

## ФИНАНСОВЫЙ ДИСКУРС В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

**Самер Акрам Хуссейн**

ассоциированный проф., д-р, кафедра русского языка, факультет языков, Багдадский университет, Ирак, г. Багдад

## FINANCIAL DISCOURSE IN RUSSIAN LANGUAGE

**Akram Samer**

*Associate Professor, Dr. Lecturer in the Department of Russian Language, Faculty of Languages, University of Baghdad, Iraq, Baghdad*

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена исследованию лексических особенностей популярного финансового дискурса на материале русского языка. XXI век характеризуется бурным расцветом средств массовой информации, развитием традиционных и появлением новых языковых специализированных терминологий, интенсивным распространением англоязычных лексем в мире, интеграцией международных информационных систем, глобализацией мирового информационного пространства, растущим влиянием в поле зрения исследователей попадают газетные и журнальные статьи, которые, с одной стороны, стремятся принести пользу, стать необходимыми в современной жизни, с другой стороны, завладеть вниманием читателей, увлечь легким приятным стилем, специально отобранными лексико-стилистическими средствами, иными словами, быть полезным и приятным чтением.

В статье рассматриваются основные характеристики финансового дискурса, как вида институционального дискурса. Т.е. язык корпорации, корреспонденция банков, репрезентируется современный русскоязычный финансовый дискурс.

**Abstract.** This article is devoted to the study of the lexical features of popular financial discourse based on the material of the Russian language. The 21st century is characterized by the rapid flourishing of the media, the development of traditional and the emergence of new specialized language terminologies, the intensive spread of English-language lexemes in the world, the integration of international information systems, the globalization of the world information space, the growing influence of newspaper and magazine articles in the field of view of researchers, which, on the one hand, seek to be useful, to become necessary in modern life, on the other hand, to capture the attention of readers, to captivate with an easy pleasant style, specially selected lexical and stylistic means, in other words, to be useful and enjoyable reading.

The article examines the main characteristics of financial discourse as a type of institutional discourse. That is, the language of the corporation, the correspondence of banks, the modern Russian-language financial discourse is represented.

The relevance of the study is determined by the need to study the financial discourse as a phenomenon representing the process of globalization and the intensive development of the financial market. It is noted that financial discourse, being formed within the framework of economic discourse, covers such issues as analysis of financial markets development, financial forecasts, purchase and sale of shares, events and facts related to cash flow, taxes, loans, and a

number of others. The methodological basis of the article was the theories and concepts of domestic and foreign linguists. The factual material of the study was the texts of Russian-language periodical electronic publications on financial topics.

The complex methodology included a descriptive method, analytical and etymological analysis of some financial language terms.

**Ключевые слова:** финансовый дискурс, терминология, концепт, деньги, финансы, экономический язык, речь.

**Keywords:** financial discourse, terminology, concept, money, finance, economic language, speech.

**Актуальность** исследования определяется необходимостью изучения финансового дискурса как феномена, репрезентирующего процесс глобализации и интенсивное развитие финансового рынка. Отмечено, что финансовый дискурс, формируясь в рамках экономического дискурса, освещает такие вопросы, как анализ развития финансовых рынков, финансовые прогнозы, покупка и продажа акций, события и факты, связанные с потоком денежных средств, налогами, кредитами, и ряд других. Методологической базой статьи послужили теории и концепции отечественных и зарубежных лингвистов. Фактическим материалом исследования стали тексты русскоязычных периодических электронных изданий финансовой тематики.

В состав комплексной методики вошли описательный метод, аналитический и этимологический анализ некоторых финансовых языковых терминов.

**Цель работы:** состоит в том, чтобы раскрыть механизм формирования лексики финансового дискурса, установить ее место по отношению к языку профессионального экономического дискурса, выявить характер их взаимодействия, показать специфичность экономического дискурса, объясняются особенности когнитивных метафор, которые являются важнейшей формой концептуализации экономических понятий в финансовой дискуссии. Данная статья может рассматриваться как компонент современной культуры, служит способом передачи экономической социокультурной информации массовой аудитории, является эффективным средством вовлечения людей в экономическую жизнь общества.

## **Введение**

В связи с интенсивным развитием социальной жизни общества большое внимание лингвисты уделяют исследованию профессионального дискурса, которому свойственна своя специфика, при этом диахронический подход позволяет проследить эволюцию дискурса и изменения речевой деятельности во времени (Колокольникова 2010; Патюкова 2010 и др.). Одним из важных признаков дискурса является категория динамичности, так как «динамика является реальным существованием не только языковых, но и ментальных единиц-концептов» (Коч 2010).

Интерес лингвистов вызывает исследование концептов в диахроническом и синхроническом аспектах, способствующих изучению пространственной и темпоральной характеристик профессионального текстового дискурса. Несмотря на большое количество работ по изучению концептов и их различных аспектов, в лингвистике не существует единого определения понятия «концепт». Так, согласно словарю лингвистических терминов слово «концепт», имеющее латинское происхождение (*conceptus*), переводится на русский язык как «мысль, понятие» и означает смысловое содержание понятия, объём которого есть предмет (денотат) этого понятия, например, смысловое значение понятия «Венера» — древнеримская богиня любви; в когнитивной лингвистике: оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (Жеребило 2016: 137). Концепт репрезентируется языковыми знаками, формируя «своего рода культурный слой, посредничающий между человеком и миром (Арутюнова 1999: 3), картину мира, в которой

отражается понимание человеком реальности (Путилина, Нестерова 2014), и является лингвистически релевантной единицей знания (Карасик 2002: 49) и «сгустком культуры в сознании человека» (Степанов 2001: 43).

Дискурс в общем значении многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или непосредственно предполагает учение функционирования языка. Общая теория дискурса содержит три ключевых категориальных термина – речь, текст и дискурс, которые выполняют мета теоретическую функцию для оценки эволюции и современного состояния этой теории. Современное понимание сущности дискурса известны работы, в которых фигурирует исследование понятия дискурса (Арутюнова 1990, Кибрик 1994, Борботько 1998, Кубрякова 2000, Демьянков 2002, Макаров 2003, Стернин 2003, Демьянков 2003, Карасик 2004, Правикова 2004, Бессонова 2004, Филоненко 2005, Гвишиани 2007, Полубиченко 2007, Павлова 2008 и др.), так и научные исследования по теории текста (Гальперин 1981, Зарубина 1981, Москальская 1981, Quirk et al. 1985, Тураева 1986, Кухаренко 1988, Каменская 1990, Богданов 1993, Залевская 2001, Николина 2007, Татару 2008 и др.). «Дискурс – это «язык в языке» (Ю.С. Степанов 1995), но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс существует, прежде всего и главным образом, в текстах, но таких, за которыми встает специфика лексикона, особые правила словоупотребления и предпочтительность синтаксических структур, в конечном счете – особый мир. Это – «возможный (альтернативный) мир» в полном смысле этого логико-философского термина; каждый дискурс – это один из «возможных миров» (Ю.С. Степанов 1995). В нашем случае это мир экономических явлений и событий, характеризующийся особым «экономическим» лексиконом, семантическими процессами в лексике, особенностями словоупотребления и синтаксиса.

Базовые концепты и сгенерированные из них новые производные смыслы определяют тему дискурса (Воркачев, Воркачева 2019). Так, одним из ключевых концептов политического дискурса является концепт *власть* (Шейгал 2002), таможенного — *la lutte (борьба)* (Сосунова 2018), медицинского — *medicine (медицина)* (Харьковская, Голубых 2019), экономического — *рецессия* (Бочарникова 2012). Концепт *деньги* в сознании носителей русского языка описан в работе Е. В. Палеевой (Палеева 2010), О. Е. Карачина анализирует метафорические структуры русского и английского языков, построенные на основе концептуальной матрицы *деньги* (Карачина 2015), Л. А. Исаева и И. А. Майоренко рассматривают национально-культурные особенности концепта *деньги* на материале русской, английской и французской фразеологии (Исаева, Майоренко 2005), Ю. С. Денисенкова анализирует концепт *деньги* в историческом аспекте (Денисенкова 2013).

## 1. Финансовая терминология

Терминологические вопросы активно обсуждаются в современных лингвистических работах (В.М. Лейчик, К.Я. Авербух, И. Н. Волкова, А.И. Моисеева, С.Д. Шелов и др.); Подробный обзор различных взглядов на этот вопрос представлен в монографии Е.А. Никулин (Никулин 2004). Терминология включает слова и выражения, которые называют специальные объекты и выражают специальные технические понятия.

Как отмечает Е.А. Никулина, терминологическая система входит в естественный язык как частная и изолированная языковая символическая система. Однако содержание отдельных терминов может быть широко известно, а понятие, выраженное этим термином, может выйти за пределы системы конкретных понятий и стать элементом лингвистической лексики, оставаясь при этом термином в терминосистеме (Никулина 2004).

Этот процесс характерен для многих экономических терминов, которые вошли в повседневную речь обычного носителя языка, не являющегося профессионалом в этой области, но встречающего эти понятия в повседневной жизни.

В данном исследовании, помимо понятия терминологии, мы используем общие понятия «экономическая лексика», «экономические слова» или «слова или выражения, имеющие финансовое значение».

Медиаязык все больше привлекает лингвистов, филологов, ученых, которые ищут

лингвистическое подтверждение значимости социальных процессов, выражение социальной оценки событий, происхождения и значения процессов, происходящих в языке. Изучение языка СМИ еще далеко от завершения; Изучение языка СМИ является многообещающим и представляет несколько аспектов, которые ждут исследователей.

## **2. Виды финансового дискурса:**

Выделяют три основных видов финансового дискурса:

1. **Описательный (описательный) дискурс.** Этот тип экономического дискурса фокусируется на описании экономических фактов и событий в нейтральной и объективной форме. Его цель – уточнить и проанализировать экономическую информацию и данные таким образом, чтобы они были понятны общественности.
2. **Метафорический дискурс.** Этот тип экономического дискурса фокусируется на использовании метафор для выражения экономических идей и концепций упрощенным и интересным способом. Его цель – привлечь внимание аудитории и объяснить экономические идеи в простой и увлекательной форме.
3. **Директивная (директивная) речь.** Этот тип экономической речи направлен на то, чтобы направлять и побуждать общественность к совершению конкретных экономических действий. Его цель – изменить поведение общественности и мотивировать ее принимать определенные экономические решения.

## **3. Характеристики финансового дискурса**

В целом экономический дискурс характеризуется вниманием к экономической информации и данным, экономическому анализу, экономическому руководству и использованию практических примеров и случаев для иллюстрации экономических идей. Ему также свойственна точность и объективность в выражениях и выводах, основанных на доказательствах и надежных источниках.

Финансовый язык обычно краток, точен и объективен. Он использует техническую терминологию и экономическую терминологию, а также часто использует количественный анализ, сравнения и прогнозы.

Финансовый язык – это язык, используемый в экономике, социальной науке, которая изучает, как отдельные лица, предприятия, правительства и другие организации принимают решения о распределении ограниченных ресурсов для удовлетворения своих неограниченных потребностей. Экономический язык часто включает в себя такие понятия, как спрос и предложение, альтернативные издержки, граница производственных возможностей и компромиссы. Он используется для описания экономических явлений и эффективного общения в области экономики.

Экономика – это отрасль социальной науки, которая изучает производство, распределение и потребление товаров и услуг. Он использует математические модели и теории для анализа того, как отдельные лица, предприятия, правительства и другие организации делают выбор в отношении распределения ресурсов для удовлетворения своих потребностей и желаний.

С другой стороны, экономический перевод относится к процессу перевода экономических текстов с одного языка на другой. Это требует глубокого понимания исходного и целевого языка, а также хорошего экономического образования, чтобы гарантировать, что смысл и цель исходного текста точно передаются в переведенном тексте.

Основное различие между языком экономики и языком экономического перевода заключается в том, что экономика занимается изучением экономических систем и принципов, тогда как экономический перевод фокусируется на техническом аспекте преобразования экономических текстов с одного языка на другой.

Термин «экономическая коннотация» относится к значению или коннотации слова или фразы,

относящейся к экономике. В экономическом языке слова и фразы используются определенным образом для передачи значения, и контекст, в котором они используются, может оказать существенное влияние на их значение. Например, «предложение» в экономике относится к количеству товара или услуги, которое производители желают и могут предложить на продажу по заданной цене, в то время как в неэкономическом контексте «предложение» может просто относиться к предоставлению или обеспечению доступности. Поэтому при интерпретации экономического языка важно понимать контекст и конкретное значение слова или фразы.

Являясь одним из типов масс-медиального дискурса, финансовый дискурс обладает его чертами, а также имеет собственные особенности, которые и представляют собой предмет нашего исследования. В работе текст на экономические темы рассматривается как продукт процесса порождения и объект интерпретации, в то время как финансовый дискурс представляет собой динамический процесс, частью (продуктом) которого является текст. Есть все основания считать, что анализ текста является частью анализа дискурса, который включает социальные условия, предопределяющие порождение и восприятие текста, ментальные процессы и др. экстралингвистические факторы (см. Н.Л. Фейрклау, Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова). Анализируя прочитанные тексты с использованием комплексных методик, представляется возможным выявить особенности когнитивных процессов, процессов речевого производства и одновременно сделать выводы о характеристиках финансового дискурса.

Тексты, объединенные под общим названием «Финансовые статьи», имеют множество особенностей и дифференцируются на несколько типов в зависимости от темы и используемых методов. Мы определили различные типы терминов для определения и идентификации финансовых характеристик:

1. «финансовые термины» – часто повторяющиеся в статьях на экономические темы, известные обычным читателям современной прессы слова и выражения (финансовый кризис, глобализация, инфляция, коррупция и т.д.).
2. «популярные» экономические термины, используемые в повседневной жизни (товар, услуги, клиент, бизнес и т.д.).
3. «специальные экономические термины», которые либо расшифровываются в статье, либо становятся понятными из данного контекста (баланс, рынок, фонд, собственность т.д.).
4. специальные термины, созданные непосредственно для данного текста, они либо выделяются курсивом, либо берутся в кавычки; эти новые, ситуативные термины также объясняются автором или употребляются в таких контекстах, из которых легко выводится их значение («автоматическая стабилизация», «партнёрское общество»). Новое название может относиться к новому явлению, может упоминаться известное явление под вышедшим из употребления названием. Отмечены случаи, когда в данной конкретной группе известный термин ситуативно используется в экономическом смысле, он также немедленно поясняется, что является одной из характерных черт популярной экономической статьи.
5. слова и выражения, относящиеся к категории «экономика», мы объединяем «экономические клише», в основе которых лежат стертые метафоры (движение капитала, свободный рынок, стабильная валюта, скрытые двигатели рынка, т.д.).
6. Единицы жаргона той или иной области экономики образуют шестой слой популярной экономической лексики (каскад, рыночный скак, выручка и т.д.).
7. лексемы, имеющие экономический смысл, – это аббревиатуры, которые либо известны широкой аудитории, либо расшифровываются в тексте, либо становятся понятными в контексте статьи. Сокращения реализуются в разнообразных видах: имеются инициалы (НДС) налог добавочной стоимости, акронимы (ИИ) Искусственный интеллект, усечения (ООО), гибридные сращения – бленды (Химзав), комбинации начальной буквы и полного слова (Эксмин). Явление апокопы (усечения последнего слога в слове) свойственно не только существительным, но и прилагательным, которые в случае усечения нередко субстантивируются и функционируют как существительные.
8. Устойчивые словосочетания разного структурного типа и разной стилистической окраски. Например:

- В отношении описываемой экономической проблемы или ситуации существуют выразительные единицы общего значения, используемые в этом контексте, которые отнесены к категории «экономического значения» (прыгнуть на подножку, паниковать, оживление рынка).
  - «экономические» термины, образованные от свободных словосочетаний общего языка (двойное дно, голубая идея, финансовый волшебник)/
  - устойчивые сочетания, заимствованные из других областей знаний и жизни общества, приспособленные для выражения «экономического смысла» (Большой взрыв, черная дыра).
  - идиомы общего значения с «экономическим» компонентом (часы работы банкира, крупная сделка, чистый убыток).
9. Совмещение разных стилевых элементов: сочетание книжных высокопарных слов, принадлежащих официальному деловому стилю (гегемония, разветвление, завещание), и разговорных, нередко неформальных, слов и оборотов (гринбеки, шикарный, рубль). Разговорный язык, как правило, реализуется в речи носителей языка в условиях непосредственного, непринужденного, неофициального общения; разговорная речь обычно составляет основную часть речевой деятельности человека. Разговорная речь отличается от «организованных» типов речи тем, что переход в разговоре от «обиходно- бытовой» тематики к специальной способствует изменению характера разговорности, причем переход не требует стилистической мотивировки и не связан с задачами композиционного построения речи (Земская 1973).
10. Интенсивное использование описательных определений. Частыми случаями являются определения, в основе которых лежит атрибутивная модель «существительное + существительное»; нередко описательные определения представляют собой цепочку слов различных частей речи и различной структуры. Описательное определение может давать качественную характеристику объекта действительности, содержать указания временного и локального планов; компонентами описательной цепочки могут быть полные слова или аббревиатуры, это могут быть лексемы со сложной морфологической структурой (широко распространенное нарушение авторских прав, плата за загрузку и рекламное пространство, зеленая НПО «Защита окружающей среды»).
11. Использование коннотативные слова и словосочетания, которые косвенно отражают оценку описываемого явления, служат средством экспрессивного выражения и эмоционального воздействия на читателей. Это может быть экспрессивно или оценочно подсознательная лексика, либо нейтральная лексика, когда в контексте статьи определенные существительные или прилагательные параллельно и одновременно с реализацией прямых значений реализуют окказиональные смыслы, которые в своей совокупности создают эмоционально-окрашенный подтекст речевого произведения, коммуникативно значимый для адекватного восприятия его смысла (умирающая компания, резкое сокращение, самый горячий зарубежный рынок).

#### **4. Общая характеристика финансовых текстов**

СМИ моментально реагируют на быстро меняющийся мир вокруг них; Финансовые статьи не только отражают окружающую экономическую действительность, фиксируя события, происходящие в экономическом мире, но и пытаются прямо или косвенно, открыто или тайно влиять на экономический мир, оценить текущие социально-экономические процессы.

Финансовые статьи сочетают в себе элементы сообщения и воздействия: косвенных обращения, скрытые рекомендации.

Финансовые документы полны различных стилистических приемов; «Гуманизация» экономических явлений осуществляется с помощью случаев персонификации, которая осуществляется с помощью глаголов действия, свойственных человеку с экономическими понятиями (доллары стремительно растут, экспорт увеличивается, здесь все прекращается) и определениями, присущими человеческим характеристикам.

Образные сравнения часто развиваются в тексте с целью более подробно представить конкретное экономическое явление и сделать его описание более доступным (умный доллар, разумные инвестиции, жестокие налоги). Сравнения, использованные в тексте, носят простой

и повседневный характер; В их основе лежат предметы действительности или явления, известные любому читателю, что приближает описываемое экономическое явление к жизни обычного человека.

Финансовые тексты, рассчитанные на широкую международную аудиторию, включают значительную долю культурно-специфичных единиц (термин Т.Г. Добросклонской).

На основе лексического анализа текста можно выделить несколько групп слов и выражений, отражающих особенности той или иной культуры.

Это могут быть:

(1) слова, обозначающие национальные блюда, национальные костюмы, слова, связанные с деталями быта и т. д. известно широкой публике, (суши, роллы, крабовые котлеты, магазины, дизайнеры, поставщики).

(2) это этнические слова, введенные именно для создания национального колорита; эти слова имеют эквиваленты на финансовом языке или объясняются в контексте статьи: дает описательное объяснение явления или его эквивалентного контекста. Обычно эти слова обозначаются графически: курсивом или в кавычках: «мясо»; Танпин Канри (менеджер по продукту); экономическое чудо).

(3) Иностранные слова, относящиеся к известным компаниям, маркам, магазинам, (Ольга Берлутти, парижанка, французская люксовая группа, Джун Ашида, токийская модная компания).

Авторы популярных экономических статей стараются разнообразить и оживить повествование, поскольку любая информация воспринимается с таким же положительным воздействием, насколько сам способ ее передачи вызывает чувство удовольствия и удовлетворение эстетических потребностей получателя.

Чтобы разнообразить рассказ, авторы известных экономических статей используют цепочки синонимов (барон, оратор, магнат, олигарх).

Чтобы оживить историю, авторы прибегают к иронии (но прежде чем вы ликвидируете свои финансовые активы, купите несколько золотых слитков и уйдете в пещеру в Монтоне, возможно, вы захотите проверить это, учитывая, что текущие прогнозы глобального экономического краха, вероятно, являются преувеличением).

В финансовых текстах также можно встретить отсылки к пословицам, известным песням, литературным и мультипликационным героям, которые попали не в ту отрасль и не в то время (Наши последние выборы проходили так: победитель получает все навязанное; для повышения интереса к популярным экономическим статьям, их создатели придают им индивидуальность: в анализируемых текстах присутствует большое количество имен собственных: географических названий, названий компаний, банков, экономических мероприятий, форумов, имен известных экономистов и бизнесменов.

Игра слов, цель которой привлечение внимания, слушающего с помощью языковой шутки, юмора, остроты, относится к популярному явлению, характерному для популярного экономического дискурса. Она высвобождает огромные экспрессивные возможности, заложенные в языке, и именно поэтому ее так охотно используют СМИ. Игра слов может быть основана на следующих конструкциях:

**Повторение.** Мотофон – это возможность соединить разобщенных людей,

**Разделение слова.** Если так, то стадо снова пойдет зигзагом, хотя оно должно было идти загзом.

**Устойчивое словосочетание.** Процесс привел скорее к «шоку», чем к «терапии».

**Использование разных значений одного слова или каламбур.** Рост агрессивных транснациональных корпораций в развивающихся странах также свидетельствует о тектоническом сдвиге в том, как традиционно неимущие страны относятся друг к другу.

**Игра слов основана на финансовом смысле.** В то время как большинство инвесторов беспокоятся о следующем шаге рынка, золотые жуки так не делают (игра слов основана на прямом значении – насекомое и переносном, неформальном значении – энтузиаст, интересующийся некоей проблемой, в данном случае – золотом);

**Использование известных пословиц.** Даже такие страны пожинают плоды нового южного успеха, используются фонетические приемы, например, рифма: «Высокие цены на нефть, превышающие 90 долларов за баррель, не привели к катастрофе для западного мира».

В СМИ, система социального взаимодействия особого рода. значимость данной коммуникативной сферы обусловлена тем, что в центре ее внимания находится человеческое общество, которое выступает как ограниченное социальное пространство со специфическими внутренними процессами и культурными характеристиками.

Медиаязык привлекает все большее число лингвистов, филологов и ученых, которые ищут лингвистическое подтверждение значимости социальных процессов, выражение социальной оценки событий, происхождения и значения процессов, происходящих в языке.

Изучение языка СМИ еще далеко от завершения; Изучение языка СМИ является многообещающим и представляет несколько аспектов, которые ждут исследователей.

## **5. Стилистические приёмы финансовых текстов**

Стилистические приемы, отражают человеческого экономического отношения, оно осуществляется с помощью случаев олицетворения. Олицетворение реализуется, данными приемами:

1. Использованием определений, свойственных характера людей, с объектами экономической деятельности: например, объект экономической деятельности предстает как разумное существо, личность, которой присущи характер и определенные качества (текущий доллар, разумные инвестиции, скромные цены, жаждущий рынок, насыщенный рынок), как живое существо, имеющее определенные потребности.
2. Олицетворение реализуется использованием глаголов действий, присущих человеку, с экономическими понятиями: нередко объект экономической деятельности сравнивается с существом, столкнувшимся с определенными проблемами (Бренды поставили себя в сложное положение. Дни всемогущего доллара сочтены. Многие компании пережили шок).

Выражения, использованные в тексте, просты и повседневны. В их основе лежат предметы действительности или явления, известные любому читателю, что приближает описываемое экономическое явление к жизни обычного человека. Образные сравнения часто развиваются в тексте с целью более подробно представить конкретное экономическое явление и сделать его описание более доступным. Чтобы разнообразить рассказ, авторы известных экономических статей используют цепочки синонимов а для оживления рассказа, они используют иронию.

Примеры аллитерации весьма распространены, для повышения достоверности сообщаемых сведений, а также для повышения интереса к популярным экономическим статьям их создатели внесли в них личный отпечаток: из проанализированных документов имеют большое количество настоящих названий: географических звучат имена, названия компаний, банков, экономические мероприятия, форумы, имена известных экономистов и бизнесменов приведём пример (Япония, Германия и другие европейские экономики, переживающие здоровый новый экономический подъем, сейчас растут быстрее, чем Соединенные Штаты; «Казалось, рыночные силы должны были оказать понижающее давление на доллар», – говорит Джаред Бернстайн, экономист Института экономической политики).

Отличительной чертой популярного экономического текста является его насыщенность яркими сочными метафорами, которые, с одной стороны, соотносятся с экономическими концептами, с другой стороны, строятся на основе обыденных, повседневных концептов жизни человека; это позволяет анализировать данный тип как концептуальную метафору. В когнитивной лингвистике концептуальная метафора рассматривается как один из способов концептуализации – организации и обобщения человеческого опыта, позволяющий осмыслить один объект через другой, и в этом смысле является одним из способов репрезентации знания в языковой форме. При таком подходе метафоры могут рассматриваться как концептуальное явление, заложенное в самой понятийной системе мышления человека, их можно представить как особого рода схемы, по которым человек думает и действует.

Как правило, метафоры в нашем случае относятся не к изолированным отдельным объектам, а к сложным ментальным пространствам – областям чувственного или социального опыта.

Эти сложные, не наблюдаемые непосредственно ментальные пространства метафорически соотносятся с более простыми или конкретно наблюдаемыми ментальными пространствами (например, экономическими понятиями и явлениями с миром вокруг человека: его домом, его повседневной работой, его спортивными соревнованиями и т. д.).

В таких метафорических выражениях происходит перенос концептуализации из наблюдаемого ментального пространства в непосредственно не наблюдаемое ментальное пространство, которое при этом делается концепт и включается в понятийную систему, общую концепцию определенного языкового сообщества. При этом одно и то же ментальное пространство может быть выражено посредством одной или нескольких концептуальных метафор (Кубрыкова 1996). В теоретической базе Метафора Дж. Лакоффа и М. Джонсона основана на взаимодействии двух структур знания: когнитивной структуры «источника» (исходной области) и когнитивной структуры «целевой области»..

В процессе метафоризации определенные области цели структурируются в соответствии с исходной моделью, т. е. происходит «метафорическая проекция» (метафорическое картирование) или когнитивное «картирование» (когнитивное картирование).

По сравнению с целевой зоной, исходная зона часто более интуитивна, более конкретна, известна через непосредственный физический опыт человека, известна более подробно и ее легче передавать от одного человека к другому (Лакофф и Джонсон, 1987).

## **6. Метафора в финансовом дискурсе**

Как показал анализ метафор в изученных экономических текстах, простой и незамысловатый смысл источника позволяет выразить экономические понятия и явления (цель примера метафоры) в доступной, ясной и зачастую занимательной форме, что придает этим текстам интересный смысл, «повсеместный» характер, означающий, что читатели имеют возможность свободно перемещаться в пространстве экономических текстов.

Весьма распространены случаи развернутой, или расширенной, метафоры, когда образность, создается целым рядом взаимосвязанных и дополняющих друг друга простых метафор, усиливающих мотивированность образа путем его дальнейшего развития.

Наиболее характерным случаем метафоризации является опора на концепты с общим значением «человек, его внутренний мир и его внешний мир»:

### **Семья:**

Семья к. семейный бренд (название, которое компания использует для продажи ряда различных продуктов), ребенок в: проблема, ребенок (продукт, бизнес или часть бизнеса), которые не очень успешны или вызывают особые трудности у его создателей или владельцев), родитель (организация, которая владеет и контролирует другую компанию), дочь в: дочерняя компания (компания, которая полностью или частично принадлежит другой компании), сестра в: сестринская компания (компания, которая является частью той же группы с той же материнской компанией).

## **Организм человека:**

Основа экономики (важнейшая часть системы), рука (часть крупной организации, которая отвечает за одну область ее бизнеса), мускул (финансовая власть или влияние), голова в: голова к голове (когда два человека или группы людей сталкиваются друг с другом напрямую, чтобы решить исход спора или соревнования), лицо в: номинальная стоимость (финансы: стоимость, указанная на монете, банкноте, финансовом документе).

## **Состояние здоровья человека:**

Здоровый (большой или успешный, хорошо работающий), больной (имеющий серьезные проблемы), восстановление в: экономическое восстановление (процесс улучшения или восстановления силы), кровотечение (серьезная потеря людей или денег компанией или организацией), возродиться (снова становится сильным и активным).

## **Дом, жилище:**

Размещение (деньги, данные в долг на короткий срок), окно (время, когда есть возможность что-либо сделать, не долгое), потолок цены (ограничение цены товара), цена в пол (самая низкая цена); стена в: идти к стенке (компания терпит крах из-за нехватки денег).

## **Мебель:**

Сундук в: военный сундук (деньги, доступные для расходов на определенный проект); стол в: на столе (план, предложенный для обсуждения; план, который не будет обсуждаться до будущей даты); стул (лицо, отвечающее за компанию); кровать в: лечь в постель с делами (войти в курс дела).

## **Предметы домашнего обихода:**

Корзина в: корзина (страна или организация, экономическое или финансовое положение которой очень плохое); одеяло (тип страховых договоров), консервировать (прекратить использование или развитие бизнеса или части бизнеса на определенный период времени); отмечать время (фиксировать время прибытия на работу).

## **Еда:**

Хлеб с маслом (основной источник дохода компании), арахис (очень небольшая сумма денег), лимон (плохое вложение).

## **Одежда:**

класть в карман (брать или удерживать что-либо, особенно сумму денег, незаконным или нечестным путем), воротничок в: «белый воротничок» (работающий в офисе, а не на фабрике) и в: «синий воротничок» (связанный с рабочими, которые выполняют физическую работу в промышленности).

## **Религия:**

Икона (известная личность, организация или вещь, которыми люди восхищаются и которые видят как символ определенной идеи, стиля, способа ведения дел), миссия (определенная цель или задача, которую преследует компания или организация), бегемот (очень большая и могущественная компания или организация).

## **Природный мир:**

Хищник (сильная компания, использующая слабую в своих интересах), добыча (компания, которую другая компания хочет купить), мышь (небольшая компания), газель (компания, которая растет очень быстро), трясина (сложная или запутанная ситуация).

## **Транспорт:**

Пассажир (который не вносит большого вклада в компанию), пилот (маркетинг: тестировать новый продукт, идею), взлетать (становиться успешным или популярным очень быстро или внезапно), терпеть крушение (терять ценность или терпеть неудачу внезапно и быстро), отправлять (быть доступным для покупки).

## **Инструмент, орудие труда:**

Топор (приняты решительные меры по сокращению расходов: увольнение работников с рабочих мест, закрытие частей компании);

## **Место работы:**

Котельная (фондовая биржа: где люди продают акции по телефону, нечестным и несправедливым способом).

## **Экономика:**

Само понятие *экономика* также подвергается метафоризации. Самыми универсальными концептуальными метафорами являются:

«экономика – человек» (больная экономика),

«экономика – транспортное средство» (экономика останавливается),

«экономика – природа» (Мировая экономика может перейти к более солнечному лету после холодной зимы),

«экономика – море» (волны продаж).

В рамках понятия *экономика* широко употребительными метафорами, используемыми для описания бизнеса, являются:

«бизнес – спорт» (вернуться в игру),

«бизнес – война» (Sony победила Toshiba в битве за форматы DVD высокой четкости, но обе стороны проиграли войну).

Тонким приемом является создание метафор, имеющих национально-культурную окраску в соответствии с тем, какая страна или страны фигурируют в тексте, ср. пример из статьи об экономических процессах в Юго-Восточной Азии: АСЕАН – беззубый тигр, страны Юго-Восточной Азии находятся в джунглях мелких корыстных интересов; азиатский тигр (любая страна Юго-Восточной Азии, экономика которой быстро растет)).

В настоящее время экономическая тематика является актуальной во всех цивилизованных странах, привлекает большое внимание общественности; средства массовой информации регулярно обращаются к данной теме, интенсивно ее разрабатывают. Можно привести примеры из российских СМИ: постоянная рубрика экономического обозревателя в утренних и дневных Новостях, специальные «экономические вкладыши» в газетах, например, в журналах, «Вопросы экономики», «Российский экономический журнал» и др. Экономическая тематика широко представлена в массовых общественно-политических журналах, примером может служить любой международный журнал, статьи на экономические темы в котором представляют собой результат реализации финансового дискурса.

## **7. Дополнительные особенности финансового дискурса**

Финансовые статьи выполняют все основные функции, свойственные медиа текстам: информационную, развлекательную, просветительскую, рекламную, идеологическую.

Специфика словарного оформления популярных экономических статей проявляется во взаимодействии трех подсистем: общеупотребительной лексики, общенаучных и специальных научных терминов; кроме того, слова и выражения «экономического характера» представляют собой определенные специфические группы, определяющие специфику общего экономического текста.

Язык средств массовой информации все больше привлекает языковедов, филологов, ученых, которые ищут в языке подтверждение значимости социальных процессов, выражение социальной оценки событий, истоков и значимости происходящих в языке процессов. Исследование языка средств массовой информации еще далеко от завершения, изучение языка СМИ перспективно, имеет целый ряд аспектов, которые ждут своих исследователей.

## 8. Выводы

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:

- События в политической и экономической жизни общества влияют на финансовую составляющую жизни людей и государства в целом; история денег связана с развитием экономической и политической жизни общества; деньги являются неотъемлемым компонентом социума и важным элементом системы ценностей;
- Целью коммуникативной функции финансового дискурса является передача информации, предоставление рекомендаций и анализа действий на финансовом рынке, оказание влияния на формирование определенного мнения у адресата. Методом распространения информации служат тексты современных СМИ;
- Причиной присвоения названия тем или иным денежным единицам являются такие факторы, как материал изготовления (*статеры, сребреники, златники*), способ изготовления (*рубль*), способ создания и функционирования (*криптовалюта*), мера веса (*фунт*), проба серебряного изделия (*стерлинги*);
- Массовый характер рассматриваемых экономических текстов обеспечивается набором различных средств, в том числе: сочетанием элементов разных стилей, введением слов и выражений, знакомых выражений, элементов языковой игры, «употреблением фразеологизмов с различным значением». Типы структур, их трансформации и переосмысление; Использование характеризующих слов в составе описательного определения, коннотаций и выражений косвенно отражает оценку описываемого явления.
- Финансовые тексты насыщены выразительными метафорами, которые строятся на основе обыденных, повседневных концептов жизни человека и в переосмысленном виде соотносятся с экономическими концептами.
- Поскольку финансовые тексты рассказывают об экономических событиях и процессах в разных странах мира, затрагивают реалии разных народов, они включают значительный процент культуры специфических единиц, которые в работе представлены в виде определенной классификации.
- Несмотря на то что мировая финансовая система сегодня намного сложнее, чем тысячи лет назад, и в историческом аспекте форма денег претерпела изменения, функции денег как всеобщего товарного эквивалента остаются неизменными с учётом их социально-экономической значимости, при этом концепты *деньги (money)* и *финансы (finance)* являются ключевыми в рамках финансового дискурса и играют важную роль в его формировании. *Деньги* и *money* воспринимаются в социуме как металлические, бумажные и электронные знаки, выполняющие функции средства платежа, являются мерой стоимости и средством сбережения.

## Список литературы:

1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл Текст. / Н.Д. Арутюнова. -М., 1976.-384 с.
2. Арутюнова, Н.Д. Истина. Фон и коннотация Текст. / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Культурные концепты. М., 1991.- 204 с.

3. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества Текст. / М.М. Бахтин. 2-е изд. - М., 1986.-445 с.
4. Борботько, В.Г. Общая теория дискурса Текст.: (принципы формирования и смыслопорождения): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / В.Г. Борботько. Краснодар, 1998. - 250 с.
5. Галкина, О.В. Метафора как инструмент познания Текст.: на материале терминов-метафор компьютерного интерфейса: дис. канд. филол. наук / О.В. Галкина. -М., 2005. 141 с.
6. Дейк ван, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация Текст.: пер. с англ. / Т.А. Ван Дейк; сост. В.В.Петрова; под ред. В.И.Герасимова; вступ. ст. Ю.Н. Караулова, В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1989. - 312 с.
7. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов Текст.: (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. - Изд. 2-е, стер. М.: Едиториал УРСС, 2005. - 287 с.
8. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов Текст.: (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. - Изд. 2-е, стер. М.: Едиториал УРСС, 2005. - 287 с.
9. Залевская, А.А. Текст и его понимание Текст. / А.А. Залевская. Тверь: ТверГУ, 2001. - 177 с.
10. Карасик, В.И. О типах дискурса Текст. / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. - С. 6-7.
11. Кубрякова, Е.С. Виды пространства текста и дискурса Текст. / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Категоризация мира: пространство и время. -М., 1997. - С. 19.
12. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем Текст. / Дж. Локофф, М. Джонсон // Теория метафоры. М., 1990. - С. 387-434.
13. Лейчик, В.М. Проблемы отечественного терминоведения в конце XX века Текст. / В.М. Лейчик // Вопросы филологии. 2000. - №2. - С. 20-30.
14. Николина, Т.С. Идиолектные основания текстового пространства Текст. / Т.С. Николина // Вестник Московского Университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. М., 2007. - № 3. - С. 134-143.
15. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности Текст. / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца XX века: сб. статей. М., 1995. - С. 43-44.
16. Стернин, И. А. Социальные факты и публицистический дискурс Текст. / И.А. Стернин // Массовая культура на рубеже XX-XX I веков: человек и его дискурс. М.: Азбуковник, 2003. - 368 с.
17. Шейгал, Е.И. Политический скандал как нарратив Текст. / Е.И. Шейгал // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. / Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград: Перемена, 1998. - С. 55-68.
18. Шилова, С.В. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации Текст.: дис. . канд. филол. наук / С.В. Шилова. — Спб., 1998. - 219 с.
19. Электронная версия журнала «Вопросы экономики»
20. Электронная версия журнала «Российский экономический журнал»