

Кербер Елена Владимировна, Костерина Юлия Евгеньевна

ЦВЕТОВАЯ МЕТАФОРА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Данное исследование посвящено рассмотрению метафорических наименований в современной англоязычной экономической терминологии. В исследуемой терминосистеме прослеживается устойчивая тенденция к использованию прилагательных-цветообозначений в качестве терминокомпонентов для номинации экономических реалий. Продуктивность данного вида семантического терминообразования делает необходимым проведение семантического анализа корпуса терминов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/6-1/26.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 6(72): в 3-х ч. Ч. 1. С. 89-91. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/6-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

PRONOMINAL DETERMINANTS IN DIFFERENT GENRES OF THE CONTEMPORARY RUSSIAN PRINTED MEDIA

Katsitadze Inna Mangurovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Southern Federal University, Rostov-on-Don
imkacitadze@sfnu.ru

The article is devoted to pronominal forms and their text-forming potential in the contemporary Russian printed media. They represent an independent intra-language inter-level system within the morphological-syntactic category of certainty/uncertainty. The author of the article aims to prove the special role of pronominal determinants in the expression of the semantics of certainty/uncertainty of nouns and their specific status within the category under study on the pages of the Russian newspaper texts.

Key words and phrases: pronominal determinants; semantics of certainty/uncertainty; text formation; nominal group; context; speech act.

УДК 811.111

Данное исследование посвящено рассмотрению метафорических наименований в современной англоязычной экономической терминологии. В исследуемой терминосистеме прослеживается устойчивая тенденция к использованию прилагательных-цветообозначений в качестве терминокомпонентов для номинации экономических реалий. Продуктивность данного вида семантического терминообразования делает необходимым проведение семантического анализа корпуса терминов.

Ключевые слова и фразы: метафоризация; метафорическое наименование; термин; цветокомпонент; экономическая терминология.

Кербер Елена Владимировна, к. филол. н.

Костерина Юлия Евгеньевна

Омский государственный технический университет

lkerber@mail.ru; kosterina77@mail.ru

ЦВЕТОВАЯ МЕТАФОРА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

В современных лингвистических исследованиях признаётся, что метафора, как важный приём познания, не просто отражает наше мышление, но и формирует его. Метафора способна соотносить новое знание с уже имеющимся в когнитивной базе человека опытом, устанавливая новые ассоциативные связи между объектами и явлениями.

Большой вклад в исследование теории метафоры внесли такие лингвисты, как Н. Д. Арутюнова [2], В. Н. Телия [10], Дж. Лакофф, М. Джонсон [6], С. Л. Мишланова [7], Э. Кассирер [4], Х. Ортега-и-Гассет [8], А. П. Чудинов [11], Л. М. Алексеева [1] и др.

Метафорические номинации активно используются не только в общелитературном языке, но и широко представлены в современном языке науки. Метафоры являлись предметом изучения в терминологиях различных языков в работах Ю. Н. Ревинной [9], Е. В. Кербер [5], И. Н. Чуриловой [12], Т. Н. Шараповой [13]. Являясь важнейшим когнитивным механизмом, метафоризация занимает одно из ведущих мест в структуре семантического терминообразования.

В англоязычной экономической терминологии метафорические номинации, образуя особую репрезентативную группу, основаны на близких и доступных для человека ассоциациях. Источниками метафорического переосмысления является как сам человек (биологические, психические, интеллектуальные характеристики), так и окружающий его мир.

Особую группу в исследуемой терминологии представляют термины, основанные на цветовых ассоциациях, то есть содержащие в своём составе терминоэлементы, обозначающие какой-либо цвет.

Целью данной статьи является рассмотрение метафорических номинаций с колоративным компонентом и рассмотрение связей между цветообозначением и образованным на его основе научным экономическим понятием. Цвет, являясь универсальной категорией, имеет свои особенности в каждой культуре. Цвета формируют картину мира, основой которой являются особенности цветового восприятия той или иной культуры и их отражение в сознании человека.

Выборка терминов осуществлялась как на основе терминологических словарей исследуемой области знания [3; 14], так и изучения оригинальной английской литературы по экономике [15; 16]. Анализ языкового материала позволил отобрать 7 основных цветов, широко представленных в качестве терминокомпонентов, а именно: **green** зелёный, **white** белый, **black** чёрный, **grey** серый, **blue** голубой, **red** красный, **yellow**

жёлтый. Обозначение экономических понятий с использованием цветокомпонента отражает особенности восприятия и мироощущения в английской лингвокультуре.

Терминокомпонент **green** *зелёный* входит в состав большого количества англоязычных терминов, относящихся к различным областям экономики, и является довольно многозначным.

Прежде всего, данный цвет определённым образом связан с окружающей средой, символизируя жизнь и природу. В экономической сфере большую популярность сегодня приобретает концепция так называемой **green economy** *зелёной экономики*, которая направлена на сохранение благополучия общества за счёт эффективного использования природных ресурсов. Отсюда большое количество терминов с компонентом **green**, в семантической структуре которых преобладает положительная коннотация: **green currency** ~ *зелёная валюта*; **green bond** ~ *зелёная облигация*; **green race** ~ *гонка «зелёных технологий»*; **green-labelled product** ~ *экологически чистый продукт* [3, с. 281].

Зелёный цвет выступает и как символ новизны, молодости и обновления, что находит своё выражение в термине **green shoots** ~ *признаки восстановления экономики* [15, р. 144], в котором **green** символизирует надежду и позитивные тенденции в развитии экономики.

В других случаях терминокомпонент-кolorатив указывает на молодость и неопытность: **green labour** ~ *необученная рабочая сила*, **green audit** ~ *неквалифицированная аудиторская проверка* [3, с. 281].

В терминах **green card** ~ *зелёная карточка для выезжающих в США по трудовому контракту* или **green channel** ~ *зелёный коридор* (зеленый цвет – это цвет разрешающий, символизирующий открытость и свободу) [Там же, с. 282].

Терминокомпонент **red** *красный* в экономической сфере несёт как отрицательную, так и положительную коннотацию. В терминах **red balance** ~ *неблагоприятный платёжный баланс*, **the red** ~ *задолженность*, **in the red** ~ *в красной зоне (на фондовой бирже день прошёл в минус, основные акции подешевели)*, **to be in the red** ~ *быть неплатёжеспособным*, **get out of the red** ~ *выбраться из долгов*, **red-ink entry** ~ *красная запись (н-р, кредитовая на дебетовом счёте)* [14, р. 327] цветокомпонент символизирует финансовую задолженность. Связано это с тем, что раньше бухгалтерия велась от руки, и красные чернила использовались для выделения отрицательного итога.

В англоязычной лингвокультуре компонент **red** употребляется также в значении *энергия, жизненная сила*. Именно такое значение несёт термин **red-hot sector** ~ *динамично развивающийся сектор* [16, р. 186], то есть в семантической структуре реализуется положительная коннотация.

Терминокомпонент **white** *белый* в английском, как и во многих других культурах, символизирует спокойствие духа, благородство, что наглядно демонстрирует термин **white knight** ~ *белый рыцарь (компания, спешащая на помощь предприятию, которое не в состоянии защитить себя от так называемого недружественного поглощения)* [14, р. 397]. Положительная коннотация цвета **white** усиливается добавлением семы **knight** рыцарь, то есть человек благородный, смелый, спешащий на помощь.

Противоположным ему термином является термин **black knight** *чёрный рыцарь* [3, с. 67], делающий какой-либо компании нежелательное предложение о поглощении.

В экономической сфере фигурируют метафорические наименования с терминокомпонентом **white**, имеющие отрицательную коннотацию: **white washing** ~ *отмывание денег*; **white plastic** ~ *белый пластик (это пластинка, которая может быть любого цвета, с данными счёта банковской карточки для использования в мошеннических целях)*; **white elephant** ~ *«белый слон» (обозначение сделки на бирже, когда расходы превышают возможную прибыль, т.е. сделка заведомо убыточна)* [Там же, с. 678].

Терминокомпонент **black** *чёрный* является активным обозначением, выражающим разнообразные переносные смыслы в экономической терминосистеме.

В негативном смысле **black** часто выступает как маркер краха, экономической катастрофы: **black Monday** ~ *чёрный понедельник*; **black Friday** ~ *чёрная пятница (резкое падение конъюнктуры на финансовом рынке)* [14, р. 55].

Большая группа терминологических сочетаний с компонентом **black** указывает на нелегальность, незаконность каких-либо действий или явлений: **black marketeer** ~ *спекулянт*; **black economy** ~ *теневая экономика*; **black market** ~ *чёрный рынок*; **black trading** ~ *нелегальная торговля*; **black moneys** ~ *подпольные доходы*; **black financial hole** ~ *финансовая чёрная дыра* [3, с. 68].

Цветокомпонент **black** входит в состав метафор бухгалтерской сферы, связанных с черным цветом чернил, которыми в финансовых документах отмечали прибыль: **go into black** ~ *стать прибыльным*; **account in the black** ~ *положительный остаток на счёте* [16, р. 95].

Цветокомпонент **blue** *синий* в своей семантической структуре несёт исключительно положительную коннотацию: **blue sky laws** ~ *законы голубого неба* [14, р. 56]; **blue ocean strategy** ~ *стратегия голубого океана* [15, р. 105]. Положительная образность усиливается к тому же за счёт двух стихий, олицетворяющих простор, мечту и свободу. Метафоры с данным терминокомпонентом символизируют процветание, развитие: **blue stocks** ~ *высококачественные акции*; **blue-chip company** ~ *крупная, первоклассная компания*; **blue-chip client** ~ *VIP клиент*; **blue-chip investment** ~ *капиталовложения крупных компаний* [3, с. 69].

Терминокомпонент **yellow** *жёлтый* в экономическом дискурсе встречается довольно редко, и метафорические термины с данным компонентом несут, как правило, отрицательную коннотацию, указывая на негативность определённых социальных явлений. Ярким примером может служить терминологическое сочетание

yellow dog contract контракт жёлтой собаки (или контракт дворняжки) [16, p. 123]. Этимология данного термина восходит к XIX веку и обозначает контракт, который обязывали подписывать при приёме на работу. Он запрещал вступать в профсоюз. В современной экономике это понятие мало общего имеет с профсоюзной борьбой, и термином обозначают договоры, согласно которым все технические изобретения, сделанные в рабочее время, принадлежат компании.

Терминокомпонент *gray серый* в составе метафоричных терминов несёт отрицательную коннотацию. В экономической терминологии серый цвет символизирует некую тайну, неопределённость, двойственность: *gray market* ~ *серый рынок*; *gray economy* ~ *серая экономика*; *gray area* ~ *переходная зона* [3, с. 282].

Как показало исследование, в экономической научной сфере активно используются метафорические термины с цветовым компонентом. Анализ исследуемой лексики свидетельствует о том, что цветообозначения, несущие прямое денотативное, переносное образное, а также символическое значения, делают более лёгким восприятие термина и усвоение экономического понятия. Метафорические номинации с цветовым компонентом содержат нейтральную, отрицательную и положительную коннотации. Образование терминов-метафор основывается на подсознательном видении реальности и связано с историческими, социально-профессиональными, а также собственно когнитивно-языковыми факторами.

Список источников

1. Алексеева Л. М. Термин и метафора. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1998. 250 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1992. С. 5-32.
3. Бизнес: толковый словарь: англо-русский. М.: Инфра-М; Весь мир, 1998. 760 с.
4. Кассирер Э. Сила метафоры // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 33-43.
5. Кербер Е. В. Основные области-доноры немецкоязычных метафоричных терминов экономики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 7 (25): в 2-х ч. Ч. 1. С. 82-84.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ.; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
7. Мишланова С. Л. Метафора в медицинском дискурсе. Пермь: Изд-во ПТУ, 2002. 160 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры: сборник / пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 68-81.
9. Ревина Ю. Н. Метафорическая номинация автомобильных терминов (на материале английского, немецкого и русского языков) // Омский научный вестник. 2010. № 5 (91). С. 122-124.
10. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте / отв. ред. В. Н. Телия. М.: Наука, 1988. С. 26-52.
11. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2001. 238 с.
12. Чурилова И. Н. Метафоризация как наиболее характерный способ семантического терминопобразования в театральной терминологии английского языка // Научное обозрение. 2008. № 1. С. 160-166.
13. Шарапова Т. Н. Особенности процесса метафоризации немецкой терминологии бионики // Омский научный вестник. 2011. № 3 (98). С. 119-121.
14. A Dictionary of Accounting. Oxford: Oxford University Press, 2005. 408 p.
15. Cravens D. W. Strategic Marketing and Management: cases and applications. N. Y.: McGraw-Hill, 2006. 737 p.
16. Schroeder R. G., Clark M. W., Cathey J. M. Financial Accounting Theory and Analysis. 8th edition. N. Y.: John Wiley and Sons, 2005. 595 p.

COLOUR METAPHOR IN THE ENGLISH ECONOMICAL TERMINOLOGY

Kerber Elena Vladimirovna, Ph. D. in Philology

Kosterina Yuliya Evgen'evna

Omsk State Technical University

lkerber@mail.ru; kosterina77@mail.ru

The study is devoted to investigating metaphorical nominations in the modern English economical terminology. In the mentioned terminological system there's a persistent tendency to use adjectives-colour terms as terminological components designating economical realia. The productivity of such type of semantic term-formation makes the semantic analysis of term corpus relevant.

Key words and phrases: metaphorization; metaphorical nomination; term; colour component; economical terminology.