

Воякина Елена Юрьевна

**ОНОМАСТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЛЕКСИКОНА**

Статья посвящена рассмотрению ономастических метафор (ОМ) как многофакторного языкового явления и средств реализации их прагматических функций на материале экономического лексикона. Дается краткий обзор структуры и содержания ОМ.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2009/2/21.html](http://www.gramota.net/materials/2/2009/2/21.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 87-89. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2009/2/](http://www.gramota.net/materials/2/2009/2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

**DICTIONARIES OF COMBINATORY TYPE IN MODERN TYPOLOGIES  
AND CLASSIFICATIONS AND THE CRITERIA OF THEIR DISTINGUISHING****Влаватская Марина Витальевна***Department of Foreign Languages  
Novosibirsk State Technical University  
vlavatskaya@list.ru*

**Abstract.** In the article the description of existing dictionary typologies and classifications in which compatibility and combinatory dictionaries, i.e. the dictionaries of combinatory type are fixed is given. Having analysed classifications and lexicographic reference books, the author distinguishes the criteria which are the basis for the creation of the dictionaries of the given category.

**Key words and phrases:** dictionary of compatibility; combinatory dictionary; dictionaries of combinatory type; criteria of distinguishing the dictionaries of combinatory type.

**ОНОМАСТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЛЕКСИКОНА****Воякина Елена Юрьевна***Кафедра иностранных языков  
Тамбовский государственный технический университет  
lenakusa2005@mail.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению ономастических метафор (ОМ) как многофакторного языкового явления и средств реализации их прагматических функций на материале экономического лексикона. Дается краткий обзор структуры и содержания ОМ.

**Ключевые слова и фразы:** ономастическая метафора (ОМ); экономический лексикон; антропонимы и топонимы; сфера-источник и сфера-мишень.

Существует огромное количество работ по метафоре в отечественной и зарубежной лингвистике (Дж. Лакофф, М. Джонсон, М. Блек, Н. Д. Арутюнова, Г. Н. Склярёвская, А. П. Чудинов и др.). Мы в данной статье обратимся к конкретной разновидности метафоры, а именно *ономастической метафоре (ОМ)*, которая на сегодняшний момент мало исследована.

Как известно, основной функцией онимов в речи является выделение и идентификация предметов. Часто онимы используются в различных метафорических высказываниях, т.е. они являются источниками метафор. Так, в речи современных общественно-политических, экономических и других деятелей все чаще обнаруживаются две противоположные тенденции: с одной стороны, выражение индивидуальности говорящего, с другой - обращение к хорошо известным высказываниям. В таких случаях часто используются онимы, отражающие не только прямое денотативное, но и переносное метафорическое значение, поскольку они употребляются окказионально при определенных условиях и экспрессивных задачах.

Ономастическая метафора - феномен, заслуживающий особого внимания уже хотя бы потому, что это эффективный инструмент познания и описания быстро изменяющейся социальной реальности. Носители новых тенденций в культуре оцениваются посредством метафорически употребленного имени индивида, топоса или любого объекта, обладающего культурной семантикой, выступающего коммуникативным аналогом историко-культурной информации [[http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica-38/Rossica-38\\_78.pdf](http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica-38/Rossica-38_78.pdf)].

В соответствии с функциональной типологией ономастической лексики различаются следующие типы ОМ: антропонимическая - собственные имена людей (Russia is waiting for new *Godunov* - о грядущих изменениях в России [[www.NEWSru.com](http://www.NEWSru.com)]); топонимическая - собственные имена географических объектов (*Давос* - о С-Петербурге, проводившем экономический форум [Evronews, 04.06.2009 г.]); *Hugo Chavez's Venezuela* - о российском политическом режиме при В. В. Путине [[www.NEWSru.com](http://www.NEWSru.com)]); идеонимическая - собственные имена объектов культуры («*Унесенные ветром*» образца 90-х годов - о фильме Дж. Кэмерона «Титаник» [Evronews 06.10.2008 г.]); поэтонимическая (*фабрика Франкенштейна* - о компании, поставляющей в голодающие страны Африки продукты, содержащие ГМО [Evronews, 23.11.2008 г.]) и некоторые другие.

Остановимся на самой обширной группе, объединяющей антропонимические метафоры, термином сравнения в которых является естественный антропоним реального лица, чаще всего фамильный. Антропонимы называют, но не приписывают никаких свойств. Неоценимое прагматическое удобство собственных имен как раз в том и состоит, что они дают возможность публично говорить о ком-либо, не договариваясь предварительно, какие именно свойства должны обеспечить идентичность референта [Лосев, с. 78].

Характер ОМ определяется многими факторами: географической средой, культурой, религией, историей народа, социальной средой и ее изменениями. Исторический потенциал ОМ, проявляется в том, что они связаны с разными сферами деятельности людей. Поэтому ОМ используется в различных типах дискурса. Мы рассмотрим ОМ, употребляемые в экономическом дискурсе, где ОМ употребляется весьма часто для повышения эффективности речевого воздействия и для придания какому-либо событию значительную весомость (*северный Гонконг* - о С-Петербурге как о свободной экономической зоне с особым режимом [www.NEWSru.com]).

Существенным этапом в исследовании ОМ является обращение к ее структуре: сферам-источникам и сферам-мишеням ОМ (согласно терминологии А. П. Чудинова). Сферами-источниками ОМ являются антропонимы, топонимы и другие виды ОМ, сферами-мишенями - субъекты и объекты мира экономики.

Наиболее частыми сферами-источниками ОМ в экономическом лексиконе являются антропонимы, например, имена известных личностей, т.е. прецедентные, прототипические имена, наделенные индивидуальными признаками, выделяющими их из коллектива.

Так, в предложении *В период экономического кризиса 2009 появление новых Мавроди стало нашей общей проблемой* [www.NEWSru.com] ОМ *новые Мавроди*, отражает повышение доли криминала, мошенничества в период кризиса в стране, где хорошо известно имя организатора финансовых пирамид. Через ОМ автор также пытается произвести впечатление на адресата, сформировать у него отношение к происходящему (в данном случае негативное).

Вторыми по частотности употребления сферами-источниками ОМ, употребляющихся в высказываниях экономического характера, являются топонимы, являющиеся источниками не только речевой, языковой, но и энциклопедической информации, т.е. комплексом знаний об объекте, доступном каждому члену языкового коллектива. Примером может служить представление С-Петербурге, проводившего экономический саммит, как *Российской Швейцарии* [EvgoNews 05.06.2009 г.].

Отметим, что в большинстве ОМ сфера-источник и сфера-мишень относятся к одному смысловому полю (*Мавроди, Швейцария*).

Поскольку антропонимы относятся к именованию людей, а топонимы - к именованию мест, они связаны с историей культуры, психологией людей. К тому же ОМ, являясь средством выражения мыслей говорящего, оказывает прагматическое воздействие на реципиента, которое может рассматриваться с точки зрения его культурных, ценностных и субъективных ориентиров. Например, в русском экономическом лексиконе через ОМ *второй Столыпин* [www.AIF.RU] характеризуется В. В. Путин в период проведения реформ.

Ценностный компонент ОМ также имеет национально-культурную специфику. Одно и то же событие может рассматриваться по-разному в различных культурах. Это зависит и от того, в каких взаимоотношениях находятся те или иные страны. Например, в прессе Великобритании часто поднимаются темы Российской экономики (вопросы с Газпромом, цены на энергоносители, темы инвестиций и т.д.), предоставляющие информацию о том, как возможный деловой партнер (или конкурент) Россия осваивает сложившиеся в международной практике рыночные экономические отношения. И в следующем примере *Russian Zeus again controls Europe's energy supply?* [www.NEWSru.com] британская пресса выражает свое недовольство по поводу монополистического владения и распоряжения энергетическими запасами, а также по вопросу повышающихся цен на газ. Здесь создается моделирование аксиологического контекста, показывающего, что отношение Британии к российской политике цен на газ нескрывая отрицательное.

Субъективный аспект заключается также в том, что с помощью ОМ автор выражает трудный для вербализации опыт (настроение, чувства, отношение). Кроме того, удачно подобранная метафора «экономична», поскольку сберегает время, уходящее на объяснения. Так, упомянув имя Мавроди или Давоса, мы уже имеем в нашем сознании сформировавшийся образ - положительный или отрицательный, достаточный для понимания высказывания.

Таким образом, использование ОМ в высказываниях экономического характера направлено на формирование и закрепление в сознании адресата стереотипов образа жизни, мышления, морали, ценностей, что является частью формирования общественного сознания, языковой картины мира.

#### Список литературы

- Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сб. М.: Прогресс, 1990. С. 5-32.  
 Дейк Т. А. ван. Вопросы прагматики текста // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1978. Вып. 8. С. 259-336.  
 Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Прогресс, 1987. 242 с.  
 Лосев А. Ф. Философия имени. М.: МГУ, 1990. 269 с.  
 Ратникова И. Э. Имя собственное: от культурной семантики к языковой. Минск: БГУ, 2002. 226 с.  
 Ратникова И. Э. Ономастическая метафора в публицистике: ее структура и функции [Электронный ресурс]. URL: [http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica-38/Rossica-38\\_78.pdf](http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica-38/Rossica-38_78.pdf) (дата обращения: 10.06.2009).  
 Складская Г. Н. Метафора в системе языка. СПб.: Наука, 1993. 151 с.  
 Супранская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 366 с.  
 Чудинов А. П. Когнитивно-дискурсивное исследование политической метафоры // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 91-106.  
 Black M. Models and metaphors: studies in language and philosophy. Ithaca-New York: Cornell Univ. Press, 1962. 267 p.

*Список источников фактического материала*

*Аргументы и факты.* № 24 (1493). 10-16 июня 2009 г.  
*Euronews. ТВ: «Петербург» Пятый канал.*  
*www.AIF.RU*  
*www.NEWSru.com*

**ONOMASTIC METAPHOR AS ONE OF THE COMPONENTS OF ECONOMIC LEXICON****Voyakina Elena Yuryevna**

*Department of Foreign Languages  
Tambov State Technical University  
lenakusa2005@mail.ru*

**Abstract.** The article is devoted to the consideration of onomastic metaphors (OM) as a multi-factor language phenomenon and to the means of the realization of their pragmatical functions on the basis of economic lexicon. The brief review of the structure and contents of OM is given.

**Key words and phrases:** onomastic metaphor (OM); economic lexicon; anthroponyms and toponyms; sphere-source and sphere-target.

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СМИ****Выгузова Елена Юрьевна, Теплякова Елена Константиновна, Гливенкова Ольга Анатольевна**

*Кафедра иностранных языков  
Тамбовский государственный технический университет  
modlang@mail.ru*

**Аннотация.** В статье рассматриваются семантические языковые средства оценки экономической ситуации как группы семантико-оценочных единств, которые выявляются методом сравнения и сопоставления оценочных оппозиций устойчивого типа лексики и оценочных оппозиций типа «Экономикс» - неустойчивого типа лексики.

**Ключевые слова и фразы:** оценочная оппозиция; семантический оценочный элемент; дифференциальный признак; семантико-оценочная группа.

В прессе находят отражение экономические события, причем в отношении внутриэкономических событий складывается ситуация, которая представляет особый интерес с точки зрения использования языка.

В отборе и классификации фактов, явлений действительности оценочность проявляется с помощью разных лингвистических средств. Имеются целые слои лексики, предназначенные для выражения оценки. «<...> прилагательные и наречия, которые обнаруживают огромное разнообразие оценочной семантики; ср. хороший - плохой, хорошо - плохо, отличный, прекрасный, ужасный, гадкий и т.п. Оценка содержится в наименованиях предметов и действий: кляча, безобразничать (т.е. вести себя плохо), в пропозициональных структурах глаголов: радоваться (актант, каузирующий радость, всегда хороший для субъекта), огорчаться (соответствующий актант плохой для субъекта), восхищаться чем-нибудь (объект восхищения имеет знак «+») и т.п. Однако особенно важно, что говорить об оценке можно применительно к целым высказываниям: Он опытный мастер - высказывание содержит одобрение, Что ты наделал! - осуждение» [Вольф].

По мнению представителей семантического подхода, среди всех частей речи наиболее распространенным средством выражения оценки в языке являются прилагательные. «Основными средствами номинации выступают имена прилагательные, среди которых по степени употребительности выделяются *хороший/плохой* с их синонимическими рядами, а также все прилагательные, выражающие оценочные значения» [Маркелова].

Оценивая объект, субъект оценки всегда попадает в систему оценочных оппозиций (противопоставлений), которая репрезентируется конкретными элементами. Их основная функция - быть инструментом распределения положительных и отрицательных коннотаций по шкале ценностей. Элемент оценочной оппозиции - есть средство выражения оценки. Семантическое языковое средство оценки экономической ситуации - это способ репрезентации оценочного элемента через семантику оценочного элемента (слова), входящего в оценочную оппозицию. Группы семантических языковых средств оценки экономической ситуации вычлняются и описываются в соответствии с оппозитивным методом. На аналитическом уровне нахождение оценочной оппозиции начинается с установления дифференциального признака оценочного элемента, по