

Карачина Ольга Евгеньевна

### **ДЕНЬГИ КАК МЕТАФОРА**

В данной статье анализируются метафорические структуры русского и английского языков, построенные на основе концептуальной матрицы "деньги". Рассмотрение концепта "деньги" как фрейма, актуализирующегося в устоявшемся наборе сценариев, позволяет выделить области исходного концептуального содержания, которые проецируются в реципиентную сферу. На основе сопоставительного анализа отобранного русскоязычного и англоязычного материала определяются лингвокультурологические сходства и различия в структуре сферы-источника, в выборе высвечиваемых свойств источника и в направлении метафорического проецирования.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/3-1/23.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/3-1/23.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (45): в 3-х ч. Ч. I. С. 90-93. 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/2/2015/3-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/3-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

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

УДК 811

**Филологические науки**

*В данной статье анализируются метафорические структуры русского и английского языков, построенные на основе концептуальной матрицы «деньги». Рассмотрение концепта «деньги» как фрейма, актуализирующегося в устоявшемся наборе сценариев, позволяет выделить области исходного концептуального содержания, которые проецируются в реципиентную сферу. На основе сопоставительного анализа отобранного русскоязычного и англоязычного материала определяются лингвокультурологические сходства и различия в структуре сферы-источника, в выборе высвечиваемых свойств источника и в направлении метафорического проецирования.*

**Ключевые слова и фразы:** метафорическая модель; фрейм; сценарий; сфера-источник; сфера-мишень; профилирование; лексикализованные метафоры.

**Карачина Ольга Евгеньевна**, к. филол. н.

Международный гуманитарно-лингвистический институт  
karachina.olga@mail.ru

**ДЕНЬГИ КАК МЕТАФОРА<sup>©</sup>**

Деньги, являясь одной из наиболее значимых категорий бытования личности на протяжении долгой истории существования человеческого общества, остаются в центре пристального внимания не только экономистов, философов, историков, психологов и социологов, но и лингвистов. Последние, анализируя язык как результат отражения человеческого познания окружающей действительности, предоставляют ценнейший материал для иных направлений. Исследования когнитивной лингвистики, получившей широкое распространение на рубеже XXI века, ярко демонстрируют непревзойденную роль языка в процессах категоризации и концептуализации мира. Никакое обобщение человеческого опыта было бы невозможно вне языка, без языка: от одного человека к другому, а главное, от одного поколения к другому, была бы невозможна передача и знаний, и умений, и всего накопленного опыта по взаимодействию людей с миром [7, с. 36-37]. Исследуя процесс вербализации результатов познания действительности, ученые-когнитивисты установили, что большая часть нашей обыденной концептуальной системы по своей природе метафорична (Н. Д. Артюнова [1], А. Н. Баранов [2], В. Г. Гак [5], И. М. Кобозева [6], А. П. Чудинов [13], [14], В. Н. Телия [12], М. Блэк [3], Дж. Лакофф, М. Джонсон [8], М. Тернер, Ж. Фоконье [15; 19] и др.). Трактую метафору как понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида [8, с. 27], авторы предложили схему концептуального анализа метафоры, которая помогает понять механизм слияния двух концептов, или *блендинга* [19]. Анализу подвергаются: а) исходная понятийная область (в других терминах – ментальная сфера-источник, сфера-донор, источник метафорической экспансии); б) новая понятийная область (в других терминах – ментальная сфера-мишень, денотативная зона, реципиентная сфера, направление метафорической экспансии); в) относящиеся к данной модели фреймы, каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира и которые структурируют соответствующую понятийную область (концептуальную сферу); г) составляющие каждый фрейм типовые слоты, то есть элементы ситуации, которые образуют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации; д) компонент, который связывает первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью единиц, основание для метафорического использования соответствующих концептов [14].

На возможность исследования денег как матрицы для метафорического переосмысления указывал Дж. Лакофф [8], [16]. Детальный анализ финансовой метафоры предложил А. П. Чудинов в своем исследовании политической речи [14].

С незапамятных времён, когда деньги были введены как мера при экономическом обмене, они стали приобретать всю большую значимость для всех сторон жизни индивида, вместе с тем сами всё больше превращаясь в абстракцию, метафору. Именно в силу этой своей особенности деньги являются *проводником-бланкетом*, годным для передачи весьма многочисленных психических переживаний... и могут побуждать к самым различным поступкам, оставаясь тождественными самим себе [11, с. 151]. Как и любые другие метафорические конструкции, метафоры, сконструированные на основе понятия *деньги*, имеют мощное культурное основание. Сопоставление метафорических моделей, используемых в разных культурах, позволяет выявить особенности концептуализации и категоризации мира, характерные для данной культуры. Рассмотрим это на примере русскоязычной и англоязычной культур.

Деньги можно рассматривать как сложный фрейм, который реализуется через систему функциональных сценариев. В данном случае мы понимаем фрейм как мыслимый в целостности его составных частей многокомпонентный концепт, объёмное представление, некоторая совокупность стандартных знаний о предмете [10, с. 119], а сценарий, соответственно как разворачиваемый во времени и пространстве фрейм с последовательностью этапов и элементов [Там же]. Чтобы посмотреть, насколько прочно в наше сознание вошли метафоры, построенные на основе денег и финансовых операций, мы задействовали в качестве иллюстративного

материала лексикализованные метафоры, указывающие и на историческую длительность, и на устойчивость порождающей их ментальной процедуры.

Анализируя ситуации, в которых участвуют деньги, возможно выделить следующие сценарии: . быть меройѝ, . обладатьѝ, . купитьѝ, . продатьѝ, . экономитьѝ, . тратитьѝ, . зарабатыватьѝ, . иметь материальные репрезентантыѝ.

Сценарий . быть меройѝ вербализуется посредством таких номинантов, как *стоить / стоимость / цена / ценный / бесценный* в русском языке и их английских аналогов *cost / value / price / priceless / precious*. В метафорах: *Цены тебе нет; Это стоило ему жизни; Бесценный друг; It cost a lot of effort; Your precious help* – высвечивается та область концепта . деньгиѝ, которая измеряет предмет в соответствии с его качеством и количеством, и переносится на сферу-мишень для измерения нематериальных ценностей (способности, заслуги, жизнь, усилия и т.п.).

Сценарий . обладатьѝ основывается на онтологической квантитативности концепта . деньгиѝ, выраженной в эксплицитно или имплицитно представленной оппозицией . много – малоѝ. Наиболее очевидным примером такой метафорической модели являются лексемы *бедный / богатый, rich / poor*. Спустя менее века после вхождения в язык обе единицы уже приобретают переносное значение [18]. Стойкий негативный признак неимения денег стал той областью проецирования, которая закрепилась в лексикализованных метафорах *poor mark, poor quality*. В русском языке *бедный* не имеет выраженного значения плохой, поэтому подобные метафоры невозможны, но зато в русском представлении бедность заслуживает жалости и часто используется именно в этом значении («Устал, бедняжка»). Подобная же метафора используется и в английском языке – *Poor you* (бедняжка). Концепт *богатый / rich* в качестве области переноса дает свой основной когнитивный признак . иметь что-л., какое-л. качество в большом количествеѝ, например: *богатый урожай, богатый стол* (= много еды), *rich in natural resources* (богатый полезными ископаемыми). В английском языке этот же признак используется в качестве переносного компонента в гораздо большем диапазоне: *rich cake* (сытный, питательный торт), *rich colour* (насыщенный цвет), *rich fruit* (сочные фрукты), *rich language* (сочный, образный язык). Самым последним (приблизительно с 1760) появилось ироничное переосмысление значения слова *rich* – забавный, смешной (часто неодобрительно) [Ibidem].

Сценарий . платитьѝ предоставляет в качестве проецируемого качества признак . отдавать что-л. в обмен за что-л.ѝ: *расплата неминуема, отплатить тем же* – сравним с английскими метафорами *pay for the failure* (заплатить за неудачу), *pay for the mistake* (заплатить за ошибку). В английском языке также закрепился ряд устойчивых выражений (*pay attention / обратить внимание, pay visit / нанести визит, pay respect / относиться с уважением*), в которых глагол *pay* (платить) сохраняет только значение . даватьѝ с потерей значения . давать взаменѝ, хотя в первоначальных метафорах признак обмена присутствовал (внимание в обмен на сообщение, ответный визит на визит, уважительное отношение в ответ на уважение к себе).

Межязыковое сходство в профилировании (высвечивание отдельного свойства источника в области мишени [8, с. 9]) отмечается и в случае реализации сценария . покупатьѝ. И в русскоязычной, и англоязычной культурах качеством, мотивирующим метафору, становится признак с выраженной негативной оценочной коннотацией . доверчивость покупателяѝ: сравним русское выражение *купиться на что-л.* (поверить) с аналогичным английским *buy into smth.* По такому же принципу происходит переосмысление лексических номинантов сценария . продаватьѝ. Ассоциируемые с процессом продажи нечестность, обман, корысть проецируются на область-мишень, создавая пейоративные конструкции и в русском, и в английском языках: *продать друга* (выдать, предать), *sell-out* (предательство). Но в английском языке в концепте *продавать* высвечивается и другая область, позитивная – . сделать что-л. привлекательнымѝ, как, например, в предложении: *He knows how to sell himself.* / Он знает, как подать себя / заинтересовать.

К сценариям . покупатьѝ и . продаватьѝ относятся и лексемы с прочно лексикализованными переносными значениями *дорогой / дешевый, expensive / cheap* и их морфологические производные. Например, в пространенной метафоре *expensive mistake* область источника . то, за что слишком много платятѝ переносится на новую структуру с заменой средств платежа, которыми вместо денег могут стать эмоции, усилия, жизнь. Аналогичные метафорические модели распространены и в русском языке, например: *Ты дорого заплатишь за свою ошибку*. Некоторые различия обнаруживаются в переносном употреблении лексем *дешевый / cheap*. В обоих языках метафоризация прилагательного осуществляется на основе эксплуатации утилитарной зоны его концептуального поля, которая закрепляет прямую причинно-следственную зависимость качества и стоимости (т.е. плохое качество → низкая стоимость): *На нём были дешёвые ботинки* (плохого качества). / *He had cheap shoes on*. Но если в этой модели имплицитно сохраняется сема стоимости, то в других переносных значениях английского прилагательного *cheap* денотативное значение источника стирается полностью: *cheap* – 1) of poor quality, 2) unkind (e.g. *cheap jokes* – плоские / грубые шутки), 3) low status (e.g. *feel cheap* – чувствовать себя ничтожеством) [17].

Сценарий . зарабатыватьѝ, предлагающий в качестве области для метафорического переноса модель . деньги как средство платы за услугу / трудѝ, также распространен и в русскоязычной, и в англоязычной лингвокультурах. Но, если в английском языке чаще распространены и лексикализованы метафоры, где переносится не только денотативное значение, но и сохраняется положительная оценочная коннотация вознаграждения (*earn respect / reputation* – заслужить уважение, репутацию), то в русском языке чаще всего переосмысление направлено на объект с противоположной оценкой, что и закреплено лексикографически: . зарабатывать – 1) приобрести (трудом, работой), 2) (прост. ирон.) получить в результате чего-л. 3. *выговорѝ* [9, с. 217].

Материальные репрезентанты денег (монеты, купюры, ценный металл) в силу своего постоянного визуального присутствия и важности часто являются источником метафоризации различных фрагментов человеческой деятельности. Чаще всего сферой переосмысления становится номинальная стоимость этих физических объектов (*грош, монета, золото, серебро, клад / penny, coin, gold, silver, treasure*), где они выступают как мера, единица стоимости: *ни в грош не ставят* (низко ценить), *стать разменной монетой* (быть не важным), *слово – серебро, а молчание – золото / pennyworth* (ничтожный), *to be ten at a penny* (водиться в большом количестве, а поэтому не очень цениться), *the heart of gold* (сама доброта). В других же метафорах областью переноса выступает эмотивная сфера – чувства и переживания, связанные с физическими деньгами или их аналогами. Так, в метафоре *моя жена – настоящий клад* высвечиваются так же ярко, как область , ценности, значения , неожиданная находка, , везение, , удовольствие, счастье. Схожую по семантическому объёму метафорическую модель в английском языке образует выражение *treasure trove*. А вот лексема *treasure*, которая чаще всего используется для переноса на другой объект качества , ценность = полезность (*My secretary is a real treasure. / Моя секретарша – настоящий клад, т.е. обладает многими достоинствами*), может затемнять это качество полезности в других метафорах, оставляя лишь признак эмоционального переживания , ценность = любовь. В русском языке этот признак чаще всего передаётся лексемой *сокровище*: *You know how much I love you, my treasure. / Ты знаешь, как я люблю тебя, моё сокровище*.

Интересным примером, где переносится исключительно эмоционально-оценочная область источника, является английское выражение *look like a million dollars / выглядеть просто здорово*. В данном случае прототипический образ несколько размыт из-за отсутствия четкого референта (как выглядит миллион долларов – стопки банковских пачек, банковский чек?) Абсолютной доминантой становится лишь эмоциональное переживание от большой цифры, означающей огромное богатство. Русская семантически схожая метафора – *сиять как медный пятак* – мотивирована четким образом, а именно: физическими характеристиками денежного репрезентанта. В данном случае базовая метафора , физическое изменение выражения лица, передающее положительные эмоции – источник света конкретизируется указанием на источник света.

Но такие метафоры, как правило, недолго живут в языке в силу своей исторической привязки. Если деньги как абстрактная экономическая сущность безвременны, то их физическая форма постоянно меняется. Поэтому вышеупомянутые метафоры уже выходят из активного обихода. Так же случилось, например, и с английским словом *penny-farthing* (велосипед с большим передним и маленьким задним колесом, который появился в конце XIX века). Это название-метафора была построена именно на визуальном контрасте физической величины монет в 1 пенни и в 1 фартинг (1/4 пенни).

Метафорой на основе физических параметров денежных репрезентантов можно считать и такую идиому, как *penny drops* (дошло, понял). Сравнение строится на ситуации с автоматами, где в слот опускается монетка и ожидается характерный металлический звук упавшей монетки, что означает, что автомат готов выполнять дальнейшие операции (т.е. , понял вас). Этот пример можно также отнести к группе метафор-идиом, построенных на основе расширения значения выражений, описывающих те или иные финансовые действия: *to spend a penny / сходить в туалет, give in your two penny / высказать своё мнение при обсуждении*; сравним с русским *внести ленту*, а также построенных на основе переосмысления терминов, используемых в финансовой сфере: *sell smbd / smth short* (брок. играть на понижение) – недооценивать / низко ценить, *to go to the bottom line* (бухг. дойти до графы , Итого) / докопаться до сути.

Итак, как мы видим деньги и продуцируемые ими финансовые действия давно являются источниками метафорического притяжения, подтверждая тот факт, что , источниками метафорической экспансии становятся понятные сферы, которые очень актуальны для общества, хорошо известны людям и вызывают их повышенный интерес [14]. Наличие и в русском, и в английском языках большого количества стёртых метафор свидетельствует о том, что деньги давно и прочно вошли в языковое сознание наших народов, позволяя структурировать самые разнообразные фрагменты действительности. Иными словами, метафора денег обладает высоким интердискурсивным потенциалом, т.е. относится к тем метафорам, которые могут быть , перенесены в несколько дискурсов с одним и тем же основанием переноса [4, с. 53]. Приведённый в данной статье анализ подтверждает не только факт доминантности денег в русскоязычной и англоязычной культурах, но и выявляет межкультурное сходство в направленности метафорических переносов. Так, выбор в качестве признака переноса аксиологического компонента в обоих языках порождает массу пейоративных конструкций (например, где реализуются сценарии , купить / *buy*, , продать / *sell*). Отличие обнаруживается в более широком диапазоне реципиентных сфер в английском языке (например, в таких словах, как *cheap* – дешёвый, *rich* – богатый и *poor* – бедный), а также степени использования терминологического источника переноса: в английском языке, как показывает лексикографическая закреплённость, давно используются в переносном смысле бухгалтерские, брокерские термины. В русском языке подобные метафоры еще не вошли в словари, но часто используются в качестве , живых метафор, которые в полной мере сохраняют свою двуплановость и, соответственно, внутреннюю форму (*девальвация совести, парламентская биржа*) [14]. Также предсказуемое отличие наблюдается в использовании метафор, где сферой-донором является физическая форма денег, которая, разумеется, у каждого народа разная и вызывает, соответственно, различные ассоциации.

#### Список литературы

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 5-32.
2. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. М.: Ред. АСМ, 1994. 396 с.
3. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 153-172.

4. **Бородулина Н. Ю.** О перспективах исследования метафорических значений [Электронный ресурс] // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 3. Ч. 1. С. 52-55.
5. **Гак В. Г.** Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1988. С. 11-26.
6. **Кобозева И. М.** К формальной репрезентации метафор в рамках когнитивного подхода // Труды международного семинара Диалог'2002. Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. М.: Наука, 2002. С. 188-194.
7. **Кубрякова Е. С.** В поисках сущности языка: когнитивные исследования / Ин-т языкознания РАН. М.: Знак, 2012. 208 с.
8. **Лакофф Дж., Джонсон М.** Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ.; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Изд. 2-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 256 с.
9. **Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка / РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
10. **Попова З. Д., Стернин И. А.** Когнитивная Лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 314 с.
11. **Сорокин П. А.** Система социологии. М.: Астрель: АСТ, 2008. 1008 с.
12. **Телия В. Н.** Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М.: Наука, 1988. С. 173-203.
13. **Чудинов А. П., Будаев Э. В.** Когнитивная теория метафоры на современном этапе развития // Вопр. когнитив. лингвистики. 2007. № 4. С. 91-106.
14. **Чудинов А. П.** Финансовая метафора в современной политической речи [Электронный ресурс] // Известия Уральского гос. пед. ун-та. Лингвистика. Екатеринбург, 2001. Вып. 7. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01a.htm> (дата обращения 06.11.2014).
15. **Fauconnier G., Turner M.** Conceptual Integration Networks // Cognitive Science. 1998. Vol. 22. № 2. P. 133-187.
16. **Lakoff G.** Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf [Электронный ресурс] // Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf / D. Yallet (ed.). Honolulu, 1991. URL: [http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML\\_docs/Texts/Scholarly/Lakoff\\_Gulf\\_Metaphor\\_1.html](http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html) (дата обращения: 28.11.2014).
17. **Longman Dictionary of English Language and Culture.** Harlow, Burnt Hill, Longman House, Longman Group UK LMT, 1992. 1528 p.
18. **Online Etymology Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: <http://etymonline.com/> (дата обращения: 25.11.2014).
19. **Turner M., Fauconnier G.** Metaphor, Metonymy and Binding [Электронный ресурс] // Metonymy and Metaphor. Barcelona, 1998. URL: <http://markturner.org/mctmet.html> (дата обращения: 26.11.2014).

#### MONEY AS A METAPHOR

**Karachina Olga Evgen'evna**, Ph. D. in Philology  
*International Institute of Humanities and Linguistics*  
[karachina.olga@mail.ru](mailto:karachina.olga@mail.ru)

The article analyzes metaphorical structures of the Russian and English languages developed on the basis of conceptual matrix "money". Investigating the concept "money" as a frame actualized in the stable set of scenarios allow identifying the areas of the initial conceptual content which are projected in the recipient sphere. On the basis of the comparative analysis of the selected Russian and English material the author identifies linguoculturological similarities and differences in the structure of the sphere-source, in the choice of the highlighted features of the source and in the orientation of metaphorical projecting.

*Key words and phrases:* metaphorical model; frame; scenario; sphere-source; sphere-target; profiling; lexicalized metaphors.

УДК 811.111'37

#### Филологические науки

*В статье изучаются особенности организации английского антропонимического словаря на уровне гипертекста. Анализируются способы представления гипертекстовой информации на разных уровнях словаря. Особое внимание уделяется функциональному подразделению системы гиперссылок на внешние ссылки, ссылки внутри макро- и микроструктуры.*

*Ключевые слова и фразы:* словарь; лексикография; английские антропонимы; структура словаря; гипертекст; гиперссылки.

**Ковалева Мария Сергеевна**

*Международный институт рынка*  
[kovaleva.m.s@list.ru](mailto:kovaleva.m.s@list.ru)

#### ГИПЕРТЕКСТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО АНТРОПОНИМИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ

Изучение гипертекста представляет собой новую парадигму в современной лексикографии. В данный момент учеными рассматриваются две основные разновидности гипертекста: технологические, или компьютерные (компьютерные и интернет-технологии и программы), и литературные (справочники, словари, тексты).