

ЗООМОРФІЗМИ-НОВОТВОРИ В КОМПЛЕКСІ ОБРАЗНИХ ЗАСОБІВ ПІДМОВИ ЕКОНОМІКИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

У статті проаналізовано новотвори підмови економіки з анімалістичним компонентом. Досліджено основні лексичні прийоми їх утворення, конотативний компонент значення, специфіка розгортання деяких одиниць, а саме узуальних метафор. Розглянуто функції розгорнутої метафори з компонентом-зоонімом.

Тексти сучасного новинного дискурсу рясніють зоонімічними номінаціями надзвичайно неоднорідного характеру та нестабільної природи. Вони використовуються в якості образної характеристики людини, ситуації, події; їм властивий високий оцінний потенціал. Доволі поширеним є використання номінацій з компонентом-зоонімом (НКЗ) для характеристики людей та подій в економіці. Деякі з них вже набули статус одиниць, що належать до ядра лексичної системи мови, як, наприклад, *cash cow* – дійна корова, *fat cat* – багатій, *lame duck* – невдаха:

"International roaming is a *cash cow* for mobile operators" [1].

Іншим одиницям ще належить пройти випробування часом, щоб бути закріпленими лексичною системою. У наступній статті агенції ВВС вивчається досвід злиття компаній, наводяться негативні наслідки:

"The second worry is that even if each giant merger fails to generate large synergetic gains, it makes life scary for smaller rivals, who then feel themselves pressed to engage in merger. The merger wave thus generates its own nonsensical momentum, in which companies leapfrog over each other to avoid being left as *a small fry in an industry of elephants*. As a result, *the elephants* get larger and larger" [2].

Велетенські компанії, які утворюються після об'єднання, порівнюються зі слонами. Стилістичний ефект посилюється завдяки паралельному зоонімічному образу малька у складі ідіоми 'small fry'.

Одиниця *elephant* закріпилася у новинному дискурсі у значенні 'big institutional investor or buyer', але ще не має фіксованого перекладацького еквіваленту в українській мові:

"*Elephants* may be mighty *beasts*, but they are rarely nimble. The titans of international business are the same: although second to none when it comes to steamrolling operation, multinational companies also have a tendency to make crass errors" [3].

Поєднання образів тварини й людини нерідко актуалізуються у вигляді розгорнутого порівняння: "And what about Europe. Standing on its own feet. For years continental Europe has been regarded as the *weakling* of the world economy, *wheeling along behind healthy, trim* America and *young, gambolling* Asia. Only with the occasional *piggy-back* from the American consumers can the *decrepit* Germans and Italians make any progress at all" [4].

У цій роботі ми не ставимо за мету чітко визначити статус НКЗ, наша мета – спроба комплексного аналізу зоонімічної образності економічних понять. Для реалізації цієї мети було поставлено такі завдання:

- окреслити основні лексичні прийоми утворення НКЗ;
- виявити особливості оцінного компоненту конотативного значення НКЗ;
- вивчити специфіку їх розгортання.

Матеріалом дослідження виступають НКЗ, відібрані зі словників [5; 6; 7] специфіку їх функціонування було розглянуто на матеріалі текстів онлайн-видань Financial Times, BBC, The Economist та інших.

Основним лексичним прийомом утворення НКЗ є перенос значення. Розглянемо одиниці, що утворилися завдяки метафоричному переносу значення. Метафору з компонентом-зоонімом прийнято іменувати зооморфізмом [8: 140; 9: 11; 10: 55]. Було виділено наступні метафори, вони мають перекладацькі відповідники: *bear* – гравець на біржі, спекулянт, який грає на зниження вартості біржових акцій; *bull* – "бик" (покупець фінансового інструменту, товару, який сподівається продати його за більш високою ціною через деякий час); *killer bee* – "бджола-вбивця" (особа, яка допомагає компанії-цілі запобігти небажаного поглинання); *shark repellent* – "акуляча отрута", "акулячий репелент" (будь-які заходи, націлені захистити компанію від недружнього поглинання); *shark watcher* – "спостерігач за акулами" (фірма, що спеціалізується на ранньому виявленні та запобіганні спроб небажаного поглинання); *predatory pricing strategy* – "техніка хижацького ціноутворення" (практика витіснення великими компаніями з ринку невеликих компаній).

Метонімічний перенос є також вельми продуктивним в утворенні НКЗ; було зафіксовано такі одиниці: *dragon bond* – облігація "дракон" (євро-доларова облігація, яку випустила на ринок одна з азіатських країн, що швидко розвивається, облігацією торгують на одній із азіатських бірж, зазвичай у Сінгапурі або Гонконгу); *dragon markets* – ринки та економіки країн басейну Тихого океану, які швидко розвивалися в 1980-их роках та на початку 1990-их, особливо Індонезія, Малайзія, Філіппіни та Таїланд; *kangaroos* – назва австралійських акцій, особливо видобувної, тютюнової промисловості та фермерських господарств; *tiger markets* – чотири найвпливовіших ринка у басейні Тихого океану після Японії, сюди входять Гонконг, Південна Корея, Сінгапур і Тайвань. Характер метонімічного переносу для усіх одиниць однаковий – тварина замість країни (регіону).

Ідіомами-зооморфізмами також виступають buzz words, їхнє значення в спеціалізованих словниках є дещо модифікованим, можна говорити про внутрішньомовне запозичення таких одиниць: *call bird* – принада (дешевий товар, який рекламують задля привертання уваги покупців до місця продажу); *cash cow*- дійна корова (напрямок діяльності або товар з низькими темпами зростання та великою долею ринку); *lame duck* – компанія, яка має важливий статус та є великим роботодавцем, але нездатна вийти на світовий ринок без державної підтримки.

Джерелом одиниці *dead-cat bounce* слугував афоризм 'even a dead cat bounces if you drop it from high enough', одиниця з'явилася серед трейдерів на біржі Нью Йорку у 1990х роках та стала означати обманливе зростання на ринку після різкого падіння. Таким чином, ще одним прийомом утворення НКЗ можна вважати усичення сталих словосполучень. Перекладацького еквіваленту поки що не зафіксовано.

Джерелом утворення одиниці *lion food* слугував анекдот: "Two lions escape from the zoo and split up because they want to increase their chances of survival. They meet again after two months and find that one of the m is skinny and the other is overweight. The thin says: "How did you manage? I ate a human just once and they turned out a small army to chase me – guns, nets, it was terrible. Since then I've been reduced to eating mice, insects, even grass". The fat one replies: "Well, I hid near an IBM office and ate a manager a day. And nobody even noticed!" Одиниця також поки не має перекладацького еквіваленту. Долю більшості новотворів важко передбачити, або одиниця позбавляється обтяжливого пояснення в тексті, набуває більш упевненого статусу та влітається в ядро лексичної системи або назавжди зникає.

Розглядаючи образність економічних номінацій, варто звернутися до питання про конотативний аспект семантики НКЗ, а саме до оцінного компоненту в системі конотативних ознак. У корпусі досліджуваних НКЗ виділено велику групу одиниць із негативною оцінністю, ця тенденція закріплена в роботах [11: 156; 12: 263]. Виділено такі одиниці з негативною оцінністю: *cash cow*, *dead-cat bounce*, *killer bee*, *lame duck*, *predatory pricing strategy*, *mad dog* – компанія з потенціалом до зростання (напр., зі сфери інформаційних технологій) за умови отримання суттєвої фінансової підтримки, капіталовкладення доволі ризиковані. Цікаво, що у зібраному корпусі НКЗ немає одиниць з позитивною оцінністю, переважає нейтральна оцінність. Цей перелік буде постійно поповнюватись новоутвореними одиницями без перекладацького еквіваленту, наприклад, *seagull manager* (менеджер, який спілкується зі співробітниками тільки з ціллю критикувати їх роботу, або коли виникає проблема), *cockroach problem* (проблема, яка виявляється більшою, ніж спочатку здавалося), *herd investment* (інвестиції, які робляться не на основі раціонального аналізу, а на тому, в якому напрямку інвестує більшість вкладників або організацій). Очевидне переважання слів з негативною конотацією пов'язане, як видно, з тим, що позитивність сприймається як дещо зрозуміле. Людина постійно стикається з подоланням недоліків, помилок, поганого. Саме тому це для неї настільки вагомо й так стійко виражено в мові (*переклад наш*) [11: 156].

НКЗ, особливо метафори, демонструють цінну здатність до розгортання образів та виконують окрім номінативної також експресивну функцію. При розгортанні образу стерті метафори-терміни оживають, прикрашаючи текст та поживляючи повідомлення суто інформаційного характеру. У наступному повідомленні зустрічаємо розгорнутий образ бика: *to ride a bull's back* – бути в розпалі ринку биків, тобто ринку, що зростає:

"With most financial textbooks defining a bull market as one that has risen in excess of 20 per cent, it would seem logical to conclude *we are currently riding merrily on a bull's back*" [13].

Метафора-зоонім виконує також рекламну функцію, особливо при розміщенні у стратегічно важливій позиції газетного тексту – у заголовку:

"Japan *bull may be bloodied but it isn't finished yet* " [14] – 'зростання на ринку Японії утруднене, але не зупинене'.

Особливо продуктивною для забезпечення рекламної функції є стилістична конвергенція. У наступних прикладах розглянемо нашарування лексичних прийомів, завдяки якому читач затримується на певному фрагменті тексту, його увага фіксується на найважливішій інформації. Один із способів відновлення стертій метафори-ідіоми *cash cow* – розміщення по сусідству з одиницею *dairy suppliers* актуалізує первинний образ корови, метафору розміщено в такому контексті, де реалізується і пряме, і переносне значення [15: 176].

Investing in China: *a cash cow* for dairy suppliers [16] – із зростанням попиту на молочні вироби у Китаї інвестиції в цю галузь є потенційно прибутковими.

Окрім спорідненості семантики джерела метафори та теми тексту, спостерігаємо застосування прийому, який в І.Р. Гальперіна було іменовано *decomposition of set phrases* [17], в цьому випадку маємо справу з висловом *bull in china shop* (*про незграбну людину*). У наступному прикладі про тенденції зростання на ринку Китаю, актуалізується одночасно і пряме, і переносне значення слова *bull* у складі фразеологічного сполучення (бик та біржевий спекулянт відповідно).

"Do not be fooled *be the bull in the China shop* " [18].

Зміну у фразеологізмі помічаємо на графічному рівні – велика літера замість маленької *China* - Китай (*china* – фарфор, тут: посуд).

Окрім лудичної функції, метафора може виконувати текстоформуючу функцію. В наступному прикладі одиниця *herd mentality* є носієм критичної імплікації у глобальному контексті повідомлення. Мова йде про стан на фінансовому ринку. Зооморфічну метафору зустрічаємо спочатку в заголовку "*Learn how to live with the herd mentality*". На початку тексту метафора розгортається, з'являються більш деталізовані образи – *herd of wildebeest*, *the gnu*. Інвестування на Лондонській біржі вимальовується як непередбачувана подія завдяки актуалізації образу стада тварин. Метафора максимально розгортається в кінці тексту, після численних деталей та загального змісту.

"Learn how to live with the *herd mentality*

...Investing on the London Stock Exchange is like living in a *herd of wildebeest*. What *the gnu* do is bound to affect what happens to us.

Meanwhile, it makes double sense to focus on companies that overseas buyers or leveraged buyouts are most likely to target. Their virtues of market power and low-risk solidity are worth having and are becoming scarce. On this

strategy, you should also avoid buying what the private equity houses are selling, *even if the herd turns in their direction* [19].

З'являються окреслюючи деталі: біг гну, пасовище, трава. Основна ідея повідомлення викладається також у метафоричній формі – "не ставай на заваді стада", яка має вигляд скороченого речення у наказовому способі:

"To avoid *being trampled by stampeding gnu*, it could also be a good time to avoid buying bonds, including government gilt-edged. Fund managers have created a bubble in long-dated gilts in their urge for certainty. Gilt yields have fallen below 4 per cent and yields on index-linked below 1 per cent.

Unfortunately, bond yields are used to discount future pension liabilities. So the bond bubble has hugely inflated the deficits, a development that *a gnu of average intelligence* might have foreseen. The long boom in corporate bonds has been extended, to the great benefit of many Isa investors in corporate bond funds. Unless we are free of nasty shocks (terrorist outrages, wars, bird flu, hedge fund failures and the like) *there is not much grass left on this pasture. The herd* will probably *snaffle up* the £37 billion long-dated gilt-edged stocks that the Chancellor plans to issue over the next 12 months and then move on. At some point their policy is bound to become more rational. *Best not get in the way* " [19].

Стадний інстинкт завжди сприймається як симптом нераціональної, безвідповідальної поведінки, яка викликає критику.

Підводячи підсумки роботи, можна зробити такі висновки:

- основними лексичними прийомами утворення НКЗ є порівняння, метафоричний та метонімічний перенос значення, усічення сталих словосполучень та внутрішньомовне запозичення з модифікацією значення;
- у досліджуваному корпусі НКЗ повністю переважає негативна оцінність;
- найбільшу здатність до розгортання мають стерті метафори, розгортання відбувається завдяки паралельній актуалізації прямого і переносного значень;
- наявність перекладацького відповідника свідчить про закріплення одиниці лексичною системою, про її перехід з розряду оказіоналізмів або неологізмів до загального лексичного фонду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Financial Times. – 2006. – December 30.
2. www.BBC.com
3. www.BBC.co.uk. – 2003. – January 21.
4. Economist. – 2006. – October 21.
5. Dictionary of Business and Management. – Oxford: Oxford University Press, 2005. – 437 p.
6. Dictionary of Finance and Banking. – Oxford: Oxford University Press, 2005. – 437 p.
7. www.wordspy.com
8. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.: Просвещение, 1981. – 295 с.
9. Миронюк Л.Ф. Семантично-стилистична типологія російських і українських зооморфічних дієслів. – Дніпропетровськ: ДДУ, 1993. – 126 с.
10. Литвина С.Ф. Система зооморфических характеристик существительного horse // Вопросы лексикологии. – Новосибирск.: Наука. – 1977. – С.155-160.
11. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. – М.: Высшая школа, Дубна. – 1996. – С. 156.
12. Солодухо Э.М. Теория фразеологического сближения (на материале языков славянской, германской и романской групп). – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – С. 249-264.
13. Calgary Herald. – 2003. – July 06.
14. Financial Times. – 2005. – May 31.
15. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.Н., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. – К.: Высшая школа, 1991. – 272 с.
16. Financial Times. – 2005. – December 2.
17. Galperin, I.R. Stylistics. – М.: Higher School, 1977. – 332 p.
18. Financial Times. – 2007. – January 18.
19. The Times. – 2006. – April 01.

Матеріал надійшов до редакції 21.04. 2007 р.

Романюха М.В. Зооморфизмы – новообразования в комплексе образных средств подъязыка экономики (на материале английского языка).

В статье проанализированы неологизмы подъязыка экономики с зоонимическим компонентом. Исследуются основные лексические приёмы их образования, коннотативный компонент значения, специфика развертывания некоторых единиц, а именно узуальных метафор. Рассмотрены функции развернутой метафоры с компонентом-зоонимом.

Romanyukha M.V. Zoomorphisms-neologisms as figurative means of the sublanguage of economics (based on the English language).

The article studies zoomorphic neologisms of the sublanguage of economics. The following aspects are under investigation: main types of forming, connotation and unfolding peculiarities, namely of trite metaphors. The functions of sustained zoomorphic metaphor are examined.