

Бородулина Н. Ю.

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕТАФОР В ЗАГОЛОВКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/8-1/7.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 8 (15): в 2-х ч. Ч. I. С. 25-27. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/8-1/

© 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: almanac@gramota.net

1. **Алемасов Д.** Самозаимствования в китайском языке. - <http://www.daochinasite.com>.
2. **Горелов В. И.** Лексикология китайского языка. - М.: Просвещение, 1984. - 216 с.
3. **Иванов В. В.** Терминология и заимствования в современном китайском языке. - М.: Наука, 1973. – 171 с.
4. **История Китая** / В. В. Адамчик, М. В. Адамчик, А. Н. Бадан и др. - Мн.: Харвест, 2004. - 736 с.
5. **Китайский язык. Теория и практика перевода:** Учебное пособие / В. Ф. Щичко. - М.: Восток-Запад, 2007. - 2-е изд.
6. **Ли Сяндун.** Языковые различия и их отражение в лексической семантике китайского и русского языков // Вопросы филологии. - М., 2003 - № 2 (14). - С. 30-34.
7. **Мусорин А. Ю.** О характеристике лексической специфики при описании языка // Наука. Университет: Материалы третьей научной конференции. - Новосибирск, 2002. - С. 126-129.
8. **Семенов А. Л.** Особенности лексических заимствований в китайском языке // Вопросы языкознания. – 1997. - № 1. - С. 48-57.
9. **Ши Ювэй.** О связи современного китайского языка и иностранных заимствований. - <http://www.huayuqiao.cn/articles/shiyouwei/shiyw09.htm>.
10. **Янь Вэньвэнь.** Иностранные заимствования в китайском языке: существующая обстановка и тенденции развития. - <http://www.no60school.com/research/sharelw>.

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕТАФОР В ЗАГОЛОВКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

Бородулина Н. Ю.

Тамбовский государственный технический университет

В настоящее время в лингвистике одними из самых употребляемых понятий являются “картина мира”, “культурная (концептуальная) картина мира”, “языковая картина мира”, а также “научная картина мира”. Последняя определяется как “наглядный, характерный для определённой исторической эпохи интегральный образ мира, служащий важным средством синтеза конкретных знаний о мире” [Постовалова 1988: 12].

Отечественные лингвисты отмечают, что наиболее доступную форму научного знания, способного заинтересовать адресата современным состоянием науки и перспективами развития, представляют собой научно-популярные тексты экономического содержания, значение которых особенно возросло в последнее время. В отраженной человеческим сознанием и языком научной картине мира сегодня все большее место занимают понятия из области экономики. Они передают знания, которые могут быть использованы в различных научных областях, а также выводят на мировоззренческую проблематику, приобретают философский характер.

Важным аспектом является характеристика средствами языка создания европейского экономического пространства. При этом формирование экономического лексикона, отражающего кардинальные изменения экономической жизни европейских стран, сопровождается разнообразными семантическими преобразованиями, стилистическими сдвигами.

Фактический материал для проведенного нами исследования получен методом сплошной выборки из русских и французских научно-популярных журналов и газет за последние десять лет. Анализ статей экономического содержания показал, что их авторы, специалисты в области экономики, в стремлении донести научное знание до широкой аудитории выбирают компактную и доступную форму для передачи информации, которая помогает вызвать определенное отношение к сообщаемому. Эта цель достигается с помощью языковых знаков, сформированных через перенос значения.

Исследование возможностей и условий замещения “старыми” языковыми знаками новых реалий окружающей действительности, позволило нам трактовать метафоры, используемые в языке экономики, как результат столкновения смыслов. Прежде всего, нас интересовало, как в экономическом тексте реализуется смыслообразующая функция метафор, каким образом они влияют на осмысление всего текста, на обеспечение связности и на осуществление замысла автора.

Согласно теории связности, предложения текста являются связанными как в локальном плане (т.е. линейно), так и глобально (тематически) [Петрова 1990: 58]. Наше исследование дало примеры глобально связанных предложений текста за счет метафор, задающих общую тему высказывания (статьи), в частности, в таких “сильных” позициях структуры экономических текстов, как начало и конец статьи (первый и последний абзацы). Выявлена также тенденция к размещению метафор в заголовке. Так, в год введения евро в обращение (1999) и последующие за ним использование метафор в названиях русских и французских статей позволяло максимально привлечь внимание читателя к проблемам, отражающим конкурентоспособность новой валюты.

Экспериментальным путем было исследовано влияние использования метафор в сильной позиции текста (заголовков) на мотивацию к прочтению экономической статьи и на прогнозирование содержащейся в ней информации экономического характера. Участникам эксперимента, русским (100 человек) и французам (16 человек), было предложено отметить интересующие их статьи из 8 предложенных. При этом в 6-и заголовках были зафиксированы метафоры, в остальных все слова использовались в своих прямых значениях. Испытуемые сопровождали свои ответы комментариями, обосновывающими их выбор. Далее следуют списки предложенных заголовков.

Русский язык

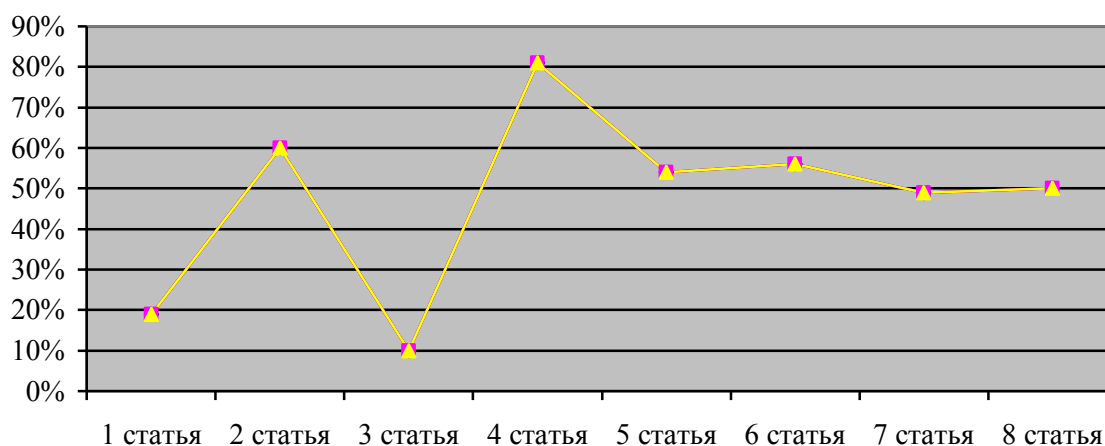
1. Старт “зоны евро”.
2. Война валют.
3. Плави́льный котел.
4. От “плави́льного котла” к “салатнице”.
5. Наше видение будущего. Евросоюз подобен велосипеду - если он не движется вперед, то падает.
6. Перспективы вхождения России в “Большую Европу”.
7. Евро в России: итоги первого года.
8. Образ Европы в современном российском обществе.

Французский язык

1. L'Europe grandit et se soude “Европа растет и “сваривается””.
2. L'Europe redessine son paysage bancaire “Европа воссоздает свой банковский пейзаж”.
3. Euro - dollar: attachez vos ceintures “Евро - доллар: пристегните ремни”.
4. Un an après: le pari gagné de l'euro “Год спустя: евро выиграло пари”.
5. Six mois après la naissance, l'euro flirte avec le dollar “Спустя 6 месяцев после рождения евро флиртует с долларом”.
6. Deux mariages et un enterrement “Две свадьбы и одни похороны”.
7. Comment protéger votre épargne “Как защитить ваши сбережения”.
8. A qui profitera la monnaie européenne? “Кому выгодна европейская валюта?”.

Результаты анализа ответов испытуемых представлены в двух диаграммах.

Диаграмма 1. Результаты анализа влияния размещения метафор в заголовке статьи на мотивацию к ее прочтению русскими испытуемыми

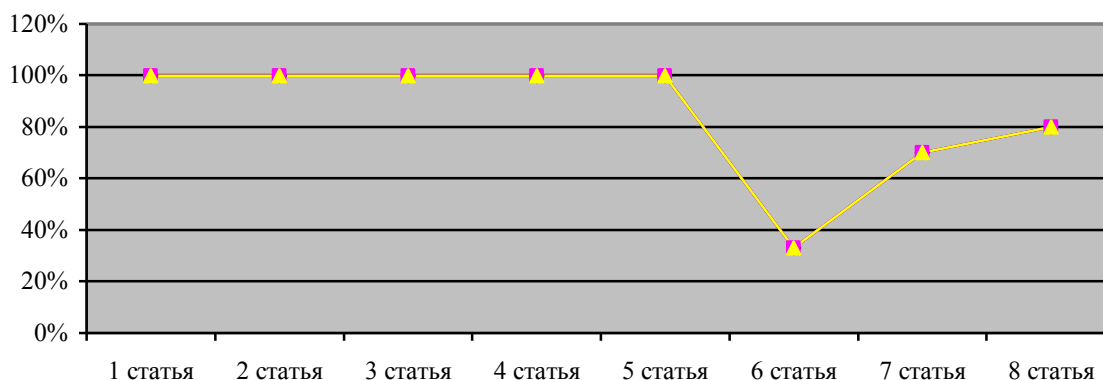


Абсолютное большинство респондентов (85%) отметили интерес к статье, в названии которой присутствуют две метафоры, отражающие процесс образования единой Европы - “От “**плави́льного котла**” к “**салатнице**”. На наш взгляд, интрига, скрытая за метафорами, способствовала проявлению заинтересованности к ее прочтению. Так, одна из испытуемых пишет: “Интересно узнать, как Евросоюз от единого целого перейдет в мелкорубленный салат”. И только 10% испытуемых остановили свой выбор на статье с заголовком, в котором присутствует метафора - “**Плави́льный котел**”.

60% респондентов проявили интерес к статье с названием “**Война валют**”, где метафора используется для отражения процесса взаимодействия валют на международном рынке. Можно сделать вывод о том, что для россиян вопросы конкурентоспособности евро и доллара являются весьма актуальными. В то же время проблемы становления новой европейкой валюты остаются для них далекими, на что указывает низкий процент (19%) заинтересованности к прочтению статьи с заголовком “**Старт “зоны евро**”.

Таким образом, отмечается влияние размещения метафор в заголовке статьи на мотивированность к ее прочтению, а также способности использованных метафор прогнозировать получение интересующей читателя информации экономического характера.

Диаграмма 2. Результаты анализа влияния размещения метафор в заголовке статьи на мотивацию к ее прочтению французскими испытуемыми



Ответы испытуемых показали, что в пяти случаях (100%) из шести использование метафор в заголовке мотивирует к прочтению статьи и способствует прогнозированию ее содержания. При этом анализ результатов эксперимента демонстрирует адекватную (соответствующую реальному содержанию) интерпретацию содержания экономической статьи.

Исключение составила статья с названием “*Deux mariages et un enterrement*”. Только 33% испытуемых указали, что они могли бы получить информацию о трудностях, с которыми сталкиваются страны, входящие в ЕС. Ответы остальных продемонстрировали, что метафоры могут “затемнять” понимание. Они либо не вызывают никаких ассоциаций, либо навеяны “ложными” ассоциациями: с судьбой Э. Тейлор, с фильмом, имеющим похожее название. С другой стороны, из личной беседы с испытуемыми мы выяснили, что метафоры в названии данной статьи интригуют читателя, чем вызывают интерес к ее прочтению.

Прогнозирование получения возможной информации из двух статей, в названиях которых все слова использованы в своих прямых значениях (статьи под № 6 и № 7), не всегда адекватно их действительному содержанию (соответственно, 80% и 70%).

Таким образом, экспериментальным путем было подтверждено наше предположение о роли использования метафор в сильной позиции (заголовки) как стимула к прочтению статьи с целью получения интересующей читателя информации экономического характера, а также их влияния на прогнозирование содержащейся в статье информации.

Список использованной литературы

1. **Петрова, С. Н.** Семантика декодирования: новые подходы / С. Н. Петрова // Знаковые системы в социальных и когнитивных процессах. - Новосибирск: Наука. Сиб. отделение, 1990. - С. 57-65.
2. **Постовалова, В. И.** Картина мира в жизнедеятельности человека / В. И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / Б. А. Серебrenников, Е. С. Кубрякова, В. И. Постовалова и др. - М.: Наука, 1988. - С. 8-69.

ПОЛИСЕМИЯ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ, МОТИВИРОВАННЫХ ИМЕНАМИ ТГ «ДЕРЕВЬЯ И КУСТАРНИКИ» КАК РЕЗУЛЬТАТ КАТЕГОРИЗАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА КЕМЕРОВСКИХ ГОВОРОВ

Булгакова О. А.

ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

В последние годы усилился интерес исследователей к вопросам взаимосвязи и взаимодействия языка и культуры. Язык есть зеркало как общечеловеческой, так и национальной культуры, в словах запечатлелись наблюдения народа над самим собой и над окружающим миром.

Интерес к изучению языковой картины мира имеет достаточно давнюю историю. Основы представления национальной картины мира в языке были заложены В. фон Гумбольдтом, который полагал, что влияние языка на человека настолько сильно, что оно определяет его мышление и познавательную деятельность [Гумбольдт 1984].

Дальнейшее развитие его идеи получили в концепции слова А. А. Потебни, согласно которой внутренняя форма слова отражает его национальную специфику. «Как отдельное слово становится между человеком и предметом, так и весь язык (как мирозерцание высшей единицы, народа) - между человеком и действующей на него природой... Человек, высновывая из себя язык, тем же актом вплетает себя в его ткань; каждый народ обведен кругом своего языка и выйти из этого круга может только перешедши в другой» [Потебня 1993: 2].