

**ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ
(НА МАТЕРІАЛІ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТІВ АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОЇ ПРЕСИ)**

Наукова стаття має за мету дослідження функціонування метафори в спеціальних текстах економічного спрямування. Кількість досліджень, присвячених метафорі взагалі, свідчить про складність цього мовного явища. Тому метою цієї статті є вивчення особливостей і специфічних характеристик метафори в економічних текстах.

Ключові слова: метафора, мовна одиниця, прагматика, когнітивістика, когнітивний аналіз, теорія метафори.

Фесенко И. М. Функционирование метафоры в современном английском языке (на материале экономических текстов англо-американской прессы). Научная статья ставит целью изучение функционирования метафоры в специальных текстах экономической направленности. Количество исследований, посвященных метафоре вообще, доказывает сложность этого языкового явления. Данная статья рассматривает особенности и специфические характеристики метафоры в специальных экономических текстах англо-американской периодики.

Ключевые слова: метафора, языковая единица, прагматика, когнитивистика, когнитивный анализ, теория метафоры.

Fesenko I. The Usage of Metaphor in Modern English (Case Study of the Economic Texts of the Anglo-American Press). It's common knowledge that metaphor is one of the widely-used expressive means of the English Language. Metaphor is described as the transfer of the name from one object or person to another based on the supposed likeness of some feature of the two. In Modern Linguistics metaphor is considered to be not only a stylistic device (a feature of a language) but also a mode of thinking defining to some extent our perception of the world. So, metaphor in modern linguistics is a much more intricate and mysterious phenomenon than it was thought to be before. In most cases the research of metaphor is based on a fundamental idea of Aristotle – the idea of the transfer of the name based on the likeness of the two compared objects or things. The article under consideration seeks to present the usage of metaphor in special texts. The number of research studies on metaphor is enormous. And it presents some difficulties in the exploration of this linguistic phenomenon. The given article studies the peculiarities and specific characteristics of the metaphor used in economic texts of Anglo-American press. It should be noted that metaphor is permeable in everyday life and plays an indispensable role in defining the way people perceive the world and the way we react to the world. As Lakoff and Johnson (1993) observe, metaphor is now a concept with multidisciplinary implications and its use has been found "in virtually every aspect of human thought: physical science, biological science, economics, law, political theory, psychology, art, philosophy, business and morality". Thus, the study aims at investigating the use of metaphor in anglo-american periodicals with some special emphasis on the science of economy in which the examples of metaphor can often be found.

Key words: metaphor, a language unit, pragmatist studies, cognitive studies, cognitive analysis, the theory of metaphor.

Актуальність дослідження визначається необхідністю подальшого вивчення функціонування метафори у спеціальних текстах, тому **метою** наукової статті є комплексний підхід до опису метафори і її різновидів, а також стратегії її використання в економічних текстах. **Матеріалом дослідження** метафори у спеціальних текстах були статті із англо-американської періодики.

Економіка, як і політика, має тісний зв'язок з людиною і людським суспільством. Це настільки важливий аспект життя людей, що в повсякденній мові люди неминуче говорять про економіку та суміжні теми. Багато економічних термінів, наприклад, таких як: акції, страхування, ВВП, фінансовий дефіцит, бюджет та інші, є дуже знайомими англомовній популяції, тому що вони використовують ці терміни в своєму повсякденному житті час від часу. Тож, роль концептуальної метафори в економічному тексті очевидна і відзначається багатьма дослідниками як у сфері лінгвістики, так і економіки.

У XVIII столітті А. Сміт, засновник сучасної економіки, вперше визначив словосполучення «невидима рука» як метафору. Це, мабуть, найбільш раннє використання метафори в економічному тексті. Він стверджував, що «невидима рука» ринку маніпулює цінами, з тим, щоб ефективно розподілити дефіцитні ресурси, відповідно до споживчих переваг і витрат виробництва [Сміт 1962, с. 45]. У 1980 році Лакофф і Джонсон опублікували свою знамениту книгу «Метафори, якими ми живемо», яка є однією з найбільш важливих робіт в рамках когнітивної лінгвістики. Саме у ній вони вказують на важливість метафори. Метафора проникла в повсякденне життя і відіграє незамінну роль у визначенні того, як люди сприймають світ і як ми реагуємо на цей світ [Телія 1986, с. 113].

За спостереженнями Лакоффа і Джонсона, метафора в даний час являється концепцією із міждисциплінарними наслідками, і тому її використання було знайдено практично в

кожному аспекті людської думки: у фізичних науках, біологічних науках, економіці, праві, політичній теорії, психології, мистецтві, філософії, бізнесі, моральності і навіть поезії. Як стверджує сучасна теорія метафори, економіка повинна також рясніти метафорами [Харченко 1989, с. 154]. Сучасна теорія метафори також стверджує, що абстрактні поняття розуміються через метафору у відображенні конкретних фізичних і нефізичних понять, а також показує, яким чином абстрактні економічні поняття структуруються у метафоричну конструкцію в спеціальній галузі економіки.

У 1982 році Хендерсон, відомий економіст, у своїй книзі «Метафори і економіка» формально почав обговорювати метафоричне використання мови в економічному дискурсі. Потім в 1983 році Макклоскі в риториці економіки вже визнає важливість метафори в економічному дискурсі. Макклоскі стверджує, що сама сутність економіки є метафоричною. Він бачить метафору як найбільш важливий приклад риторики економіки, важливе значення для економічного мислення і стверджує, що «сказати, що ринки являють попит і пропозицію 'кривої' є метафорою не менше, ніж сказати, що Західний вітер – це «дихання осені» [McCloskey 1983, p. 502].

Маршалл є першим економістом, що виділив біологічну метафору, щоб описати економіку. У 1890-х роках Маршалл проаналізував розвиток бізнесу з посиланням на природне коло живого організму, а саме зростання змін і розпаду, а також він стверджував, що концепція економіки як частини машини XIX століття була результатом паралельних успіхів, досягнутих в галузі природничих наук в Вікторіанську епоху, яка призвела до розвитку механістичного погляду на світ у цілому і в економіці зокрема. Багато економістів і лінгвістів, таких як Макклоскі (1983), Гендерсон (1982), Чартеріс-Блак (2000), Бури (1997), здійснили велику кількість досліджень метафори в економічних контекстах в останні десятиліття. У своїх працях вони погоджуються, що метафори в економічному тексті грають важливу і незамінну роль у розумінні абстрактних економічних теорій і складних економічних явищ.

Таким чином, англійська періодика орієнтована на освіченого, інтелектуального адресата, спокушеного не тільки у фінансових і політичних питаннях, але також і в інших сферах діяльності. Вона прагне насамперед ознайомити читача із зведенням новин, позицією редакції, журналіста. Однак спеціалізована спрямованість видань (економіка, фінанси, політика, дипломатичні відносини) «The Times», «The Economist», «The Financial Times» та ін. не заважає активно одержувати інформацію членами широкої громадськості в силу того, що в газетах зустрічаються статті і замітки універсальної спрямованості, що стосуються, наприклад, економічних проблем, яких ми, зокрема, торкнемося у даній статті. Тексти статей в англійській періодиці наповнені як термінологічною лексикою, так і емоційно-забарвленими виразами, що ілюструють вживання сучасної живої англійської мови, яка відображає їх специфіку. Характер англійської періодики відрізняється модальністю публікованих матеріалів, присутністю корпоративної оцінності і іронічності. Дані параметри задані певною лінгвістичною спрямованістю, а, отже, найбільш привабливі саме для тих, хто займається дослідженнями економічного дискурсу. Різноманітність використання мовних засобів, а також відмінність у питомій вазі вузькоспеціальної лексики в залежності від тематики та характеру текстів дає можливість характеризувати тексти, особливо пов'язані зі сферою економіки, як інформативно-аналітичні, що висвітлюють закономірності суспільного життя в її окремих областях, так і економіко-політичні, котрі відрізняються активним використанням спеціальної термінології.

Незважаючи на те, що публіцистичну форму донесення інформації відрізняє особливий спосіб вираження думок, де важливе місце відводиться мові образів і мові метафори, в рамках яких здійснюється взаємодія нашого мислення і навколишнього світу, необхідно підкреслити, що, наприклад, в газеті «The Financial Times» важлива роль в текстах більшою мірою відводиться стертим метафорам (близько 90%), які сплетені в щільну семантичну мережу. Стерті метафори невидимі «неозброєним» оком, тому необхідно виробити певну

вправність, щоб навчитися помічати їх в будь-яких текстах, що складають семантичну мережу або каркас видання. Наприклад:

*“Over the coming weeks and months, a traveling circus of stage sets and artists will journey from Los Angeles to Moscow, with performers collecting accolades while their industry is hit by **the endemic piracy, volatile sales and intense price competition**”* [The Financial Times, 2013].

З допомогою метафор на рівні підсвідомості здійснюється формування концептів, створюється безліч моделей для того, щоб освоїти, проаналізувати, описати дійсність, в якій живе англomовний індивід. У статтях з “Financial Times” метафора є підтвердженням безпосередньої кореляції між економією і експресивністю, яка характеризує при цьому не тільки особистість комуніканта, тобто автора статті, але й тих осіб, чиї коментарі автор поміщає в лапки. Функції, цілі та завдання видання полягають в інформуванні читача про події за допомогою об’єктивного донесення інформації, використовуючи при цьому тільки серйозні коментарі.

Як і в інших англomовних виданнях, наприклад в “The Economist” та “The Times”, концептуальні метафори є дуже розповсюдженими.

“Well, I think being at award show is important because it means you're at the top of your game. And it's good for the industry, which is having a tough time, to get a pat on the back” [The Financial Times, 2013].

У періодиці ми часто бачимо гру поняттями, яка робить незнайоме знайомим, складне – простим, незрозуміле – зрозумілим і т.п. Це більш за все стосується заголовків, які майже завжди лаконічно виражають сенс публікованих статей, що приводить до висновку про сформовану в рамках даного видання закономірність, яку можна назвати тенденцією «мовної економії». В англійській мові дана тенденція виявляє себе у появі:

- конверсивів: *“**Oldest light in the sky mapped by European Space Agency telescope**”* [The Financial Times, Mar. 13th, 2013],

- аббревіатур: *“**Rosneft closes \$ 55bn TNK-BP deal**”* [The Financial Times, Feb. 25th, 2013],

- акронімів: *“**FDA decision due on whether GM salmon allowed onto market**”* [The Guardian, Mar. 20th, 2013]

Оскільки концептуалізація нових понять здійснюється за аналогією з уже сформованою системою понять, багато термінів мови отримують образно-асоціативне мотивування, що проявляється у вигляді метафори. Подібна метафоризація найчастіше зустрічається в заголовках і підзаголовках текстів, рідше в самих текстах. Додамо ще декілька прикладів: *“The labours of Lott”* [The Economist, Jan. 15th, 2014].

Це може насамперед статися у статті, в якій зазвичай висвітлюються дії і вчинки такої політично вагової особистості, якою є, наприклад, сенатор Міссісіпі Трент Лотт. Щоб визначити, наскільки метафоричним є даний вираз, можна згадати про давньогрецький міф, який оповідає про подвиги Геркулеса “The labours of Hercules”, в якому слово “labours” вжито в значенні «подвиги». Вивчення метафори “The labours of Lott” відбувається на основі вже наявної моделі “The labours of Hercules” шляхом заміни одного з компонентів (Hercules - > Lott). Безсумнівно, новий вираз має скоріше іронічний відтінок, так як фігура Лотта не є настільки вже значимою в силу її здібностей.

Наведемо ще один приклад: *“Marshall Whitman, a congressional analyst at the Hudson Institute, said that Mr Lott that most forlorn of figures, **'a king without a kingdom**”*.

Оцінке навантаження також яскраво виражене в наступному прикладі заголовку: *“Final act in the drama' as another Creative Scotland director falls on her sword”* [The New York Times, Dec. 21st, 2012]. Згідно з Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2003), “fall / land on one's face - to fail or make a mistake in an embarrassing way”. В даному випадку відбувається заміна одного з компонентів у ідіоматичних виразах (face – sword), внаслідок чого виникає нове поєднання слів, яке тягне за собою утворення нового поняття. У цьому зв'язку змінюється не тільки денотативне значення виразу в цілому, але й конотативне. Так, “to fall on one's sword” має негативні конотації, які дозволяють трактувати його в термінах повторення креативного директора свого попереднього помилкового досвіду.

Розглянемо заголовок статті “*Investors wary of Greek Gifts*” та її останнє речення:

“*Greece falls between two stools because it's no longer part of the emerging markets group but it's not yet fully integrated with Europe, says Mr Watson*” [The Financial Times, Sep. 9th, 2014].

Це речення є висновком, який виправдовує метафоричну категоризацію теми у самому заголовку. Вживання метафор в даній статті як композиційних семантичних засобів вираження значення в якості тези і аргументу з'єднує емотивне ставлення автора до існуючої проблеми, з одного боку, і з раціональним поданням фактів, з іншого боку. Ця стаття описує підйом економіки Греції, яка збирається вступити до Євросоюзу. Основні показники економічного росту Греції повинні відповідати аналогічним показникам європейських країн.

І хоча економічний прогноз для Греції сприятливий, міжнародні інвестори не поспішають вкладати гроші, оскільки “*Greece falls between two stools*”, не будучи більше країною з ринковою економікою, де ризик вкладення коштів може бути виправданим отриманням високого прибутку за короткий проміжок часу, і, одночасно, не повністю відповідає європейським стандартам, коли гарантоване «повернення» вкладеного капіталу. В результаті застосування стратегії метафоризації ілюкативна сила макромовного акту аргументації збільшується як по лінії пропозиціональних умов, так і за параметром впливу, одночасно підвищується значущість повідомлюваного.

Проаналізуємо наступний підзаголовок: “*The Economist's Syria cover: a more optimistic version to end the cycle of torment.*” [The Economist, Feb. 27th, 2013]. Вираз “*to end the cycle of torment*” дуже нагадує фразеологізм, хоча й не зафіксований в лексикографічних джерелах. Метафоричність створюється за рахунок переносного значення слова *torment*, яке марковане у словниках як “*written*”, яке, тим самим, підтверджує ту претензійність події, яка виражається в даному контексті. За допомогою цієї метафори автор намагався залучити читача до соціально значущих ситуацій, в яких викладені факти, що цікавлять всіх і кожного.

Тепер візьмемо приклад заголовку: “*The euro crisis: Desperately seeking silver linings*” [The Economist, Jan. 8th, 2013].

Він являє собою класичний варіант побудови тексту за сценарієм метафори. У даному заголовку реалізується одна ключова метафора – прислів'я, інваріант якого – “*Every cloud has a silver lining*”. О. О. Потебня писав, що прислів'я являє собою скорочену байку, зміст якої знаходиться за порогом свідомості, але який може легко відновити події. Доказом байки / прислів'я є практика життя [Потебня 1990, с. 48]. Вживання автором прислів'я відповідає його інтенції надати вплив. Прагматична орієнтованість прислів'я сприяє реалізації авторської ілюкції при відповідній організації змістовно-фактуальної інформації.

Щодо заголовку “*Think-tank independence: Heritage DeMinted*” [The Economist, Dec. 6th, 2012], автор за допомогою метафоризації вдається до такого виду контекстуального аргументування, як апеляція до традиції. Аргумент до традиції являє собою самий частотний і ефективний за силою вплив типу контекстуального аргументування.

Традиція – це анонімна, стихійна складена система норм і правил поведінки, що виникла дослідним шляхом, що довела свою продуктивність на противагу теоретичним приписам. Аргументація щодо традиції має яскраво виражений оцінний характер. У розглянутому прикладі отримує позитивну оцінку автора спадкоємність поколінь власників компанії, а також економічний успіх цієї компанії.

Метафора є також дуже частотно вживаною у звичайних реченнях статей економічного характеру. Розглянемо це ствердження на прикладі речення зі статті “*Ambushed in the Old Sentimentality Shop*”: “*If, say, a McDonald's had the temerity to even set down here, it would be trashed by irate mobs carrying solid gold hammers and diamond sickles*” [New York Daily News, Nov. 11th, 2012]. Це є ще одним прикладом метафоризованого речення, що певною мірою зачіпає проблему конфліктів у сфері торгівлі, описаних у статті. Простежимо, як формується метафоричне вираження і які основні механізми утворення метафори у реченні. MED (2003) дає такі визначення: “*hammer and sickle - the sign that represents Communism, consisting of a hammer across a sickle*”; “*hang up one's axe - to retire from business, to give over a useless project*”. Метафора виникає за допомогою вживання стійкого фразеологізму: “*hammer and*

sickle”. Таким чином, ми можемо говорити про метафору, яка зміцнює загальноприйняте сприйняття аудиторією ситуації, описаної в статті.

Метафора в наступному уривку тексту статті також важлива для ілюстрації евристичного способу мислення в рамках англійської мови на сторінках англомовної періодики. Виділене словосполучення видається цікавим як з позицій формування нового поняття, так і з точки зору креативності: *“These should be ideal conditions to redesign and restructure an industry in dire need of **regaining its moral compass** and its role in the modern economy”* [The Financial Times, Dec. 5th, 2012].

При зверненні до словника виявляється наступне: MED (2003): “moral-relating to right and wrong and the way people should behave”, “compass - a piece of equipment used for finding your way, with a needle that always points north”. Тому, на перетині семантичних полів даних слів (moral та compass) виникає метафора, в якій “compass” розуміється вже не як прилад для орієнтування на місцевості, а як вектор моральних характеристик індивіда, чи в даному випадку галузі народного господарства. Отже, формування нового поняття відбувається не тільки на семантичному, але і на концептуальному рівні.

Автори статті під заголовком: *“Quiet achievers who accomplish much”* в реченні *“From Mr Marc McDonald. Sir, In her article **“Political paperboy”** (Lunch with the FT, February 9) Anna Fifield writes: “Anyone wanting to feel good about their achievements in life”* [The Financial Times, Feb. 16th, 2013] використали таку метафору як “Political paperboy”, тим самим явно розраховуючи на залучення уваги з боку шанувальників кіномистецтва, адже в ньому простежується обігравання назви фільму “The Paperboy” (2012), що мав великий успіх. Відповідно, увага реципієнта, зосереджена на сприйнятті всієї пропозиції в цілому, а не окремих її частин, буде відсилати його до вже відомого досвіду, тобто викличе асоціації із назвою фільму, а, отже, приверне найбільшу кількість читачів.

Стаття під заголовком: *“Karzai opponent set to boycott presidential election re-run”* починається з повідомлення про те, що: *“The future of Afghanistan rests **on a knife edge** this weekend with President Karzai's political opponent expected to decide whether to withdraw from, or boycott, a presidential election run-off next Saturday”*. [The New York Times, Oct. 31st, 2013]

Очевидно, що дане речення не повинно розумітися буквально. Політична влада – занадто абстрактне поняття, щоб представляти її як ту, що “спочиває на лезі ножа”. Звернувшись до словника, переконаємося в тому, що “a knife-edge” може мати не одне значення: MED (2003): 1) a situation in which success and failure are equally likely, 2) a situation in which a slight change could have a very dangerous effect. Таким чином, з визначення випливає, що будь-яка ситуація типу “a knife-edge” майже завжди має небезпечні наслідки.

У наступному реченні *“The problem is that **a system that works in good weather is hardly usable during a storm**”* [The Financial Times, Thursday, Feb. 5th, 2012] аналіз метафори показав, що політичні та економічні події часто трактуються в термінах як клімату і погоди, так і природних явищ.

У прикладі *“Economics obeys the laws of mechanics: to **leverage the scale, to give critical mass, to build momentum, to provide a magnet, to gravitate something**”* [The Financial Times, Feb. 23th, 2009] автор представляє свій погляд на можливий світ як «економічну діяльність», об'єктивуючи її за допомогою «механічної» метафори, поєднуючи, таким чином, два світи – можливий світ «економічної діяльності» і реальний світ, в якому відбуваються описувані події. Метафора виступає засобом зв'язку між світами за допомогою функції референції, одночасно полегшуючи розуміння нюансів описуваної ситуації за допомогою когнітивної функції метафори. Будучи соціалізованим прийомом мислення, в даному контексті метафора виражає індивідуальне авторське бачення ситуації і, в силу образності, збільшує інтенсивність переданої ситуації. Вищеперелічені функції метафори дозволяють автору реалізувати стратегію впливу на адресата і збільшити значущість виробленого дискурсу.

Беручи до уваги речення *“They reached **a fresh bull market high** this week”* [The Financial Times, Mar. 15th, 2013], автор використовує словосполучення “bull market”, яке є зоологічною метафорою. У даному контексті такий вид метафори позначає ринок з тенденцією на

підвищення, характерне висхідній тенденції в ціні цінних паперів (або ж акцій). У цій метафорі концептуальна картографія найбільш ймовірно заснована на знанні про шляхи биків – бик нападає на жертву своїми рогами в напрямку знизу-вгору, тим самим ми бачимо поліпшення економічного стану ринку у Великій Британії.

У реченні “*Nobody has ever said that the basic balance is the only thing going on in the market,*” said Tony Norfield, head of foreign exchange strategy at ABN Amro. “*But it provides a magnet that the rate should gravitate towards over the span of a couple of months*” [The Financial Times, May 31st, 2010] ми бачимо, що метафора може також цитуватися. Автор цитує закони механіки: “the basic balance”, “the rate should gravitate towards”, “it provides a magnet”, які використовуються в якості аргументу на підтримку точки зору про необхідність контролю основного балансу валютних операцій для коригування курсу євро. Введення цитат у текст створює зони інтертекстуальності, що мають високу інформативну щільність.

Таким чином, **результати** дослідження метафори в економічному тексті яскраво свідчать про частотні випадки її вживання, тому що метафора, де б вона нам не зустрілася, завжди збагачує розуміння людських дій, знань й мови та додає яскравості і різноманітності науковому стилю спеціальних текстів періодики.

Література

- Ivin A. A. Теорія аргументації / А. А. Івін.- М. : Гардаріки, 2000.-416с.
 Потєбня А. А. Теоретическая поэтика / А. А. Потєбня.- М. : Высшая школа, 1990.- 344с.
 Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 144 с.
 Харченко В. К. Переносные значения слова / В. К. Харченко. – Воронеж : ВГУ, 1989. – 198с.
 Davidson D. What metaphors mean / D. Davidson // Critical Inquiry. – 1978. – No.5. – P. 31-47.
 McCloskey D. N. The Rhetoric of Economics / D. N. McCloskey // Journal of Economic Literature. – 21. – 1983. – P. 481-517.
 Macmillan English Dictionary. – Macmillan Publishers Ltd., 2003. – 1854p.
 Webster's New Encyclopedic Dictionary. – New York, 1993. – 1787p.

Список лексикографічних джерел

- The Economist (2012 – 20150).
 The Financial Times (2010 – 2016).
 The Guardian (2013 – 2015).

(Матеріал надійшов до редакції 25.09.17)

УДК: 811.111:81'276.6:004.738

ЧИРВОНИЙ О. С.

(Запорізький національний університет)

АНТОНОМАЗІЯ ЯК ЗАСІБ ПОПОВНЕННЯ АНГЛОМОВНОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ЛЕКСИКОНУ

У статті йдеться про нові антономазійні одиниці комп'ютерного лексикону як про чинник поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Також розкриваються основні способи і механізми утворення «комп'ютерно-маркованих» антономазійних одиниць. Констатується зменшення залежності комп'ютерного лексикону від зовнішніх чинників як джерела матеріалу для створення неологізмів.

Ключові слова: метафора, метонімія, антономазія, словотворення, Інтернет.

Чирвоный А. С. Антономасия как средство пополнения англоязычного компьютерного лексикона. В статье речь идет о новых антономастических единицах компьютерного лексикона как о факторе пополнения словарного состава современного английского языка. Также раскрываются основные способы и механизмы образования «компьютерно-маркированных» антономастических единиц. Констатируется уменьшение зависимости компьютерного лексикона от внешних факторов как источника материала для создания неологизмов.

Ключевые слова: метафора, метонимия, антономазия, словообразование, Интернет.

Chyrvoniy O. S. Antonomasia in Terms of Enrichment of English-language Computer Lexis. The article deals with the antonomasiac neologisms as a factor of enrichment of computer lexis and English language as a whole, as well as with the main ways and mechanisms of new IT-related words formation. Although some scholars argue that antonomasia, that is, using a proper name in order to express a general idea, is barely a "marginal" way of word-creation in computer lexis and the English language as a whole, we do believe it to be a promising and efficient way of creating new words, the meaning of which can be easily guessed or deduced. New words created through antonomasia account for only around 1.5 per cent of our corpus of computer lexis, but due to their functional simplicity and wide availability of ready models, this means of word-creation has earned wide popularity not only in the specialized media outlets, but in the mainstream media as well. For example, the name of the hero Beowulf has given birth to the new word-combination "Beowulf cluster" (several computers linked into a network via a high-speed connection), the name of Facebook