

УДК 811.134.2'42

Е. А. Мареева

Факультет межкультурных коммуникаций

Минский государственный лингвистический университет

МЕТАФОРИКА АНГЛО- И ИТАЛОЯЗЫЧНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Запрос современного общества на актуальную информацию в сфере экономики обуславливает и неугасающий интерес исследователей к изучению экономического дискурса, а также манипулятивного потенциала метафор, используемых в данном типе дискурса. Метафорическое представление экономических явлений и понятий определяет отношение читателя к сложившейся ситуации и является экспрессивным способом аргументации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: метафора; метафоризация; экономический дискурс; оценка.

E. Mareeva

Faculty of Intercultural Communications

Minsk State Linguistic University

METAPHORICS OF ENGLISH AND ITALIAN ECONOMIC MEDIA DISCOURSE

The demand of modern society for up-to-date information in the field of economics also determines the undying interest of researchers in the study of economic discourse, as well as the manipulative potential of metaphors used in this type of discourse. The metaphorical presentation of economic phenomena and concepts determines the reader's attitude to the current situation and is an expressive way of argumentation.

K e y w o r d s: metaphor; metaphorization; economic discourse; attitude.

Лингвокреативный потенциал человека проявляется в процессе создания новых языковых единиц, в образном осмыслении окружающей действительности и, конечно же, в создании метафор. Метафоризация обретает значимость не только в языковом, но и культурологическом, социальном аспектах: человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами. При создании метафор (узуальных, индивидуальных) задействованы мышление и воображение, она оказывает влияние на механизмы понимания и продукции речи. Использование метафорических единиц помогает говорящему субъекту оценивать и воздействовать имплицитно, особенно часто это происходит в СМИ [1, с. 72]. Обладая высоким манипулятивным потенциалом, метафора активна при построении образа современной картины мира в публицистическом дискурсе.

При этом если в сознании человека сформировано негативное отношение к определенному понятию, его признаки, перенесенные в иную понятийную сферу, будут имплицитно формировать негативное отношение и к новому понятию. Это можно увидеть на примере использования негативной лексики в современных СМИ: для создания более яркого эмоционального эффекта активно используются негативные оценочные метафоры, ассоциируемые с смертью, типа *кончина*, *могила* и т. д.

Так, метафоры *economic soufflé* ‘экономическое затрудненное дыхание’, *fallen off a cliff* ‘падение с обрыва’, *the stock market sank* ‘рынок утонул’, *saving the patient* ‘спасти пациента’ во многом определяют суть экономического кризиса [2, с. 89–90]. Рамки накладывают используемые в метафоре модели действительности: «жизнь», «болезнь» и т.д.

Понимание реальности через призму военных действий, игрового соперничества, заболевания характерно для беспокойного и тревожного состояния экономики и финансовых рынков, экономической нестабильности и т. д. Частота обращения к данным понятийным сферам связана, прежде всего, с очевидностью образного сопоставления и сходством деятельности, построенной на борьбе, конкурировании, победами и поражениями, а также глубокими корнями исходных сравнений. Так, в высказывании: *Mario Draghi: è come una guerra, bisogna agire subito senza preoccuparsi del debito*. досл. ‘Марио Драги: это как война, мы должны действовать сейчас, не беспокоясь о долге’ используется сравнение *è come una guerra*, которое образно представляет сложившуюся экономическую ситуацию.

В следующем высказывании *Legendary investor Warren Buffett reckons the US government can make a sizeable profit if it manages its \$700bn (£380bn) banking bail-out package carefully – and he urged Congress to act quickly to avert an «economic Pearl Harbour»*. досл. ‘Легендарный инвестор Уоррен Баффет считает, что правительство США может получить значительную прибыль, если будет тщательно управлять пакетом мер по спасению банков на сумму 700 млрд. долларов (380 млрд. фунтов стерлингов) – и он призвал Конгресс действовать быстро, чтобы предотвратить «экономический Перл-Харбор»’. Данное понятие является метафорическим переосмыслением реального

факта: внезапной комбинированной атаки воздушных и подводных сил японского флота на американские силы, находившиеся на военно-морской базе в Перл-Харборе.

Согласно исследованию А. Чудинова метафоры могут быть использованы в ряде ситуаций:

- как иллюстративный материал;
- как инструмент влияния на формы отношений;
- для переосмысливания и нового выявления проблемы;
- как творческий метод общения;
- для увеличения гаммы эмоций, мыслей и поведенческих реакций;
- как подсказка решения;
- как руководство к действию, размывая сферу четких значений, создавая «систему ассоциаций» [3, с. 64 –71] и др.

Так, в следующих высказываниях *How to Survive a Recession and Come Out a Winner*. досл. ‘Как пережить рецессию и выйти победителем’ и *Maybe Winning Is Quitting in Tech Right Now*. ‘Возможно, победа – это увольнение в сфере технологий прямо сейчас’ воздействуют на читателя, привлекая его возможностью узнать, как себя вести в сложной экономической ситуации и во втором случае предлагают решение сложившейся ситуации (*Quitting in Tech Right Now*). Таким образом, метафора обладает высоким оценочным и манипулятивным потенциалом.

Специфика метафорических образов учитывается при выборе тактик и способов их воздействия на адресата публицистического текста, поскольку они воздействуют на чувства, создают определенный эмоциональный фон, тональность которого зависит от целей говорящего субъекта. Обладая широтой интерпретационного потенциала, метафора становится неопределимым средством воздействия и оценки, создания образности и привлечения внимания, убеждения и аргументации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Москвин, В. П. Русская метафора : параметры классификации / В. П. Москвин // НДВШ. Филологические науки. – М., 2000. – № 2. – С. 66.
2. Блакар, Р. Язык как инструмент социальной власти / Р. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия ; В. М. Сергеева, П. Б. Паршина; общ. ред. В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–125.
3. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: УрГПУ, 2003. – 348 с.