятельностью наиболее могущественных «газовых баронов» Украины. Заголовок *«Шагреновая кожа «Коммерсанта»* под рубрикой «масс-медиа» (Эксперт, 12 июля 1999) создает эффект усиленного ожидания, читатель может догадаться о содержании статьи, посвященной изданию «Коммерсант». Название сказок и их персонажи также интригуют читателя, служат усилению интереса. Читатель, знакомый с содержанием сказки может легко прогнозировать содержание статьи под заголовком *«Квартира на горошине»* (Эксперт, 17 мая 1999) анализирует эффекты, с которыми сталкиваются девелоперы при реализации жилья класса люкс, построенного с мизерными недочетами.

В названии статей иногда цитируются любимые герои литературных произведений. Например, в заголовке *«Вы не на*

паперти, вас не обманут» (Рубрика компании, Эксперт, 7 июня 1999) цитируется О. Бендер, экспрессивность данного заголовка может заинтересовать читателя статьи, в которой автор анализирует причины недоверия российских СЭД к аудиторским фирмам.

Особенностью заголовков русских экономических текстов является использование для привлечения внимания и создания эффекта усиленного ожидания лозунгов, например, статья, озаглавленная *«Прежней дорогой идете, товарищи!»* под рубрикой «государственный рэкет – 2» (Эксперт, 12 июня 2000) заинтересует специалистов в области экономического права. Автор критикует государственные органы, которые стремятся бороться с коррупцией не прибегая к изменению законодательства. Экспрессивность заголовка *«Кондитерское Отечество в опасности!»* (Эксперт, 19 марта 2001) создает ощущение напряженности, опасности в отрасли, автор знакомит читателя с положением российских компаний-производителей кондитерских изделий. В заголовках можно также обнаружить примеры использования широко известных рекламных лозунгов. Например, *«Ваша киска застраховала б риски»* (Эксперт, 4 марта 1996). Использование лозунгов дает читателю возможность догадаться о содержании статьи, принять решение о необходимости ее прочесть.

Примеры убедительно доказывают высокую степень продуктивности использования в заголовках названий произведений, известных высказываний, пословиц, лозунгов в русском языке по сравнению с английским.

В английском языке часто эффект усиленного ожидания создается за счет метафорического использования в заголовках слов

с исходными сферами «война», «организм», «дом», «кухня», не вошедшими в состав терминосистемы. Наиболее показательными могут стать примеры применения в заголовках военной метафоры. Использование военной метафоры создает у читателя ощущение беспокойности, конфликтности, конфронтации. Например, заголовок «*The battle for the efficient markets*» (The Economist June 17th 2000), («*Битва за эффективные рынки*»). Данный заголовок дан под классифицирующим заголовком Stock exchanges – Биржи, что дает представление о тематике статей. Читателям известно, что в условиях конкурентной экономики СЭД вынуждены вести борьбу, в данной статье для описания событий на крупнейшей в мире Нью-йоркской фондовой бирже автор прибегает к военной метафоре.

Заголовок «*A phoney war*» (May 5th 2001) (*Ложная война*). Заголовок создает ощущение конфликтности в отрасли. (Статья характеризует отношения между двумя крупнейшими авиакомпаниями Boeing и Airbus, их стремление поделить рынок авиаперевозок).

Заголовок «*Ceasefire*» (November 18th 2000) (*Прекращение огня*). (В статье автор информирует читателя о конфликте между Комиссией по ценным бумагам и биржам и бухгалтерскими фирмами). Как показывают примеры, содержание статей полностью отвечает мотивам, заявленным в заголовках, которые интригуют читателя, создавая эффект усиленного ожидания, формируя отношение к событиям.

Характерной особенностью заголовков экономических публикаций, направленных на создание эффекта усиленного ожидания, становится использование метафор модели «Экономика - это больной организм». Эффект усиленного ожидания создается за

счет моделирования в заголовке картины экономик, в деятельности которых существуют недостатки, показатели работы которых ниже возможных, которые, вероятно, находятся или вступают в стадию стагнации, депрессии. Например, заголовок «*Chronic sickness*» (The Economist June 2nd 2001) (*Хроническая болезнь*). Заголовок дан с пояснением о том, что речь идет об экономике Японии, соответственно адресату статьи – возможно интересующемуся макроэкономикой, становится ясно, что экономика Японии претерпевает некие потрясения. (В статье дается анализ общего состояния экономики Японии как наихудшего среди развитых стран за последние 50 лет.)

Интригующим для читателя становится заголовок «*When America sneezes*» (The Economist December 9th 2000) (*Когда Америка чихает*). Специалистам хорошо знакомы особенности национальной экономики Америки и влияние, которое она оказывает на любые другие национальные экономики. Образ, созданный автором статьи порождает у читателя ряд вопросов, касающихся изменений на американском рынке и его взаимодействии с рынками других стран. (В статье говорится о трех возможных каналах отрицательного воздействия замедления темпов развития американской экономики на другие рынки – торговле, индексах обмена валют, потоки капитала.)

Как правило, экономические процессы имеют достаточно длительный характер и адресат, вероятно, уже знаком с трудностями, которые стремятся преодолеть экономики или СЭД. Поэтому, усиленное читательское ожидание могут встретить статьи под заголовками, предлагающими «средства излечения от недугов». Примером может служить заголовок «*Keep taking the medicine*» (The

Economist November 18th 2000) (*Продолжайте прием лекарств*). В нескольких предыдущих номерах были опубликованы статьи, где приводились данные, свидетельствующие о неблагоприятном экономическом положении страны, безусловно, метафора, использованная автором в заголовке, привлечет читателя, у которого возникнут вопросы, связанные с тем «какие лекарства помогут» экономике. (В статье приводится анализ методов реструктуризации, предпринятых Японскими компаниями, промежуточные итоги реструктуризации расцениваются как положительные, но отмечается, что компаниям еще потребуется продолжительный период для достижения более значительных результатов). Можно привести еще ряд примеров создания подобного эффекта за счет использования метафор указанных фреймов. Например, заголовок «*The Bundesbank's new diet*» (The Economist July 17th 1999) (*Новая диета Бундесбанка*). Положение Бундесбанка, как одного из наиболее значимых и влиятельных банков Европы постоянно привлекает экономистов, особенно часто такие публикации стали появляться в связи с введением евро, поэтому использование данной метафоры нагнетает ряд вопросов (Статья рассказывает о методах реорганизации предпринятых руководством банка в связи с недавним введением евро). Часто в заголовках используется метафора «шоковая терапия», например, «*Shock treatment*» (The Economist July 17th 1999) (Шоковой терапией в данном случае выступают изменения в стратегии крупнейших немецких компаний).

Экспрессивные, интригующие читателя заголовки экономических публикаций могут строиться с использованием метафор модели «Экономика – это кухня». Наиболее часто по таким заголовкам

читатель не может составить мнение о содержании публикации, что создает эффект обманутого ожидания, мотивирует читателя к прочтению статьи. Например, заголовок «*Russia's cooked books*» (The Economist September 9th 2000), (*Российские поваренные книги*). (В качестве поваренных книг выступают финансовые отчеты крупнейших российских компаний, таких как Юкос, Сибнефть, Норильский Никель. Автор критикует отчеты компаний за их непрозрачность, делая вывод о том, что это отпугивает потенциальных западных инвесторов от вложений в экономику России). Заголовок «*On the rocks*» (The Economist August 26th 2000) (*Со льдом*). (Статья знакомит читателя со спорами, возникшими после покупки французской компанией по производству напитков польской фирмы Агрос и франшизы на продажу наиболее популярной в мире водки). Заголовок «*Water with your whisky?*» (The Economist June 17th 2000) (*Воду к вашему виски?*) (Автор дает свою версию о причинах объединения крупной Европейской и Канадской компаний).

Для русского языка использование слов с исходными сферами «война», «организм», «дом», «кухня» для создания эффекта усиленного ожидания также является продуктивным. Рассмотрим ряд примеров. Использование военной метафоры в заголовках часто создает впечатление жесткой конкуренции, борьбы за рынок. Например, статья, озаглавленная «*Никотиновая блокада*» (Эксперт, 22 января 2001) знакомит читателя с положением компаний-производителей табачных изделий в условиях ценовых войн. Конкурентной борьбе на рынке страхования посвящена статья «*Битва за автолюбителя*» (Эксперт, 23 ноября 1998). Статья под заголовком «*Не тратьте патроны*» (Эксперт, 22 января 2001) анализирует

ситуацию, складывающуюся с платежами Парижскому клубу. Часто эффект усиленного ожидания создается за счет использования военной метафоры в заголовке и подзаголовках, например, заголовок статьи *«Надо отбиться»* (Эксперт, 7 июня 1999) под рубрикой «региональные финансы» создает впечатление финансовой нестабильности регионального рынка, это ощущение усиливается по мере прочтения статьи за счет использования военной метафоры в подзаголовках *«Кольцо сжимается»*, *«Мобилизация резервов»*.

Интерес представляют заголовки с исходной сферой «дом». Например, заголовок статьи *«Сусеки»* под рубрикой «Бюджет» (Эксперт 23 августа 1999) представляет в виде сусеков проект бюджета. В российских условиях ведения бизнеса в наиболее прибыльных отраслях некоторые слова исходной сферы «дом» приобрели полу-криминальный статус, и в этом значении используются в экономических текстах. Например, статья под заголовком *«Минусы и плюсы «крепкой крыши»»* (Эксперт, 17 февраля 1997) анализирует положение Ачинского глиноземного комбината и возможные грядущие перемены собственников алюминиевой промышленности.

Использование антропоморфной метафоры в русском языке имеет свои особенности. Так, если в английском языке в заголовках наряду с названиями серьезных болезней часто используются слова, означающие слабые недомогания, то в русских заголовках используются слова, означающие пограничные состояния. Ср.: *«Шоковая концентрация»* (Эксперт, 7 сентября 1998). В заголовках актуализируется тема смерти, например, *«Умиравший завод»*, *«Сначала погибнут заводы, потом банки»* (Эксперт, 6 июля 1999).

«После клинической смерти» (Эксперт, 23 ноября. 1998), «Хроника преждевременно объявленной смерти» (Эксперт 17 февраля 1997).

Метафоры модели «Экономика – это кухня» в русском языке используются в заголовках для создания эффекта усиленного ожидания менее активно, чем в английском. Часто в заголовках используется фрейм «Качество продукта, блюда». СЭД могут быть свежими, или подпорченными, способны источать запахи. Например, может заинтересовать читателя статья под заголовком «*Каждый третий рубль пахнет нефтью*» под рубрикой «Рынки» (Эксперт – Урал, 10 июля 2000), название статьи, в которой анализируется состояние рынка нефтепродуктов позволяет с легкостью прогнозировать содержание.

В английском языке созданию эффекта обманутого ожидания могут служить заголовки, в состав которых входят термины, образованные способом метафорического переосмысления слов общелитературного языка, например, заголовок «*Buying a financial umbrella* (The Economist June 17th 2000) (Покупка финансового зонтика)» содержит термин со значением «система обеспечения стабильного функционирования финансового рынка», соответственно, читатель по заголовку может составить мнение о содержании статьи, как имеющей отношение к данной проблеме. Предварительный прогноз адресата о содержании статьи меняется при чтении первого абзаца, в котором автор говорит о колебании спроса на рынке продаж напитков в зависимости от погоды. Этот абзац вызывает интерес и удивление, побуждая читателя к чтению всей статьи, в дальнейшем же автор говорит о мерах, предпринятых сетью розничной торговли Coney & Varrow для преодоления влияния погодных условий на колебание

спроса, смысл текста понимается уже по-новому, метафора заголовка удивления не вызывает.

В русском языке также есть примеры создания эффекта обманутого ожидания, который создается за счет того, что мнение, сложившееся у читателя о содержании публикации по заголовку статьи опровергается по мере прочтения. Например, заголовок «Холодная война» моделирует у читателя определенную ситуацию, связанную с пониманием названия. Эта модель опровергается в статье, где речь идет о конкуренции среди производителей мороженого. Намеренное применение эффекта обманутого ожидания повышает выразительность публикации.

Рассмотренные материалы свидетельствуют, что и в английских, и в русских текстах для создания эффектов усиленного и обманутого ожидания широко используется лексика с исходными сферами «война», «организм», «дом», «кухня». Часто в таких заголовках используются фразы из литературных произведений. В русских заглавиях широко используются названия песен, поговорок, цитируются герои произведений, а также политические и рекламные лозунги.

3.2.3. Отношения между заголовком, содержащим метафору, и метафорой в тексте

Как речевой элемент, заголовок обладает определенной самостоятельностью, следовательно, в качестве самостоятельного элемента может рассматриваться и метафора, употребленная в заголовке. Действительно, часто заголовок несет информацию о содержании публикации, при этом возбудить читательский интерес способны именно заголовки, в составе которых обнаруживается

метафора. С другой стороны, и заголовок, и метафора в составе заголовка, входят в состав комплекса заголовков - текст, представляя собой целостную структуру, элементы которой (в данном случае метафоры) взаимосвязаны.

Анализ экономических текстов, в заголовке которых содержится метафора, позволяет сделать вывод о том, что отношения метафора заголовка – метафоры текста часто носят взаимообусловленный и взаимозависимый характер, часто метафора заголовка является доминантной, определяющей по отношению к метафорам текста. Рассмотрим ряд примеров.

Первый вариант. Метафора заголовка входят в состав фрейма и является определяющей в иерархии метафора заголовка – метафоры текста. Отобраны примеры статей, заголовки которых содержат метафоры фреймов наиболее распространенных в экономической литературе моделей, а именно «Экономика – это война», «Экономика – это больной организм», «Экономика – это живой организм».

Заголовок «*Ceasefire*» (The Economist November 18th 2000) (*Прекращение огня*) входит по нашей классификации в состав фрейма «Ведение военных действий» метафорической модели «Экономика – это война». Как самостоятельная речевая единица, данная метафора уже дает читателю представление о том, каким способом решаются проблемы, о которых рассказывает автор статьи, (в статье автор информирует читателя о конфликте между рядом бухгалтерских фирм и Комиссией по ценным бумагам и биржам). С другой стороны, использование военной метафоры в заголовке в какой-то степени накладывает ограничения на использование метафор других моделей. Уже в зачине текста автор неоднократно прибегает к использованию

военной метафоры для характеристики событий, происходящих на рынке предоставления бухгалтерских услуг в условиях вмешательства государственных органов. Отношения, в которые вступают бухгалтерские фирмы и Комиссия по ценным бумагам и биржам осмысливаются автором как battle – битва, призванная к blocking – блокированию ситуации, в которой обязанности и интересы СЭД не совпадают. В результате участники достигают truce – перемирия, которое, по мнению автора, не может продолжаться долго. Все три случая метафорического употребления военной лексики выражают основную идею публикации и заключены в рамки одного предложения, в конце которого автор прибегает к лексическому повтору заголовка. Ср.:

In a battle with the SEC over the rules aimed at blocking conflicts of interests, the big accounting firms have reached an uneasy truce. (В битве с Комиссией по ценным бумагам и биржам за утверждение правил блокирования конфликтов интересов, крупные бухгалтерские фирмы достигли нелегкого перемирия).

Действия бухгалтерских фирм автор осмысливает как оборонные, прибегая к метафорическому использованию слов to foil – отражать нападение, одолевать, defence – оборона, защита. Ср.:

After heavy lobbying, the «Big Five» accounting firms were able on November 15th to foil an effort by the Securities and Exchange Commission (SEC), America's main markets regulator, to prohibit consulting and auditing services from operating under the same roof. (В результате усиленного лоббирования, «Большие пять» бухгалтерских фирм смогли 15 Ноября отразить нападение со стороны Комиссии по ценным бумагам и биржам, являющейся основным регулятором

рынков в Америке, которая стремилась наложить запрет на предоставление консалтинговых и аудиторских услуг одной и той же фирмой).

В следующем фрагменте текста продолжается развертывание рассматриваемой метафорической модели. Ср.:

At the heart of the accounting firms' defence to the SEC was the claim that there is no conflict of interest arising from auditing and consulting taking place within the same firm...(В центре |сердце| защиты бухгалтерских фирм от Комиссии стоял иск о том, что никакого конфликта интересов, возникающего из-за проведения аудита и консалтинга одной фирмой нет). В данном случае слово defence – «защита» может рассматриваться как юридический термин, образованный способом метафорического преобразования, но он гармонично вписывается в общий милитарный фон статьи. Деятельность бухгалтерских фирм представляется образно как protection – «защита» (термин) или alligning – «равнение, построение, прицеливание». Ср.:

...»you begin to have two different businesses with two conflicting cultures: one to deal with investor protection, transparency, and reliability, and another aligned with the operational success of the company you are serving. (...вы начинаете работать в двух бизнесах с конфликтной культурой: один связан с защитой инвестора, открытостью и надежностью, другой нацелен на операционный успех компании, которую вы обслуживаете). Все эти случаи метафорического употребления входят в состав фрейма «Ведение военных действий», заявленному заголовком и способствуют его реализации.

В рамках данного текста метафорическое употребление военной метафоры не ограничивается одним фреймом, распространяясь на другие фреймы модели «Экономика – это война». Так, например, один из участников конфликта, образно предстает как *veteran* - ветеран, опытный боец (фрейм «Участники конфликта»).

В тексте эпизодически встречаются метафоры других моделей, например, модель «Экономика – это живой организм» представлена фреймом «Заключение брака и развод». Как развод осмысливается раздел полномочий двух фирм. Ср.:

Arthur Andersen and Andersen Consulting completed a bitter divorce in the summer for that reason. (По этой причине компании Артур Андерсен и Андерсен Консалтинг этим летом завершили тяжелый бракоразводный процесс).

Два различных направления деятельности одной компании образно предстают при помощи метафор модели «Экономика – это дом», фрейма «Части дома». Ср.: *operating under the same roof – деятельность под одной крышей.*

Примеры показывают, что заголовок данного текста находится во взаимосвязи со всем текстом, в котором случаи метафорического употребления в основном относятся к военной метафоре. Заголовок образует начало цепочки использования метафор фрейма, с одной стороны, ограничивая автора применением военной метафоры, с другой стороны, фрейм, как часть и составляющая модели, влечет за собой расширение и более полное использование метафор, включение других фреймов этой модели.

Рассмотрим другие примеры влияния заголовка, входящего в состав фрейма, на одновременное сужение и расширение

метафорического употребления. Заголовок «*Pulling teeth*» (The Economist July 29th 2000) (Удаление зубов). По нашей классификации заголовок входит в состав фрейма «Методы лечения» метафорической модели «Экономика – это больной организм». Подзаголовок Vietnam – Вьетнам дает читателю представление о том, что речь пойдет о каких-то процессах развития экономики Вьетнама, но, безусловно, заголовок можно отнести к разряду интригующих. Метафора, использованная в заголовке, не относится к числу распространенных в экономической литературе, не позволяет догадаться о содержании статьи. Такой экзотический выбор накладывает на автора ряд ограничений, вынуждая его уже в первом абзаце дать оправдание метафоры и познакомить читателя с основной идеей статьи. В статье анализируется поведение руководства страны по отношению к иностранным инвесторам, которое образно представляется как визит к стоматологу. Ср.:

...Vietnam is one of those economies that investors love to believe in. Sadly, the country's leadership has treated them the way most people do a trip to the dentist: they know they should open wide, but at the first hint of discomfort, instinct makes them clench hard. (...Вьетнам это одна из экономик, в которую инвесторам нравится верить. Грустно, что руководство страны обходится с ними подобно тому, как большинство людей ходят к стоматологу: они знают, что должны широко открывать рот, но при первом же намеке на дискомфорт, инстинкт заставляет их крепко стиснуть зубы).

Автор продолжает развертывание образа, добавляя к «цепочке метафор» новые звенья. Ср.:

But now, yet again, the Communist Party is leaning back to ay «aah».
(Но сейчас Коммунистическая партия снова наклоняется, чтобы сказать «aaa».)

Автор не ограничивается употреблением метафор одного фрейма, заявленного заголовком. Фрейм как составляющая модели влечет за собой употребление метафор смежных фреймов, например, результаты реформ, которые страна начала в 1986 году, образно представляются в виде тяжелого психического состояния, что соответствует метафорам фрейма «Виды болезни» модели «Экономика – это больной организм». Ср.:

the package of reforms drawn nothing but frustration – (пакет реформ не привел ни к чему, кроме фрустрации). Разворачивание метафор модели продолжается, некоторые экономические действия автор статьи представляет также при помощи метафор фрейма «Лечение организма». Например, методы контроля потока твердой валюты со стороны правительства представлены в виде незащищенного нерва, который инвесторам лучше не касаться. Ср.:

Controls on hard currency, for example still exist, ...In short, Vietnam is giving a few hints that it knows what is good for it. Just try not to touch that exposed nerve. (Контроль за твердой валютой, например, все еще существует, ... Вьетнам дает понять, что сам знает, что для него лучшею. Просто старайтесь не задевать незащищенный нерв.) Как стимуляторы экономики выступают Американские компании и фирмы Вьетнамских эмигрантов. Ср.: *These (American firms and returning Vietnamese expatriates) are likely to prove more stimulating to the local economy than Vietnam's stale enterprises.* (Они, вероятно, окажутся более стимулирующими для местной экономики, чем старые

[черствые] Вьетнамские предприятия). Возможное изменение экономики страны представлено при помощи термина, *recovery* – *оздоровление*, входящего в состав фрейма «Окончание болезни».

В статье есть примеры употребления метафор других моделей, например, параллельной модели «Экономика – это живой организм», фрейм «Настроение организма». Изменить настроение торговли способно снижение тарифов на экспорт. Ср.:

...the trade deal has been cheered partly... (торговля слегка приободрилась).

В виде рая представлен Вьетнам как место деятельности фондовых менеджеров. Ср.:

...the new stock-market, which will initially list shares in only four companies, transforms Vietnam into a fund-managers' paradise. (...новый фондовый рынок превратит Вьетнам в рай для фондовых менеджеров).

Новые инвестиции и старые, давно работающие на рынке фирмы представлены при помощи метафор модели «Экономика – это кухня». Ср.: *fresh direct investment* – *(свежие прямые инвестиции)* , *stale state enterprises* – *(старые [черствые] государственные предприятия).*

Итак, заголовок данной статьи накладывает на автора ряд ограничений, принуждая его обратиться к развертыванию моделей заявленного заголовком фрейма, одновременно способствует расширению метафорического ряда за счет метафор других фреймов и моделей.

Рассмотрим пример влияния на развертывание метафор заголовка, содержащего метафору фрейма «Чувства, настроение организма» модели «Экономика – это живой организм». Заголовок

статьи «*Unrequited love*» (The Economist February 24th 2001) (*Безответная любовь*) привлекает внимание, постоянный читатель экономической литературы, безусловно, знаком с подобной метафорой, которая, как правило, применяется для образного осмысления действий, связанных с поглощениями, слияниями, дроблениями компаний. В данном случае речь идет о неудавшейся попытке поглощения компании. Не прибегая к метафоре, автор раскрывает смысл заголовка в первом абзаце, где говорит о необходимости глобализации рынка юридических услуг и несогласии ряда фирм подвергнуться слияниям. Но ограничения, накладываемые метафорой заголовка, проявляются в дальнейшем использовании метафор данного фрейма для образного выражения отношения юридических компаний к необходимости глобализации. Автор наделяет компании – участников рынка предоставления юридических услуг способностью обладать чувствами, проявлять их. Ср.: *This is the general consensus in Europe, and Clifford Chance, a British firm, has been the most aggressive in pursuit of a global strategy. (Это общее согласованное в Европе мнение, а британская фирма Clifford Chance наиболее агрессивна в преследовании глобальной стратегии); New York firms, on the other hand, tend to be sceptical about the Clifford Chance route. (С другой стороны, фирмы Нью-Йорка скептически настроены по отношению к маршруту компании Clifford Chance); The city's lawyers are lucky that New York's financial community has remained remarkably loyal to a very small circle of local firms. (Юристы города довольны, что Нью-йоркское финансовое сообщество осталось в высшей степени лояльно небольшому числу местных фирм).*

Автор пояснил, что по ряду причин «чувство любви» между компаниями осталось безответным, но фирмы могут сохранить дружеские отношения, среди них может даже родиться стратегия «лучшего друга». Ср.:

Davis Polk, like many of its peers in New York, practises only American law and prefers «best friends» approach to globalisation. Best friends cooperate closely in their respective jurisdictions but keep their independence (Дэвис Полк, как и многие из равных ему в Нью-Йорке, практикует только в области американского законодательства и предпочитает в достижении глобализации использовать подход «лучшего друга». Лучшие друзья тесно сотрудничают в юрисдикции, но сохраняют независимость)

Цепочка метафор модели продолжает нарастать за счет использования других моделей, например, «Экономика – это кухня». Ср.: *At most leading New York firms, the partners' share of profits depends on how much business they bring in: they can eat what they kill. (В большинстве ведущих фирм Нью-Йорка доля доходов партнеров зависит от того, сколько дел они приносят в фирму, они могут съесть то, что убьют).* Это предложение – пример объединения моделей «Экономика – это кухня» и «Экономика – это спорт, охота». Другой пример. Ср.:

The one big carrot that London firms can dandle in front of the reticent Americans is the increasing importance of cross-border deals in Europe. (Одна большая приманка (букв. морковка), которой Лондонские фирмы могут побаловать сдержанных Американцев - это усиливающаяся важность межгосударственных сделок в Европе).

Есть в тексте пример использования метафоры модели «Экономика – это организм». Ср.:

Shown the cold shoulder in America, many London firms have turned to German practices...(Получив холодный прием в Америке [букв. увидев холодное плечо в Америке], многие Лондонские фирмы обратились к немецкому опыту...).

Все приведенные примеры демонстрируют влияние метафоры заголовка на всю метафорическую структуру текста. Метафора заголовка входит в состав фрейма, она ставит перед автором ограничения, часто заставляет его оправдать свой выбор, свое понимание ситуации за счет использования метафор этого же фрейма. С другой стороны, метафора фрейма требует метафорического расширения, которое достигается посредством использования других фреймов модели, или других оппозиционных или параллельных моделей. Метафорическая структура статьи состоит из метафор фрейма разных моделей, на которые оказывает влияние метафора заголовка, принадлежащая фрейму доминантной модели текста.

Комплекс «метафора заголовка – метафоры текста» типичен для русских текстов. Как и в примерах из английских текстов, выбраны статьи, заголовки которых включают метафоры наиболее продуктивных моделей. Заголовок статьи «*Неравный брак на небесах*» под рубрикой «авиация» (Коммерсантъ, 23 июля 1996) по нашей классификации входит в состав фрейма «Брачные отношения организма» метафорической модели «Экономика – это живой организм». Как уже отмечалось, в русском и английском языках ситуации объединения и слияния компаний часто находят выражений

при помощи метафорического переосмысления лексики, относящейся к сфере «брак, женитьба». Заголовок статьи, как самостоятельная речевая единица дает читателю представление о ситуации в отрасли, читатель может легко прогнозировать содержание статьи, в которой автор дает информацию о намерениях по слиянию компаний не на паритетных условиях. На протяжении всей статьи автор использует метафору фрейма «Брачные отношения» для характеристики СЭД, участвующих в слиянии. Неоднократно проект объединения компаний метафорически описывается как «неравный брак, брак по расчету». Ср.:

Жених клянется, что брак намечается строго по расчету, - о любви, мол, и речи быть не может. Действительно, по любви невесту и в России найти можно – авиазаводам, которые выпускают самолеты «Як», сейчас ох как туго приходится.

Как видно из примера, компании оказываются невестами и женихами. В статье обнаруживается множество лексических повторов данной метафоры. Ср.: *Голландская авиастроительная фирма Fokker оказалась в роли невесты с хорошей фамилией, но совершенно без приданого.* В качестве жениха в статье выступает Российская компания «Як». Предстоящее объединение метафорически представляется при помощи лексики, традиционно применяемой на русской свадьбе. Так, например, поиски финансового партнера метафорически представляются как «поиски женихов» и «сватовство», а финансовый капитал, участвующий в сделке характеризуется как «калым». Ср.: *Искала мадам Fokker новых женихов по всему миру, да тщетно. Засылали сватов и канадцы (Bombardier), и корейцы (Samsung), и шведы (SAAB), и даже китайцы*

(Aviation Industries), однако дальше смотрин дело не шло – предложения так никто из них и не сделал. Зато его неожиданно сделали русские... Они (слухи) произвели сенсацию (особенно в западной прессе), однако отнестись к ним всерьез было трудно. Ведь калым для этой свадьбы требуется немалый (свыше \$200 млн.).

Компания Як характеризуется при помощи метафор фреймов «чувства, настроение организма», «поведение организма». Жених наделяется умом, опытом, его поведение широко обсуждается. Ср.: *...а женишок, прямо скажем, хоть и умен, но не столь уж богат... Он опытный жених и прекрасно знает: чтобы своя прикипела, нужно за чужой приударить... А вот если «Як» сосватает фрау «Fokker», он станет гораздо привлекательнее для российских невест... Пока жених ведет себя как-то странно... Все это заставляет задуматься: может жених-то на сторону смотрит?*

Метафора используется для характеристики невесты. Ср.: *Министерские специалисты недоумевают: зачем выручать иностранку, пусть именитую... Едва ли приват-доцент сможет жениться на разорившейся княжне: запросы-то у нее по-прежнему княжеские. В пренебрежительном тоне обсуждается внешность невесты, про которую говорят, что «у нее с лица воду не пить», при этом Российская авиационная промышленность характеризуется как «вполне привлекательная».*

Предстоящее объединение компаний неоднократно описывается автором как свадьба, и предшествующая ей по традиции помолвка. Ср.:

...жениться на Fokker не прочь авиационная корпорация «Яковлев»... Официальное объявление (правда, пока не о свадьбе и даже не о помолвке, а лишь о намерении) состоялось в конце июня... А сообщение «Яка» о предстоящей свадьбе оказалось неожиданным даже для самой невесты. Компания Fokker имеет свою историю, будучи образованной в 1912 году, она лишь с 1994 года начала нести убытки. События, связанные с убыточностью компании автором описываются также при помощи метафор фрейма «Брачные отношения организма». Ср.:

Прежний муж – германский концерн Daimler-Benz – объявил о разводе: отказался от ее финансовой поддержки. А на свои средства разведенка Fokker прожить никак не могла. И объявила о банкротстве.

Примеры убедительно демонстрируют, что в рамках данной статьи автор использует цепочку метафор фрейма «Заключение брака и развод».

В тексте есть ряд примеров использования метафор других фреймов модели, например, вышеупомянутые фреймы «поведение» и «родственные связи организма». Другие СЭД – участники событий и государственные органы метафорически характеризуются автором как отцы, дети, мачехи, братья, сводные братья. Альянсы авиастроительных заводов и конструкторских бюро характеризуются как семьи. Ср.:

Помогло то, что у жениха оказался влиятельный папаша – правительство России. Оно одобрило в принципе планы «Яка» и поручило Минфину проанализировать финансовый аспект будущего брака. ... Ведь денег на калым у папаши тоже нет, а есть только

авторитет. Поэтому жених может под честное слово папаши (правительственные гарантии) одолжить денег у богатых соседей (западных банков. Но тут другая загвоздка. Само-то соседи и на слово поверят, однако, кроме папаши, есть у жениха еще и мамаша – Госдума. И за семейным бюджетом она следит строго. Понравится ей невестка – внесет в закон о бюджете поправку... Папашино слово без мамашиного согласия немногого стоит: правительственные гарантии приписываются в бюджете отдельной строкой... Расчет у жениха вот какой. Детей от нового брака поднимать примерно на четверть дешевле. ... То же и братья жениха говорят, в частности АНТК «Туполев» и МАПО-МиГ. ... Наконец, появление мачехи Fokker больно ударит по родным детям «Яка» – ведь детишки Fokker 50 и Fokker 70 вступят на российском рынке в прямую конкуренцию со своими сводными братьями Як-42 и Як-242, причем преимущество будет отнюдь не на стороне последних. ... Процесс этот неизбежен – мировой опыт показывает, что в самолетостроении жены-производители не могут вести отдельное хозяйство от мужей-КБ. Есть семья Boeing, семья Lockheed Martin и т.д.

В статье эпизодически встречаются метафоры других моделей. Например, острая конкуренция в отрасли метафорически изображается при помощи метафор модели «Экономика – это спорт», «Экономика – это война». Ср.:

И наш жених, конечно, не прочь был бы получить такой заказ, благо ему есть что предложить (Як-130). Но проблема в том, что на мировом рынке у него есть соперники. И главный из них - его земляк МАПО-МиГ (МиГ-АТ). Кто же выиграет в этом состязании?

Скорее всего, тот, кто сумеет одержать верх в другом, но уже внутрироссийском.

Ироничное отношение автора статьи к возможному объединению партнеров находит выражение в употреблении слов с пренебрежительной эмоциональной окраской, например, женишок, жениховство, приударить, папаша, мамаша, в отношении к невесте как тому, у кого с лица воду не пить.

Итак, анализ метафор, использованных автором данной статьи, показывает наличие связи в комплексе «заголовок – текст». Метафора заголовка принадлежит фрейму модели и требует от автора многоаспектного развертывания метафор фрейма. С одной стороны, она ограничивает автора, но стремление дать полный анализ ситуации заставляет автора обратиться к метафорам других фреймов модели и к метафорам других моделей.

Рассмотрим другой пример построения метафорической цепочки. Статья под заголовком *«Двое с незаряженными пистолетами»* опубликована под рубрикой «фондовый рынок» (Эксперт, 3 марта 1997). По нашей классификации заголовок относится к метафорической модели «Экономика – это война» (фрейм «Вооружения и укрепления»). Заголовок статьи, безусловно, может заинтриговать читателей, интересующихся развитием фондового рынка в России, тем более, что на момент публикации большое число специалистов было занято так называемыми «играми с Газпромом». Автор дает информацию об одном из разразившихся по этому поводу скандалов. Информативный характер статьи накладывает ряд ограничений на способ изложения материала, тем не менее, в статье выделяется характерная фреймовая структура. Из текста статьи

читателю становится ясно, что «двое с незаряженными пистолетами» – это компании Газпром и Regent Gaz Investment Company. Отношения между этими СЭД метафорически представляются в виде дуэли. Ср.:

Благородная дуэль «Газпрома» и Regent Gaz Investment Company. Вектор военной метафоры продолжает развитие на протяжении статьи, так, например, стремление фирмы RGIC дешевле купить газпромовские акции представляется автором как попытка обойти границы. Ср.: *RGIC отправила в «Газпром» «Меморандум предложения», в котором сообщала о своих планах обойти границы между внутренним и внешним рынками акций PAO.*

Такое стремление расценивается Уставом Газпрома как вторжение на его собственную территорию, что метафорически характеризуется также при помощи военной метафоры. Ср.:

Раскрытие факта наличия у иностранного инвестора прав на акции PAO «Газпром» может повлечь действия «Газпрома» против российской дочерней компании и (или) фонда... По сути, RGIC покушалась на монополию «Газпрома» получать прибыль на более чем четырехкратной разнице в ценах на акции «Газпрома» на западном и российском рынках.

Дальнейшее развитие ситуации также описывается при помощи военной метафоры, в частности метафор фрейма «Ведение военных действий». Ср.:

Задетый за живое г-н Вяхирев потребовал у руководства RGIC ликвидировать компанию....RGIC совсем не сопротивлялась – несмотря на то что с точки зрения российского законодательства затеянная ею борьба была абсолютно законной. ... В данном случае

простая демонстрация силы, конечно помогла РАО. Однако, полностью «Газпром» себя не обезопасил.

Итоги данной операции представлены при помощи метафор фрейма «Военные действия». Ср.:

Конфликт на этом был исчерпан, и, что удивительно, никто не пострадал... Правда, некоторые странности в поведении RGC наталкивают на мысль, что компания не так уж и стремилась реализовать свою схему. Уж слишком быстро она отступила. Имея беспроигрышную позицию на случай судебного разбирательства, RGC так в суд и не обратилась.

Как видно из примеров, военная метафора становится доминантной метафорой статьи, автор прибегает к ней в сильных позициях текста, начиная текст метафорой «дуэли», заканчивая также военной метафорой. Ср.:

Может быть, «Газпрому» стоило бы заняться борьбой за подобную новацию в Российском законодательстве.

Параллельно в тексте осуществляется развертывание метафор других моделей, так, например, все вышеизложенные события характеризуются автором при помощи метафоры модели «Экономика – это развлечение». Ср.:

Однако вполне вероятно, что на самом деле перед публикой разыгрывался спектакль.

Есть примеры использования метафоры модели «Экономика – это дом» фрейма «Строительство дома». Ср.:

Уж если сохранение двух рынков для его бумаг признается отвечающим интересам национальной безопасности, то барьеры

между этими рынками нужно цементировать на уровне никак не ниже законодательного.

Есть пример использования термина, образованного способом метафорического переосмысления, к которому прибегли руководители Газпрома, высказывая критику в адрес компании RGIC. Ср.:

Нечто подобное используют международные криминальные синдикаты для отмывки грязных денег.

Автор прибегает к эпизодическому использованию метафор модели «Экономика – это спорт» и «Экономика – это механизм». Ср.:

... «Газпром» будет сталкиваться с... попытками выпуска для них (иностранных инвесторов) производных инструментов; Любой уважающий себя юрист инвестиционной компании или фонда ... просто не сможет удержаться от конструирования схем обхода барьеров, нагроможденных «Газпромом».

Очевидно, что метафора фрейма заголовка ограничивает автора метафорами модели, но и требует расширения метафорической цепочки за счет включения метафор других моделей.

Рассмотрим, какое влияние на метафорическую структуру текста оказывают заголовки, содержащие метафору, дающую имя модели.

Заголовок статьи «*Video wars: the sequel*» (the Economist June 17th 2000) («*Видео войны: продолжение*») по нашей классификации принадлежит модели «Экономика – это война», содержит компонент, дающий имя модели. Заголовок и подзаголовок статьи (Japanese consumer electronics – Японская электроника для потребительского рынка) раскрывают основную идею статьи, в которой автор при помощи военной лексики характеризует современное состояние рынка электронной продукции Японии. Высокая конкурентность этого рынка

представляется автором как война, компании – участники рынка как враги.

В первом абзаце автор дает повтор метафоры заголовка, напоминает читателю о «военных событиях» 80х годов, участниками которых стали компании Sony и Matsushita, восприятие ситуации как военной усиливает изображение компаний как военных лагерей, а разработка нового продукта, способного «побить» соперника, происходит в изображении автора «в лагере» компании-противника. Ср.:

It looks for all the world like a return of the video wars of the 1980s, when Sony's clever little Betamax cassette recorder was eventually trounced by the Matsushita camp's clunkier but more versatile VHS machine. (Для всего мира это выглядит как возврат видео войн 1980х годов, когда небольшой и многофункциональный кассетный магнитофон фирмы Sony был наконец вытеснен простым, но более многоопционным аппаратом VHS из лагеря фирмы Matsushita). Двадцать лет спустя поведение этих компаний – производителей электроники осталось прежним, только война ведется за новый цифровой дисковый видеопроигрыватель, фирмы же представляются как противники, наносящие друг другу удары головой (как олени рогами). Ср.:

Certainly, Japan's two consumer electronics giants have been girding up over the past few months to do battle again. And, appropriately enough, they are butting heads over which of their digital video disk (DVD) recorder designs will replace the ageing video-cassette recorder (VCR) that they fought over a decade and a half ago. (Конечно, два Японских гиганта – производителя потребительской электроники для последние

несколько месяцев снова готовятся к битве (прикрепляют шашку к поясу). И, соответственно, сейчас они бьются головами за то, какая из разработок цифрового дискового видеомэгнитофона (DVD) заменит стареющий кассетный видеомэгнитофон, за который они боролись более пятнадцати лет назад).

Автор еще неоднократно прибегнет к представлению ситуации как военной. Ср.: *During the video wars of the 1980s, it was the longer recording time of Matsushita's VHS that finally put paid to Sony's Betamax design. (Во время видео войн 1980х годов именно записывающее время мэгнитофона компании Matsushita принесло больше дохода по сравнению с разработкой фирмы Sony); The latest episode of the video wars has barely begun. (Последний эпизод видео войн только что начался.)*

Цепочка метафор модели продолжает разворачиваться за счет метафор других фреймов модели. Например, фрейм «Участники событий»: конкурирующие компании или продукты представлены в образе *rivals* – (первое значение - конкуренты, соперники, а второе - военн. противники). Традиционно, в экономических текстах это слово используется в значении «конкуренты», но данный «военный» контекст актуализирует именно второе значение. В других случаях компании представлены как *allies* – союзники. Ср.:

... the two rival DVD recorders may turn out to be obsolete even before going into mass production. (...два конкурирующих (противника) DVD мэгнитофона могут оказаться ненужными еще до введения их в массовое производство). К метафорам фрейма «Военные укрепления» относится и концепт «лагерь». Ср.:

Next year, however, the advantage could swing back to the Sony camp.... (Однако, в следующем году преимущество может вернуться в лагерь Sony... .)

Тактика компаний описывается при помощи фрейма «Ведение военных действий». Ср.:

Jumping the gun, two of Sony's allies, Pioneer and Sharp, have already launched video recorders based on variants of a rival technology known in Japan as DVD-RW. (Не отступая, два союзника Sony, Pioneer и Sharp, уже выпустили на рынок видеомагнитофоны, основанные на варианте конкурентной технологии (технологии противника), известной в Японии как DVD-RW).

Автор лишь эпизодически обращается к метафорам других моделей, например, модели «Экономика – это спор». Как *wrangle - спор* автор осмысливает отношения компаний – производителей с киностудиями и вещательными компаниями. При помощи метафоры модели «Экономика – это живой организм», фрейм «Части организма» характеризует положение компании на рынке. Ср.:

At the moment, Matsushita has the upper hand. (В настоящий момент Matsushita имеет преимущество [букв. руку выше]).

Рассмотрим другой пример взаимодействия метафоры заголовка, входящей в состав модели с другими метафорами текста. Статья под заголовком «*Chronic sickness*» (The Economist June 2nd 2001) (*Хроническая болезнь*) посвящена проблемам экономики Японии. Заголовок представляет собой метафору, один из компонентов которой дает имя модели «Экономика – это больной организм». На протяжении всей статьи автор неоднократно характеризует состояние экономики страны как состояние больного человека, в полной мере

используя потенциал модели. Экономика метафорически представляется как пациент, страдающий различными недугами. Ср.:

Nobody any longer disputes that the patient is seriously ill. (Никто больше не оспаривает тот факт, что пациент серьезно болен); What will it take to restore this patient to health? (Что потребуется для того, чтобы восстановить здоровье пациента?); The Japanese patient needs both structural reform and aggressive monetary stimulus and it needs them now. (Японский пациент нуждается как в структурных преобразованиях, так и в агрессивном денежном стимуле и они необходимы ему прямо сейчас).

Очевидно, важность образа больного пациента заставляет автора применить данную метафору в наиболее сильных позициях текста, в первом и последнем абзаце. В статье активно используются другие метафоры модели. Например, экономические преобразования, необходимые экономике страны осмысливаются при помощи метафор фрейма «Методы лечения». Ср.:

After a decade of sluggish growth, what is the right medicine for Japan? (Спустя десятилетия медленного роста, какое лекарство для Японии правильное?); But suppose he gets this way. Is this the right economic medicine? (Предположим, что он избирает этот путь. Является ли это правильным экономическим лекарством?). Автор пользуется метафорой фрейма и для образного представления мер, необходимых для излечения больного. Ср.:

Yet the truth is that neither structural reforms nor macroeconomic stimulus will, on their own, be enough to cure Japan's ills of deflation and slow productivity growth. (Правда заключается в том, что ни реформы структуризации, ни макроэкономические стимулы сами по себе не

достаточны для того, чтобы вылечить Японские болезни дефляции и медленного роста производительности).

Недостатки экономики страны на современном этапе развития изображены автором при помощи метафор фрейма «Виды болезни». Так, в заголовке статьи болезнь представлена как *chronic* – хроническая, банковская и финансовая политика изображены метафорически как *monetary madness* – денежное сумасшествие. Как болезнь можно расценить и метафорическое представление центрального банка Японии как человека, не обладающего умственными способностями. Ср.:

These worries underscore the bank's muddleheadedness. (Эти опасения подчеркивают банковскую тупость).

Автор неоднократно говорит о кризисе. Ср.: *Japan's Asian neighbors are also concerned: a fall in the yen helped to trigger their currency crises in 1997-98. (Азиатские соседи Японии тоже обеспокоены: падение йены способствовало началу кризисов их валют в 1997-98.).*

Метафора фрейма «Окончание болезни» используется для представления конечной цели предлагаемых реформ как выздоровления больного организма. Ср.: *Structural reforms also argue that until banks' bad loans are written off, they will be unable to increase lending to support a recovery. (Реформы структуризации также доказывают, что до тех пор, пока безнадежные банковские займы не будут списаны, они будут не в состоянии увеличить займы, чтобы способствовать выздоровлению).* Все вышеприведенные примеры убедительно показывают, что метафора, заявленная

заголовком продолжает активно использоваться в тексте в виде различных фреймов и слотов модели.

Автор прибегает к эпизодическому использованию метафор и других моделей, например, модели «Экономика – это живой организм». Ср.:

The last, but probably most important reason for the Bank of Japan's stubbornness is that it is unwilling to stimulate the economy until the government cleans up the banking system and forces firms to restructure. (Последней, но, вероятно, наиболее важной причиной упрямости Банка Японии является нежелание стимулировать экономику до тех пор, пока правительство не освободит банковскую систему от долгов и не заставит фирмы провести реструктуризацию). В следующем контексте используется фрейм «Части тела». Ср.:

Structural reforms and macroeconomic stimulus must proceed hand in hand. (Реформы структуризации и стимулирование экономики должны идти рука об руку). Ср. также: *the strength of Japan's economy* – (сила экономики Японии).

Для характеристики состояния экономики автор использует метафору движения. Ср.:

And now, a mere two years after it crawled out of one recession, Japan seems to have slipped back into another. (Теперь, спустя всего два года после того, как она выползла из одного периода спада, она соскользнула в другой).

Действия банков представляется при помощи метафоры модели «Экономика – это игра». Ср.:

...the bank is playing a dangerous game – (...банк играет в опасную игру).

Поведение людей под влиянием банковской политики характеризуется метафорой модели «Экономика – это животные». Ср.:

This low return forces households to save more in order to build their desired nest-egg for retirement. (Такая низкая доходность заставляет семьи больше экономить, чтобы создать денежные запасы на момент выхода на пенсию |букв. сделать подкладень|).

Итак, примеры демонстрируют, что метафора заголовка взаимодействует с метафорами текста, требует расширения, строит цепочку из метафор разных фреймов той же модели с эпизодическим включением метафор других моделей.

Аналогичная организация текста нередко обнаруживается и при анализе статей, написанных на русском языке. Так, заголовок статьи «*Война с саламандрами*» (Эксперт, 8 декабря 1997) по нашей классификации принадлежит модели «Экономика – это война» и содержит компонент, дающий имя модели. Заголовок полностью раскрывает основную идею статьи, в которой анализируется передел рынка собственности. Метафора в составе заголовка статьи находится во взаимодействии с метафорической структурой текста, где преобладает характеристика СЭД и их деятельности с использованием военной метафоры. Например, объект, представляющий интерес для собственников – гостиница «Савой» характеризуется как плацдарм. Ср.:

Гостиница «Савой» стала плацдармом для новой схватки за столичную гостиничную собственность. В военных терминах осмысливаются также и действия участников рынка. Ср.:

События в «Савое» тесно связаны с развернувшимися сейчас баталиями в компании – правопреемнике Госкоминтуриста, представляющей федеральные интересы на российском туристическом рынке... В соответствии с постановлением, «Интурист Холдинг» начал отвоевывать у Москвы государственные доли в гостиничных предприятиях. По выражению одного из участников военных действий, даже если лежать и ничего не делать, эти активы могут приносить до 10 млн. долларов годового дохода. Эти примеры демонстрируют наличие связи метафоры заголовка и метафор текста.

В тексте есть примеры использования метафор модели «Экономика – это живой организм», например, объект недвижимости характеризуется как живой организм, способный «унаследовать фамильный герб», «пережить очередное перерождение». Деятельность Государственных органов характеризуется при помощи зооморфной метафоры. Ср.:

Госкомимущество заняло достаточно пассивную позицию, оставив все бою с Москвой на долю остальных учредителей холдинга.

Анализ примеров взаимодействия метафоры в заголовке с метафорами текста легко продолжить: по нашим наблюдениям, метафора в заголовке в абсолютном большинстве случаев активно развертывается в последующем тексте статьи, тогда как обратная зависимость обнаруживается значительно реже, наличие в тексте доминантной метафорической модели вовсе не обязательно предполагает метафоричность заголовка статьи.

Выводы по третьей главе

В настоящей главе рассмотрены закономерности реализации концептуальной метафоры в русских и английских экономических текстах.

В начальном разделе выделены три основных варианта развертывания метафорической модели в пределах текста. В первом случае в пределах текста невозможно выделить в качестве доминирующей какую либо одну метафорическую модель (обычно в таких случаях в тексте взаимодействуют две-три модели). Во втором случае в тексте выделяется одна доминирующая модель, которая (наряду с другими языковыми средствами) обеспечивает связность текста и целостность его восприятия. В третьем случае большинство метафор в рамках текста относится не просто к одной модели, но даже к одному и тому же фрейму.

На следующем этапе анализа рассмотрены закономерности взаимодействия метафоры в заголовке текста и собственно текста статьи. В процессе исследования выделены три типа метафорических заголовков. В первом случае заголовок включает название модели, во втором – название ее отдельного фрейма, в третьем – название одного из слотов.

Метафоричность названия статьи создает условия для проявления ряда стилистических эффектов, возникающих в связи с взаимодействием метафоры в заголовке и метафор в собственном тексте. Эффект усиленного ожидания обнаруживается преимущественно в случаях, когда смысл заголовка (из-за его метафоричности) не вполне понятен большинству читателей, что интригует адресата и заставляет его обратиться к тексту статьи.

Эффект обманутого ожидания возникает в тех случаях, когда при знакомстве со статьей обнаруживается, что ее название не соответствует ожидаемому содержанию: например, заголовок, казавшийся метафорическим, следует понимать буквально, либо смысл заголовка оказывается (вопреки ожиданиям читателя) метафорическим.

В заключительном разделе главы выявляются закономерности развертывания в тексте метафорической модели, обозначенной в заголовке: как правило, метафорический заголовок отчетливо указывает на то, какая метафорическая модель будет развернута в данном тексте, причем присутствие в заголовке лишь одного фрейма вовсе не означает, что не будут использованы метафоры, относящиеся к другим фреймам.

В целом рассмотренный материал свидетельствует, что развертывание в тексте метафорической модели (особенно при метафоричности заголовка) может быть важным средством обеспечения связности экономического текста и целостности его восприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последние годы заметно расширяется сфера применения когнитивных методов исследования национальной картины мира. В нашей диссертации методика изучения и описания метафорических моделей, ранее использованная Дж. Лакоффом и М. Джонсоном, А.Н. Барановым, Ю.Н. Каруловым, Ю.Б. Феденевой, А.П. Чудиновым и другими специалистами при исследовании политической метафоры, была использована при исследовании экономического дискурса. Проведенное исследование свидетельствует, что использование методов когнитивной лингвистики и, в частности, методики метафорического моделирования (параллельно с применением сопоставительного, контекстуального и лингвокультурологического анализа, а также приемов, выработанных лингвистикой текста и теорией регулярной многозначности) позволяет обнаружить новые факты и закономерности в организации русского и британского экономического дискурсов, выделить как общие закономерности реализации моделей, так и специфические черты, присущие только русской или только английской экономической метафоре.

В существующей литературе по концептуальной метафоре детально охарактеризованы на русском и английском (американском) материале ведущие метафорические модели современного политического дискурса. Представленные в настоящей диссертации материалы свидетельствуют, что инвентарь моделей, используемых в политическом и экономическом дискурсах, в значительной степени совпадает: и в политической, и в экономической сфере наиболее регулярно используются метафоры, восходящие к следующим

выделенным А.П. Чудиновым концептуальным сферам-источникам: дом (здание), война, живой организм, мир животных.

Основные различия между английской и русской экономической метафорой проявляются в следующем. Во-первых, в английских текстах метафорические номинации встречаются чаще, чем в русских: дело в том, что если в английском языке метафоризация общеупотребительных слов – это основной способ создания экономических терминов, то в русском языке очень много терминов, заимствованных из английского языка на основе транслитерации. Во-вторых, даже в тех случаях, когда в русских и английских экономических текстах реализуются однотипные метафорические модели, далеко не всегда совпадают конкретные фреймы и слоты. В-третьих, различия могут быть связаны с встречаемостью той или иной модели: например, в английском экономическом дискурсе значительно реже используется криминальная метафора, которая характерна для современной русской экономической и политической речи; с другой стороны в английском экономическом дискурсе более активно используются метафоры с исходной семантикой «спиртные напитки и последствия их использования», «мир животных».

Во всех рассмотренных в настоящей диссертации случаях сферой метафорического притяжения (сферой-мишенью) были экономические реалии. Чаще всего метафорические номинации использовались для обозначения субъектов экономической деятельности (физических и юридических), профессионалов, занятых в сфере организации экономической деятельности, конкретных видов экономической деятельности (продажа, покупка, банковские операции, биржевая деятельность и др.), ценных бумаг и других документов. Состав

фреймов, относящихся к экономической сфере, в русском и английском экономических дискурсах совпадает, но английская экономическая лексика богаче русской: многие английские экономические термины не имеют однословного перевода на русский язык.

Рассмотренный в заключительной главе диссертации материал позволил обнаружить, что концептуальная метафора в русских и английских экономических текстах часто становится фактором, обеспечивающим связность, целостность и выразительность конкретных текстов. Красивая метафора не просто концептуализирует экономическую реальность – она делает текст красивым, выразительным и запоминающимся. Развертывание той или иной метафорической модели на протяжении всего текста (начиная с заголовка) как бы скрепляет в единое целое все части текста, обеспечивая тем самым его восприятие как синтаксического и речевого единства.

Реализация соответствующей или иной модели метафоры уже в названии статьи создает условия для проявления ряда стилистических эффектов, возникающих в результате взаимодействия метафоры в заголовке и развертывания системы метафор в основном тексте. Это может быть эффект усиленного ожидания, который проявляется в тех случаях, когда метафорический смысл заголовка не до конца понятен читателям, что заставляет их обратиться к основному тексту статьи. Эффект обманутого ожидания проявляется в том, что только при чтении основного текста статьи читатель обнаруживает, что он неправильно понял метафорический заголовок

или что заголовок, казавшийся ему метафорическим, следует понимать буквально.

Настоящая диссертация представляет собой первое сопоставительное монографическое исследование метафорического моделирования реальности в русском и английском экономических дискурсах. Поэтому в нем рассмотрены далеко не все вопросы, которые могут представлять интерес для специалистов по когнитивной лингвистике. В числе наиболее перспективных направлений дальнейшей работы следует отнести следующие:

- детальное изучение и описание максимально широкого количества метафорических моделей, используемых в русских и английских экономических текстах;

- сопоставление закономерностей метафорического моделирования действительности в рассмотренных национальных дискурсах с закономерностями, которые могут быть обнаружены при анализе экономических текстов, отражающих иную лингвокультурную среду, иную экономическую реальность;

- сопоставление закономерностей метафорического моделирования в текстах, относящихся к одному и тому же дискурсу (в данном случае экономическому), но к различным функциональным стилям (например, к научному, официально-деловому и публицистическому);

- значительную перспективу имеют исследования, в которых рассматриваются закономерности использования метафорических моделей в различных дискурсах (например, в экономическом, политическом, медицинском и др.).

Дальнейшее развитие когнитивной лингвистики (и в том числе теории метафорического моделирования) откроет новые перспективы, высветит новые актуальные темы и проблемы, позволит развить и уточнить некоторые высказанные в данной работе положения.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Алексеев К.И. Эскиз теории метафоры. // Русская речь. 1996. №1.
2. Алексеева Л.М. Метафорическая терминологизация и текстопорождение. 1997. №1 – 3. С. 109 – 115
3. Алексеева Л.М. Термин и метафора. Пермь, 1998.
4. Апресян В.Ю., Апресян Ю.Д. Метафора в семантическом представлении эмоций. // Вопр. Языкознания. 1993. №3.
5. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания// Вопросы языкознания. 1995, №1.
6. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М., 1974.
7. Апресян Ю.Д. О регулярной многозначности. Изв. АН СССР. Сер. яз. и лит. 1971, вып. 6.
8. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1999.
9. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры // Изв. АН СССР, Сер. лит. и яз. 1978, №4.
10. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. // Теория метафоры. М., 1990.
11. Арутюнова Н.Д. Номинация и текст. // Языковая номинация. Виды наименований. М.: Наука, 1977.
12. Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Екатеринбург, 2000.
13. Багичева Н.В. Россия – мать или мачеха? (Метафорическое моделирование образа Родины) // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т.5. Екатеринбург, 2000.

14. Базылев В.Н. Автопортреты политиков: от психопозитики к психополитике // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
15. Базылев В.Н. Новая метафора языка (семиотико-синергетический аспект). Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М., 1999.
16. Байков В.Г. Манипулятивная семантика и контрпропаганда // Функционирование языка как средства идеологического воздействия. Краснодар, 1998.
17. Балашова Л.В. Метафора в диахронии: на материале русского языка XI - XX века. Саратов, 1998.
18. Балли Ш. Французская стилистика. М., 1961.
19. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. М., 1991.
20. Баранов А.Н. Языковые игры времен перестройки (Феномен политического лозунга) // Русистика. 1993. №2.
21. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Постулаты когнитивной семантики // Известия АН. Сер. лит. и яз. Т.56.1997. №1.
22. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новаторство. М., 1991.
23. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. М., 1991.
24. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.
25. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Процедурный язык в лингвистической семантике // Изв. АН СССР. Сер лит. и яз. 1990. №1.

26. Безменова Н. А. Речевое воздействие как риторическая проблема // Проблемы эффективности речевой коммуникации. М., 1989.
27. Белова Е. Н. Структура и семантика аргументативного дискурса (на материале слушаний комитетов конгресса США). Автореф. дис. ...канд. филол. наук. СПб, 1995.
28. Бельчиков Ю.А. Из наблюдений над русским литературным языком эпохи Великой Отечественной войны // Филологические науки. 2000, №6
29. Бессарабова Н.Д. Метафорические сочетания в общественно-публицистическом стиле русского литературного языка // Филол. Науки. 1979, №1.
30. Булгакова Л.Н., Захаренко И.В., Красных В.В. Харизма без власти и власть без харизмы (к вопросу о современном российском политическом дискурсе) // Политический дискурс в России 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
31. Булыгина Е.Ю. Лексическое воплощение концепта «деньги» в современной публицистике // Отражение русской языковой картины мира в лексике и грамматике. Новосибирск, 1999.
32. Бушин И.В. Формирование вторичных терминосистем и их специфика (на материале терминологии судебной медицины русского и английского языков). Автореф. дис. ...канд. филол. наук. Саратов, 1986.
33. Быкова Е.В. О причинах доминирования англоязычных заимствований в современном русском языке // Проблемы преподавания русского языка и литературы в иностранной аудитории. СПб., 1997.

34. Василенко И.А. О возможностях политической герменевтики // Вопросы философии. 1999. №6
35. Вежбицка А. Язык, культура, познание. М., 1996.
36. Вершинина Т.С. Метафора в политическом дискурсе: традиции и новаторство // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т.6. Екатеринбург, 2001.
37. Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М., 1989.
38. Виноградов С.И. Слово в парламентской речи и культура общения // Русская речь. 1993, №№2-4.
39. Вовк Н.Н. Языковая метафора в разговорной речи. Киев, 1986.
40. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: Становление антропоцентрической парадигмы // Филологические Науки. 2001, №1.
41. Воробьева О.И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. Архангельск, 2000.
42. Воробьева О.И. Политическая лексика. Семантическая структура. Текстовые коннотации. Архангельск, 1999.
43. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М., 1988.
44. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука. 1981.
45. Гальперин И.Р. О понятии «текст» // Лингвистика текста: Материалы науч. конф. / МГПИИЯ им. М. Тореза. Ч.1. М., 1974. С. 67-62.
46. Голованова А.В. Языковые метафоры в оценке человека (на материале русского и польского языков) // Язык. Система. Личность. Екатеринбург, 2000.

47. Гудков Д.Б. Ритуалы и прецеденты в политическом дискурсе // Политический дискурс в России – 2. Материалы рабочего совещания. М., 1998.
48. Данилов С.Ю. Жанр проработки в тоталитарной культуре // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь, 1999.
49. Даниленко В.П. Русская терминология. М., 1972.
50. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
51. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов, 2000.
52. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. №4.
53. Демьянков В.З. Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ. М., 1989.
54. Джонсон-Лэрд Ф. Процедурная семантика и психология значения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII М., 1988.
55. Динсмор Дж. Ментальные пространства с функциональной точки зрения // Язык и интеллект. М., 1998.
56. Енина Л. В. Идеологическое содержание современных лозунгов протеста // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 1999.
57. Ермакова О.П. Семантические процессы в лексике // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 2000.
58. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики. Москва – Волгоград, 2000.
59. Заде Л.А. Понятие лингвистической переменной и его применение к понятию приближенных решений. М., 1976.

60. Земская Е.А. Введение // Русский язык конца XX столетия (1985 - 1995). М., 1996.
61. Золотова Г.А. У языка, как у людей – свои проблемы. // Русская речь. 2001, №4.
62. Илюхина Н.А. Образ в лексико-семантическом аспекте. Самара, 1998.
63. Илюхина Н.А. Об одной метафорической категории слова. // Функциональная семантика. Екатеринбург, 1994.
64. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики. Екатеринбург – Омск, 1999.
65. Какорина Е.В. Новизна и стандарт в языке современной газеты // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996.
66. Какорина Е.В. Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996.
67. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001.
68. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград – Архангельск, 1996.
69. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
70. Караулов Ю.Н. О состоянии русского языка современности. М., 1991.
71. Караулов Ю.Н. О состоянии современного русского языка // Русская речь. 2001, №3.
72. Караулов Ю.Н., Петров В.В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т.А. Ван. Язык, Познание. Коммуникация. М., 1989.

73. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминологии. Киев, 1989.
74. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2000.
75. Когнитивная лингвистика: современное состояние и перспективы развития. Материалы первой международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. Тамбов, 1998.
76. Когнитивная лингвистика: современное состояние и перспективы развития. Материалы второй международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. Тамбов, 2000.
77. Кожевникова Н.А. Образная параллель «строение – человек» в русской литературе XIX-XX вв. // Художественный текст: единицы и уровни организации. Омск, 1991.
78. Кожевникова Н.А. Язык революционной эпохи в изображении писателей русского зарубежья // Русистика сегодня. 1998, № 1-2.
79. Коженевска-Берчинска Й. Портреты России – россиян в польском словесном изображении (на основе современных публицистических текстов) // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь, 1999.
80. Коженевска-Берчинска Й. Новации в языковой картине мира российского человека. На основе современных публицистических текстов. Ольштын, 1996.
81. Кожин А.Н. Лексико-стилистические процессы в русском языке периода Великой Отечественной войны. М., 1985.
82. Кожина. М. Н. Стилистика русского языка. М., 1977.
83. Кордонский С. Фундаментальный лексикон: язык и политический спектр в России // Век XX и мир. 1994. №1-2.
84. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. 3-е изд., испр. и доп. СПб, 1999.

85. Кравченко И.И. Политическая мифология: вечность и современность // Вопр. Философии. 1999. №1.
86. Крупнов В.Н. Курс перевода. Английский язык; общественно-политическая лексика. М.: Междунар. Отношения, 1979.
87. Крысин Л.П. Русский литературный язык на рубеже веков // Русская речь. 2000, № 1.
88. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996.
89. Крючкова Т.Б. Общественно-политическая лексика и терминология: основные свойства и тенденции развития. Автореф. дис... д-ра филол. наук. М., 1991.
90. Кубрякова Е.С. Семантика в когнитивной лингвистике // Известия АН. Сер. литературы и языка. 1999, т.58, №5 - 6.
91. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика - психология - когнитивная наука // Вопр. языкознания. 1994, № 4.
92. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.
93. Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции языка. Екатеринбург - Омск, 1999.
94. Кузьмина Н.А. Концепты художественного мышления: к постановке проблемы // Проблемы деривации: Семантика. Поэтика. Пермь, 1991.
95. Кузнецова Э.В. Лексикология русского языка. М., 1989.
96. Кузнецова Э.В. О двух типах парадигм // Типы языковых парадигм. Свердловск, 1979.

97. Купина Н. А. Агитационный дискурс: в поисках жанров влияния // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000.
98. Купина Н.А. Битенская Г.В. Сверхтекст и его разновидности // Человек – Текст – Культура. Екатеринбург, 1994.
99. Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург – Пермь, 1995.
100. Лабутина В.В. Вторичная номинация в сфере обозначения причинно-следственных отношений в русском языке. Автореф... дис. канд. филол. наук. Уфа, 1998.
101. Лазарева Э.А. Заголовок в тексте. Свердловск 1989.
102. Лазарева Э.А. Системно-стилистические характеристики газеты. Екатеринбург 1993.
103. Лазарева Э.А. Заглавие и начало текста // Слово в системных отношениях на разных уровнях языка / Изд-во Свердл. пед. ин-та, Свердловск, 1989. С. 121-132.
104. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XX111. М., 1988.
105. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. Гл. 1, 13, 21, 23, 24. М., 1987.
106. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. Гл. 1 - 6. М., 1990.
107. Лакофф Дж. Когнитивная семантика // Язык и интеллект. М., 1995.
108. Лапиня Э.А. Метафоризация как способ терминообразования в микроэлектронике. Автореф. дис. Канд. Филол. Наук. М., 1986.

109. Лапиня Э.А. Метафора в терминологии микроэлектроники (на материале английского языка) // Метафора в языке и тексте. М., 1988. С.134-145.
110. Ларионова Е.В, Новейшие англизмы в современном русском языке. Автореф. дис... кад. Филол. наук. М., 1993
111. Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР.: когнитивно-риторический анализ. Вильнюс, 1995.
112. Лейчик В.М. Особенности функционирования терминов в тексте // Филологические науки. 1990, №3. С. 80 – 87.
113. Лысакова И.П. Стиль рубрик, заголовка, жанра как фактор типовой модели газеты // Вестн. Ленингр. ун-та. Сер. 2. Ист., яз., лит. 1982. Вып. 3. С. 77-83.
114. Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1987.
115. Майданова А.М., Амиров В.М., Енина Л.В. и др. Речевая агрессия в средствах массовой информации. Екатеринбург, 1997.
116. Минский М. Фрейм для представления знаний. М.: Энергия, 1979.
117. Мишланова С.Л. Метафора в поле термина (на материале медицинских текстов). // Фактическое поле языка. Межвуз. сб. научн. тр. Пермь, 1998.
118. Мишланова С.Л. Метафора в медицинском тексте (на материале русского, немецкого, английского языков. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 1998.
119. Москвин В.П. Русская метафора. Волгоград, 1997.
120. Москвин В.П. Русская метафора: параметры классификации // Филологические науки. 2000, №2.

121. Мякова Е.Ю. Проблемы исследования метафоры // Языковое сознание: формирование и функционирование. М., 2000.
122. Новиков А.Б. Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). М., 1999.
123. Новиков Л.А. Семантика русского языка. М., 1982
124. Норман Б.Ю. Лексические фантомы с точки зрения лингвистики и культуры // Язык и культура. Третья международная конф. Киев, 1994.
125. Опарина Е.О. Концептуальная метафора //Метафора в языке и тексте. М., 1988.
126. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М., 1990.
127. Павлович Н.В. Словарь поэтических образов. Т. 1 - 2. М., 1999.
128. Павлович Н.В. Язык образов. Парадигмы образов в русском поэтическом языке. М., 1995.
129. Панченко А.М., Смирнов И.П. Метафорические архетипы в русской средневековой словесности и поэзии начала XX века // Труды отдела древнерусской литературы. Древнерусская литература и культура XI-X - XX века. Л., 1976.
130. Петров В.В. Метафора: от семантических представлений к когнитивному анализу // Вопр. языкознания. 1990, №3.
131. Петров В.В. Язык и логическая теория: в поисках новой парадигмы // Вопр. Языкознания. 1988, №2.
132. Постовалова В.И. Судьба как ключевое слово культуры и его понимание А.Ф. Лосевым // Идея судьбы в контексте разных культур. М., 1994.
133. Потебня А.А. Из записок по русской грамматике. М., 1968.

134. Почепцов Г.Г. Тоталитарный человек. Киев, 1994.
135. Прохорова В.Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование). М., 1996.
136. Рахилина Е.В. Когнитивная семантика: История. Персоналии. Идеи. Результаты // Семиотика и информатика. Вып. 36. М., 1998.
137. Рахилина Е.В. О тенденциях в развитии когнитивной семантики // Известия РАН, Сер. лит. и языка. Т.59. 2000, №3.
138. Ревзина О.Г. Язык и дискурс // Вестн. Моск. гос. ун-та, Сер.9. Филология. 1999, № 1.
139. Рокотянская Л.Ю. Лингвокультурные характеристики животных в сказках // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001.
140. Романов А.А. Конфликтный дискурс политика // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
141. Русский язык конца столетия (1985-1995). М., 1996.
142. Ряпосова А.Б. Милитарная метафора в современном агитационно-политическом дискурсе // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001, Т. 6.
143. Савельев А. Н. Политическая мифология и политическая технология // Москва. 1998. № 8.
144. Селищев А.М. Язык послереволюционной эпохи: из наблюдений над русским языком последних лет. М., 1928.
145. Сенько Е.В. Коннотативно-прагматическая динамика лексических единиц // Коммуникативно-прагматическая семантика. Волгоград, 2000.

146. Скворцов О.Г. О принципах сопоставительного исследования лексических микросистем. //Слово в языке, тексте, речи// Уральский гос. пед. университет, 1999.
147. Складневская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб, 1993.
148. Сковородников А.П. Фигуры речи в современной российской прессе // Филологические науки. 2001, №3.
149. Скребцова Т.Г. Американская школа когнитивной лингвистики. СПб, 2000.
150. Складневская Г.Н. Языковая метафора в толковом словаре. Проблемы семантики (на материале русского языка). Ч. 1 - 2. М., 1988.
151. Солганик Г. Я. Лексика газеты. М., 1981.
152. Сорокин Ю.А. Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999
153. Стам И.С. Экспрессивный газетный заголовок и его взаимодействие с текстом: Автореф. дис. ...канд. Филол. Наук. М., 1982.
154. Стам И.С. Об использовании пословиц и поговорок в газетных заголовках // Вопросы стилистики. М., 1983. С. 17-29.
155. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. М., 1997.
156. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1995.
157. Сытина Н.А. Социально-психологический аспект заимствования иноязычной лексики // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики. Волгоград, 1999.

158. Сыщиков О.С. Коммуникативная компетенция и деловой дискурс // Языковая личность и эмотивные смыслы. Волгоград – Саратов 1998.
159. Телия В.Н. Метафора и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. М., 1988.
160. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986.
161. Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. Вступит. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой. М., 1990
162. Татаринов В.А. История отечественного терминоведения. Направления и методы терминологических исследований. Очерк и хрестоматия. Т.1. М., 1994.
163. Татаринов В.А. Теория терминоведения. Теория термина и современное состояние. Т.1. М., 1996.
164. Ткачева Л.Б. Основные закономерности английской терминологии. Томск, 1987.
165. Ульманн С. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. Вып. 5. М., 1970.
166. Урысон Е.А. Душа, сердце и ум в языковой картине мира // Путь, 1994, №5.
167. Урысон Е.А. Фундаментальные способности человека и наивная «анатомия» // Вопросы языкознания, 1995, №3.
168. Феденева Ю.Б. Функции метафоры в политической речи // Художественный текст: структура, семантика, прагматика. Екатеринбург, 1997.

169. Феденева Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века. Автореф. дис... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1998.
170. Феденева Ю.Б., Чудинов А.П. Метафорическое моделирование в российском политическом дискурсе // Политический дискурс России - 3. М., 1999.
171. Филлипович Ю.Н. Исследование метафор информационных технологий. // Языковое сознание и образ мира. М., 2000.
172. Фундаментальное направление современной американской лингвистики. Сб. обзоров. М.. изд. МГУ, 1997.
173. Хазагеров Г. Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (по материалам «Комсомольской правды»): Автореф. дис... канд. филол. наук. Ростов н/д, 1984.
174. Хачатурова Л. А. Проблемы комплексного описания зоонимов в русском языке. Ташкент, 1992.
175. Харченко В.К. Функции метафоры. Воронеж, 1992.
176. Цыганкова А. В. Роль образных средств в организации художественного текста // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т.4. Екатеринбург, 2000.
177. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике; сходства и различия в теориях и целях // Вопр. Языкознания. 1996, №2.
178. Чепкина Э.В. Русский журнальный дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000). Екатеринбург, 2000.
179. Черникова Н.В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии // Филологические науки. 2001, №1.

180. Чудинов А.П. Динамика моделей концептуальной метафоры // Говорящий и слушающий; языковая личность, текст, проблемы обучения, СПб, 2001.
181. Чудинов А.П. Типология варьирования глагольной семантики. Свердловск, 1988.
182. Чудинов А.П. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т. 5. Екатеринбург, 2000.
183. Чудинов А.П. Метафорическое моделирование образа России в современном агитационно-политическом дискурсе // Язык. Система. Личность. Екатеринбург, 2000.
184. Чудинов А.П. Структурный и когнитивный аспекты исследования метафорического моделирования // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т.6. Екатеринбург, 2001.
185. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале. Русская речь. 2001. № №1, 3, 4.
186. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-х. Современная Россия в языковом отображении. М., 1998.
187. Шаховский В.И. Голос эмоций в русском политическом дискурсе // Политический дискурс в России – 2. Материалы рабочего совещания. М., 1998.
188. Шаховский В.И., Желтухина М, Р. Роль комического в дискурсивном портрете политика // Политический дискурс в России – 3. Материалы рабочего совещания. М., 1999.
189. Шейгал Е.И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе // Вопр. стилистики. Саратов, 1999. Вып. 28.

190. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М. - Волгоград, 2000.
191. Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка. М., 1964.
192. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. М., 1973.
193. Эпштейн М.Н. Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса) // Вопросы языкознания, 1991, №6.
194. Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991.
195. Ягубова М.А. Культурно-оценочный аспект речевой деятельности // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000.
196. Lakoff G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify War in the Galf // D.Yallet (ed.). Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf. Honolulu, 1991.
197. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago, 1980.
198. Lakoff G. Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind. Chicago, London.
199. Rosch E. Principles of categorization // Cognition and categorization. Hillsdale, New York. 1978.

Словари и справочники

Лексическая основа русского языка: Комплексный учебный словарь. Под ред. В.В. Морковкина. М.: Русский язык, 1984. С.1167

Ожегов С.И. Словарь русского языка. Под ред. И. Ю. Шведовой. М.: Русский язык, 1991. С. 922.

Словарь русского языка в 4-х томах. Изд.2. М.: Русский язык, 1981-1984.

Новейший словарь иностранных слов и выражений. Мн.: Харвест, 2001. С. 976.

Новый большой англо-русский словарь / Ю.Д. Апресян. М.: Рус. Язык, 2001. С. 892

Англо-русский словарь по бухгалтерскому учету, аудиту и финансам. Под ред. Терехова Д.Ю. М.: Аскери, 1994. С. 512.

Англо-русский словарь по экономике и финансам. Под ред. А.В. Аникина. Санкт-Петербург, «Экономическая школа», 1993. С. 589.

Англо-русский словарь валютно-кредитных терминов. Под ред. Б.Г. Федорова. М.: Финансы и статистика, 1992. С. 240.

Longman Business English Dictionary / Pearson Education Limited, 2000.

НЕ НАДО СМОТРЕТЬ ДАЛЕЕ

АГЕЕНКО Е. Л. Русская речь у микрофона // Русская речь. 1996. № 1.

АЛТУНЯН А. О собирателях земли русской: Жириновский как публицист // Вопросы литературы. 1996. № 2.

АПРЕСЯН В. Ю., АПРЕСЯН Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания. 1993. № 3.

АПРЕСЯН Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М., 1974.

АПРЕСЯН Ю. Д. О регулярной многозначности // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. 1971. Вып. 6.

АПРЕСЯН Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1.

АРУТЮНОВА Н. Д. Функциональные типы языковой метафоры // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. 1978. № 4.

АРУТЮНОВА Н. Д. Язык и мир человека. М., 1999.

БАГИЧЕВА Н. В. Россия — мать или мачеха? (метафорическое моделирование образа Родины) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 5.

БАЗЫЛЕВ В. Н. Автопортреты политиков: от психопэтики к психополитике // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

БАЗЫЛЕВ В. Н. Новая метафора языка (семиотико-синергетический аспект): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1999.

БАЙБУРИН А. К. Жилище в обрядах и представлениях восточных славян. Л., 1983.

БАЙКОВ В. Г. Манипулятивная семантика и контрпропаганда // Функционирование языка как средства идеологического воздействия. Краснодар, 1988.

БАЛАШОВА Л. В. Метафора в диахронии: на материале русского языка XI—XX веков. Саратов, 1998.

БАРАНОВ А. Н. Языковые игры времен перестройки (Феномен политического лозунга // Русистика. 1993. № 2.

БАРАНОВ А. Н., ДОБРОВОЛЬСКИЙ Д. О. Постулаты когнитивной семантики // Известия АН. Сер. лит. и яз. 1997. Т. 56. № 1.

БАРАНОВ А. Н., КАЗАКЕВИЧ Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новаторство. М., 1991.

БАРАНОВ А. Н., КАРАУЛОВ Ю. Н. Русская политическая метафора: Материалы к словарю. М., 1991.

БАРАНОВ А. Н., КАРАУЛОВ Ю. Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.

БАРАНОВ А. Н., ПАРШИН П. Б. Процедурный язык в лингвистической семантике // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. 1990. № 1.

БАХТИН М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.

БЕЗМЕНОВА Н. А. Речевое воздействие как риторическая проблема // Проблемы эффективности речевой коммуникации. М., 1989.

БЕЛОВА Е. Н. Структура и семантика аргументативного дискурса (на материале слушаний комитетов конгресса США): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Спб., 1995.

БЕЛЬЧИКОВ Ю. А. Из наблюдений над русским литературным языком эпохи Великой Отечественной войны // Филологические науки. 2000. № 6.

БЕРДЯЕВ Н. Судьба России. М., 1990.

БЕССАРАБОВА Н. Д. Метафорические сочетания в общественно-публицистическом стиле русского литературного языка // Филологические науки. 1979. № 1.

БУЛГАКОВА Л. Н., ЗАХАРЕНКО И. В., КРАСНЫХ В. В. Харизма без власти и власть без харизмы (к вопросу о современном российском политическом дискурсе) // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

БУЛЫГИНА Е. Ю. Лексическое воплощение концепта «деньги» в современной публицистике // Отражение русской языковой картины мира в лексике и грамматике. Новосибирск, 1999.

ВАСИЛЕНКО И. А. О возможностях политической герменевтики // Вопросы философии. 1999. № 6.

ВЕЖБИЦКА А. Антитоталитарный язык в Польше // Вопросы языкознания. 1994. № 4.

ВЕЖБИЦКА А. Язык, культура, познание. М., 1996.

ВЕРШНИНА Т. С. Метафора в политическом дискурсе: традиции и новаторство // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.

ВЕСЕЛОВСКИЙ А. Н. Историческая поэтика. М., 1989.

ВИНОГРАДОВ С. И. Слово в парламентской речи и культуре общения // Русская речь. 1993. № 2—4.

ВИТГЕНШТЕЙН Л. Философские работы. М., 1994. Ч. 1.

ВОВК Н. Н. Языковая метафора в разговорной речи. Киев, 1986.

ВОДАК Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград, 1997.

ВОРОБЬЕВА О. И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. Архангельск, 2000.

ВОРОБЬЕВА О. И. Политическая лексика. Семантическая структура. Текстовые коннотации. Архангельск, 1999.

ВОРОБЬЕВА О. И. Политический язык: семантика таксономия, функции: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000.

ГАЖЕВА И. Д. Опыт концептуального анализа имени *игра* // Филологические науки. 2000. № 4.

ГАК В. Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М., 1988.

ГЕЛЛЕР М. Машина и винтики. История формирования советского человека. М., 1994.

ГРАУДИНА Л. К. Эвфемизмы — дисфемизмы: парламентские и непарламентские выражения // Культура парламентской речи. М., 1994.

ГРЕШНЕВИКОВ А. Информационная война. М., 1999.

ГУДКОВ Д. Б. Настенные надписи в политическом дискурсе // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

ГУДКОВ Д. Б. Ритуалы и прецеденты в политическом дискурсе // Политический дискурс в России-2: Материалы рабочего совещания. М., 1998.

ГУМБОЛЬДТ В. ФОН. Язык и философия культуры. М., 1984.

ГУРЕВИЧ П. С. Философская антропология. М., 1997.

ДЕЙК Т. А. ВАН. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

ДЕМЕНТЬЕВ В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов, 2000.

ДЕМЬЯНКОВ В. З. Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ. М., 1989.

ДЕМЬЯНКОВ В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. № 4.

ДЖОНСОН-ЛЭРД Ф. Процедурная семантика и психология значения // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1988. Вып. XXIII.

ДИНСМОР ДЖ. Ментальные пространства с функциональной точки зрения // Язык и интеллект. М., 1998.

ДМИТРИЕВА О. Л. Ярлык в парламентской речи // Культура парламентской речи. М., 1994.

ДОРОЖКИНА Т. Н. Речевой имидж политического лидера // Социс (социологические исследования). 1997. № 8.

ЕНИНА Л. В. Идеологическое содержание современных лозунгов протеста // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000.

ЕНИНА Л. В. Современные российские лозунги как свертхтекст: Автореф. ... дис. канд. филол. наук. Екатеринбург, 1999.

ЕРМАКОВА О. П. Семантические процессы в лексике // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). М., 2000.

ЕРМОЛЕНКО С. С. Язык тоталитаризма и тоталитаризм языка // Мова тоталітарного суспільства. Киев, 1995.

ЖЕЛЬВИС В. И. Инвектива в политической речи // Русский язык в контексте культуры. Екатеринбург, 1999.

ЖЕЛЬВИС В. И. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема. М., 1997.

ЗАДЕ Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. М., 1976.

ЗЕМСКАЯ Е. А. Введение // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). М., 1996.

ЗЕМСКАЯ Е. А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского времени // Вопросы языкознания. 1997. № 3.

ИГНАТЬЕВ А. А. Ценности науки и традиционное общество (социокультурные предпосылки радикального политического дискурса) // Вопросы философии. 1991. № 4.

ИЛЬИН М. В. Слова и смыслы. Опыт описания ключевых политических понятий. М., 1997.

ИЛЮХИНА Н. А. Об одной метафорической категории // Функциональная семантика слова. Екатеринбург, 1994.

ИЛЮХИНА Н. А. Образ в лексико-семантическом аспекте. Самара, 1998.

ИОРДАНСКАЯ Л. Н. Сердце // Толково-комбинаторный словарь русского языка. Вена, 1984.

ИССЕРС О. С. Коммуникативные стратегии и тактики. Екатеринбург; Омск, 1999.

КАКОРИНА Е. В. Новизна и стандарт в языке современной газеты // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996.

КАКОРИНА Е. В. Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). М., 1996.

КАРАУЛОВ Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

КАРАУЛОВ Ю. Н., ПЕТРОВ В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

КИРЕЕВА Е. С. Символические проводники в политическом сценарии // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

КИТАЙГОРОДСКАЯ М. В., РОЗАНОВА Н. Н. «Свое» — «чужое» в коммуникативном пространстве митинга // Русистика сегодня. М., 1995. № 1.

КЛЕМПЕРЕР В. LTI. Язык Третьего рейха. Записная книжка филолога. М., 1998.

КОБОЗЕВА И. М. Лингвистическая семантика. М., 2000.

КОГНИТИВНАЯ лингвистика: современное состояние и перспективы развития: Материалы первой международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. Тамбов, 1998.

КОГНИТИВНАЯ лингвистика: современное состояние и перспективы развития. Материалы второй международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. Тамбов, 2000.

КОЖЕВНИКОВА Н. А. Образная параллель «строение — человек» в русской литературе XIX—XX вв. // Художественный текст: единицы и уровни организации. Омск, 1991.

КОЖИН А. Н. Лексико-стилистические процессы в русском языке периода Великой Отечественной войны. М., 1985.

КОЛОТНИНА Е. В. Метафорическая модель «Субъекты экономической деятельности — это животные» // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.

КОЛОТНИНА Е. В. Метафорическое использование лексики понятийной сферы «Больной — здоровый» // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 5.

КОРДОНСКИЙ С. Фундаментальный лексикон: язык и политический спектр в России // Век XX и мир. 1994. № 1—2.

КОСТОМАРОВ В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. 3-е изд., испр. и доп. Спб., 1999.

КРАВЧЕНКО И. И. Политическая мифология: вечность и современность // Вопросы философии. 1999. № 1.

КРЫСИН Л. П. Русский литературный язык на рубеже веков // Русская речь. 2000. № 1.

КРЫСИН Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). М., 1996.

КРЫСЬКО В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Минск, 1999.

КРЮЧКОВА Т. Б. Общественно-политическая лексика и терминология: основные свойства и тенденции развития: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1991.

КУБРЯКОВА Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика — психология — когнитивная наука // Вопросы языкознания. 1994. № 4.

КУБРЯКОВА Е. С. Семантика в когнитивной лингвистике // Известия АН. Сер. лит. и яз. 1999. Т. 58. № 5—6.

КУБРЯКОВА Е. С., ДЕМЬЯНКОВ В. З., ПАНКРАЦ Ю. Г., ЛУЗИНА Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.

КУЗЬМИНА Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции языка. Екатеринбург; Омск, 1999.

КУЗЬМИНА Н. А. Концепты художественного мышления: к постановке проблемы // Проблемы деривации: Семантика. Поэтика. Пермь, 1991.

КУПИНА Н. А. Агитационный дискурс: в поисках жанров влияния // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000.

КУПИНА Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург; Пермь, 1995.

КУПИНА Н. А., БИТЕНСКАЯ Г. В. Сверхтекст и его разновидности // Человек — Текст — Культура. Екатеринбург, 1994.

КУРТИН Ж. Ж. Шапка Клементиса (заметки о памяти и забвении в политическом дискурсе) // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999.

ЛАБУТИНА В. В. Вторичная номинация в сфере обозначения причинно-следственных отношений в русском языке: Автореф. ... дис. канд. филол. наук. Уфа, 1998.

ЛАБУТИНА В. В. О двух моделях метафорического обозначения причинно-следственных отношений // Семантическая системность языковых единиц. Самара, 1997.

ЛАКОФФ ДЖ. Когнитивная семантика // Язык и интеллект. М., 1995.

ЛАКОФФ ДЖ. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. М., 1988.

ЛАКОФФ ДЖ., ДЖОНСОН М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М., 1990.

ЛАКОФФ ДЖ., ДЖОНСОН М. Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.

ЛАНГАККЕР Р. В. Модель, основанная на языковом употреблении // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. 1997. № 4; № 6.

ЛАССАН Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР.: когнитивно-риторический анализ. Вильнюс, 1995.

ЛЕВИН Ю. И. Семиотика советских лозунгов // Левин Ю. И. Поэтика. Семиотика: Избр. труды. М., 1998.

ЛЕВОНТИНА И. Б., ШМЕЛЕВ А. Д. За справедливостью пустой // Логический анализ языка. Языки этики. М., 2000.

ЛИХАЧЕВ Д. С. Экология культуры. Л., 1985.

ЛОГИЧЕСКИЙ анализ языка. Образ человека в культуре и языке / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М., 1999.

МАЙДАНОВА А. М., АМИРОВ В. М., ЕНИНА Л. В. И ДР. Речевая агрессия в средствах массовой информации. Екатеринбург, 1997.

МАРТЫНЕНКО Н. Г. Субъективизация новостийного дискурса аналитических программ ТВ // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000.

МЕТАФОРА в языке и тексте. М., 1988.

МНОГОЗНАЧНОСТЬ в лексике современного русского языка. Екатеринбург, 1999.

МОЛОКОВ С. В., КИСЕЛЕВ В. Н. Словарь новых значений и слов языка газеты М., 1996.

МОНЕЛЬЯ М. Прототипические и непрототипические способы понимания и семантические типы лексических значений // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. 1997. № 2.

МОСКВИН В. П. Русская метафора. Волгоград, 1997.

МУХИН А. А. Информационная война в России. М., 2000.

НИКИТИНА С. Е. Сердце и душа фольклорного человека // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке. М., 1999.

НИКИТИНА С. Е., КУКУШКИНА Е. Ю. Дом в свадебных причитаниях и духовных стихах (опыт тезаурусного описания). М., 2000.

НОВИКОВ А. Б. Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). М., 1999.

НОВИКОВ Л. А. Семантика русского языка. М., 1982.

НОВЫЙ объяснительный словарь русского языка. М., 1997.

НОРМАН Б. Ю. Лексические фантомы с точки зрения лингвистики и культуры // Язык и культура. Третья международная конф. Киев, 1994.

ОПАРИНА Е. О. Концептуальная метафора // Метафора в языке и тексте. М., 1988.

ОРТЕГА-И-ГАССЕТ Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М., 1990.

ОСИПОВА М. А. Этноним «совок» // Тоталитаризм. Исторический опыт Восточной Европы. М., 1995.

ПАВЛОВИЧ Н. В. Словарь поэтических образов. М., 1999. Т. 1—2.

ПАВЛОВИЧ Н. В. Язык образов. Парадигмы образов в русском поэтическом языке. М., 1995.

ПАДУЧЕВА Е. В. Парадигмы регулярной многозначности глаголов звука // Вопросы языкознания. 1998. № 5.

ПАНЧЕНКО А. М., СМИРНОВ И. П. Метафорические архетипы в русской средневековой словесности и поэзии начала XX века // Труды отдела древнерусской литературы. Древнерусская литература и культура XIX—XX веков. Л., 1976.

ПАРШИН П. Б. Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики // www/elections/ru/biblio/parshin/htm/ Архив. 23 марта 1999.

ПЕНЬКОВСКИЙ А. Б. О семантической категории чуждости в русском языке // Структурная лингвистика. 1985—1987. М., 1989.

ПЕТРОВ В. В. Метафора: от семантических представлений к когнитивному анализу // Вопросы языкознания. 1990. № 3.

ПЕТРОВ В. В. Язык и логическая теория: в поисках новой парадигмы // Вопросы языкознания. 1988. № 2.

ПОКРОВСКАЯ Е. А. Лингвокультурологическая периодизация развития синтаксиса русского языка в XX веке // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.

ПОСТОВАЛОВА В. И. Судьба как ключевое слово культуры и его понимание А. Ф. Лосевым // Идея судьбы в контексте разных культур. М., 1994.

ПОТЕБНЯ А. А. Из записок по русской грамматике. М., 1968.

ПОЧЕПЦОВ Г. Г. Информационные войны. М., 2000.

ПОЧЕПЦОВ Г. Г. Тоталитарный человек. Киев, 1994.

ПРОСКУРЯКОВ М. Р. Дискурс борьбы (очерк языка выборов) // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. 1999. № 1.

РАХИЛИНА Е. В. Когнитивная семантика: История. Персоналии. Идеи. Результаты // Семиотика и информатика. Вып. 36. М., 1998.

РАХИЛИНА Е. В. О тенденциях в развитии когнитивной семантики // Известия РАН. Сер. лит. и яз. 2000. Т. 59. № 3.

РЕВЗИНА О. Г. Язык и дискурс // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. 1999. № 1.

РОЗИНА Р. И. Корифей пропаганды, или Риторика Сталина // Наука убеждать — риторика. 1991. № 8.

РОМАНОВ А. А. Конфликтный дискурс политика // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

РУССКИЙ язык конца XX столетия (1985—1995). М., 1996.

РЯБЦЕВА Н. К. Этические знания и их «предметное» воплощение // Логический анализ языка. Языки этики. М., 2000.

РЯПОСОВА А. Б. Милитарная метафора в современном агитационно-политическом дискурсе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.

САВЕЛЬЕВ А. Н. Политическая мифология и политическая технология // Москва. 1998. № 8.

СЕРИО П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999.

СКЛЯРЕВСКАЯ Г. Н. Метафора в системе языка. Спб., 1993.

СКОВОРОДНИКОВ А. П. Лингвистическая экология: проблема становления // Филологические науки. 1996. № 2.

СКРЕБЦОВА Т. Г. Американская школа когнитивной лингвистики. Спб., 2000.

СЛОВАРЬ перестройки / Сост. В. И. Максимов и др. Спб., 1992.

СЛОВО в парламентской речи и культура общения. М., 1995.

СОЛГАНИК Г. Я. Лексика газеты. М., 1981.

СОРОКИН Ю. А. Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

СТЕПАНОВ Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. М., 1997.

СТЕРНИН И. А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1995.

ТЕЛИЯ В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986.

ТЕЛИЯ В. Н. Метафора и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. М., 1988.

ТЕОРИЯ метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; Вступит. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой. М., 1990.

ТОПОРОВ В. Н. К символике окна в мифопоэтической традиции // Балто-славянские исследования. 1983. М., 1984.

ТОПОРОВ В. Н. Модель мира // Мифы народов мира. М., 1982. Т. 2.

УЛЬМАНН СТ. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. М., 1970. Вып. 5.

УРЫСОН Е. А. Душа, сердце и ум в языковой картине мира // Путь. 1994. № 5.

УРЫСОН Е. А. Фундаментальные способности человека и наивная «анатомия» // Вопросы языкознания. 1995. № 3.

УСПЕНСКИЙ Б. А. «Грамматическая правильность» и понимание // Межвузовская конференция по порождающим грамматикам: Тез. докладов. Тарту, 1967.

УСПЕНСКИЙ Б. А. Избранные труды: В 2 т. Язык и культура. М., 1994.

ФЕДЕНЕВА Ю. Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века: Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1998.

ФЕДЕНЕВА Ю. Б. Функции метафоры в политической речи // Художественный текст: структура, семантика, прагматика. Екатеринбург, 1997.

ФЕДЕНЕВА Ю. Б., ЧУДИНОВ А. П. Метафорическое моделирование в российском политическом дискурсе // Политический дискурс России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

ФОДОР ДЖ., ПЫЛИШИН З. Коннекционизм и когнитивная структура: критический обзор // Язык и интеллект. М., 1995.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ направления современной американской лингвистики. Сб. обзоров. М.: Изд-во МГУ, 1997.

ХАЧАТУРОВА Л. А. Проблемы комплексного описания зоонимов в русском языке. Ташкент, 1992.

ЦИВЬЯН Т. В. Дом в фольклорной модели мира // Учен. зап. Тартуского гос. ун-та. Тарту, 1978. Вып. 463.

ЦЫГАНКОВА А. В. Роль образных средств в организации художественного текста // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 4.

ЧЕНКИ А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях // Вопросы языкознания. 1996. № 2.

ЧЕПКИНА Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995—2000). Екатеринбург, 2000.

ЧЕРКАСОВА Е. Т. О метафорическом употреблении слов (по материалам произведений Л. Леонова и М. Шолохова) // Исследования по языку писателей. М., 1959.

ЧЕРНИКОВА Н. В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии // Филологические науки. 2001. № 1.

ЧУДИНОВ А. П. Заметки о риторическом мастерстве И. В. Сталина // Художественный текст: структура, семантика, прагматика / Урал. гос. ун-т. Екатеринбург, 1997.

ЧУДИНОВ А. П. Метафорическое моделирование образа России в современном агитационно-политическом дискурсе // Язык. Система. Личность. Екатеринбург, 2000.

ЧУДИНОВ А. П. Россия в метафорическом зеркале // Русская речь. 2001. № 1.

ЧУДИНОВ А. П. Структурный и когнитивный аспекты исследования метафорического моделирования // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2001. Т. 6.

ЧУДИНОВ А. П. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000. Т. 5.

ЧУДИНОВ А. П. Типология варьирования глагольной семантики. Свердловск, 1988.

ШАПОШНИКОВ В. Н. Русская речь 1990-х. Современная Россия в языковом отображении. М., 1998.

ШАХОВСКИЙ В. И. Голос эмоций в русском политическом дискурсе // Политический дискурс в России-2: Материалы рабочего совещания. М., 1998.

ШАХОВСКИЙ В. И., ЖЕЛТУХИНА М. Р. Роль комического в дискурсивном портрете политика // Политический дискурс в России-3: Материалы рабочего совещания. М., 1999.

ШВАРЦКОПФ Б. С. «Я поставил кавычки потому, что...» // Облик слова: Сб. статей памяти Д. Н. Шмелева. М., 1997.

ШЕЙГАЛ Е. И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе // Вопросы стилистики. Саратов, 1999. Вып. 28.

ШЕЙГАЛ Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва; Волгоград, 2000.

ШМЕЛЕВ Д. Н. Очерки по семасиологии русского языка. М., 1964.

ШМЕЛЕВ Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики. М., 1973.

ЭПШТЕЙН М. Н. Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса) // Вопросы языкознания. 1991. № 6.

ЮНГ К. Г. Архетип и символ. М., 1991.

ЯГУБОВА М. А. Культурно-оценочный аспект речевой деятельности // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000.

CHOMSKY N. Language and Politics. Montreal; New York, 1988.

HAHN L. F. Political Communication: Rhetoric, Government and Citizens // State College (Pennsylvania). 1998.

JOHNSONSON-LAIRD P. N. Mental models: Towards a cognitive science of language, inference and consciousness. Cambridge, 1983.

LAKOFF G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify War in the Galf // D. Yallet (ed.). Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf. Honolulu, 1991.

LAKOFF G. Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind. Chicago; London, 1987.

LAKOFF G., JOHNSON M. Metaphors we live by. Chicago, 1980.

ROSCH E. Principles of categorization // Cognition and categorization. Hillsdale; New York, 1978.

WATTS D. Political Communication Today. Manchester; New York, 1997.