THE RECONSTRUCTION OF THE AXIOLOGICAL FEATURES OF THE WESTERN CULTURE BASED ON THE ANALYSIS OF PROPER NAMES

Yuliya V. Antonova
Teacher in the Language Centre, International Institute of Management LINK, Zhukovskiy, Russia; e-mail: Julia007_9@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the development of the reconstruction method of values based on the explication of proper names. Proper names verbalize universal (nature, beauty, power-government), religious and unique (respect, freedom, openness) values. In the article we single out five main categories that form the linguistic world-image of the Western culture. The hypothesis of the article is that the proper names, which are related etymologically to religion, power/government, the suppression of nature and courage, refer to universal cultural values. While some proper names with uncharacteristic features refer to specific or group values.

Key words: proper names, culture, values, component of meaning, notion, concept.

References:

1. Gurevich, P. S. (2003). Kul'turologiya. Uchebnik dlya vuzov [Culturology. Textbook for Universites]. M.: Proyekt.
2. Tressider, J. (1999). Slovar' simvolov [Dictionary of Symbols]. M.

Когнитивная функция концептуальной метафоры в экономическом публицистическом дискурсе немецкоязычных масс-медиа

Н. В. Бадаева
МГИМО МИД России

Аннотация

В статье проводится сопоставительное исследование когнитивных метафорических моделей во время экономического кризиса 2008–2010 годов в дискурсе немецкоязычных масс-медиа, посвященном общемировой экономической конъюнктуре. Цель статьи — описание и анализ метафор этого периода. Анализируется когнитивный сценарий развертывания реализации метафорических моделей "Экономика — это организм" и "Кризис — это болезнь" как способ отображения реальности и ее осмысления, характерный для определенной экономической

ситуации. Рассматриваются составляющие эти метафорические модели фреймы и слоты, формирующие определенный образ в сознании адресата. В частности, приводятся примеры реального использования этих моделей в области экономической лингвистики для актуализации понятий "кризисная экономика", "спады и рост экономической конъюнктуры" в наднациональной прессе Германии, Австрии и Швейцарии. Изучается сочетаемость вышеназванных моделей. Актуальность исследования обусловлена перспективностью развития теории когнитивной метафоры в отдельных ограниченных видах дискурса.

Ключевые слова: концептуальная метафора, когнитивная функция, прагматическая функция, экономический дискурс, немецкоязычные масс-медиа, формирование нового знания, доступная репрезентация информации, когнитивная лингвистика.

В условиях сегодняшнего дня, стремительно изменяющихся систем экономического, политического, социального сосуществования в современном мире, человек в поисках ответов на глобальные вызовы вынужден чаще обращаться к источникам информации, позволяющим правильно воспринимать и перерабатывать информацию, преобразуя её в портфолио вновь приобретаемых знаний.

В репрезентации этих знаний большая роль принадлежит метафоре, важное свойство которой можно усмотреть уже в древнейшем методе научного познания, который заключается в установлении связей, сравнений самых различных сущностей, углубляя и расширяя процесс познания.

В этом отношении метафора выполняет одну из важнейших функций в языке и речи, а именно — приобретение знаний. Метафора имеет когнитивный и стратегический смысл, обладая способностью концептуализировать события и структурировать их восприятие, служит самоинтерпретации, придавая легитимность своим концепциям и поступкам в глазах общественного мнения.

Метафора представляет собой ментальный и языковой механизм, состоящий во взаимодействии или сопоставлении двух сущностей, явлений на основании сходства, аналогии между ними, то есть нахождения их общих признаков, что и находит подтверждение в работах российских и зарубежных исследователей.

Уместным будет привести мнение одного из основателей когнитивного направления в современной науке, испанского философа Х. Ортеги-и-Гассета. Понятийная функция метафоры, по его мнению, является основной, а задача метафоры понимается как создание абстрактных понятий. Существуют объекты, которые не только трудно назвать, но и которые с трудом поддаются осмыслению. В своей работе "Две великие метафоры" он пишет: "Объекты… легко постигаемые, открывают мысли доступ к далеким и ускользающим от нас понятиям" [3, с. 72]. То есть,

с точки зрения когнитивной науки, метафора — это некий познавательный процесс, необходимый для передачи новизны знания.

На данный момент существования общества экономика является именно той сферой, той областью знаний, где на сегодняшний день особенно отчетливо проявляется языковая динамика, активные процессы в лексике, изменения в общественном сознании и ментальности носителей языка. Именно в экономической среде ярко проявляется когнитивная функция концептуальной метафоры. "Метафора используется здесь для того, чтобы увеличить объем знаний относительно слабо понимаемой области путем переноса дополнительной информации из более известной ситуации" [4, с. 12].

Чтобы продемонстрировать когнитивную функцию метафор языка науки экономики, необходимо понимать, что информация имплицируется, как правило, с трансфером знаний, и в этом процессе метафора рассматривается как знак, участвующий в сфере мыслительных процессов человека, служащий для передачи понятийных характеристик обозначаемых предметов, что и является одной из форм концептуализации предметной области знания.

Рассматривая когнитивную метафору как одну из форм концептуализации, Е. С. Кубрякова в "Кратком словаре когнитивных терминов" определяет ее как "когнитивный процесс, который выражает и формирует новые понятия и без которого невозможно получение нового знания" [1].

Главной особенностью экономико-публицистического дискурса является наличие в нем экономической лексики и терминов. Важнейшими признаками экономико-публицистического дискурса, как и любого другого, является соотнесенность к действительности и определенная коммуникативная установка. Функциональная направленность текста, другими словами — его ориентация на выполнение заранее намеченной цели, определяется ситуацией общения и задачами, которые возникают перед участниками коммуникативной ситуации. Экономико-публицистический дискурс сам по себе, его лексическая организация дают возможность не только наблюдать за тем, какая экономическая модель создается в обществе, но и определить то, какие представления, понятия и способы лексического выражения закрепляются за этой моделью. Кроме того, "правильность восприятия текста обеспечивается не только языковыми единицами и их соединением, но и необходимым общим фоном знаний, коммуникативным фоном" [2, с. 685].

Рассматривая экономическо-публицистический дискурс с этой точки зрения, изучение концептуальной метафоры и того, как она функционирует в рамках этого дискурса, представляет собой крайне интересную и актуальную задачу.

Цитаты из литературных произведений, фильмов, высказывания известных людей, крылатые фразы, аллюзии, пословицы, поговорки, слова из песен, рекламные слоганы и пр. составляют текстовое выра-

жение национальной культуры и картины мира и поэтому встречаются в огромных количествах во всех типах экономико-публицистического дискурса: в новостях, в информационно-аналитических текстах, в экономических обзорах, в биржевых сводках, в комментариях, в интервью, в рекламе и т.д.

Экономическая сфера — это важнейшая часть национальной и мировой культуры. Наряду с другими, она представляет собой "сложное объединение ментальных единиц (концептов, фреймов, гештальтов, сценариев, концептуальных векторов, полей)" [5, с. 97].

А. П. Чудинов полагает, что большинство этих единиц зафиксировано в языке при помощи слов, составных наименований, фразеологизмов и в той или иной мере навязывает человеку определенное видение мира, особенно в аспекте его категоризации и оценки [5, с. 237]. Так как один из главных отличительных признаков экономико-публицистического дискурса заключается в высокой сложности и значительной степени абстракции, необходимым является упрощение декодирования для разных социальных слоев коммуникантов путем метафорического моделирования.

Авторы текстов, статей, публикаций, являясь специалистами в той или иной специальной области, стремятся донести свое знание до реципиентов, различающихся по возрасту, образованию и способностям воспринимать специальную информацию. В этой связи перед авторами возникает необходимость выбора компактной и доступной формы передачи информации, позволяющей вызвать определенное отношение к описываемым событиям, что достигается с помощью ряда лексических средств, в том числе использованием метафор, которые являются "условием коммуникативно-прагматического успеха", определенным образом апеллируют к эмоциональному восприятию сообщения, что обычно достигается за счет образности, создаваемой различного рода фигурами речи, поскольку образ будит эмоциональное переживание мира. Метафора как механизм когнитивного отражения действительности, конечно, способствует категоризации знаний, участвуя в процессе переработки поступающей информации, что и ведет к формированию когнитивных концептов и их устойчивых объединений.

Чтобы продемонстрировать когнитивную функцию метафор языка науки экономики, нельзя забывать, что распространение и передача информации сопровождается и передачей знаний. Абстрактное осваивается через конкретное, а ненаблюдаемое — через доступное сенсорному восприятию.

Одни и те же понятия специальной области знания "экономика" могут быть переданы в экономико-публицистическом дискурсе при помощи лексических единиц, относящихся к различным лексико-семантическим группам. Так, отражение экономической реалии "банковский кризис" осуществляется в немецкой прессе через морбиальные метафоры "die notleidenden Banken" и "die maroden Banken": В этом случае Банк

концептуализируется через одушевленное лицо, как "страдающий от болезни" пациент, где доминантами для передачи смысла — знаком-сигналом становятся лексические единицы "notleidend" и "marod" ("нуждающийся, бедствующий" и "прихворнувший, больной").

Следует отметить, что создаваемая картина экономического положения в целом и отдельно взятой экономической ситуации в частности во многом антропоцентрична: человек склонен метафорически создавать картину мира как некое подобие себя, своего тела, составляющих его членов, органов, потребностей и состояний. Неудивительно, что метафорические модели, использующиеся для концептуализации кризисных состояний экономики, чаще всего относятся к сферам-источникам "Болезнь" и "Врачевание". При этом следует подчеркнуть, что негативные тенденции, как и в вышеприведенном примере, относятся к сфере "Болезнь", а положительное развитие характеризуется выбором метафор из сферы-источника "Врачевание". Например, критическая экономическое положение в некоторых странах Евросоюза и связанные с этим антикризисные действия по оказанию финансовой поддержки Европейской комиссией, Европейским Центральным Банком и Международным Валютным Фондом часто описываются в немецких масс-медиа с помощью слова "schmerzhaft (болезненный, мучительный)":

Selbst führende Länder Europas waren schon weit vor den Zeiten der Euro-Krise auf Hilfskredite des IWF angewiesen. Für die Länder war der Gang zum Wahrungsfonds sicher schmerzhaft — aber letztlich erfolgreich (Задолго до кризиса даже ведущие страны Европы были поставлены в известность о порядке предоставления финансовой помощи со стороны Международного Валютного Фонда. Обращение к помощи МВФ по поводу кредитов было для них однозначно болезненным, однако, в конце концов, оказалось полезным).

В приведенном примере весьма ярко проявляется когнитивная функция морбиальной метафоры "болезненный". Обращение к чувственному опыту любого человека, в течение жизни так или иначе сталкивавшегося с определенными врачебными манипуляциями, неприятными, болезненными, но необходимыми и направленными на выздоровление, очевидно вызывает в сознании адресата понимание действий МВФ через более простые, обусловленные собственным жизненным опытом события и знания. Кроме того, здесь метафора "schmerzhaft" выполняет не только когнитивную функцию, нацеленную на обработку и переработку информации, но воздействует на адресата, то есть имеет когнитивно-прагматический характер. В приведенном отрывке ясно ощущается подтекст, характеризующий отношение к финансовой помощи: болезненная, но необходимая, ведущая к выздоровлению, то есть — полезная.

Еще более очевидно проявляется когнитивно-прагматический аспект в морбиальной метафоре "die Sanierung (санация)" фрейма "Способы лечения, медицинские операции и профилактические мероприятия":

Die Regierung musste den IWF um Hilfe bitten, der mit 3,9 Milliarden Dollar die bis dahin größte Kreditlinie seiner Geschichte gewährte und dem Land radikale Sparmaßnahmen diktierte. Lange vor Margaret Thatcher legte dies den Grundstein für die Sanierung der britischen Wirtschaft. (Правительству пришлось обратиться за помощью к МВФ, который предоставил Великобритании крупнейшую на тот момент за всю свою историю кредитную линию объемом в 3,9 миллиарда долларов, но потребовал от страны жесточайших мер по осуществлению режима экономии. Это создало основы для оздоровления (санации) британской экономики задолго до появления у власти М. Тэтчер).

С помощью метафор передается информация о реальных событиях экономической жизни, формируется отношение к происходящему, дается оценка происходящему за счет выбранного автором источника метафор и окружающего контекста.

Яркий пример участия метафор в процессе понимания концепта текстов экономического дискурса, в обеспечении связности и, в конечном итоге, — реализации замысла автора демонстрируют и в том числе заголовки статей, концентрирующие внимание читателя на идеи текста. *Finanzloch im EU-Haushalt: elf Milliarden €* (Финансовая дыра в бюджете ЕС: 11 миллиардов евро); *Kampf mit dem Währungskrieg* (Борьба с валютной войной).

Следует отметить, что метафора в заголовке текста, отражает часто основную идею текста, экономическую реалию и может быть охарактеризована как связывающая и порождающая смыслы и понятия, она является ключом к раскрытию основной проблемы текста и, не в последнюю очередь, всего его содержания. Таким образом, присутствуя в экономическом тексте, метафора обеспечивает его адекватное понимание в целом.

Приведенные примеры позволяют оценить преимущества когнитивного подхода к исследованию метафоры как процесса, который выражает и формирует новые понятия и без которого невозможно получение нового знания.

Метафоры являются непосредственным инструментом, соотносящим эти сложные, ненаблюдаемые мыслительные пространства с более простыми, либо же с конкретно наблюдаемыми мыслительными пространствами. В рамках этого процесса возникают новые понятия и формируется получение нового знания.

Список литературы:

1. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков и др. М., 1996. 438 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
3. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. 512 с.

4. Петров В. В. Метафора от семантических представлений к когнитивному анализу // Вопросы языкознания, №6. М.: Наука, 1990. 158 с.
5. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2003. 248 с.

Сведения об авторе:
Бадаева Наталья Валерьевна, преподаватель, МГИМО МИД России, Москва, Россия; e-mail: natalia_badaeva@mail.ru

COGNITIVE FUNCTION OF CONCEPTUAL METAPHOR IN ECONOMIC MASS MEDIA DISCOURSE OF GERMAN MASS MEDIA COMMUNICATION

Natalia V. Badaeva
Lecturer, MGIMO University, Moscow, Russia; e-mail: natalia_badaeva@mail.ru

Abstract
The article represents a comparative study of cognitive metaphoric models in the discourse of the German-speaking mass media, dedicated to the global economic conditions during the economic crisis of 2008–2010. The purpose of the article is to describe and to analyze the metaphors of this period. Frequency analysis displays Cognitive metaphors "Economy is a body" and "Crisis is a disease" as the most incessant metaphoric models at this time. They are being observed as a way of mapping reality and its comprehension to display reflection of the particular economic situation.

We consider the frames and slots composing these metaphorical models, forming a certain image in the consciousness of the addressee. In particular, examples of the actual use of these models in the field of economic linguistics for the actualization of the concepts "crisis economy", "recessions and growth of the economic conjuncture" in the supranational press of Germany, Austria and Switzerland are given. The combinations of the above metaphoric models are being studied. The relevance of the study is due to the prospects for the development of the theory of cognitive metaphor in certain limited types of discourse.

Key words: cognitive linguistics, conceptual metaphor, cognitive function, cognitive-pragmatic function, economic discourse, German mass media, generation of new knowledge.

References:

1. Kubryakova, E. S. (1996). Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov [Short Dictionary of Cognitive Terms] / E. S. Kubryakova, V. Z. Demyankov, Yu. G. Pankraz, and L. G. Luzin. Moskva.
2. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' [Linguistic Thesaurus] / ed. by V. N. Yartseva. (1990). Moskva.

3. Ortega Y Gasset, J. (1990). Dve velikiye metafory [The Two Great Metaphors]. *Teoriya metafory* [*Theory Of Metaphor*]. Moskva: Progress.
4. Petrov, V.V. (1990). Metafora ot semanticheskogo predstavleniy k kognitivnomu analizu [Metaphor from Semantic Representation to Cognitive Analysis]. *Voprosy Iazykoznaniia* [Issues of linguistics]. (6).
5. Chudinov, A.P. (2003). Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii [Metaphorical Mosaic in Present-day Political Communication]. Ekaterinburg.

Лингвистические проблемы диалога культур в Новой Зеландии

А.Р. Бекеева
Российский университет дружбы народов

Аннотация
Данная статья посвящена лингвистическим проблемам диалога культур в Новой Зеландии, рассмотрению различных сторон новозеландской культуры. В статье описываются различные культурные, расовые и этнические группы, населяющие Новую Зеландию. При этом устанавливаются языковые характеристики диалога культур новозеландцев и маори, уточняется характер диалога на современном этапе развития общества Новой Зеландии, определяются его формы и уровни. Научная статья обращает внимание на то, что в языковых единицах новозеландского национального варианта английского языка запечатлен потенциал общественно-исторического опыта, отражающий национально-культурное своеобразие истории, культуры, психологического склада народов Новой Зеландии. Выдвижение проблем взаимосвязи языка и культуры определяет актуальность осмысления национального миропонимания.

Ключевые слова: Новая Зеландия, новозеландский национальный вариант английского языка, диалог культур, межкультурная коммуникация, лингвистика.

На современном этапе развития информационного пространства решающее значение приобретает интерпретация языка и культуры как сложного многокомпонентного явления, связанного с многообразием жизнедеятельности личности. Любое явление находит свое отражение в общественной и культурной жизни народов.

С учетом вышесказанного необходимо отметить, что в языковых единицах запечатлен потенциал общественно-исторического опыта, отражающий национально-культурное своеобразие истории, культуры,