

ФИЛОЛОГИЯ*(специальность: 10.02.19)*

УДК 81

К.В. Лешневская*Ростовский государственный**экономический университет (РИНХ)**г. Ростов-на-Дону, Россия**karina-shamraeva@mail.ru***РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ
«БИЗНЕС – ЭТО ИГРА» В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ****[Karina V. Leshnevskaya Representation of the conceptual metaphor
“Business is a game” in economic discourse]**

It is presented a study of the conceptual metaphor “Business is a game”, functioning in economic discourse. The concepts of metaphor and conceptual metaphor are considered, the process of its occurrence is described, the mechanism for creating the conceptual metaphor “Business is a game” is revealed. The analysis is based on the texts of publications containing a variety of lexical units that actualize the studied conceptual metaphor in economic discourse. The analysis involves building the structure of the conceptual metaphor “Business is a game”. The analysis is based on the principle of “bottom-up”, in stages – from the analysis of linguistic units of discourse to the construction of a cognitive model of the conceptual metaphor “Business is a game”. The article describes what features the meaning of the lexical unit “business” acquires in the context of the functioning of this metaphor in economic discourse.

Key words: discourse, economic discourse, metaphor, conceptual metaphor, frame, script.

Актуальность исследования определяется неоднозначностью представления метафоры в дискурсе. Метафора является глобальным понятием, которое сегодня рассматривается не только в рамках лингвистики или смежных наук (лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, социолингвистики), но и в таких науках, как психология, культурология, философия. В связи с этим можно утверждать, что изучение метафоры необходимо для обогащения имеющихся знаний о данном феномене и определения особенностей функционирования метафоры в сверхтекстовых структурах, например, дискурсе.

Исследование актуализации концептуальной метафоры «Бизнес – это игра» проводится на основе публикаций журнала «Эксперт» (проанализировано 20 публикаций), который носит экономическую направленность.

Известно, что существует несколько подходов к изучению дискурса, например, коммуникативный, структурно-синтаксический, структурно-стилистический и социально-прагматический [8, с. 33]. В результате изучения данных подходов выявлено, что дискурс рассматривается в различных его аспектах: обращение дискурса к прагматике, к типовым ситуациям общения, обращение дискурса к процессам, происходящим в сознании участников общения, обращение собственно к тексту. Данный факт дает основание полагать, что дискурс может быть интерпретирован и как процесс, и как результат – в виде фиксированного текста. В данной работе дискурс исследуется, в первую очередь, как когнитивный процесс, способствующий установлению связей между двумя разными сферами и тем самым ведущий к возникновению концептуальной метафоры; в результате этого процесса возникает конкретный текст, в котором данные связи проявляются, метафора актуализируется в определенных лексических единицах (ЛЕ).

Исследование проводится на основе изучения экономического дискурса. Обращение к экономическому дискурсу связано с особым положением, которое занимает экономика и ее дисциплины, и с той особой ее значимостью, которая характеризует социальную, экономическую, политическую сферы жизни общества. По мнению Томашевской, экономический дискурс «это "особый язык", обнаруживающий влияние широкого спектра экстралингвистических факторов и являющийся воплощением сложной системы экономических знаний говорящего социума» [7, с. 3].

В экономическом дискурсе, который приобретает черты публицистического, концептуальная метафора решает практическую задачу: призвана наиболее эффективно и ярко передать адресату текста информацию о каком-либо объекте, являющимся частью экономической сферы.

Если рассматривать метафору с точки зрения когнитивной лингвистики, то метафора, которая используется и в публицистическом дискурсе, является одним из средств когнитивного осмысления различных процессов дискурса. Метафора способствует осмыслению дискурсивных процессов и категориальному упорядочению концептов, составляющих дискурс. Внутренний анализ метафоры позволяет выявить когнитивные процессы, которые и ведут к систематизации и выявлению новых законов дискурса.

Метафора в целом и концептуальная метафора в частности возникают в процессе установления ассоциативных связей между предметами или явлениями.

ми. Существуют различные определения метафоры, выражающие одну и ту же суть данного явления. Например, А.П. Чудинов отмечает, что метафора – это основная ментальная операция, объединяющая две понятийные сферы и создающая возможность использования потенциальности структурирования сферы-источника с помощью другой, новой сферы [9, с. 7]. Иными словами, метафора возникает при уподоблении одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств и действий, характеризующих эти явления. С формальной точки зрения, метафорический перенос заключается в употреблении слова или словосочетания, которыми обозначаются одни объекты действительности, для наименования либо характеристики других объектов на основе установления условного тождества приписываемых им признаков.

Ассоциативные связи, возникающие при метафорическом переносе, имеют общепринятый характер или опираются на субъективно-авторскую оценку рассматриваемых явлений. Однако в концептуальной метафоре данное субъективное начало утеряно, поскольку она производится не в сознании и мышлении отдельного индивида (адресанта речи), а воспроизводится индивидом уже зафиксированная в «языковой и культурной традиции» [4, с. 11].

Возникновение концептуальной метафоры основывается на мифическом мышлении, способности человека осмысливать, интерпретировать действительность с помощью мифа. Основу такому пониманию механизмов создания метафоры заложил Э. Кассирер, который отмечает, что языку присуща концептуальная форма мифического мышления.

Данная мысль прослеживается в работе М. Блэка, посвященной изучению метафоры, где автор указывает, что «механизм метафоры заключается в том, что к главному субъекту прилагается система «ассоциируемых импликаций», связанных со вспомогательным субъектом» [2, с. 168]. Данные ассоциативные связи, о которых говорит исследователь, являются общепринятыми, т.е. восходящими к мифическому мышлению человека.

Указанные научные труды заложили основу исследования концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Авторы выявили, что устойчивые соответствия между областью источника и областью цели, установившиеся в языковой и культурной традиции того или иного коллектива, называются концептуальными метафорами. Суть концептуальной метафоры состоит в «понимании и переживании сущности (thing) одного вида в терминах сущности другого вида» [4, с. 126]

Концептуальная метафора выполняет в текстах функцию обогащения речи; метафора такого вида ближе к текстам публицистического стиля, чем поэтическая, которая намного чаще встречается в художественных текстах.

Известная концептуальная метафора «Жизнь – это игра» в специфическом дискурсе приобретает черты этого дискурса. Все составляющие экономического дискурса так или иначе затрагивают экономическую жизнь общества, куда включаются такие компоненты как бизнес, поэтому концептуальная метафора «Жизнь – это игра» конкретизируется, в результате чего трансформируется в концептуальную метафору «Экономическая жизнь – это игра» или «Бизнес – это игра». Н.Г. Мещанова отмечает, что задача метафоры в познании феномена игры состоит в том, что «метафора оказывается призмой, своеобразно укрупняющей, подчеркнуто акцентирующей наиболее значимые для языковой картины мира концептуальные смыслы игры» [5, с. 3]. В концептуальной метафоре «Бизнес – это игра» наиболее значимые смыслы игры проецируются на наиболее значимые смыслы бизнес-сферы, в результате чего можно составить адекватную картину восприятия данной сферы в сознании носителей языка.

Основываясь на определениях ЛЕ «игра», представленных в толковом словаре С.И. Ожегова, выделим основные смысловые признаки данного понятия. «Игра – 1. см. играть. 2. Занятие, служащее для развлечения, отдыха, спортивного соревнования. *Шахматная и. Спортивные игры. Азартные игры. Опасная игра* (переносное: о рискованном предприятии). 3. Комплект предметов для такого занятия. *Продажа детских настольных игр. Карточные игры*. 4. мн. Спортивные соревнования. *Олимпийские игры <...>*» [6, с. 188]. Основные семантические признаки, которые можно выделить из представленных значений, – это признаки «развлечение», «соревнование», «риск».

Рассмотрим, каким образом данные признаки реализуются в концептуальной метафоре «Бизнес – это игра». Следуя утверждению М. Блэка о том, что метафора представляет собой не цельный объект, а определенную систему [2, с. 159], рассмотрим концептуальную метафору как систему.

Метафора «Бизнес – это игра» распадается на несколько образных представлений, которые соответствуют тому или иному аспекту понимания бизнес-сферы.

Бизнесмен – это игрок.

Данный признак, который приписывается участникам бизнес-сферы, встречается в текстах достаточно часто; тексты не принадлежат одному авто-

ру и публикуются в разных номерах журнала. Этот факт указывает на устойчивость использования образного представления и указывает на наличие в структуре концептуальной метафоры «Бизнес – это игра» фрейма «участник игры». Рассмотрим на конкретных примерах.

В целом, мощности калийных игроков к 2031 г. значительно увеличатся (здесь и далее: примеры из журнала «Эксперт»). Игрок-участник бизнеса может быть крупным или мелким – это зависит от того, какими финансами (активами) он обладает: «Русбиоальянс», с его собственными производственными площадками и мощностями компаний-партнеров, расположенными в Карелии, Коми, Архангельской и Вологодской областях и ежегодно обеспечивающими выпуск более 35 тыс. тонн готовой продукции глубокой переработки, является крупным игроком.

Интерес к таким центрам проявляет и другой крупнейший игрок онлайн-рынка – компания Ozon. Денег инвестора вполне может хватить на поглощение более мелких игроков рынка.

В первом примере А1 – это крупный игрок, поскольку имеет свои производственные площадки и мощности, а значит может принести большую прибыль тому, кто с ним играет (сотрудничает). Мелкий же игрок (второй пример) чаще всего вынужден принимать правила игры крупного игрока. Крупный игрок может быть агрессивным, вести свою линию в игре благодаря своим большим финансовым возможностям:

Именно поэтому А1 заслужила репутацию весьма агрессивного игрока на рынке слияний и поглощений, с огромным потенциалом и развитым инструментарием.

Следующий пример позволяет выделить образное представление *Вхождение в рынок – начало игры: Вхождение в рынок такого крупного игрока как А1, обладающего дешевыми финансовыми ресурсами, повысит капитализацию отрасли, увеличит объемы производства продукции с высокой добавленной стоимостью и ее экспорт.*

Ведение бизнеса – процесс игры.

Процесс ведения бизнеса может быть охарактеризован в рамках концептуальной метафоры «Бизнес – это игра». Бизнес, как и игра, может быть честным или нечестным; это образное представление актуализируется в следующих примерах: *Долгое время отрасль находилась в тени, ведь игроки, работающие вбелую, были либо ориентированы на экспорт, либо несли весь объем налогового бремени.*

В этом высказывании содержится ЛЕ «[работать] «вбелую», т.е. выплачивать все налоги, не обманывать государство. Поскольку в предложении указывается ограниченное количество причин, побуждающих работать именно таким образом, можно предположить, что в большинстве случаев работа ведется иным образом. Связь с игрой здесь проводится использованием ЛЕ «игроки», поэтому бизнес, как игра, характеризуется как нечестный (нечестная игра).

Еще один пример перенесения признака «нечестный» на бизнес присутствует в следующем предложении: *Игра идет не на равных: для снижения выбросов парниковых газов предприятиями, как и для их адаптации к меняющимся климатическим условиям, нужны длинные и сравнительно дешевые деньги, прежде всего валюта для импортного оборудования. Но санкции наших «партнеров» сильно ограничивают возможности получения Россией зарубежных кредитов и технологий <...>*. Здесь использовано словосочетание *не на равных*, кто-то из игроков обладает преимуществом; кроме того, слово *партнеры*, употребленное в кавычках, указывает на отсутствие партнерских, равных отношений.

Вести бизнес, как и игру, нужно по определенным правилам; данное образное представление реализуется в следующем примере: *Проанализировав более 500 кейсов различных компаний, работающих с онлайн-продажами, мы пришли к выводу, что многие из них, даже очень крупные, не совсем понимают «правила игры» e-commerce образца 2019 г.*

Принятие решений – совершение ставок.

В процессе игры игроки делают ставки – это образное представление нашло место в структуре концептуальной метафоры «Бизнес – это игра»: <...> *Все крупнейшие игроки рынка уже давно осознали зависимость выручки бизнеса от скорости и качества доставки. Например, Wildberries изначально сделала ставку на логистическую стратегию развития <...>*. В данном примере содержится фразеологизм *делать ставку*, обозначая действие, определяющее стратегию ведения игры. Wildberries – это игрок, который делает ставку [на логистическую стратегию развития], чтобы получить выигрыш.

Ставки могут понижаться или повышаться – эта тенденция важна для всех участников игры, так как влияет на выбор стратегии игры и возможное получение выигрыша. Такое образное представление часто актуализирует исследуемую концептуальную метафору в тексте. *Из-за этого игроки рынка ждут, что ставки и дальше будут снижаться.*

«Уралкалий» пошел ва-банк. Крупнейший производитель калийных удобрений пытается удержать цены на калий, снижая объемы производства. Но эта жертва может оказаться напрасной. В данном примере используется ЛЕ *ва-банк*, который обозначает ставку в размере всех денежных средств, имеющихся в распоряжении игрока.

В игре совершение ставок связано с определенными рисками, поэтому данное представление также реализуется в структуре концептуальной метафоры «Бизнес – это игра»:

В то время <...> цена российских акций выглядела во много раз привлекательнее, даже с учетом рисков, связанных с экономическими и социальными проблемами России. Каждый игрок находится в условиях, где на его игру могут повлиять не зависящие от него обстоятельства, это тоже является риском: *Срыв сроков или накладки с качеством стройки играют против «Газпрома».* Игра может заканчиваться выигрышем либо проигрышем, как и бизнес может приносить прибыль или убыток; в этом случае можно говорить об образном представлении *Выигрыш или проигрыш – получение прибыли или убытка.*

Вслед за ключевыми ставками в минус начали уходить и ставки по бондам. В данном предложении используется фразеологизм из сферы биржевых игр «выходить в минус», т.е. растратить капитал и приобрести дополнительный долг; данная ЛЕ характеризует и бизнес-сферу.

Полученные фреймы, составляющие структуру концептуальной метафоры «Бизнес – это игра», позволяют построить сценарий развертывания метафоры следующим образом: *определение участников игры – начало игры – совершение ставок – выигрыш / проигрыш.*

В результате выявленных закономерностей можно утверждать, что в экономическом дискурсе реализуется концептуальная метафора «Бизнес – это игра», где под игрой подразумевается азартная игра (а не театральная или спортивная игра, поскольку перенос признаков происходит на основе семантических признаков ЛЕ *игра* «рискованное предприятие», «соревнование»). Однако нельзя не учитывать основной семантический признак данной ЛЕ – «развлечение», поскольку именно этот признак отделяет значение *игры* от значений других ЛЕ, которые можно сопоставить с *игрой* по признакам «рискованное предприятие» (например, афера) и «соревнование» (например, скачки, конкурс). Признак «развлечение» входит в структуру значения ЛЕ *бизнес* в

функционировании ее в контексте концептуальной метафоры «Бизнес – это игра». *Игра* обозначает, что процесс происходит в пространстве, оторванном от реальности, не совпадающим с тем, что происходит в действительности. В связи с данным фактом и *бизнес* характеризуется как процесс, происходящий в контексте действительных событий, регламентируемый правилами, в этот процесс можно войти ради получения прибыли и продолжать его либо выйти, потерпев убыток. Однако данный процесс не совпадает с реальностью, не является ее эквивалентом и не является существенной ее частью.

Метафора «Бизнес – это игра» репрезентирует ключевые идеи: «рискованность», «фальшь, обман», «успешность / неуспешность», «неравноценность участников процесса», «азарт».

Таким образом, в результате исследования выявлено, что концептуальная метафора «Бизнес – это игра» является структурной метафорой, где абстрактная сфера бизнеса упорядочивается, обретает конкретность с помощью переноса качеств и признаков элементов игры. Концептуальная метафора «Бизнес – это игра» представлена следующими фреймами: участник игры, процесс игры, совершение ставок, получение прибыли или убытка.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999.
2. Блэк М. Метафора // Теория метафоры / Под ред. Н.Д. Арутюновой. М.: Прогресс, 1990.
3. Кассирер Э. Философия символических форм. М.: Центр гуманитарных инициатив, 2015. Т. 2: Мифологическое мышление.
4. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Пер. с англ.; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004.
5. Мещанова Н.Г. Метафоры игры в русском языке: на материале образов театральной игры и азартной игры // Автореф. дис. канд. филол. наук. Самара, 2012.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: ООО «АТЕМП», 2006.

7. *Томашевская К.В.* Экономический дискурс современника в его лексическом представлении // Автореф. дис. докт. филол. наук. СПб., 2000.
8. *Хурматуллин А.К.* Понятие дискурса в современной лингвистике // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2009.
9. *Чудинов А.П.* Россия в метафорическом зеркале. Екатеринбург: УрГПУ, 2001.

R E F E R E N C E S

1. *Arutyunova N.D.* Language and the world of man. M.: Languages of Russian culture, 1999.
2. *Black M.* Metaphor // Theory of metaphor / Ed. N.D. Arutyunova. M.: Progress, 1990.
3. *Cassirer E.* Philosophy of symbolic forms. M.: Center for Humanity Initiatives, 2015. Vol. 2: Mythological thinking.
4. *Lakoff J., Johnson M.* Metaphors with which we live / Transl. from English. M.: URSS editorial, 2004.
5. *Meschanova N.G.* Metaphors of the game in Russian: based on the images of theatrical game and gambling // Thesis abstract. Samara, 2012.
6. *Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu.* Explanatory dictionary of the Russian language. M.: АТЕМР LLC, 2006.
7. *Tomashevskaya K.V.* The economic discourse of a contemporary in his lexical representation // Abstract thesis. SPb., 2000.
8. *Khurmatullin A.K.* The concept of discourse in modern linguistics // Scientific notes of the Kazan University. Series Humanities. 2009.
9. *Chudinov A.P.* Russia in a metaphorical mirror. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 2001.

9 января 2020 г.
