



Примечания

¹ См.: *Пикулева Ю.* Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингво-культурологический анализ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2003. С. 10; *Лисоченко О.* Риторика для журналистов: прецедентность в языке и в речи: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Л. В. Поповской (Лисоченко). Ростов н/Д, 2007. С. 150; *Куликова Е.* Рекламный текст через призму прецедентных феноменов // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Филология. 2010. № 6. С. 336; *Пучкова Е.* Функционирование прецедентных феноменов в газетных заголовках // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». 2013. Т. 4, № 4. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2014/TGU_4_375.pdf (дата обращения: 17.05.2015); *Иванов П.* Элементы прецедентных текстов в прозе Г. Грасса как символы исторических реалий // Науч. вестн. Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та.

Сер. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2014. Вып. 4 (24). С. 137.

² См.: *Mousses M.* Фразеологизация прецедентных феноменов в английском языке // Вестн. Омск. ун-та. 2011. Вып. 3. С. 265.

³ См.: *Назарова Р., Золотарев М.* Прецедентные феномены: проблемы дефиниции и классификации прецедентных феноменов // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2015. Т. 15, вып. 2. С. 21.

⁴ См.: *Zolotarev M., Evmenova A.* Precedent Phenomena as Group Formers // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: материалы докл. VI междунар. интернет-конф. «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» (Саратов, 26–28 февраля 2014 г.). Саратов, 2014. С. 16.

⁵ См.: *Мухина Ю.* Средства репрезентации иронии в художественном тексте (на материале русского и английского языков): автореферат дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2006. С. 15.

УДК 811.111(73):276:373.612.2

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ

Д. А. Алексеева

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: dinika@bk.ru

В статье рассматриваются модели формирования сленговых метафорических переносов на основе семантического поля «Имущественные и товарно-денежные отношения» в современном английском языке (его американский вариант). Выявлены сферы мишени, проведён их статистический и когнитивный анализ.

Ключевые слова: семантическое поле, метафора, языковая картина мира, сленг, финансы, экономика.

Financial and Economic Metaphors in the English Slang

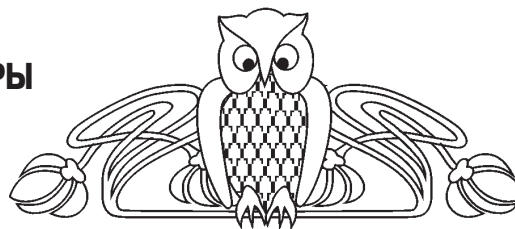
D. A. Alekseeva

The article considers the models of forming metaphorical shifts in slang on the basis of the 'Property and Exchange Relationships' semantic field in the modern English language (its American variant). Target areas are revealed and analyzed from the statistical and cognitive perspectives.

Key words: semantic field, metaphor, linguistic picture of the world, slang, finances, economics.

DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-3-252-255

Термин «сленг» появился в английской лексикографии в начале XIX в. и «использовался для обозначения единиц словарного состава языка, не отвечающих литературным нормам»¹. Однако этимология данного термина и границы обозначаемого им явления до сих пор не имеют чёткого и однозначного определения.



Некоторые исследователи работают со сленгом только с позиции его лексических особенностей², другие же настаивают на комплексном изучении его с позиции грамматики и фонетики³.

В рамках проводимого нами исследования термин «сленг» понимается как подсистема языка, включающая в себя лексику (или же некие отдельные значения общеупотребительной лексики), не входящую в общий фонд языка, не фиксируемую словарями или фиксируемую с пометой «slang». Наличие такого страта в языке является следствием неоднородности языка, социально-классовой, профессионально-групповой и возрастной дифференциации в обществе, а также связано с постоянными изменениям в живом языке. Сленг динамичен и по большей части метафоричен; наиболее «живучие» единицы его могут постепенно входить в общий фонд языка: «сленг составляет два процента слов в словарях стандартного английского языка»⁴.

В английском языке выделяют формальный, литературный язык (formal) и неформальный, нелитературный (informal English). Многие литературные жанры имеют, соответственно, две реализации; прописываются отдельные правила для написания писем, отчётов, заметок и эссе в этих двух стилях.

Также стоит учитывать, что в английском языке выделяются три крупные диалектные группы: британская, североамериканская и австрало-азиатская. Однако в зарубежной лингвистике не принято подробно и изолировано рассматривать



каждую из них. При работе со сленгом английского языка, как правило, описывают общие тенденции, оговаривая территориальные особенности, если таковые имеются. Это связано, в первую очередь, с размыванием границ американского, британского и австралийского сленга ввиду наличия общего виртуального пространства общения и доступности всей продукции средств массовой информации и киноиндустрии в любой точке мира. Как правило, именно американский сленг, являясь обязательным атрибутом ток-шоу, кинофильмов и сериалов, проникает в британский и австралийский английский в связи с массовостью и популярностью продукции американских теле- и кинокомпаний.

При формировании выборки нами использовались словарные источники современного сленга и общие толковые словари. Результирующие значения лексических единиц (РЗ) получены методом сплошной выборки из словарей сленга⁵. Исходные же получены методом сплошной выборки из общих моно- и билингвальных словарей отечественных и зарубежных издательств⁶.

Семантическое поле «Имущественные и товарно-денежные отношения» послужило сферой-источником материала. В рассматриваемой сфере метафорическое значение развивают как отдельные слова, так и словосочетания.

Из более сотни выявленных единиц около 70% собственно метафор и 30% – метафора в рамках устойчивого выражения. Субстантивные

и глагольные метафоры представлены весьма равномерно: субстантивные метафоры (включая словосочетания, где главное слово – существительное) составляют 42% от общего числа единиц; глаголы (включая словосочетания) насчитывают 40%; прилагательные составляют лишь 18% выборки. Присутствует также одно наречие в рамках глагольного словосочетания (*to get off cheaply* – ‘дёшево отделаться’ → ‘легко отделаться’).

Ярче всего представлена семантическая сфера «Человек», на которую приходится 89 единиц из 106 (84% выборки), далее следует сфера «Предметный мир» (15 единиц, 14%) и «Абстрактные понятия» (2 единицы, менее 2%). Четко выраженная антропоцентричность языковой картины мира, отражённой в рассматриваемом материале, превосходит по числовым показателям антропоцентричность ЯКМ, отражённой в русском сленге⁷.

В связи с этим нам представляется более рациональным рассмотреть все сферы-мишени в двух категориях: «Физический мир» и «Метафизический мир».

В рамках основной сферы «Физический мир» выделяются такие сферы-мишени, как «Человек как биологическое существо», «Человек и социум» (относящиеся к СФ «Человек»); «Артефакты», «Пространство» и «Разрушение» (относящиеся к СФ «Предметный мир»). Статистические данные распределения по сферам-мишеням приведены в табл. 1.

Таблица 1

Продуктивность сфер-мишеней в рамках основной сферы «Физический мир»

Семантическая сфера	Семантическое поле	Количество единиц
Человек	Человек как биологическое существо	12 (11,3%)
	Человек и социум	12 (11,3%)
Предметный мир	Артефакты	4 (3,7%)
	Пространство	1 (0,9%)
	Разрушение	2 (1,9%)

Что касается самих лексических единиц, то они часто отражают табуированную лексику: в частности, половина единиц, характеризующих человека как биологическое существо, являются номинациями половых органов (ср., *family / crown jewels* – ‘фамильные драгоценности / драгоценности короны’ → ‘мужские гениталии’, *to be endowed* – ‘быть обеспеченным материально’ → ‘иметь половые органы большого размера (грудь у женщин, половой член у мужчин)’). Большую часть метафорических переносов в семантическое поле «Человек и социум» составляют номинации неправовых аспектов взаимодействия людей, а именно – проституции (*cheap* – ‘дешёвый’ → ‘женищина лёгкого поведения’, *rent-boy* – ‘сдавать в аренду, брать напрокат’ + ‘парень’ → ‘мужчина-проститутка’, *gold digger* – ‘золотоискатель’ → ‘женищина, вступающая в отношения с мужчиной ради денег’).

Продуктивность данной сферы была спрогнозирована ранее, исходя из материала русского сленга, где «номинация мужских половых органов частотна и для уголовного жаргона, и для жаргонов молодёжных течений, при этом сферы-источники, участвующие в процессе метафоризации, варьируют от семантического поля “Продукты питания” (ср. *абрикосы* – ‘мошонка’) до семантического поля “Мир детства” (ср. *чебурашка* – ‘мужской половой орган’)⁸.

При рассмотрении переносов в семантическую сферу «Предметный мир» прослеживается параллелизм с метафорами, характеризующими человека, а именно: либо перенос связан со смежными понятиями (например, с указанными выше примерами номинации в СП «Человек и социум» связана метафора *meat-market* – ‘мясной рынок’ → ‘место съема проституток’), либо метафоризации подвергаются те же лексические



единицы (в СП «Разрушение» *buy the farm* – ‘купить ферму’ → ‘узреть воздушное судно’ – ср. в СП «Человек как биологическое существо» *buy the farm* – ‘умереть’).

В рамках основной сферы «Метафизический мир» выделяются такие сферы-мишени, как «Интеллект, познание и творчество», «Эмоциональ-

ная сфера», «Характер и поведение», «Жизнь в событийно-временном аспекте» (относящиеся к СФ «Человек»); «Качество артефакта», «Время» и «Информация» (относящиеся к СФ «Предметный мир» и «Абстрактные понятия»). Статистические данные распределения по сферам-мишеням приведены в табл. 2.

Таблица 2

Продуктивность сфер-мишеней в рамках основной сферы «Метафизический мир»

Семантическая сфера	Семантическое поле	Количество единиц
Человек	Интеллект, познание и творчество	14 (12,1%)
	Эмоциональная сфера	2 (1,9%)
	Характер и поведение	38 (36,0%)
	Жизнь в событийно-временном аспекте	11 (10,4%)
Предметный мир	Качество артефакта	7 (6,6%)
	Количество	1 (0,9%)
Абстрактные понятия	Время	1 (0,9%)
	Информация	1 (0,9%)

Сразу оговорим, что наличие номинации абстрактных понятий среди рассмотренных метафор имеет случайный и весьма опосредованный характер, так как в данном случае мы имеем дело с языковой игрой (*nickel and dime* – ‘никель и дайм = монета достоинством в 5 центов и монета в 10 центов’ → ‘время’ по фонетическому принципу за счёт рифмы со словом *time*) и вторичной метафоризацией (*the goods* – ‘товары, имущество’ → ‘улики, вездюки’ → ‘информация, позволяющая манипулировать человеком’).

СП «Качество» и «Количество» семантически объединяется негативной оценкой предмета: он плохого качества (*cheapo, piss-poor*), второсортный (*cheapjack*), не представляющий ценности (*gold-brick*) или его мало (*twopence*).

СП «Интеллект, познание и творчество» представлено в основном двумя метафорическими моделями: первая из них характеризует такое понятие, как «ценой чего-либо» (*cost, price* – ‘стоимость’ → *cost what it may, at all costs, at any price* – ‘любой ценой, во что бы то ни стало; любыми средствами’; *it'll cost you* – ‘это тебе дорого обойдется’; *it's not worth it* – ‘оно того не стоит’), а вторая подразумевает перенос по матрице «монета = понимание, принятие» (*the penny drops* – ‘монета падает’ → ‘приходит понимание’, *take a wooden nickel* – ‘взять деревянную монетку’ → ‘поверить, принять за чистую монету’).

Коннотативная оценка РЗ в СП «Жизнь в событийно-временном аспекте» в абсолютном большинстве случаев (9 из 11) положительна, маркирует успех, признание: *buy with smth* – добиться с помощью чего-либо, *hot property* – модное, популярное, *golden boy* – популярный, пользующийся успехом.

Самое продуктивное СП «Характер и поведение» с точки зрения коннотаций, наоборот, до-

влет к описанию отрицательных характеристик человека: он мошенник (*sell out* – ‘распродавать’ → ‘предавший свои принципы, продавшийся’, *have* – ‘иметь в собственности’ → ‘обмануть, надуть’, *gold-brick* – ‘золотой кирпич’ → ‘обманывать, мухлевать, заниматься мошенничеством’), он неприятен, не вызывает желания общаться с ним (*cheap* – ‘дешёвый’ → ‘презренный, жалкий’, *gold-brick* → ‘лентяй’, *pound-noteish* – прилагательное к ‘банкнота достоинством в один фунт стерлингов’ → ‘самодовольный’); значительно реже подчёркиваются положительные качества человека: *sold on* – ‘проданный’ + ‘на/для’ → ‘любящий что-то, горящий идеей’, *the goods* – ‘товары, имущество’ → ‘истинный, искренний’.

С точки зрения оценочного компонента, метафоры на базе СП «Имущественные и товарно-денежные отношения» могут рассматриваться как отрицательно (*rich* – ‘богатый’ → ‘смешной в ироничном смысле’, *cheap* – ‘дешёвый’ → ‘низкий, подлый, противный’), так и положительно (*golden* – ‘золотой’ → ‘успешный’, *priceless* – ‘бесценный’ → ‘забавный, милый, смешной’).

Показательно наличие в рассматриваемом материале 28 номинаций предметов и действий, так или иначе связанных с обманом. Человек выступает и как агенс: *have* – ‘иметь в собственности’ → ‘обмануть, надуть’, и как пациенс: *be bought and sold* – ‘быть купленным и проданным’ → ‘быть преданным, быть обманутым, одураченным’. Присутствуют номинации инструментов обмана: *gold-brick* – ‘золотой кирпич’ → ‘фальшивка, что-то ценное только с виду’, *the goods* – ‘товары, имущество’ → ‘украденное имущество как улика преступления’.

При этом обман может быть оценён и как благо: *cash in on something* – ‘заработать денег



на *чём-то* → 'воспользоваться случаем, урвать что-то'.

В работах Л. В. Балашовой на материале русской метафорической системы отмечается, что «моделируемость в лексико-семантической системе весьма относительна»⁹. В целом это подтверждается и на рассматриваемом материале. Однако определённые закономерности прослеживаются и позволяют говорить о наличии устойчивых матриц в сознании носителя языка, которыми он пользуется при формировании переносного значения.

Помимо указанных метафорических моделей отметим и некоторые другие особенности материала. Рассматриваемые метафоры характеризуются многозначностью и диффузностью значения. На базе одной лексемы образуются новые метафоры со значениями, касающимися разных сфер/действий: например, *gold-brick* – 'фальшивка, что-то ценное только с виду' и 'лентяй' или *cash in* – 'обналичить, реализовать ценные бумаги' → 'умереть' и *cash in on something* – 'заработать денег на чём-то' → 'воспользоваться случаем'.

Также за счёт суффиксации и словосложения образуются гнезда однокоренных слов для номинации смежных процессов по единой модели метафоризации: *cheap* ('дешёвый' → 'подлый') и *cheaper* ('опошлять'); *cheap* ('презренный, жадный') и *cheapskate* ('презренный человек'); *cheap, cheapo, cheapie, cheapjack* – все со значением 'плохого качества'. Подобные гнезда формируются и благодаря субстантивации: *sell* – 'продавать' → 'обматывать' → 'обман', *sell out* – 'распродавать' → 'предавать' → 'предательство'.

На основании анализа данного материала можно сделать несколько выводов. Во-первых, в силу антропоцентричности картины мира любого языка большая часть метафор в сленге связана непосредственно с человеком как с социальным существом, а также его психологическими особенностями. Во-вторых, стоит отметить частотность номинации табуированных понятий, что является одной из особенностей сленга вообще. В-третьих, собственно для рассматриваемого материала характерно большое количество номинаций действий по обману и манипуляции, что указывает на тесную связь СП «Имущественные и товарно-денежные отношения» и СП «Обман» в сознании носителей английского языка на территории США,

что проецируется посредством теле-, радио- и кинопродукции на весь англоговорящий мир.

Примечания

- ¹ Белова И., Павлова Ю. Лексико-семантические особенности военного сленга в американском варианте английского языка // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер. Лингвистика. 2008. № 1 (101). С. 33.
- ² См.: Арнольд И. Стилистика современного английского языка. М., 2006.
- ³ См.: Маковский М. Языковая сущность сленга // Иностранные языки в школе. 1962. № 4. С. 102–113.
- ⁴ Сирил Чебюке Нвайгве. Новый сленг в английском языке XX века (в сопоставлении с литературным английским языком): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Душанбе, 2007. С. 21.
- ⁵ См.: Ayto J. The Oxford Dictionary of Slang. Oxford University Press, 1998; Barrett G. The Official Dictionary of Unofficial English: A Crunk Omnibus for Thrillionaires and Vampots for the Ecozoic Age. McGraw-Hill, 2006; Московцев Н., Шевченко С. «Вашу мать, сэр!» Иллюстрированный словарь американского сленга. СПб., 2004; Глазунов С. Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики. М., 2008.
- ⁶ См.: Oxford Dictionary of English. Oxford University Press, 2010; New Oxford American Dictionary. Oxford University Press Inc., 2010; Collins English Dictionary. HarperCollins Publishers, 2006; Dictionary of Business & Legal Terms: Russian-English and English-Russian / Shane R. DeBeer. N. Y., 1995; Longman Business English Dictionary. Pearson Education ESL, 2007; Жданова И., Вартумян Э. Англо-русский экономический словарь. М., 2000; Русско-английский внешнеторговый и внешнеэкономический словарь / И. Ф. Жданова, И. Н. Браслова, Н. П. Васильева и др. М., 2001.
- ⁷ См.: Алексеева Д. Финансовая терминология как источник метафорической экспансии в современном русском сленге // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2014. Т. 14, вып. 4. С. 26–30.
- ⁸ См.: Алексеева Д. Метафорические номинации, характеризующие человека (на основе лексики семантического поля «Имущественные и товарно-денежные отношения») // Социо- и психолингвистические исследования: науч. журнал. Пермь, 2013. Вып. 1. С. 80.
- ⁹ См.: Балашова Л. Русская метафора: прошлое, настоящее, будущее. М., 2014. С. 408.