

ОНОМАСТИЧЕСКИЙ БУМ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Е.Ю. Воякина

Аннотация. Описывается ситуация резкого подъема употребления ономастических метафор в современном общественно-политическом дискурсе, рассматриваются причины возникновения данной языковой ситуации.

Ключевые слова: ономастическая метафора; концептуализация; картина мира; антропоцентризм.

Нельзя не согласиться с тем, что жизнь и деятельность отдельных граждан напрямую зависят от сложившейся общественно-политической и экономической ситуации в конкретной стране и мире в целом. В последнее время в нашем обществе происходят значительные изменения. Как известно, все происходящее проецируется на язык, с помощью которого человек концептуализирует действительность, выражает свое отношение к окружающему миру.

Сегодня актуальным является изложение проблематики общественно-политического характера в различных журналах, газетах, интернет-сайтах, направленное на донесение знания до аудитории, различной по возрасту, образованию и способностям воспринимать предоставляемую информацию. Поэтому авторы данных текстов выбирают компактную и доступную для широких масс форму передачи информации, стремясь дать оценку описываемым событиям. Актуализация наиболее важных направлений общественно-политического развития достигается за счет использования различных языковых средств, в том числе и ономастических метафор (ОМ), т.е. имен собственных вторичной номинации.

Целью настоящей статьи является описание ономастической ситуации в современном общественно-политическом дискурсе, проводимое на основе анализа ОМ, функционирующих в текстах общественно-политической проблематики.

Как известно, создаваемая человеком картина мира насквозь антропоцентрична: человек концептуализирует действительность, основываясь на своих представлениях о соотношении индивида и окружающей его реальности, где в центре мира находится сам человек.

Известные исследователи метафоры Дж. Лакофф и М. Джонсон показали, что «метафора проникает в повседневную жизнь, причем не только в язык, но и в мышление и действие» [1. С. 387]. Ономастическая метафора, включающая в свой состав имена собственные, близкие любому человеку, несомненно, обладает свойством антропоцентричности, т.е.

«соизмеримости соединяемых через ассоциацию объектов в человеческом сознании, безотносительно к их реальным сходствам и различиям» [2. С. 158], и вписывается в современную антропоцентрическую парадигму научного знания, исходящую из допущения, что человек познает мир через осознание своей предметной и теоретической деятельности в нем.

В именах собственных заключена информация об истории страны, религиозных предпочтениях, культуре и ментальности народа. И.Э. Ратникова отмечает, что «имя собственное потенциально открыто для семантических приращений и трансформаций» [3. С. 20]. Онимы выполняют кумулятивную функцию накопления, хранения и передачи знаний от поколения к поколению, являясь опорными точками в коммуникации. Способность имен собственных под влиянием комплекса лингвистических и экстралингвистических факторов приобретать дополнительные значения, коннотации, накапливать ассоциативно-образные и эмоциональные элементы обуславливает их повышенную востребованность, которая коренится в известности информации, заложенной в первоначальной семантике имен собственных, и позволяет ОМ выполнять многообразные функции в общественно-политическом дискурсе, участвуя в его семантической организации. Изучение ОМ в общественно-политическом дискурсе позволит расширить представления человека о политической ситуации в своей стране и мире в целом и дополнить ценностную картину мира его носителей.

ОМ возникают в процессе актуализации в общественном сознании тех или иных персоналий в связи с определенными процессами в политике, экономике и т.д. Известные личности, топосы, вымышленные персонажи становятся прототипами описываемых категорий, а их именованья выступают как термины сравнения: *сегодняшний Ленин* (И. Сталин), *Спартак* (Б. Ельцин), *российский де Голль без погон* (В.В. Путин), *экономический Нострадамус* (Г. Греф), *российская Швейцария* (Санкт-Петербург, проводивший экономический саммит), *Супермен из Еврозоны* (Н. Саркози), *Бэтмен и Робин* или *Чип и Дейл* (В. Путин и Д. Медведев).

Среди ОМ, употребляемых в речи политиков, журналистов, аналитиков, различаются общеязыковые, например *политический олимп*, *нефтяной клондайк*, *политический апокалипсис* или *бедлам*, и речевые, авторские – *сытый Шницберген* (гуманитарная помощь странам «третьего мира»), *политмуленруж* (хаос, неразбериха), *Черномырдя* (Россия 90-х), *Потёмкинские деревни* (инновационная экономика России), *Сталинград* (мюнхенская речь В.В. Путина 2007 г.), *русский Ватикан* (установление режима в стране, при котором финансовые и политические трудности прикрываются религией, отводя взгляд людей от реальных проблем).

Общеязыковые ОМ относятся к числу «стертых», конвенциональных, они неосознанно используются продуцентом для стереотипного описания какого-либо понятия и не оказывают сильного прагматического воздействия на реципиента. Речевые метафоры, напротив, являются креативными, творческими, они намеренно употребляются в речи и поэтому имеют большую силу воздействия.

На наш взгляд, интересные случаи представляют не только речевые, но и общеязыковые ОМ, поскольку «мертвые» ОМ в любой момент могут «ожить» в тот или иной период общественного развития (например, в период кризисных ситуаций). Понятно, что «живые» ОМ оказывают большее прагматическое воздействие на реципиента, чем «стертые». Однако за конвенциональными метафорами часто стоят культурно обусловленные представления о действительности, активно используемые человеком в осмыслении проблемных ситуаций. А.Н. Баранов считает, что «различие между “стертыми” и “творческими” метафорами лежит не в плоскости “живой vs мертвый”, а в плоскости “осознанный vs неосознанный”» [4. С. 13]. И, наоборот, яркие речевые ОМ могут превратиться в «мертвые» или уйти из употребления. Так, при советской власти были популярны ОМ, источниками которых являлись онимы, описывающие советскую действительность (*Ленин, Сталин, Сталинград, стахановцы, Тимирязев, Брестский мир*) и др. С окончанием советской власти подобные метафоры вышли из активного употребления.

Данные процессы «угасания» и «оживления» ОМ подтверждают подвижность, изменчивость ономастической и метафорической картин мира. Чтобы отследить эти изменения, следует в равной мере учитывать как «живые», так и «стертые» метафоры, так как мы не можем точно определить, когда «мертвая» ОМ «оживет» и станет актуальным средством осмысления общественно-политической реальности.

Сегодня наблюдается тенденция к возрождению, «оживлению» старых метафор. Ведь одной из основных функций онима, входящего в состав ОМ, является кумулятивная функция, выполняющая которую оним вбирает в себя знания многих поколений. Для адекватного восприятия информации реципиент должен быть эрудирован и обладать знаниями произведений национальной и мировой литературы («*Мы себе не враги, чтоб за шариковых и швондеров голосовать*» [Newsland. 23.11.2011]), библейским (*единоборство с государственным левиафаном* – о капитализме), мифологическим знанием («*Битва Титанов: Кто возьмет власть в мегаполисах?*» [Столичные новости. 6.10.2010]) и др.

Метафоризации подвергаются те события, которые представляются наиболее значимыми и актуальными для человека. Как только событие теряет былую актуальность, ОМ исчезают из активного употребления, отражая нестабильность, изменчивость общественно-политической картины мира.

В настоящее время можно наблюдать возрождение и развитие следующих ОМ: **Вавилон** (*Вавилонская блудница, господствующая в Вавилоне* – рыночная экономика в современном мире, *торговый Вавилон* – Багдад, *Вавилон-на-Гудзоне* – Нью-Йорк, «*желтый Вавилон*» – Шанхай), **Давос** (*русский Давос, петербургский Давос, мини-Давос, Давос на Неве*), **Титаник** («*Дешевый газ – политический «Титаник» для Украины*» [Лига. Новости. 19.12.2011]; «*Титаник» Саакашвили столкнулся с айсбергом Иванишвили*» [Грузия и Мир. 14.10.2011]). Актуализация ОМ связана с общественно-политической и экономической ситуацией в стране и мире.

Развиваются ОМ, отражающие наиболее важные на сегодняшний момент явления общественно-политической жизни. Со сменой направления научных изысканий в сторону изучения нанотехнологий, наноструктур, с появлением терминов «перезагрузка», «инновационная экономика», «модернизация», «высокотехнологическая цивилизация», «информационное общество», «венчурные технологии» происходит переворот научной картины мира, который невозможен без изменения массового сознания. Данные перемены в обществе и сознании людей порождают новые ОМ, характеризующие происходящее.

Рассмотрим ономастическую метафору **Силиконовая / Кремниевая долина**. Актуализация данной ОМ подтверждается соответствующими событиями о построении подобных высокотехнологичных центров в России. Оригинальное английское название долины (Silicon Valley) происходит от использования кремния как полупроводника при производстве микропроцессоров. Именно с этой индустрии началась история долины как технологического центра. В 2009 г. это выражение было использовано Д.А. Медведевым в ежегодном Послании Президента России Федеральному собранию. Во многих языках впоследствии выражение «Кремниевая (Силиконовая) долина» стало общеупотребительным. Оно применяется и при описании других высокотехнологичных технопарков, территорий, на которых сконцентрированы объекты электронной и компьютерной индустрии, зон высоких технологий: «**Силиконовая долина**» *по-русски* (Сколково), *северная Силиконовая долина* (район в Петербурге), *кремлевская Силиконовая долина*, *Кремниевая долина Японии*, *русская Силиконовая долина* (район в Подмосковье), *советская Силиконовая долина* (Зеленоград), *следующая Силиконовая долина* (Сибирь), *восточная Кремниевая долина* (территория вдоль дороги 128), *Кремниевая долина в Сколково*, *Силиконовая долина в Подмосковье* и др.

В общественно-политических текстах данная ОМ употребляется для описания строительства подобного центра в подмосковном районе Сколково, который вскоре сам стал источником метафоризации, а мета-

фора получила свое дальнейшее развитие: *«Несколько “Сколково” – в Томске объявлено о создании Ассоциации инновационных регионов России»* [RusNanoNet. 25.05.2010].

Таким образом, любые изменения провоцируют появление новых либо «оживление» давно забытых ОМ. «Периоды метафорических “бурь” сменяются метафорическими “затишьями”, после которых начинается “извержение” новых метафорических “вулканов”» [5. С. 12–13].

В последнее десятилетие можно наблюдать подобный ономастический бум в общественно-политическом дискурсе. Выявляется значительное увеличение корпуса ономастического материала, резко возрастает количество имен собственных, задействованных в процессе метафоризации. Ономастические метафоры, связанные с ценностными представлениями носителей того или иного языка или культуры, становятся особенно востребованными в «острые» периоды общественного развития. Появляются новые яркие ОМ, возрождаются «стертые», когда-то превратившиеся в штамп, клише, что, в конечном счете, ведет к непрерывному обновлению самого языка. Это происходит в связи с острыми переменами в обществе, такими как:

– выборы президента: *«На выборах Путин станет новым **Сталиным**»* [Newsland. 29.11.2011]; *«Выборы президента: Прохоров – **Троянский конь**»* Путина» [Azerigos. 7.01.2012];

– реорганизация политической системы: *«Имеется всего два варианта развития страны – либо РФ превращается в **Нигерию**, либо восстанавливает социалистическую систему советского типа. Бесценный опыт СССР доказывает, что успех на этом пути возможен. Третьего пути нет. В **Швейцарию** или **Канаду** РФ, к сожалению, никогда не превратится»* [Worldcrisis. 25.03.2008];

– реформы в различных ведомствах: *«Как же **“чикагским мальчишкам”** удалось провести в жизнь свою программу и избежать массовых беспорядков? Об опасности попытки нового огосударствления экономики сейчас уже криком кричат отечественные “чикагские мальчишки”, жаждавшие своего **Пиночета**»* [Ежедневный журнал. 12.12.2006];

– внешняя политика России: *«Чеченский **Че Гевара**» – главный враг Кремля»* (о Доку Умарове) [Инопресса. 2.04.2010]; *«Было бы печально, если бы инерция блоковых подходов, а также ненужная поспешность в вопросах, которые вполне могут подождать, спровоцировали отчуждение между Россией и США. Это привело бы к сокращению пространства нашего взаимодействия. Такой эффект **“шагреновой кожи”** может задать свою динамику в отношениях, особенно если рядовых американцев будут убеждать в том, что Россия виновата чуть ли не во всех бедах их страны»* [Russia in the World. 5.02.2012] и др.

Источники для формирования ОМ поступают из самых разных концептуальных областей, часто не имеющих видимой связи с политикой, что еще больше привлекает внимание реципиента, оказывая тем самым на него прагматическое воздействие:

– мультипликационный фильм: «Просто слезы на глаза наворачиваются, когда представляешь себе миллиардера Усманова, выпрашивающего деньги у Швыдкого для выкупа **Чебурашки** из американского рабства» [Аргументы и факты. № 16 (381). 18.04.2007];

– художественная литература: «Но главное – политика не должна мешать экономике. Всегда у нас политика диктовала этой **«Золушке»**, что ей делать, что строить, куда вкладывать деньги» [6. С. 163];

– мифология: «Журналисты ведь тоже понимают, что время выборов – это время сенокоса, и потому освещать предвыборные шаги кандидатов, укладывающихся в **прокрустово ложе** пиара, можно и нужно только за деньги. К тому же СМИ может контролироваться соперником, да и мало ли препятствий на пути от информационного повода до ушей и глаз избирателей» [Новая идеология. 16.02.2007];

– Библия: «Народ верил в коммунизм, как в мессию, верил коммунистам, как попам, молился Ленину и Советской власти, этому **Христу**» [2. С. 242];

– война: «**Чечня** между Россией и Европой» [Независимая газета. 28.01.2004];

– животный мир: «Верный **Шарик** США Саакашвили разрушил не только экономику Грузии, но и всю страну» [Georgia Times. 11.11.2011] и т.д.

Ономастический бум в общественно-политическом дискурсе связан и с тем, что ОМ часто выступают средством оценки. На наш взгляд, ОМ является средством постижения, представления и оценки фрагментов общественно-политической реальности, с помощью которой человек концептуализирует свое восприятие мира посредством языка. При этом человек наделяет описываемые субъекты и объекты наиболее близкими и понятными ему характеристиками. В то же время для выявления истинного положения дел и принятия правильного решения политических и экономических вопросов, обозначенных ОМ, необходимо соотнесение ОМ с внеязыковой реальностью.

Уровень общественного развития разных стран, выступающих в качестве источников метафорической экспансии, влияет на оценку реципиентом описываемой политической ситуации. Ср.: «А чем Россия ни **Нигерия?**» [7] или «Пытаясь стать **Чили**, мы стали **Нигерией**: та же коррупция и та же нефть» [Независимая газета. 28.12.2004].

В данном случае Чили характеризует государство, в котором жесткая власть способствует общественному и экономическому прогрессу.

Соответственно Нигерия образно обозначает государство, в котором даже богатство недр не обеспечивает устойчивого, стабильного развития.

ОМ часто используются при описании взаимоотношений между странами. Так, в прессе западноевропейских стран, регионов Ближнего зарубежья, а также некоторых стран, входящих в состав бывшего Советского Союза, например Украины, часто поднимаются темы российской экономики, обсуждающие вопросы с «Газпромом», цены на газ и энергию, темы инвестиций и т.д. Отношение США и Европы к экономической политике России выражается следующим образом: «*The Russians send their gas Trojan horse to Europe again*» [EconoMonitor. 14.01.2009]; «*Dirty Politics: Opening Pandora's Cash Box*» [CNN. 25.10.2010].

В данных сообщениях прослеживается негативная оценка газовой политики России как монополиста, выказывается ироническое отношение к положению России в мировом экономическом пространстве. Происходит моделирование аксиологического контекста, показывающего, что отношение Болгарии и Украины, как, впрочем, и большинства стран Европы, к российской политике цен на газ отрицательное.

С помощью ОМ также выражается критика и неодобрение экономической политики других стран по отношению к России. Следующий текст является своеобразным ответом на предыдущее высказывание украинской прессы: «*Просто Украина решила, что она теперь Германия или Франция и может диктовать России правила торговли путем запугивания*» [Российская газета. № 3972. 17.01.2006]. С одной стороны, топонимы **Германия** и **Франция** используются в позитивном значении, с другой – их значимость в мировом экономическом сообществе противопоставляется ничтожности Украины на мировой арене.

Нескрываемый негатив показывают и СМИ США по отношению к России. Влиятельный американский конгрессмен, председатель комитета по международным отношениям Палаты представителей Конгресса США Том Лантос сравнил Владимира Путина с героем мультфильма моряком Попаем. Как заявил Лантос в преддверии визита делегации коллег из Государственной думы в США, «они кушают шпинат нефтяных прибылей, в Кремль текут миллиарды, и с каждым миллиардом мускулы **Путина-Полая** выпячиваются все мощнее» [Корреспондент. 19.06.2007].

Субъект высказывания преследует определенные цели общения, надеясь на эффективность сообщения, воздействуя на реципиента путем навязывания определенных взглядов и формирования нужной для продуцента ОМ позиции по отношению к субъектам, объектам или событиям мира экономики. Большей силой воздействия обладает косвенная или имплицитная оценка, заложенная в ОМ, поскольку она приобретает личностную значимость для адресата.

Широкое распространение ОМ в общественно-политическом дискурсе обусловлено и тем фактом, что данные метафоры, реализующие номинативную функцию, позволяют пополнять лексический запас. Вследствие этого появляются новые лексемы, например *украинизация* (безвластие, анархия): «*В России нельзя допустить украинизации политической жизни*» [Корреспондент. 22.01.2010], либо новые значения уже существующих слов, часто содержащих коннотативный компонент, например *американец* (доллар), *китаец* (юань).

Пополнение лексического запаса посредством ОМ происходит и за счет богатого словообразовательного потенциала данного типа метафор. Наиболее распространенными способами словообразования ОМ являются словосложение (*Евромитрофанушка, евроновички, новоевропейцы*) и суффиксация (*Мавроди – мавродики*). Рассмотрим словообразовательный статус ОМ на примере топонима *Уотергейт*.

Первоначальное значение онима *Уотергейт* (англ. Watergate) было название гостиницы в Вашингтоне, в которой находилась штаб-квартира демократической партии и где в 1972 г. произошло проникновение с целью шпионажа агентов ЦРУ, что вызвало политический скандал. Далее данный оним начинает расширять свое значение, обозначая шпионаж любого рода, любой общественно-политический скандал: *новый «уотергейт», газовый уотергейт, боннский уотергейт, португальский уотергейт, экономический уотергейт*. Позднее по аналогии с Уотергейтом возникают и иные метафоры со словообразовательным суффиксом *-гейт*, который превращается в коннотативный суффиксоид, сочетающийся с другими онимными основами для обозначения различных политических скандалов и афер: *Биллигейт* или *Картергейт* (скандал, связанный с сомнительными финансовыми сделками, в которых был замешан брат американского президента Билли Картера); *Ирангейт* (скандал, связанный с тайными поставками вооружений в Иран); *Казахгейт* (скандал, связанный с коррупцией политиков в Казахстане); *Лэнсгейт* (банкир Берт Лэнс, ближайший друг Картера, назначенный им на пост директора административно-бюджетного управления, представший перед судом по обвинению в противозаконных финансовых операциях); *Моникагейт* (скандал с Моникой Левински и Биллом Клинтонем); *Чеченгейт* (отмывание денег в процессе войны в Чечне); *Юлягейт* (скандал, связанный с возбуждением уголовных дел против Юлии Тимошенко) и т.д.

Из приведенных примеров видно, что метафоризация имен собственных является универсальным средством пополнения и обновления языкового инвентаря, формирующегося в процессах вторичной номинации.

Учитывая вышесказанное, можно сделать вывод, что ОМ, используемые в качестве источников реальные или вымышленные лица и топо-

нимы, являются продуктивными в общественно-политическом дискурсе. Хорошо знакомые имена людей, мифических или литературных героев, названия географических объектов служат импульсом для создания новых метафор, оказывающих влияние на реципиента, воспринимающего актуальную информацию. Для описания экономической реальности человек использует понятия из самых разных концептуальных областей, которые изначально являются наиболее структурированными в его представлении.

Говоря об ономастическом буме в современном общественно-политическом дискурсе, отметим, что наплыв ОМ, вызывающий «ономастические взрывы», наблюдающиеся в острые и кризисные периоды общественного развития, связан, во-первых, с демократизацией общества, что ведет к обновлению самого языка. Во-вторых, ОМ имеют направленность на «нового» реципиента, который будет критически подходить к оценке общественно-политических нововведений благодаря развитию ассоциативных способностей, основанных на знании фольклора, мировой литературы и мифов. Данные процессы напрямую отвечают национальной картине мира, т.е. тем событиям и процессам, которые происходят на данный момент в стране и мире.

Литература

1. *Лакофф Дж.* Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры : сб. / под ред. Н.Д. Арутюновой. М. : Прогресс, 1990. С. 387–415.
2. *Опарина Е.О.* Роль метафоры в познании и вербализации знаний о мире // Структуры представления знаний в языке: сб. науч.-аналитических обзоров. М. : Наука, 1994. С. 142–158.
3. *Ратникова И.Э.* Имя собственное: от культурной семантики к языковой. Минск : Изд-во БГУ, 2002.
4. *Баранов А.Н.* Словарь русских политических метафор / сост. А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов. М.: Помовский и партнеры, 1994.
5. *Будаев Э.В., Чудинов А.П.* Зарубежная политическая метафорология. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2008.
6. *Отин Е.С.* Словарь коннотативных собственных имен. М. : А-Темп, 2006.
7. *Смирнов И.Ю.* А чем Россия не Нигерия? М. : Либеральная миссия, 2006.

ONOMASTIC BOOM IN MODERN SOCIO-POLITICAL DISCOURSE

Voyakina E.Y.

Summary. The article deals with the situation of a sharp rise of onomastic metaphor usage in modern socio-political discourse, the reasons of this linguistic situation are described.

Key words: onomastic metaphor; conceptualization; worldview; anthropocentrism.