

Т. С. Глушкова¹✉, О. П. Матиенко¹

✉ dis555gts@mail.ru

¹Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация

Экономические метафоры с ключевыми лексемами «цена» и «рынок» в текстах современных российских медиа

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы метафорического моделирования в медийном дискурсе экономической тематики. Постулируется неразрывная связь мира экономики и языка. Раскрывается функционал экономической метафоры в текстах СМИ, который заключается в языковой объективации реалий сферы экономики, оценке экономических событий, способности воздействовать на адресата. Набор функций, которые выполняет метафора в определенном типе дискурса, определяется целью и задачами, ценностями, составом участников, местом и временем протекания коммуникации. Выявляются наиболее продуктивные модели метафор, репрезентирующих такие понятия экономики, как цена и рынок. Применение когнитивно-дискурсивного анализа метафорических номинаций сфер-мишеней «цена» и «рынок» позволило определить ряд метафор, являющихся ключевыми для современных медийных текстов экономической проблематики. В качестве ключевых метафор со сферой-мишенью «цена» можно рассматривать метафоры роста, взлета, скачка, а также падения. Для сферы-мишени «рынок» ключевыми будут метафоры со сферой-источником «человек». Материалы исследования могут быть использованы в развитии теории метафорического моделирования применительно к экономическому фрагменту национальной картины мира, при системном изучении способов воздействия на массовое сознание посредством медиатекстов, а также при изучении закономерностей метафорического моделирования в рамках других дискурсов.

Ключевые слова: экономика, цена, рынок, метафора, метафорическая модель, сфера-мишень, ключевые метафоры текущего момента.

Дата поступления статьи: 1 февраля 2022 г.

Для цитирования: Глушкова Т. С., Матиенко О. П. (2022) Экономические метафоры с ключевыми лексемами «цена» и «рынок» в текстах современных российских медиа. Наука о человеке: гуманитарные исследования, том 16, № 3, с. 57–65. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2022.16.3.6.

Scientific article

T. S. Glushkova¹, O. P. Matiyenko¹

✉ dis555gts@mail.ru

¹Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation

Economic metaphors with the key tokens 'price' and 'market' in modern Russian media texts

Abstract: The article deals with the issues of metaphorical modeling in the media discourse regarding economic topics. It has been found that economics and language have an unbreakable bond. We discovered that the functionality of economic metaphors in media texts lies in the linguistic objectification of realities in the economic sphere. The functionality also lies in the assessment of economic events and the ability to influence the recipient. A metaphor in a certain type of discourse performs a set of functions that is determined by the purpose and objectives, values, the composition of participants, the place and time of communication. We found the most productive models of metaphors that represent such concepts of economics as price and market. The cognitive-discursive analysis for metaphorical nominations of target spheres such as 'price' and 'market' allowed us to identify a number of metaphors being the 'key' ones for modern media texts in economic issues. Metaphors of growth, takeoff, upsurge and downturn can be considered as 'key' metaphors with the target sphere 'price'. Metaphors with the source sphere 'person' will be the 'key' ones for the target sphere 'market'. The research material can be used in further study of the metaphorical modeling theory in the aspect of national view of the economic world, in the systematic study of ways to influence public consciousness through media texts, as well as in the study of the metaphorical modeling laws in other discourses.

© Т. С. Глушкова, О. П. Матиенко, 2022

Keywords: economics, price, market, metaphor, metaphorical model, target sphere, current key metaphors.

Paper submitted: February 1, 2022.

For citation: Glushkova T. S., Matiyenko O. P. (2022) Economic metaphors with the key tokens 'price' and 'market' in modern Russian media texts. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 16, no. 3, pp. 57–65. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2022.16.3.6.

Введение

Язык как предмет изучения лингвистики неразрывно связан с обществом, его социально-экономическим состоянием и развитием (Филиппс, Йоргенсен, 2008, с. 111). Преобразования в экономической жизни нашей страны и мировой экономике в целом находят отражение в языке. Экономисты, объясняя происходящие изменения в социальной действительности, используют образные языковые средства. Одним из таких средств является метафора, которая, помимо эмоционально-оценочной функции, выполняет также функцию познания окружающего мира. Когнитивная сущность метафоры находит отражение в определении В. Н. Телии: «Метафора – это способ создания новых концептов с использованием знаков, уже имеющихся в данной семиотической системе» (Телия, 1988, с. 48). Таким образом, метафора является инструментом создания новых смыслов, основанным на механизме переноса признаков и действий, свойственных одним объектам, на другие, им подобные.

Метафора в текстах экономической тематики, помимо выполнения образной и оценочной нагрузки, играет важную роль в развитии концептуальной системы экономики, участвуя в процессе вербализации экономических понятий и реалий. Тенденция к метафорическому осмыслению различных аспектов экономической жизни обнаруживается практически во всех современных медиа. При анализе дискурсивных практик СМИ за лингвистическими феноменами обнаруживаются структуры знания, предлагаемые либо навязываемые массовому адресату (Матийенко, 2020, с. 125). Оценочный потенциал метафоры способствует формированию у адресата текстов СМИ определенного отношения к событиям и фактам экономической жизни общества. Это обуславливает необходимость дальнейшего изучения закономерностей метафорического моделирования в медийном дискурсе экономической тематики и выявления приемов формирования «экономического» фрагмента картины мира носителей языка. На основе анализа метафорического словоупотребления в текстах СМИ экономической тематики были выделены наиболее продуктивные метафорические модели, которые участвуют в образовании «ключевых метафор текущего момента». Как и для ключевых слов (по Т. В. Шмелевой), признаками «метафор текущего момента» являются частотность, деривационная активность, способность метафоры выступать в заголовках медийных текстов, текстогенность (Шмелева, 1993).

Вслед за А. П. Чудиновым, под метафорической моделью будем понимать существующую и / или складывающуюся в сознании носителей языка схему связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: «X – это Y», где одна ментальная сфера (сфера-источник) служит основой для моделирования ментальной системы другой сферы (сферы-магнита) (Шмелева, 1993, с. 69–70). Область-источник и область-мишень не эквивалентны с точки зрения направления метафоризации. В области-мишени отражаются результаты метафорического познания действительности. Они суть следствие соотнесения с данными об области-источнике (Горбунова, Цай, 2019, с. 165).

В центре внимания – метафорические номинации сферы торговли и рыночных отношений. Целью исследования стало выявление наиболее продуктивных метафорических моделей, где сферами-мишенями выступают такие реалии экономики, как *цена* и *рынок*. В задачи исследования входит не только изучение процесса формирования метафорических обозначений в языке экономики, но и их функционирование в одном из ведущих, динамично развивающихся видов дискурса – медиадискурсе. Под медиадискурсом в работе будем понимать «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» (Добросклонская, 2006, с. 22).

Изучению метафоры в различных типах дискурса посвящен ряд исследовательских работ (Баранов, Караулов, 1994; Будаев, Чудинов, 2006; Мишанкина, 2010; Бахчоян, 2017; Федотова, 2019; Бородулина, Макеева, Гливенкова, 2019; Богданович, Неелова, Сегал, 2019).

Анализ метафорических контекстов с лексемами *цена* и *рынок*, представленных в дискурсе СМИ, позволил выявить корпус метафор, которые можно считать «ключевыми метафорами текущего момента» в сфере современной экономики. Как показывает анализ материала, наиболее продуктивными метафорическими моделями, которые характеризуют состояние российской экономики, являются антропоморфная и социоморфная модели.

Методы

В работе использовались лингвистические и общенаучные методы: метод направленной выборки, классификации и систематизации эмпирического материала, описательный метод, метод количественных оценок регистрируемых явлений. В качестве ведущих методов в исследовании применяются когнитивно-дискурсивный анализ, метод концептуального анализа метафорических когнитивных моделей, методы компонентного анализа лексики (для выявления лексико-семантических инвариантов и семантических компонентов значения). Основным источником материала исследования стали медийные тексты, ориентированные на массовую аудиторию, за период 2010–2020 годов в таких изданиях, как «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Новая газета»¹ и др.

Результаты

В связи с поворотом в экономическом развитии России одним из ключевых концептов современного экономического дискурса стало слово *рынок*. По утверждению К. В. Томашевской, в роли «мировоззренческих концептов» или «концептов экономики» могут выступать слова, у которых абстрактный, отвлеченный, обобщенный компонент значения становится ведущим. К таким словам автор относит эконемы (слова, обозначающие экономические реалии) – *рынок*, *деньги*, *бизнес* (Томашевская, 2006).

Как отмечает М. В. Китайгородская, в годы перестройки «слово “рынок” стало паролем, лозунгом, идеей, которая овладела демократическими массами. Из утилитарного термина повседневности и абстрактного понятия экономической науки “рынок” превратился в фундаментальную категорию, ставшую в один ряд с такими общечеловеческими ценностями, как “свобода”, “демократия”» (Китайгородская, 1996, с. 178).

За последние 20–30 лет концепт «рынок» претерпел существенные изменения. В 90-е годы XX века рынок характеризовался как непроизводительный, имел торгово-ростовщический характер, со ставкой на спекулятивную сверхприбыль, зависимость от коррумпированной власти (Мишанкина, 2010). В настоящее время статус рынка существенно изменился, что подтверждается современными публикациями в СМИ. Лексема *рынок* преимущественно используется в сочетании со словами положительной или нейтральной коннотации.

Как показывает анализ материала, слово «рынок» используется в метафорических контекстах, обозначающих разнообразие рынков. Например, *валютный рынок*, *цифровой рынок*, *рынок труда*, *нефтяной рынок*, *продовольственный рынок*, *топливный рынок*, *рынок лекарственных средств*, *внутренний рынок*, *внешний рынок*, *российский рынок*, *британский рынок*, *банковский рынок*, *рынок красной икры*, *кофе*, *теневого рынок*, *спекулятивный рынок*, *нелегальный рынок*, *черный рынок* и др.

Активно используется в метафорических контекстах представление о рынке как некотором пространстве, куда / откуда можно войти / выйти, где можно что-либо разместить: На предстоящем заседании совета директоров ЦБ как раз и может принять решение снова *выйти* на валютный рынок (МК, 2018.12.13). ... но небольшие региональные компании, которые не потянут расходов и могут *уйти с рынка* (МК, 03.03.2019). Нам постоянно угрожают, что сейчас нас *выкинут всех на улицу*, *в рынок*... Как хотите, так и выживайте (НГ, 2018.11.11). В данном примере слово «рынок», будучи контекстуальным синонимом слова «улица», приобретает отрицательные коннотации,

¹ Басманный суд Москвы 5 сентября по иску Роскомнадзора признал недействительной регистрацию СМИ печатной версии «Новой газеты». – Прим. ред.

давая негативную оценку сложившейся ситуации. Согласно Толковому словарю русского языка, «выкинуть на улицу кого-н.» имеет переносное значение «выгнать» (Ожегов, Шведова, 2006). Фразеологический словарь под редакцией Т. Волковой дает следующее толкование фразеологизма «выбросить на улицу»: 1) без предупреждения выселить кого-н. из жилого помещения; 2) лишить кого-н. средств существования. Устойчивое выражение «быть (оказаться, очутиться) на улице» означает «без жилья», «без работы, без средств к существованию». Данные дефиниции свидетельствуют об отрицательных коннотациях словосочетаний с лексемой улица. Следовательно, перспектива быть «выкинутым в рынок» представляется безрадостной.

Актуальной в метафорических контекстах с лексемой *рынок* является антропоморфная метафора. Рынок живет, растет, дышит, ест, развивается: «Наш рынок съест столько “Бекасов”, сколько произведет “Молот”», – соглашается Михаил Дегтярев... (Lenta.ru, 2017.07.24). В целом, рынок растет за счет новых кредитов (МК, 2018.11.19). Сейчас рынок ипотечного кредитования переживает лучший период за последние годы (МК, 2018.11.19). Ряд специалистов считают, что при отсутствии сильных внешних шоков рынок будет развиваться самостоятельно (МК, 2018.10.01).

Интересным, на наш взгляд, представляется исследование Т. И. Уткиной, посвященное концепту росту в экономическом академическом дискурсе, в котором автор приходит к выводу о том, что антропоморфная модель концептуализации экономического знания обладает высокой частотностью в русскоязычном и англоязычном академическом экономическом дискурсе. Подобная активность антропоморфных метафор может свидетельствовать о значимости сферы «Человек – биологическое существо» для повседневной деятельности человека (Уткина, 2019, с. 88).

Рынок наделяется человеческими способностями, выступая активным участником экономической деятельности. Об этом свидетельствуют метафоры, где источником переноса являются состояния, признаки, внешние и внутренние качества человека: рынок ждет, испытывает потрясения, решает, осознает, забывает, верит, диктует свои правила, вспоминает, знает, пребывает в спокойствии, капризничает и др. Рынок ждал минимального снижения ставки до 8 % (МК, 2017.12.18). Во-первых, рынок осознал: предложение нефти ... будет опережать спрос (МК, 2018.11.26). В этот сценарий поверил не только рынок, но и Пекин... (МК, 2018.11.19). Нужно отметить, что кофейный рынок очень капризный и всегда чутко реагирует на любые даже самые незначительные изменения (Lenta.ru, 2018.03.25).

Как объект экономической деятельности, рынок может нуждаться в защите и заботе: Премьер-министр Дмитрий Медведев заявил, что правительство намерено защитить российский рынок от импорта порошкового алкоголя путем запрета его производства и продажи (Газета.Ru, 2018.12.19).

Среди контекстов, репрезентирующих сферу-мишень «рынок», обнаруживаются метафорические образы, формирующие отрицательную оценку данной экономической реалии.

Неблагоприятная ситуация на рынке обозначается артефактными метафорами, связанными с представлениями о транспортных средствах, двигатели которых нужно прогревать, чтобы они не застопоривались и не буксовали: Российский фондовый рынок буксует на фоне снижения цен на нефть (МК, 2016.11.21). Сейчас практически заканчивает свои сроки действие программы госсубсидирования, ввиду чего рынок может застопориться, продажи начнут падать (МК, 2018.11.26). Артефактная метафора «рухнувшего здания» также служит для негативной оценки обстановки, сложившейся на рынке: На фоне полного переустройства системы жилищного строительства рынок может рухнуть из-за банкротства одной компании (НГ, 2018.12.09). Рынок рухнул с 2500 пунктов до 500... (МК, 2017.10.18).

В репрезентации неблагоприятной ситуации на рынке участвует метафора пространственной ориентации «верх – низ»: Действительно, российский рынок сильно «просел» из-за подорожания евро (Lenta.ru, 2017.07.18). На этом фоне фондовый рынок опустился до отметки в одной из худших недель с 2011 года, отмечается в материале (Газета.Ru, 2018.12.24). Как сообщается в статье, в настоящее время рынок оказался на самом глубоком дне со времен кризиса 2008 года, а встречу ОПЕК в Вене назвали самой политизированной за всю историю (МК, 2018.12.06).

По данным Газетного корпуса Национального корпуса русского языка, лексема рынок за период 2010–2020 гг. имеет 34 454 вхождения, разумеется, не все контексты являются

метафорическими, но статистика показывает, что 1 245 употреблений, т. е. 3,61 %, представляют собой метафоры, сферой-источником которых является «человек». Итак, в репрезентациях сферы-мишени «рынок» в медийных текстах ключевыми выступают антропоморфные метафоры, в основе которых лежат представления о способностях и качествах человека.

В результате анализа категоризации мира по данным идеографических словарей установлено, что в сфере экономики *цена* и *стоимость* входят в список актуальных категорий концептосферы русского языка (Концептосфера русского языка, 2017, с. 37). Данные экономические понятия занимают важное место в жизни и сознании современного человека, оказывая активное влияние на его поведение. Одним из эффективных инструментов воздействия на общественное сознание является метафора. Метафоры «роста» и «падения» с лексемой *цена* благодаря их частотности можно считать ключевыми в дискурсе масс-медиа.

Как отмечает О. С. Иссерс, яркой приметой современных дискурсивных практик в сфере продаж является дополнение традиционной диады («продавец – покупатель») третьим «участником» – *ценой* (Иссерс, 2012). В текстах СМИ *цена* наделяется человеческими качествами, выступая как субъект потребительского рынка, управляющий большинством актуальных для него процессов: *цены* растут, падают, скачут, кусаются, шокируют, спасают, волнуют, вселяют уверенность, иной раз могут и подвести и т. п. У нас *цены растут* из года в год, это ни для кого не секрет (Lenta.ru, 2017.11.14). Едва ли основная масса населения будет шиковать: *цены* нынче *кусаются* (МК, 2018.12.16). В данном случае мы, казалось бы, запустили соглашение ОПЕК+, а *цена* на нефть *падает* (Коммерсант, 2018.12.28). *Цены встретят Новый год* старыми рисками (Коммерсант, 2017.12.07). После России в Европе *цены* поначалу *шокируют* (Lenta.ru, 2017.11.21).

Цены персонифицированы и обладают антропоморфными характеристиками: они разумные, честные, бешеные, безумные и т. п. «Нам нужны *разумные цены*, и сейчас с этим все в порядке», – цитируют его информанты (Коммерсант, 2018.11.05). «*Честные цены*» установлены в SKY EXPRESS до 26 марта на авиабилеты по регулярные направления (Комсомольская правда, 2011.02.22). *Бешеные цены* на овощи и мясо уже покусили немало уфимцев (Комсомольская правда, 2011.02.09).

Как свидетельствует анализ материала, в текстах СМИ в основном отражаются процессы, связанные с ростом и падением *цены*. Так, повышение *цены* эксплицируется антропоморфными метафорами с лексемой *расти*: В среднем *цена* одной тонны авиакеросина ТС-1, по информации Росавиации, *выросла* за 11 месяцев текущего года на 9,7 процента, до 53,97 тыс. рублей (МК, 2018.12.29).

Процесс роста *цены* отражается в следующих метафорических контекстах, где сферой-источником метафорической экспансии стало представление о том, что *цена* способна перемещаться в пространстве – идти, приближаться, тянуться вверх, мчаться, скакать, взлетать и т. п. Если *цены* на все товары *пойдут вверх*, то закладывать повышенные расходы в свои тарифы неминуемо начнут продавцы услуг (МК, 2018.08.12). *Вслед* за ними начали *подтягиваться цены* и на Цветном бульваре, и у Запашного (НГ, 2018.12.20). Если при самом худшем сценарии санкции против российского госдолга будут введены, то тогда *цены* вовсе к декабрю-январю *помчатся вскачь* (МК, 2018.08.12).

Рост *цен* транслируется также посредством метафоры взлета. В ряде контекстов достаточно четко прослеживается артефактный характер данной метафоры, когда, например, сферой-источником является «транспорт», в частности представление о взлетающем лайнере: «*Цены* на авиабилеты *набирают высоту*» (Коммерсант, 2018.08.14). *Цены пошли на взлет*. Торговые сети признаются, что в ближайшее время они будут вынуждены *поднять цены*... (МК, 2018.08.12). ...*цены* снова *сорвутся в инфляционный штопор*: и продавцы, и покупатели к этому готовы (МК, 2017.11.08). В данном контексте, где нашли отражение два экономических понятия – *цена* и *инфляция*, используется «авиационная» метафора. Штопор в авиации – это особый, критический режим полета самолета (планера), заключающийся в его снижении по крутой нисходящей спирали малого радиуса с одновременным вращением относительно всех трех его осей (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/159536>). Следовательно, и ситуацию с *ценой* и *инфляцией* также можно считать критической.

Однако в ряде контекстов сложно определить типологическую принадлежность метафоры взлета: способностью летать / взлетать обладают пернатые: Причем *цены взлетят* как на продукты питания, так и на непродовольственные товары (МК, 2018.11.18).

Следует отметить, что данная метафора достаточно часто используется для репрезентации экономических реалий в дискурсе СМИ, например, для обозначения роста стоимости доллара и увеличения цены.

Социоморфные метафоры со сферой-источником «спорт» и природоморфная метафора «водной стихии» также участвуют в формировании представлений о растущих ценах: *Цены* на него в этом году *побили рекорд* и остаются вблизи исторических значений (Коммерсант, 2017.12.05). Тогда *всплеск цен* на фрукты и овощи в I полугодии доходил почти до 28 % (МК, 2018.08.12).

Для репрезентации процесса снижения цены в медийном дискурсе используются практически те же метафорические модели, что и для отражения роста цен.

Снижение цены транслируется антропоцентрической метафорой «*Цены на бензин выдыхаются*» (Коммерсант, 2018.10.17).

Способность цены передвигаться в пространстве эксплицируется в метафорических контекстах, где цены опускаются, падают, катятся, снижаются, ходят, ползают, ныряют и т. п. В отличие от процесса роста цены, движение в данном случае направлено либо вниз, либо назад. Если опять нет покупателей, *цена опускается* на 60 %, потом на 90 % ... (МК, 2018.12.26). Но если, как в предыдущих случаях, *цена из-за «отсутствия покупателей» упала* на 90 %, кому-то очень повезло (МК, 2018.12.26). Первый – в том, что без соглашения *цена нефти покати́лась бы вниз* (МК, 2018.12.23). 13 ноября ее *цена нырнула* на 7–8 %, 20 ноября – еще на 6 % (МК, 2018.11.26). *Цены на скоропортящиеся продукты поползут вниз*, с чем в один голос согласились эксперты (МК, 2017.11.09). Но к осени *цены откатились назад* (МК, 2018.08.12). В значении слова «откатиться» в вышеприведенном контексте актуализируется сема непроизвольного движения по инерции ‘что-то само пришло в движение’. Словарные дефиниции об этом свидетельствуют: «катясь, отодвинуться, переместиться в сторону, назад. Колесо откатилось. Мяч откатился за черту. Орудие откатилось после выстрела. Волна откатилась от берега (отхлынула)» (Китайгородская, 1996). На основе данных метафорических контекстов создается впечатление, что процессы, связанные с повышением или понижением цен, плохо контролируются и характеризуются неустойчивой динамикой.

Неустойчивый характер *цены* отражается также в артефактной метафоре «качелей», которая является достаточно частотной для медиатекстов при создании образов нестабильного российского рубля или цены на нефть: *Цены на нефть, как всегда, на качелях* (МК, 2018.09.11). Как отмечают исследователи, метафоры, построенные на основе концепта «движение», очень важны для экономического медийного дискурса, так как экономика – динамичная сфера человеческой деятельности. Основные «направления движения»: вертикаль – горизонталь, верх – низ (Подкина, 2018, с. 162).

По дискурсивным практикам СМИ возможно проследить соотношение стихийного и сознательного в процессах ценообразования. Снижение цен в медийном дискурсе репрезентируется метафорами, в основе которых лежат представления о стихийных бедствиях, влекущих за собой разрушения. Критическая ситуация, которая порой складывается на финансовом рынке, передается с помощью артефактной метафоры «обвалившегося, рухнувшего здания»: Однако затем *цена криптовалюты обвалилась* – ровно через месяц после рекорда, 17 января 2018 года, стоимость биткойна упала ниже 10 тысяч долларов ... (Lenta.ru, 2018.03.27). Оптовые *цены на красную икру рухнули вдвое* ... (МК, 2018.12.09).

В медийных текстах *цена* выступает не только в роли активного субъекта финансовых отношений, но и как объект, испытывающий мощное давление со стороны других участников: правительства, местных властей, представителей профильных ведомств, продавцов, спекулянтов и др. *Цены могут сдерживаться, фиксироваться, регулироваться, пересматриваться, взвинчиваться, замораживаться, над ними можно одерживать победу, их можно раздувать, задирать* и т. п. Для того чтобы *продавцы горючего сдержали цены*, правительству придется компенсировать им упущенную прибыль... (МК, 2018.12.06). Совершенно очевидно, что *цены взвинтили* спекулянты (Газета.Ru,

2017.11.21). «Мы знаем примеры, когда в ряде регионов сильно необоснованно *задирают цены, местные власти* так решают свои проблемы... (Новая газета, 2018.12.10). ... ситуация на российском рынке нефти и нефтепродуктов стабилизирована, а *цены заморожены* (Коммерсант, 2018.11.21).

Активными субъектами экономических отношений, оказывающими влияние на состояние цены, могут выступать также санкции: Раньше *лучом света в темном царстве* можно было считать *цены на нефть*, их *толкали вверх* опять же американские *санкции*, только на этот раз антииранские (МК, 2018.11.12). Использование прецедентного текста и антропоцентрической метафоры, создающей образ санкций, толкающих *цены на нефть вверх*, в одном контексте придает большую эмоционально-оценочную нагрузку высказыванию. Ситуация в российской экономике сравнима с «темным царством», где зависимость от объемов добычи и стоимости нефти негативно сказывается на темпах экономического роста, российском бюджете и благосостоянии россиян: Россия должна была *научиться жить без нефти и газа* – к сожалению, этого *не произошло*. Если представить, что нефть будет стоить меньше 40 долларов и дальше, то в России начнется *кризис* (<https://reconomica.ru>).

Сочетание двух метафорических моделей прослеживается в следующем контексте: «*Керосин может подогреть цены на авиабилеты*» (Коммерсант, 2017.12.12). Антропоцентрическая метафора, создающая образ *керосина*, способного совершать определенные действия, и артефактная метафора, репрезентирующая *цену* как некий предмет, который можно *подогреть* или *заморозить*. Как уже отмечалось выше, использование в одном высказывании нескольких метафорических моделей усиливает его воздействующую силу.

Согласно данным Национального корпуса русского языка, лексема *цена* за 2010–2020 гг. имеет 26 789 вхождений, что свидетельствует об особой актуальности данного экономического понятия. Метафора роста является наиболее частотной: 9 549 употреблений (35,65 %). Метафоры взлета и скачка имеют 619 употреблений, что составляет 2,31 % от общего числа вхождений (<https://ruscorpora.ru/new/search-paper.html>). Метафоры падения составили 1 635 употреблений (6,1 %). Итак, метафоры сферы-мишени «цена» лежат в системе координат «верх – низ», отражая ее повышение или понижение. Ключевыми можно считать метафоры роста, скачка и взлета, а также падения.

Таким образом, формируемое в текстах СМИ представление о цене способно влиять на массовое сознание, управляя мыслями и поведением людей. Использование метафор экономики в медийном дискурсе направлено на моделирование мотивов и реакций массовой аудитории.

Выводы

Экономические метафоры в медийном дискурсе участвуют в процессе вербализации экономических понятий и реалий, а также служат средством оценки ситуации, сложившейся в российской экономике. Отсюда основными функциями метафоры в медийном дискурсе можно считать функцию осмысления меняющейся экономической реальности, функцию воздействия, формирующую в массовом сознании определенное отношение к тем или иным реалиям экономики, прагматическую функцию, согласно которой метафора может навязывать адресату определенные действия.

Лексемы *рынок* и *цена*, номинируя экономические понятия, активно употребляются в метафорических контекстах современных СМИ.

В медийном дискурсе реализуются основные типы метафорических моделей: антропоморфная, природоморфная, социоморфная и артефактная.

В репрезентациях сферы-мишени «рынок» в медийных текстах ключевыми выступают антропоморфные метафоры, в основе которых лежат представления о способностях и качествах человека. Метафоры сферы-мишени «цена» лежат в системе координат «верх – низ», отражая ее повышение или понижение. Ключевыми можно считать метафоры роста, скачка и взлета, а также падения.

Источники

- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. (1994) Словарь русских политических метафор. М., Помовский и партнеры, 330 с.
- Бахчоян А. М. (2017) Функции метафоры в разных типах дискурса. *Инновационная наука*, № 04-3, с. 158–160.
- Богданович Г. Ю., Неелова О. И., Сегал Н. А. (2019) Метафора как средство декодирования общественно-политических реалий. *Вопросы когнитивной лингвистики*, вып. 4, с. 96–100. URL: <http://vcl.ralk.info/issues/2019/-4-2019/>.
- Большой толковый словарь русского языка: А–Я (1998), сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. СПб., Норинт, 1534 с.
- Бородулина Н. Ю., Макеева М. Н., Гливенкова О. А. (2019) Метафорическая картина мира экономики. *Вопросы когнитивной лингвистики*, вып. 3, с. 14–25. URL: <http://vcl.ralk.info/issues/2019/vypusk-3-2019/>.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. (2006) Метафора в политическом интердискурсе. Екатеринбург, Уральский гос. пед. ун-т, 208 с.
- В. Л. Воронцова, М. Я. Гловинская, Е. И. Голанова и др. (1996) Современная экономическая терминология. В кн.: *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*. М., Издательский дом «ЯСК», с. 162–217.
- Горбунова Л. И., Цай В. (2019) Область-источник когнитивной метафоры: status quo и перспективы исследования. *Сибирский филологический журнал*, № 3, с. 158–169. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>. DOI: 10.17223/18137083/68/14.
- Добросклонская Т. Г. (2006) Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, № 2, с. 20–33.
- Иссерс О. С. (2012) «Цены пошли лесом»: метафорическое моделирование представлений о цене в обществе потребления. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Филология*, № 2 (Том 7), с. 60–71.
- Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации (на материале лексики, фразеологии и паремиологии) (2017), под общ. ред. Л. Г. Бабенко. М., Азбуковник, 1023 с.
- Матиенко О. П. (2020) Метафоры российской экономики: лингвокогнитивный аспект (на материале текстов СМИ). *Коммуникативные исследования*, т. 7, № 1, с. 123–137.
- Мишанкина Н. А. (2010) Метафора в науке: парадокс или норма? Томск, Изд-во Том. ун-та, 282 с.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. (2006) Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М., А ТЕМП, 944 с.
- Подкина Ю. В. (2018) Метафора в журналистском тексте экономической тематики. *Вестник Костромского государственного университета*, № 4, с. 161–165.
- Телия В.Н. (1988) Метафора в языке и тексте. М., Наука, 176 с.
- Томашевская К. В. (2006) Концептосфера экономики в разножанровых текстах. *Проблемы современной экономики*, № 1 (17). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=999>.
- Универсальный фразеологический словарь русского языка (2000), под ред. Т. Волковой. М., Вече, 463 с.
- Уткина Т. И. (2019) Метафорическая репрезентация концепта РОСТ в русскоязычном и англоязычном академическом экономическом дискурсе. *Вестн. Том. гос. ун-та. Филология*, № 58, с. 82–96. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>. DOI: 10.17223/19986645/58/6.
- Федотова Н. В. (2019). Функционирование военной метафоры в современном политическом дискурсе. *Русская речь*, № 4, с. 30–42. URL: <https://russkayarech.ru/ru/archive/2019-4/30-42>. DOI: 10.31857/S013161170005359-3.
- Филипс Л., Йоргенсен М. В. (2008) *Дискурс анализ теория и метод*. Харьков, 350 с.
- Чудинов А. П. (2001) Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург, Урал. гос. пед. ун-т, 238 с.
- Шмелева Т. В. (1993) Ключевые слова текущего момента. *Colleqium*, № 1, с. 33–41.

References

- Babenco L. G. (ed.) (2017) *Kontseptosfera russkogo yazyka: klyuchevyye kontsepty i ikh reprezentatsii (na materiale leksiki, frazeologii i paremiologii)* [The conceptual sphere of the Russian language: key concepts and their representations (based on vocabulary, phraseology and paremiology)]. Moscow, The ABC book Publ., 1023 p. (In Russian).
- Bakhchoyan A. M. (2017) *Funkcii metafory v raznyh tipah diskursa* [Functions of metaphor in different types of discourse]. *Innovative Science*, no. 04-3, pp. 158–160 (In Russian).
- Baranov A. N., Karaulov Yu. N. (1994) *Slovar' russkih politicheskikh metafor* [Dictionary of Russian Political Metaphors]. Moscow, Pomovsky and Partners Publ., 330 p. (In Russian).
- Bogdanovich G. Yu., Neelova O. I., Segal N. A. (2019) *Metafora kak sredstvo dekodirovaniya obshchestvenno-politicheskikh realiz* [Metaphor as a means of decoding socio-political realities]. *Questions of Cognitive Linguistics*, no. 4, pp. 96–100. Available at: <http://vcl.ralk.info/issues/2019/-4-2019/> (In Russian).
- Borodulina N. Yu., Makeeva M. N., Glivenkova O. A. (2019) *Metaforicheskaya kartina mira ekonomiki [A metaphorical picture of the world of economics]*. *Questions of cognitive linguistics*, no. 3, pp. 14–25. Available at: <http://vcl.ralk.info/issues/2019/vypusk-3-2019/> (In Russian).
- Budaev E. V., Chudinov A. P. (2006) *Metafora v politicheskom interdiskurse* [Metaphor in the political interdiscourse]. Ekaterinburg. 213 p. (In Russian).
- Chudinov A. P. (2001) *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a metaphorical Mirror: Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University Publ., 238 p. (In Russian).

- Dobrosklonskaya T. G. (2006) Mediadiskurs kak ob"ekt lingvistiki i mezhkul'turnoj kommunikacii [Media discourse as an object of linguistics and intercultural communication]. Bulletin of the Moscow University. Episode 10: Journalism, no. 2, pp. 20–33 (In Russian).
- Fedotova N. V. (2019) Funkcionirovanie voennoj metafory v sovremennom politicheskom diskurse [The functioning of the military metaphor in modern political discourse]. Russian Speech, no. 4, pp. 30–42. Available at: <https://russkayarech.ru/ru/archive/2019-4/30-42>. DOI: 10.31857/S013161170005359-3 (In Russian).
- Gorbunova L. I., Tsai V. (2019) Oblast'-istochnik kognitivnoj metafory: status quo i perspektivy issledovaniya [The domain is the source of cognitive metaphor: status quo and research perspectives]. Siberian Philological Journal, no. 3, pp. 158–169. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n>. DOI: 10.17223/18137083/68/14 (In Russian).
- Issers O. S. (2012) "Ceny poshli lesom": metaforicheskoe modelirovanie predstavlenij o cene v obshchestve potrebleniya ["Prices have gone wild": metaphorical modeling of price perceptions in consumer society]. Bulletin of the Leningrad State University named after A. S. Pushkin. Philology, no. 2 (vol. 7), pp. 60–71 (In Russian).
- Kuznetsov S. A. (ed.) (1998) Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka: A-YA (1998) [Comprehensive Explanatory Dictionary of the Russian Language: A-Z.] Saint-Petersburg, Norint Publ., 1534 p. (In Russian).
- Mishankina N. A. (2010) Metafora v nauke: paradoks ili norma? [Metaphor in science: paradox or norm?] Tomsk: Tomsk University Press Publ., 282 p. (In Russian).
- Matienco O. P. (2020) Metafory rossijskoj ekonomiki: lingvokognitivnyj aspekt (na materiale tekstov SMI) [Metaphors of the Russian Economy: linguocognitive aspect (based on media texts)]. Communicative research, vol. 7, no. 1, pp. 123–137 (In Russian).
- Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. (2006) Tolkovyj slovar' russkogo yazyka: 80 000 slov i frazeologicheskij vyrazhenij [Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions]. 4th ed. Moscow, A TEMP Publ., 944 p. (In Russian).
- Phillips L., Jorgensen M. V. (2008) Diskurs analiz teoriya i metod. Har'kov [Discourse analysis theory and method]. Kharkiv, 350 p. (In Russian).
- Podkina Yu. V. (2018) Metafora v zhurnalistskom tekste ekonomicheskoy tematiki [Metaphor in the journalistic text of economic topics]. Bulletin of Kostroma State University, no. 4, pp. 161–165 (In Russian).
- Shmeleva T. V. (1993) Universal'nyj frazeologicheskij slovar' russkogo yazyka [Keywords of the current moment]. Collegium, no. 1, pp. 33–41 (In Russian).
- Telia V. N. (1988) Metafora v yazyke i tekste [Metaphor in language and text]. Moscow, The science Publ., 176 p. (In Russian).
- Tomashevskaya K. V. (2006) Konceptosfera ekonomiki v raznozhanrovnykh tekstah. Problemy sovremennoj ekonomiki [The concept sphere of economics in multi-genre texts]. Problems of the modern economy, no. 1 (17). Available at: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=999> (In Russian).
- Utkina T. I. (2019) Metaforicheskaya reprezentaciya koncepta ROST v russkoyazychnom i angloyazychnom akademicheskom ekonomicheskom diskurse [Metaphorical representation of the concept of GROWTH in Russian and English academic economic discourse]. Bulletin of Tomsk State University. Philology, no. 58, pp. 82–96. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n>. DOI: 10.17223/19986645/58/6 (In Russian).
- Volkova T. (ed.) (2000) Universal phraseological dictionary of the Russian language. Moscow, Veche Publ., 463 p. (In Russian).
- Vorontsova V. L., Glovinskaya M. Ya., Golanova E. I. et al. (1996) Sovremennaya ekonomicheskaya terminologiya. [Modern economic terminology]. In: Russian language of the end of the XX century (1985–1995). Moscow, Publishing house YASK, pp. 162–217 (In Russian).

Информация об авторах

Глушкова Татьяна Сергеевна

Кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики. Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (644077, РФ, г. Омск, пр. Мира, 55а). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5708-1794>. E-mail: dis555gts@mail.ru

Матиенко Олеся Петровна

Соискатель кафедры теоретической и прикладной лингвистики. Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (644077, РФ, г. Омск, пр. Мира, 55а). E-mail: matienko_o@mail.ru

Author`s information

Tatyana S. Glushkova

Cand. Sc (Philology), Associate Professor of the Department of theoretical and applied linguistics. Dostoevsky Omsk State University (55a Mira Ave., Omsk, 644077, Russian Federation). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5708-1794>. E-mail: dis555gts@mail.ru

Olesya P. Matienco

Applicant of the Department of theoretical and applied linguistics. Dostoevsky Omsk State University (55a Mira Ave., Omsk, 644077, Russian Federation). E-mail: matienko_o@mail.ru