

## Секция «Иностранные языки и регионоведение»

### Языковая концептуализация ценовых колебаний (на материале массмедиального дискурса)

*Шевчик Наталья Александровна*

*Соискатель*

*Московский городской педагогический университет, романо-германской филологии,  
Москва, Россия*

*E-mail: mc.nataki@gmail.com*

На настоящее время внимание исследований привлекают различные сферы использования языка делового общения. При изучении статей экономического толка обнаруживается явное преобладание данного стиля, что предполагает такие характеристики, как четкость оформления авторского замысла и официальный стиль письменной речи.

В то же время метонимичность языка делового общения не вызывает сомнений. Метонимия используется как способ воздействия на адресата, удержания его внимания [5, 7, 10].

Большинство исследователей используют дискурсивный подход к анализу метонимических конструкций в массмедиальном дискурсе при описании финансовых транзакций и ценовых движений, тогда как корпусный подход получает недостаточное освещение [8]. Именно корпусный подход дает возможность проанализировать значительный объем информации и выделить общие тенденции.

При работе с корпусом статей журнала *Time Magazine* было обнаружено, что обозначение цены может выступать как в качестве грамматического (семантического) субъекта, так и в качестве грамматического (семантического) объекта. Этот факт обусловлен спецификой целевой аудитории, в расчете на которую пишется статья [7, 9]. В зависимости от функции обозначения цены используются различные предикаты [1].

Вследствие антропоцентричности языка, отмечаемой в частности Анной Вежицкой [2], обозначение цены чаще выступает в качестве грамматического (семантического) субъекта [8]. Отсюда и усиление роли метонимии как инструмента описания ценовых колебаний, поскольку наблюдаем метонимический перенос «человек, изменяющий цену -> цена».

В связи с целями настоящего исследования анализу подвергается не весь корпус метонимических конструкций, используемых в массмедиальном дискурсе, а только особая группа предикатов. Особый интерес для данной работы представляют предикаты типа «*fall/rise*», описывающие движения цен на рынке.

Предикаты типа «*fall/rise*» могут быть распределены по категориям в зависимости от характера (*collapse VS float downward*), скорости (*skyrocket VS come up*), результативности движения (*peak VS increase*) и способа взаимодействия со средой (*soar VS plunge*) [9, 10].

Целесообразным представляется ограничить область исследования статьями периодических изданий с 2000 года по настоящее время, что позволит произвести сравнительный анализ описания ценовых колебаний до и после экономического кризиса 2007 года.

## Литература

1. Белаичук О.С. К вопросу о семантике предикатов с общим значением отрицания / отказа // Лингвистика на рубеже эпох: доминанты и маргиналии: сборник статей. Вып. 2. / Сост. – О.А.Сулейманова и Н.Л.Огуречникова. – М.: МГПУ, 2004. – с. 139-157
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание: Пер. с англ. Отв. ред. М. А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой. – М.: Русские словари, 1996. 416 с.
3. Сулейманова О.А. Гипотетико-дедуктивный метод в современной семантике // Лингвистика на рубеже эпох: доминанты и маргиналии: сборник статей. Вып. 2. / Сост. – О.А.Сулейманова и Н.Л.Огуречникова. – М.: МГПУ, 2004. – с. 6-17
4. Шабанова Т.Д. Семантический язык описания ролевых актантов // Языковые значения: методы исследования и принципы описания (памяти О.Н. Селиверстовой). М.: МГПУ, 2004. – с. 307-312
5. Willie Henderson. Metaphor and Economics. In Backhouse R. E. (ed), *New Directions in Economic Methodology*. London, Routledge 1994. – с. 343-367.
6. George Lakoff, Mark Johnson. *Metaphors We Live By*. – Chicago, University of Chicago Press 1980. – 243 с.
7. Hanna Skorczynska Sznajder. Metaphor Signalling in the Popularisation of Scientific Business Discourse: the Effects of Metaphorical Markets on Metaphor // *Perspectivas Interdisciplinarias de la Lingüística Aplicada*, Valencia: Publicaciones de la Univesidad Politécnica de Valencia 2005. – с.161-168
8. Francesca Vaghi, Marco Venuti. The Economist and The Financial Times. A study of movement metaphors // *Corpus Linguistics* 2003, Lancaster University. – с. 828-834
9. Michael White. Metaphor and Economics: the Case of Growth // *English for Specific Purposes* 22, 2003. – с. 131-151
10. Michael White. The Use of Metaphor in Reporting Financial Transactions // *Cuadernos de Filología Inglesa*, 612, 1997. – с. 233-245

#### **Слова благодарности**

Считаю необходимым выразить особую благодарность научному руководителю к.ф.н., проф. Сулеймановой Ольге Аркадьевне