



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
<https://vfn-journal.ru>
2025, Том 5, № 5 / 2025, Vol. 5, Iss. 5 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 811.11-112

¹ Плеханова Е.А.

¹ *Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации*

Метафоры в языке экономической лингвистики (на материале заголовков интернет-СМИ)

Аннотация: целью данной статьи является определение сфер-источников формирования метафор в экономическом дискурсе, которые обозначают реалии российской экономики.

Фактическим материалом исследования послужили статьи экономического дискурса периодических, электронных, русскоязычных экономических изданий. В ходе исследования использовались следующие методы: стилистический анализ, контекстуальный анализ, дискурсивный анализ, количественный метод контент-анализа.

В ходе проведенного анализа заголовков СМИ были выявлены сферы-мишени метафорического присутствия, а также была использована формула количественной оценки использования метафор в экономическом дискурсе, на примере представленных сфер-источников метафорической экспансии «Человек», «Спорт», «Механизмы», «Транспорт», «Болезнь, медицина», которые оказываются продуктивными для создания различных типов метафорических моделей.

Основываясь на понятийной дифференциации сфер-источников метафорического моделирования, практическая значимость заключается в возможности применения результатов исследования в области экономической лингвистики и экономических знаний.

Ключевые слова: метафора, экономическая лингвистика, экономический дискурс, сферы-мишени, сферы-источники

Для цитирования: Плеханова Е.А. Метафоры в языке экономической лингвистики (на материале заголовков интернет-СМИ) // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 5. С. 127 – 132.

Поступила в редакцию: 22 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 03 мая 2025 г.; Принята к публикации: 19 мая 2025 г.

¹ Plekhanova E.A.

¹ *Financial University under the Government of the Russian Federation*

Metaphors in the language of economic linguistics (on the material of Internet media headlines)

Abstract: to determine the source spheres of the formation of metaphors that denote the realities of the Russian economy.

The factual material of the study was articles of economic discourse of periodical, electronic, Russian-language economic publications. The following methods were used in the course of the research: stylistic analysis, contextual analysis, discourse analysis, quantitative method of content analysis.

The analysis of media headlines revealed the target spheres of metaphorical presence, and a formula for quantitative assessment of metaphor use in economic discourse was used, using the example of the presented source spheres of metaphorical expansion “Man”, “Sport”, “Mechanisms”, “Transportation”, “Disease, medicine”, which turn out to be productive for creating different types of metaphorical models.

Based on the conceptual differentiation of spheres-sources of metaphorical modeling, the practical significance lies in the possibility of applying the results of the study in the field of economic linguistics and economic knowledge.

Keywords: metaphor, economic linguistics, economic discourse, target spheres, source spheres

For citation: Plekhanova E.A. Metaphors in the language of economic linguistics (on the material of Internet media headlines). Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (5). P. 127 – 132.

The article was submitted: April 22, 2025; Approved after reviewing: May 03, 2025; Accepted for publication: May 19, 2025.

Введение

«Медиа служат основным инструментом внедрения экономической лексики и экономических знаний, причем средства массовой коммуникации не только популяризируют знания в области экономики, но и воздействуют на адресата, рекомендуя модели поведения в той или иной экономической ситуации» [1, с. 214].

В.А. Гайдаренко считает, что «особое внимание представляет экономический дискурс из-за богатой метафорики» [2, с. 3]. «Дискурсивные особенности метафор и их аттрактивная функция в англоязычном и русскоязычном, финансовом дискурсе рассмотрены в работах Апресян К.Г. и Чугунова А.А. [3, 4].

Так, Апресян К.Г. будучи автором трудов по метафорике финансового дискурса, утверждает, что «метафорическое мышление в области финансов связано со способом понимания нового события, факта, состояния, процесса или знания. Термины-метафоры помогают адресанту передать необходимую информацию наиболее компактно и доступно, участвуют в процессе восприятия и осмыслиения событий в финансовом секторе общества и в то же время формируют у адресата определённое отношение к описываемым фактам» [5, с. 112].

«Ранее не существовавшие понятия и концепции обязательно требуют наименований, но далеко не всегда результатом является образование новых, никогда не находившихся в обиходе лексических единиц» [6]. Н.Ю. Тихонова обращает внимание, что «гораздо чаще такие феномены называются уже существующими словами, но в новых сочетаниях, комбинациях, функциях. Одним из важнейших источников образования новых терминов является метафора как средство вторичной номинации» [7, с. 9]. «Метафоры акцентируют внимание читателя на тех или иных экономических факторах, которые играют важную роль в жизни общества в определенный временной период» [2, с. 3].

Если в классической традиции метафора рассматривается как риторическая фигура, стилистический прием, направленная на обогащение поэтического текста и развитие эстетической функции, Плеханова Е.А. утверждает, что «метафору в современной когнитивистике принято определять, как ментальную операцию, как способ познания, концептуализации, категоризации, оценки и объяснения мира по аналогии» [8, с. 54].

Согласно Дж. Лакоффу и М. Джонсону, «...метафоры, структурируют не только язык, но и наше мышление, установки и действия» [9, с. 62-67]. Объяснение механизма аналогии – задача рассмотрения метафоры в когнитивистике. Позже Ф. Ницше также доказывал, что метафора – «один из важнейших элементов познавательной деятельности» [10, с. 398].

Обращение к заголовкам интернет-изданий («РБК», «Комсомольская правда», и др.) объясняется их высоким коммуникативным статусом, с помощью которого реализуется информационная и воздействующая функции новостных текстов.

Материалы и методы исследований

Объектом нашего исследования являются заголовки новостных текстов интернет-изданий, предметом изучения – метафоры, их разновидности и функциональные особенности в СМИ.

Материалом для изучения послужили интернет-источники: «47 Ньюс», «Banki.ru», «Комсомольская правда», «Коммерсант», «РБК». Методом случайной (вероятностной) выборки были определены для исследования журналы в период с 2019-2024 года издания.

В процессе работы использовались следующие методы: стилистический анализ, контекстуальный анализ, дискурсивный анализ, количественный метод контент-анализа.

Результаты и обсуждения

Основываясь на понятийной дифференциации сфер-источников метафорического моделирования, «в медийном экономическом дискурсе реализуются основные типы метафорических моделей, выделенные А.П. Чудиновым: антропоморфная метафора, социоморфная и артефактная» [11, с. 77-78].

Антропоморфные метафорические модели представляют группу сфера-источник «Человек» наиболее частотная по результатам анализа СМИ. Эти метафоры являются антропоморфными, представляют собой

эмоциональное и физическое состояние человека, его действия. Например: Промышленность проявила скромность; Решетников объяснил колебания курса рубля факторами спекулятивного характера; Рубль «показал зубы» доллару и евро, Легко ли майнингу в России?; Лунная соната биткоина: Почему резко взлетела криптовалюта и чего ждать дальше; Ипотека пытается стать доступнее; Длинные каникулы виноваты: будет ли отпуск в декабре выгодней, чем январский; Розыгрыш – это серьезно: как понять, что разыгрывают квартиры, а не вас; Своя крыша над головой, или жилье для россиян; «Она терпит бедствие»: сможет ли Китай снова разогнать экономику; Почему на пенсию лучше выходить молодым; Береженого вклад бережет.

В основе таких метафор в сфере-источник «Болезнь-медицина» лежит сравнение экономических феноменов с организмом больного человека: В России запретят брать ипотеку на срок свыше 30 лет: так Центробанк лечит свою "головную боль"; Весеннее экономическое обострение; Лечить болезнь, а не симптомы; Экономический оптимизм России выше, чем на Западе; Мировая торговля бьет рекорды, но новые тарифы грозят подорвать рост; Что с рублем – паника или случайная волатильность? «В ходе исследования нами были отобраны образцы метафорической экспрессии: 'здоровые компании', 'больные фирмы', 'экономическое лекарственное средство', 'симптомы корпоративной болезни', 'финансовая инъекция', 'артритические рынки', 'восстановление экономики' и многие другие» [8, с. 57].

Наиболее частотными в группе социоморфных метафорических моделей являются метафоры со сферой-источником «Спорт»: Рубль отыгрывает потери: чего ждать от национальной валюты дальше и в чем держать свободные деньги; Экономисты оценили риски «турецкого сценария» для России. Такое мнение высказали аналитики рейтингового агентства «Эксперт РА» в докладе «ДКП-2025: «в яблочко» или «в молоко?», представленном на семинаре 2 декабря (РБК следил за трансляцией).

Происхождение выражения «в яблоко» связано с метафорой стрельбы по яблоку. Если стрелок попадает в само яблоко, то это означает его точность и мастерство. Таким образом, «попасть в яблочко» стало символом достижения цели или выполнения задачи с высокой точностью и совершенством. «Молоко» – белое поле вокруг мишени. Попадание в эту зону не приносит очков, не засчитывается как результативный выстрел, является промахом. «Попасть в молоко» – промахнуться при броске или стрельбе.

Среди артефактных метафор, метафоры со сферой-источником «Механизмы» и «Транспорт» являются частотными при сплошной выборке в экономическом дискурсе: Куда едет Волгоград: в городе меняют линейную структуру общественного транспорта; Крупные госкомпании «переселяются» из Москвы в регионы: что это даст людям и экономике; «Метеор» от купюр: Стало известно, что изобразят на новой банкноте в 1000 рублей; Поворот на Восток: Как Амурская область строит для России новый международный транспортный коридор; Доллар и рубль продолжают «буксовать на обочине»; ЦБ тормозит покупки валюты – рублю нужен перерыв: что будет дальше?; Красная икра потихоньку становится золотой: что случилось с ценами на главный новогодний деликатес; «ЭРА-ГЛОНАСС» снизит нелегальный оборот древесины и поможет в тушении лесных пожаров; Рублю большое плавание; Эксперты рассказали, как членницы обходят взлет стоимости ипотеки; «Надувают» покупателей или взаимно сбивают цены? «Комсомолка» проверила, работает ли распродажа 11.11. Согласно «Толковому словарю русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова (1935-1940) взаимно, нареч. (простореч.) означает в самом деле, не шутя, подлинно.

Зерно по осени считают: главные итоги уборки урожая в России в 2024 году. Фраза «цыплят по осени считают» обрела более широкое значение – «не стоит рассчитывать на успех заранее». Похожее выражение есть и в английском языке: «don't count your chickens before they hatch» – «не считай своих цыплят, пока они не вылупились».

«Копить нельзя инвестировать»: эксперты рассказали, что делать со сбережениями в кризис. Данная метафора используется для описания двух взаимоисключающих возможностей, один из известных примеров амфиболии. Такие обороты в заголовках СМИ обращают на себя внимание своей многозначностью, заинтересовывают, увеличивают вероятность прочтения дополнительной (разъясняющей) информации.

Как отмечает А.П. Чудинов, «создаваемая человеком метафорическая картина мира в значительной степени антропоцентрична: как Бог создал человека по своему образу, так и человек метафорически создает (концептуализирует) действительность в виде некоего подобия своего тела и составляющих его органов, своих физиологических и иных действий, потребностей, своих генетических и иных связей с собственными родственниками» [12, с. 77].

В качестве основных параметров моделирования метафор в экономическом дискурсе признаются: комбинаторные возможности моделей, локализация в пространстве целого текста, динамика распределения метафорических моделей в тексте как системе.

В ходе исследования нами была использована формула количественной оценки использования метафор в экономическом дискурсе:

$$M = (\sum m_1 \times k_1) \div N \times 100\%$$

Где:

- M: Метафорическая насыщенность текста.
- $\sum m_1$: Сумма метафорических конструкций.
- k_1 : Коэффициент семантической значимости метафоры.
- N: Общее количество экономических терминов в тексте.

Метафорическая насыщенность (M) показывает процентное соотношение метафорических конструкций к общему объему экономических терминов, отражает интенсивность использования метафор в тексте.

Сумма метафорических конструкций ($\sum m_1$) представляет подсчет общего количества метафор в анализируемом тексте, каждая метафора учитывается индивидуально. Коэффициент семантической значимости (k_1) определяет смысловую нагрузку каждой метафоры, варьируется от 0 до 1. Зависит от контекста, оригинальности метафоры, глубины смыслового переноса.

Общее количество экономических терминов (N) служит знаменателем для нормализации результата, выражает подсчет всех профессиональных терминов в тексте.

Анализ распределения метафорических моделей в процессе поступательного развертывания в линейном ряду (О – 1) пространства осуществляется в соответствии с разработанным порядком действий: 1) происходит поиск метафор в тексте экономического дискурса, 2) определяется семантическая значимость каждой метафоры, 3) осуществляется процесс умножения количества метафор на их коэффициент, 4) происходит деление результата на общее число терминов, 5) выполняем умножение на 100% для получения процентного показателя.

Схематический расчет выглядит следующим образом: $M = (5 \text{ метафор} \times 0.7) \div 50 \text{ терминов} \times 100\% = 7\%$.

В материалах, посвященных экономическому дискурсу отмечается высокая активность использования антропоморфных метафор, 42% выявленных употреблений. Также в ходе анализа встречались примеры социоморфных метафорических моделей (например, «социальный организм» – 22 % употреблений, при этом артефактные метафоры (например, «механизм рынка») составили 36% случаев употребления.

Обратимся к основным функциям метафор в экономическом дискурсе, представляющих не просто стилистический прием, а выступающих инструментом глубокого понимания и интерпретации экономических явлений.

Таблица 1

Функции метафоры в экономических статьях.

Table 1

Functions of metaphor in economic articles.

№	Функция метафоры	Частота использования	Характеристика
1	Номинативная	Высокая	Называние экономических понятий
2	Поисковая	Высокая	Исследование и раскрытие экономических явлений
3	Эмоционально-оценочная	Средняя	Выражение эмоционального отношения к экономическим процессам
4	Кодировочная	Низкая	Систематизация экономической информации
5	Мнемоническая	Низкая	Облегчение запоминания экономических терминов
6	Комическая	Низкая	Создание юмористического эффекта

Таким образом, мы приходим к выводу, что использование метафор в экономическом дискурсе облегчает понимание сложных экономических процессов (наиболее часто метафора использовалась для номинации понятий и в поисковой функции), создает образность и эмоциональную окраску, активизирует когнитивное восприятие информации. Функции кодирования, облегчения запоминания, средства создания комического – реализовывались реже.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. В заголовках СМИ посвященных экономической тематике активно применяются различные типы метафор: антропоморфные, артефактные, социоморфные и др. Часто встречаются метафоры экономика как человеческое тело: термины «экономический рост», «корпоративная болезнь»; экономика как война: выражения, такие как «ценовая война», «корпоративные войны», «конкуренция на рынке»; экономика как природа: «поток капитала», «медвежий рынок»; экономика как машина: конструкции вроде «запуск продукта», «насыщение рынка». Данные метафоры помогают концептуализировать сложные экономические процессы, делая их более понятными.

Среди основных принципов использования метафор в экономическом дискурсе отмечаем трансформацию абстрактного в конкретное, видим данный подход в упрощении сложных экономических концепций, а также эмоциональное усиление восприятия информации.

Также метафоры в экономическом языке изменяются в зависимости от экономических условий и кризисов. В периоды стабильности часто используются метафоры роста и процветания, такие как «экономический подъем» или «цветущий рынок». Однако в условиях кризиса метафоры становятся более мрачными, например, «экономическая буря» или «финансовый коллапс». Эти изменения отражают текущее состояние экономики и помогают людям лучше понять сложные процессы, влияющие на их жизнь и бизнес.

Результаты и выводы, полученные в ходе исследования, позволяют определить перспективные проблемы в области анализа метафорических моделей, которые требуют дальнейшего изучения.

Анализ количественной оценки использования метафор в экономическом дискурсе открывает перспективы в экспериментальном определении когнитивного, информационного, воздействующего потенциала позиционного анализа метафорических моделей в пространстве целого текста.

Список источников

1. Китайгородская М.В. Современная экономическая терминология. Русский язык конца XX столетия. М.: Издательский дом «ЯСК», 1996. 473 с.
2. Гайдаренко В.А. Метафорика экономического дискурса (на материале русских и английских СМИ): монография. М.: Флинта, 2019. 48 с.
3. Апресян К.Г. Метафора как объект лингвистического исследования отраслевых иноязычных текстов: pragmatische // Роль и место лингвокультурной адаптации художественного текста в теории и практике перевода. Переводческие стратегии и тактики: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Москва, 23 декабря 2021 года. М.: Московский государственный областной университет, 2022. С. 6 – 15.
4. Чугунов А.А. Русскоязычный и англоязычный финансовый дискурс: метафоры как средство эмоционального воздействия на реципиента // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 3. С. 167 – 175.
5. Апресян К.Г. Англоязычные термины-метафоры в финансовом дискурсе и особенности их передачи на русский и французский языки // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 2. С. 110 – 121.
6. Malyuga E.N., Orlova S.N. Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities // In 8th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN). Barcelona: SPAIN, 2016. P. 7236 – 7241.
7. Анисимова А.Г., Тихонова Н.Ю. Категории терминов-метафор права в древнеанглийском и среднеанглийском языке // Вопросы прикладной лингвистики. 2022. № 46. С. 7 – 33.
8. Плеханова Е.А. Функционирование когнитивной метафоры в медиатексте онлайн-формата на примере итальянского языка // Вестник Нижневартовского государственного гуманитарного университета. 2011. № 4. С. 54 – 58.
9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
10. Ницше Ф. Об истине и лжи во времоральном смысле // Полное собрание сочинений. М., 1912. Т. 1. 475 с.
11. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2003. 248 с.
12. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2001. 1536 с.
13. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2003. 251 с.

References

1. Kitaygorodskaya M.V. Modern economic terminology. Russian language at the end of the 20th century. Moscow: Publishing house "YASK", 1996. 473 p.
2. Gaidarenko V.A. Metaphorics of economic discourse (based on Russian and English media): monograph. Moscow: Flinta, 2019. 48 p.
3. Apresyan K.G. Metaphor as an object of linguistic research of industry foreign-language texts: pragmatic. The role and place of linguocultural adaptation of a literary text in the theory and practice of translation. Translation strategies and tactics: materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. Moscow, December 23, 2021. Moscow: Moscow State Regional University, 2022. P. 6 – 15.
4. Chugunov A.A. Russian-language and English-language financial discourse: metaphors as a means of emotional impact on the recipient. Bulletin of Moscow University. Series 19. Linguistics and intercultural communication. 2014. No. 3. P. 167 – 175.
5. Apresyan K.G. English-language metaphorical terms in financial discourse and features of their transmission into Russian and French. Issues of modern linguistics. 2024. No. 2. P. 110 – 121.
6. Malyuga E.N., Orlova S.N. Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities. In 8th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN). Barcelona: SPAIN, 2016. P. 7236 – 7241.
7. Anisimov A.G., Tikhonova N.Yu. Categories of legal metaphor terms in Old and Middle English. Issues of Applied Linguistics. 2022. No. 46. P. 7 – 33.
8. Plekhanova E.A. Functioning of cognitive metaphor in online media text using the example of the Italian language. Bulletin of the Nizhnevartovsk State University for the Humanities. 2011. No. 4. P. 54 – 58.
9. Lakoff J., Johnson M. Metaphors We Live By. Moscow: Editorial URSS, 2004. 256 p.
10. Nietzsche F. On Truth and Lies in a Non-Moral Sense. Complete Works. Moscow, 1912. Vol. 1. 475 p.
11. Chudinov A.P. Metaphorical Mosaic in Modern Political Communication. Yekaterinburg, 2003. 248 p.
12. Kuznetsov S.A. Large Explanatory Dictionary of the Russian Language. St. Petersburg: Norint, 2001. 1536 p.
13. Chudinov A.P. Metaphorical Mosaic in Modern Political Communication: Monograph. Yekaterinburg: Ural. State Pedagogical University, 2003. 251 p.

Информация об авторах

Плеханова Е.А., кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, eaplekhanova@fa.ru

© Плеханова Е.А., 2025