

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2025-111-4-151-159

ФРЕЙМ КАК СПОСОБ И РЕЗУЛЬТАТ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В МЕДИАДИСКУРСЕ

© *Ольга Кареновна Жегалина*

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия
olchik.zhegalina@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается структурированная экономическая картина мира в русскоязычном медиадискурсе, представленная в виде фреймово-слотовой модели и описании ее лексико-семантической организации. Выделены и представлены субфреймы и слоты в структуре фрейма «Экономика» в русскоязычном медиадискурсе, установлены их иерархические связи и проанализированы их лексическое наполнение. Доказывается перспективность применения методики фреймового анализа в описании лексической категоризации экономической картины мира в медиадискурсе. Установлено, что экономическая картина мира в медиадискурсе вербализуется единицами, образованными посредством процессов заимствования, метафоризации, терминологической деривации с учетом когнитивного контекста. Сделан вывод о том, что языковая экономическая картина мира представляет собой корреляцию наивной, профессиональной и научно-терминологической картин мира.

Ключевые слова: фрейм «Экономика», экономическая картина мира в медиадискурсе, фреймовая семантика, фреймовое моделирование, фреймово-слотовая модель.

Для цитирования: Жегалина О.К. Фрейм как способ и результат лексической категоризации экономической картины мира в медиадискурсе // Гуманитарные и социальные науки. 2025. Т. 111. № 4. С. 151-159. doi: 10.18522/2070-1403-2025-111-4-151-159.

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Frame as a way and result of lexical categorization of the economic worldview in media discourse

© *Olga K. Zhegalina*

Rostov State University of Economics (RSUE), Rostov-on-Don, Russian Federation
olchik.zhegalina@yandex.ru

Abstract. The aim of the paper is to structure the economic worldview in the Russian-language media discourse in the form of a frame-slot model and describe its lexical and semantic organization. The subframes and slots in the structure of the «Economy» frame in the Russian-language media discourse are identified and presented, their hierarchical relationships are established and their lexical content is analyzed. The article proves the prospects of using the methodology of frame analysis in describing the lexical categorization of the economic picture of the world in media discourse. It is established that the economic worldview in media discourse is verbalized by units formed through the processes of borrowing, the metaphorical formation process, terminological derivation, taking into account the cognitive context. It is concluded that the linguistic economic worldview is a correlation of naive, professional and scientific-terminological worldviews.

Key words: frame «Economics», the economic worldview in media discourse, frame semantics, frame modeling, frame-slot model.

For citation: Zhegalina O.K. Frame as a way and result of lexical categorization of the economic worldview in media discourse. *The Humanities and Social Sciences*. 2025. Vol. 111. No 4. P. 151-159. doi: 10.18522/2070-1403-2025-111-4-151-159.

Введение

Актуальность предпринятого исследования обусловлена тем, что изучение лексической категоризации экономической картины мира в медиадискурсе с позиций фреймовой семантики позволяет осмыслить когнитивный аспект формирования экономического медиадискурса. Экономика, являясь важнейшей частью существования современного социума и охватывая все сферы жизнедеятельности человек, оказывает влияние не только на культуру и менталитет этноса, но и на язык. В рамках исследования мы исходим из того, что значения лексических единиц в языковом сознании могут быть организованы в определенные структуры и представлены в виде фреймов. Эффективность метода фреймового моделирования относительно экономической картины мира в медиадискурсе обусловлено тем, что применение данной методики позволяет организовать лексическое наполнение по категориальному принципу в виде определенной иерархии и изучить специфику концептуализации и репрезентации исследуемой сферы экономического знания.

Как отмечает Н.Н. Болдырев, чтобы «проанализировать значение того или иного слова в когнитивном аспекте с позиций фреймовой семантики, необходимо установить когнитивный контекст, или область знания, которая лежит в основе значения данного слова, и определенным образом ее структурировать, показав какие участки этой области и каким образом (посредством какой схемы) переданы знаком, т.е. смоделировать фрейм, определяющий данное значение» [2, с. 45]. Таким образом, фрейм следует рассматривать как собой способ и результат категоризации экономической картины мира в медиадискурсе.

Материалом исследования послужили тексты аналитических, информационных и новостных статей, посвященные сфере экономике, финансов и бизнеса, опубликованные в цифровых общенациональных российских изданиях. Обращение к СМИ обусловлено тем, что именно медиадискурс транслирует «процессы постоянного изменения политической, экономической, социальной и культурной реальности, становящейся все более комплексной, информационно насыщенной и сложной для восприятия и описания» [18, с. 58]. Были проанализированы медиатексты из таких газет и журналов, как «Известия», «Российская газета», «Коммерсант», «Ведомости», «РБК daily», «Эксперт» и др. за 2020–2022 гг. Всего было проанализировано 1400 лексических единиц. В ходе исследования были использованы методы дефиниционного анализа, контекстуального анализа и фреймового моделирования.

Обсуждение

Экономическая картина мира репрезентирует экономические знания и экономические понятия, представляет собой «основу для интеграции разных сфер человеческой жизнедеятельности и включает в себя всю упорядоченную систему экономических знаний о действительности, которая формируется в общественном и индивидуальном сознании» [16, с. 71]. С.Н. Семенова и Л.Г. Аксютенкова рассматривают экономическую картину мира как результат социальной, креативной и духовной деятельности субъекта экономической сферы и науки [23]. Для изучения лексико-семантической репрезентации экономической картины мира в медиадискурсе нам представляется эффективным использование концепции фреймовой семантики. Понятие фрейма впервые было упомянуто в работах, которые посвящены вопросам разработки искусственного интеллекта, а также в исследованиях, связанных с цифровой репрезентацией информации [14].

В лингвистических исследованиях достаточно широко используется понятие фрейма Т. ван Дейка, который под фреймом понимает структуру знаний, сформировавшуюся «вокруг некоторого концепта, с которым и ассоциируется основная, типичная и потенциально важная информация» [7, с. 16]. Как отмечает Ч. Филлмор, фрейм – это категория с фиксированной структурой, набор понятий и схем [22]. По мнению многих исследователей, фрейм является структурой, схожей с концептом, но более сложной и объемной по структуре, а не по семантическому наполнению. Фрейм представляет со-

бой «объемный, многокомпонентный концепт, представляющий собой «пакет» информации, знания о стереотипной ситуации» [2, с. 36]; рассматривается как «когнитивная структура более высокого порядка, чем концепт, как тип взаимодействия между концептами, способ (форма) организации ментального пространства» [20, с. 42]. Фреймовый подход является «эффективным инструментом для построения когнитивной модели терминосистемы» [21, с. 67].

По нашему убеждению, использование метода фреймового моделирования как способа представлений структуры определенной понятийной сферы является актуальным для изучения особенностей концептуализации и вербализации экономической картины мира в медиадискурсе, т.к. фрейм тесно взаимосвязан с культурой и дискурсом [24]. Данный метод позволяет организовать лексическое наполнение данной сферы по категориальному принципу в виде определенной структурированной иерархии субфреймов и слотов и изучить специфику концептуализацию данной сферы знания. Вершиной иерархически организованной фреймовой структуры мы рассматриваем фрейм «Экономика» как самая крупная когнитивная единица, который распадается на субфреймы и слоты как более частные области фрейма. В ходе анализа практического материала установлено, что фрейм «ЭКОНОМИКА» в современном медиадискурсе представлен следующими субфреймами: «Бизнес», «Финансы», «Рынок», «Цифровая экономика», «Экономический кризис», каждый из которых распадается на слоты.

Субфрейм 1. «Бизнес» репрезентирует информацию о долгосрочных контрактах, товарах и услугах, экспорте и импорте товаров, карьере, о рейтинге богатейших людей мира и пр. В структуре субфрейма «Бизнес» выделены следующие слоты: «Прибыль», «Товары и услуги», «Карьера». Рассмотрим подробнее их лексическое наполнение.

Слот 1.1. «Прибыль» содержит информацию о доходах, выручке, приходе, деньгах: *выручка, деньги, доходы, барыши, потолок цен, рекордная прибыль, феноменальная прибыль, чистая прибыль, рекордные дивиденды, индекс бизнес-климата, приход, оборот* и др. Например: *Увеличение чистой прибыли российского финансового конгломерата Сбербанк за ноябрь на 22,7% в годовом выражении свидетельствует о позитивной тенденции, которая может привести к ускорению подъема ценных бумаг компании* [6]. В данном примере употребляется экономический термин «чистая прибыль».

Прибыль репрезентируется не только терминологическими единицами, но и разговорной лексикой, например: *Торгуемые индексные фонды на базе драгоценных металлов – золота, серебра и палладия – уже несколько лет приносят большие барыши* [3]. Слово «барыш» по Толковому словарю русского языка – это «прибыль, материальная выгода» с пометой разг. [15].

Слот 1.2. «Торговля, товары и услуги» содержит информацию о торговых площадках, о продажах продуктов питания, одежды и обуви, мебели, техники, автомобилей и других товаров: *маркетплейсы, продажа, торговая площадка, спрос, торговля, интернет-магазин, торговые сети, долгосрочный контракт, торги на электронной торговой площадке, свободная торговля, розничные продажи, поставки продукции, экспортная перевалка грузов, ввоз товаров, объем глобальной торговли, спрос и предложение, «юанизация» внешней торговли, стопроцентный кешбэк, традиционные распродажи в конце года, черная пятница, скидки* и др. Например: «*Черная пятница*» в России в 2022 г.: *даты, товары, скидки. История появления, акции и советы, как сэкономить* [17].

Слот 1.3. «Карьера» реализуется в дискурсе СМИ лексическими единицами, репрезентирующими понятия, связанные с карьерными перспективами, с поиском высокооплачиваемой работы: *предприниматели, бизнесмены успешный стартап, топ-менеджеры, институт джоб-оффера, фрилансеры, высокооплачиваемая работа, подбор кадров, корпоративная культура работодателя, служба подбора, преодолеть «стеклянный потолок», кадровая ситуация, риск увольнения, лидеры бизнеса, методы карьерной борьбы* и др. Например: *Хотя женщины в течение последнего десятилетия состав-*

ляют 70% на госслужбе всех уровней, они сталкиваются с двумя проблемами: это проблемы *«стеклянного потолка»* (труднее продвигаться на верхние позиции) и *«стеклянных стен»* (труднее продвигаться в отраслях, которые считаются мужскими), отмечали исследователи [4]. В данном примере используется заимствованная из английского языка метафора *«стеклянный потолок»* (англ.яз. *«glass ceiling»*) для обозначения барьера для карьерного роста женщин.

Отметим частотность использования англоязычных заимствований в экономическом медиадискурсе, например: *несмотря на то что джоб-оффер занял свою нишу в HR-процессах* российского бизнеса, *юридического статуса он на сегодня не имеет* [5]. В данном случае используются англоязычные заимствованные экономические термины *«джоб-оффер»* (англ. яз. *«job offer»*) и *«HR-процессы»* (процессы управления персоналом). В первом случае это заимствование, образованное путем транслитерации, а во втором случае наблюдается использование иноязычного вкрапления.

Субфрейм 2. **«Финансы»** включает в себя три слота **«Банки»**, **«Налоги и страхование»**, **«Бюджет»** и объективирует информацию о зарплатах, инфляции, банковских вкладах, курсе рубля и доллара, дефиците бюджета.

Слот 2.1. «Банки» вербализуется преимущественно терминологическими единицами и терминологическими сочетаниями: *пассивы и активы, ключевая ставка, внешне-торговые расчеты, девальютизация, валюта, валютные депозиты, депозиты с повышенными ставками, сервис MirPay, Национальная система платежных карт (НСПК), кредитные организации, средневзвешенная ставка по вкладам, золотовалютные резервы (ЗВР), денежно-кредитная политика, рост кредитной нагрузки* и др.

Слот 2.2. «Налоги и страхование» содержит информацию о налоговой системе, налогообложении и страховании: *налогообложение, страхование вкладов, страховой агент, перестраховочные мощности, имущественные риски, страховые резервы, страховка от процентного риска, флоатеры, линкеры, налоговые льготы, обнуление налога на прибыль, пониженные страховых взносов, ввозные НДС, акцизы, пошлины, уплата налога на имущество, упрощенная система налогообложения (УСН), налоговое бремя* и др. Данный слот вербализуется терминами (*ввозные НДС, акцизы*) и метафорическими терминами (*налоговое бремя*).

Слот 2.3. «Бюджет» репрезентируются лексическими единицами, которые актуализируют информацию о доходах бюджета, о благосостоянии, дотациях, дефиците бюджета, о зависимости бюджета от цен на нефть и др.: *увеличение бюджета, профицит бюджета, снижением дефицита, оптимизировать бюджет, федеральный бюджет, оборонный бюджет, снизить зависимость от зарплаты, укладываться в бюджет, дыра в бюджете, дефицит бюджета, бюджетный фундамент, льготные кредиты, профицит, прогнозные показатели доходов федерального бюджета, Резервный фонд* и др. Данный слот реализуется экономическими терминами и сочетаниями с компонентом *«бюджет»*.

Субфрейм 3. **«Рынок»** содержит актуальную для читателей информацию о биржах, брокерах, вкладах, инвестициях, торгах, акциях, о «быках» и «медведях», ценных бумагах, рынках недвижимости и др. В медиадискурсе данный субфрейм представлен слотами **«Биржа»**, **«Недвижимость»**, **«Инвестиции»**, **«Маркетинг»**.

Слот 3.1. «Биржа» репрезентируется следующими единицами: *фондовый рынок, ценные бумаги, брокерский счет, трейдеры, услуги брокера-консультанта, брокеры, рынок акций, замороженные активы, фьючерсы, опционы, замораживание найма, непрофильные активы, казначейские и ипотечные облигации, экспортно-импортные расчеты в «недружественных» валютах, торги, операции на денежном рынке, биткойн-биржа* и др. Данный слот в дискурсе СМИ реализуется преимущественно финансово-экономическими терминами.

Слот 3.2. «Недвижимость» представлен лексическими единицами, которые актуализируют информацию о рынке недвижимости, возможностях приобретения недвижимости или аренде жилья: *рынок жилья, льготная ипотека, дорогие локации, спрос на загородном рынке, риэлторы, рынок недвижимости, ипотека, развитие альтернативных форм жилья, премиальный небоскреб, аварийный жилой фонд, новостройки элитного сегмента, коммерческая недвижимость, объекты индивидуального строительства, Национальное агентство малоэтажного и коттеджного строительства, сектор жилищного строительства, цены на новостройки, стоимость жилья и др.*

Слот 3.3. «Инвестиции»: *инвесторы, железобетонные инвестиции, криптокошельки, операционная и инвестиционная активность, короткие облигации, дивиденды и монетизация непубличных активов, котировки инвестиционной компании, финансовые показатели, инвестиционная привлекательность, кластерные инвестиционные платформы, инвестиционные активы, дивидендная политика, диверсификация инвестиционного портфеля и др.* Анализ материала показал, что данный слот актуализируется в медиадискурсе экономическими терминами, метафорическими терминами и метафорическими сочетаниями. Например: **Железобетонные инвестиции.** *Заработать на инвестициях в недвижимость и собрать бюджет на строительный проект можно будет на одном сайте [10].* В данном примере используется метафорическое сочетание «железобетонные инвестиции» в значении «надежные инвестиции».

Слот 3.4. «Маркетинг» содержит информацию о торгово-коммерческих отношений между потребителями и товаром, рекламе и связью с общественностью по продвижению товаров, торговых выставках и презентациях: *эффективный маркетинг, оптимизация бизнес-процессов, запуск креативных брендов, департамент инфлюенсер маркетинга, рынок инфлюенс маркетинга, рекламный бизнес, сопредседатель комитета по Influencer Marketing, увеличение перформанс-показателей, стриминг-сервис, развитие франшиз, кросс-канальная коммуникация, бренд рекламодателя и др.* Анализ показал, что данный слот реализуется преимущественно англоязычными заимствованиями, переданными на русский язык транслитерацией, транскрипцией, а также англоязычными вкраплениями.

Субфрейм 4. «**Цифровая экономика**» актуализирует информацию об инновациях, новейших цифровых технологиях и цифровых изменениях в сфере экономики и бизнеса, цифровой экономической безопасности. Анализ медиатекстов позволил выделить в структуре данного субфрейма слоты «**Технологии и инновации**», «**Кибербезопасность**».

Слот 4.1. «Технологии и инновации» содержит информацию о возможностях и перспективах внедрении технологии ИИ в экономику, финансы и бизнес: *большие данные (Big Data), технология блокчейн, IT-инфраструктура, интеллектуальные транспортные и телекоммуникационные системы, цифровизация бизнеса, рынок корпоративных хранилищ данных, онлайн-банкинг, электронные платежи, скоринговые модели для оценки кредитных рисков, инвестиционные роботы-советники, облачное хранение информации, криптовалюта, P2P-кредитование, внедрение AI-инструментов, использование VR- и AR-технологий и др.*

Слот 4.2. «Кибербезопасность» содержит информацию о технологиях защиты цифровой экономики от угроз кибератак: *рынок информационной безопасности, киберпреступники, облачная кибербезопасность, директор по клиентской безопасности, киберстрахование, кибермошенничество, защита цифровых активов, страхование от киберрисков, онлайн-преступность и др.*

Анализ практического материала показал, что слоты данного субфрейма вербализуются двухсоставными и трехсоставными терминами, заимствованными из английского языка и переданными на русский язык путем транслитерации, транскрипции, калькирования (блокчейн, краудфандинг, ddos-атаки на финансовую отрасль, онлайн-банкинг).

Субфрейм 5. «**Экономический кризис**». Анализ экономических и общественно-политических медиатекстов российских Интернет-изданий позволил выделить субфрейм «**Экономический кризис**», который включает в себя информацию о снижении экономической активности, санкциях, инфляции, коррупции, проявлениях теневой экономики и борьбе с ней. Данный субфрейм представлен слотами «**Инфляция**», «**Санкции**», «**Теневая экономика**», которые репрезентируют содержание субфрейма.

Слот 5.1. «Инфляция» вербализуется в дискурсе СМИ следующими лексическими и терминологическими сочетаниями: *экономическая нестабильность, спад, долг, банкротство, снижение кредитных рейтингов, дефолт, инфляционные риски, инфляционная спираль, борьба с инфляцией, высокая глобальная инфляция, рекордная инфляция, рост инфляции, снижение инфляции, антиинфляционный фактор, разогнавшаяся инфляция, бюджетный дефицит, замедление инфляции* и др. В медиадискурсе инфляция репрезентируется преимущественно метафорой, например: «*Чтобы успокоить бизнес и не допустить сползания экономики в инфляционную спираль, на его взгляд, хорошо работает контроль цен, причем по всем ключевым производственным цепочкам, чем, собственно, и занимается сейчас правительство*» [11]. Термин «*инфляционная спираль*» употребляется в сочетании с метафорой «*сползание экономики*» (сфера-источник «движение»). Инфляция репрезентируется метафорами со сферой-источником «еда». **Инфляция салатного типа** [12]. В приведенном примере рост цен как один из проявлений инфляции репрезентируется метафорой «инфляция салатного типа», сферой-источником которой является «еда», а вернее «салат».

Слот 5.2. «Санкции» вербализуется в дискурсе СМИ следующими лексическими единицами: *запрет на экспорт, конфискация собственности, ограничительные меры, усиление санкций, пакет санкций, обход санкций, масштабные санкции, широко-масштабные санкции, беспрецедентные санкции, персональные санкции, ослабить санкции, политика санкций, инструменты санкций, мишень для санкций, штормит от санкций, смягчить удар санкций, снятие санкций* и др. Сочетание «экономические санкции» в последнее время достаточно часто встречается в газетах и журналах, посвященных экономике и бизнесу. Например: «*Будапешт штормит от санкций*» [13].

Слот 5.3. «Теневая экономика». Наиболее частотными вербализаторами данного слота являются лексические и терминологические единицы, раскрывающие незаконный формат работы бизнеса в экономике: *теневой бизнес, теневой оборот, теневой рынок, теневые продавцы, теневые площадки, отмывания денег, коррупция, взятки, теневые финансовые услуги, черный рынок, утечка капиталов, спекулятивные сделки, взяточничество, мошенничество, псевдобанкротство, незаконное уклонение от налогов, неплательщи, отмывание «грязных» денег, незаконные финансовые услуги, неконтролируемые потоки «горячих денег», зона серой экономики, нелегальный рынок, офшорные финансовые центры* и др. Термины «теневая экономика», «серая экономика», «черный рынок» представляет собой метафорические термины со сферой-источником «цвет». Темный цвет репрезентирует что-то скрытое, т.е. незаконное. Например: *Ликвидация этого инструмента для отмывания денег позволила значительно затруднить доступ к сектору незаконных финансовых услуг, повысить законопослушность кредитных и некредитных организаций, в ряде случаев – сделать теневой бизнес невыгодным для потребителей, подчеркивается в отчете службы* [9].

Установлено, что в современных медиатекстах наиболее частотными в употреблении вербализаторами данного субфрейма являются единицы «инфляция» и «санкции».

Выводы

Метод фреймового моделирования позволил представить экономическую картину мира в современном медиадискурсе в виде структурированной иерархии субфреймов и слотов, которые соединены посредством родовидовых связей. Было проанализировано 1400 лексических единиц, извлеченных из медиатекстов, посвященных сфере экономи-

ке, финансов и бизнеса, опубликованные в цифровых общенациональных российских изданиях. Фрейм «Экономика» репрезентируется 5 субфреймами: «Бизнес», «Финансы», «Рынок», «Цифровая экономика», «Экономический кризис». Субфрейм «Бизнес» (302 ЛЕ) представлен тремя слотами: «Прибыль» (39% лексических единиц), «Товары и услуги» (37% ЛЕ), «Карьера» (24% ЛЕ). Субфрейм «Финансы» (288 ЛЕ) включает в себя также три слота «Банки» (35% ЛЕ), «Налоги и страхование» (34% ЛЕ), «Бюджет» (31% ЛЕ). Субфрейм «Рынок» (278 ЛЕ) представлен четырьмя слотами «Биржа» (32% ЛЕ), «Недвижимость» (30% ЛЕ), «Инвестиции» (21% ЛЕ), «Маркетинг» (17% ЛЕ). В структуре субфрейма «Цифровая экономика» (279 ЛЕ) выделено два слота «Технологии и инновации» (51% лексических единиц) и «Кибербезопасность» (49% ЛЕ). Субфрейм «Экономический кризис» (253 ЛЕ) включает в себя три слота «Инфляция» (37% ЛЕ), «Санкции» (35% ЛЕ), «Теневая экономика» (28% ЛЕ).

Экономическая картина мира в медиадискурсе вербализуется преимущественно профессиональной и терминологической лексикой, а также общеупотребительной лексикой. Установлено, что значительное число экономических терминов коннотативно окрашено, так как их переход из общеупотребительной лексики в сферу языка для специальных целей обусловлен метафорическим переосмыслением ключевых понятий экономической сферы в дискурсе СМИ.

Список источников

1. Ачилова Е.Н. Экономический дискурс как разновидность институционального: квалификация и структура // Культурная жизнь Юга России. 2009. № 3(32). С. 94–96.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций (по английской филологии). Тамбов, 2001. 123 с.
3. Ведомости. – URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2022/11/09/949415-nazivayut-semyu-i-otsutstvie-zainteresovannosti-v-biznese-prepyatstviem-dlya-karernogo-rosta> (дата обращения 27.01.2025).
4. Ведомости. – URL: https://www.vedomosti.ru/management/articles/2022/11/23/951635-dzhob-offer-predlozhenie-ot-kotorigo-legko-otkazatsya?from=copy_text (дата обращения 27.01.2025).
5. Ведомости. – URL: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2012/05/24/amerikanskije_kompanii_protiv_planov_jpmorgan_sozdat_fond_na (дата обращения 27.01.2025).
6. Газета.ру. – URL: www.gazeta.ru/business/news/2022/12/08/19219933.shtml (дата обращения 15.02.2025).
7. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
8. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.
9. Известия – URL: <https://iz.ru/1373350/natalia-ilina/kesh-bystrogo-prigotovleniia-likvidirovany-19-otmyvochnykh-s-milliardnymi-oborotami> (дата обращения 18.02.2025).
10. Коммерсант – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5395501> (дата обращения 20.02.2025).
11. Коммерсант – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5502448> (дата обращения 11.02.2025).
12. Коммерсант – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5618497> (дата обращения 20.02.2025).
13. Коммерсант – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5719165> (дата обращения 20.02.2025).
14. Минский М. Фреймы для представления знаний / Пер. с англ. О.Н. Гринбаума; под ред. Ф.М. Кулакова. М.: Энергия, 1979. 151 с.
15. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: ООО «ИТИ ТЕХНОЛОГИИ», 2003. 944 с.
16. Попова Е.А. Человек как основополагающая величина современного языкознания // Филологические науки. 2002. № 3. С. 69–77.

17. РБК – URL: <https://www.rbc.ru/life/news/636b7aa19a7947229e6d5337> (дата обращения 26.12.2025).
18. *Рогозина И.В.* Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект. М.–Барнаул, 2003. 289 с.
19. *Солодовникова Т.В.* Специфика современного экономического дискурса как категории // *Экономическая наука сегодня*. 2017. № 5. С. 80–86.
20. *Тарасова И.А.* Фреймовый анализ в исследовании идиостилей // *Филологические науки*. 2004. № 4. С. 42–49.
21. *Трофимова Н.А., Щитова О.Г.* Когнитивно-фреймовое моделирование терминосистемы предметной области «Строительные материалы» в русском языке XXI века // *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2022. Вып. 1 (219). С. 65–75.
22. *Fillmore Charles J.* Frames .and the semantics of understanding-Text. *Quaderni di Semantica*, 1985. Vol. 6. No. 2. Pp. 222–254.
23. *Semenova S.N., Aksyutenkova L.G.* Cognitive-Pragmatic Interpretation of Linguistic Personality (on the example of market-economic terminology) // *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2020. No. 11 (4). Pp. 760–774.
24. *Van Dijk TA.* Analyzing frame analysis: A critical review of framing studies in social movement research // *Discourse Studies*. 2016. No. 25(2). Pp. 153–178.

References

1. *Achilova E.N.* Economic discourse as a kind of institutional: qualification and structure // *Cultural life of the South of Russia*. 2009. No. 3(32). P. 94-96.
2. *Boldyrev N.N.* Cognitive semantics: a course of lectures (on English philology). Tambov, 2001. 123 p.
3. Vedomosti. – URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2022/11/09/949415-nazivayut-semyu-i-otsutstvie-zainteresovannosti-v-biznese-prepyatstviem-dlya-karernogo-rosta> (accessed 27.01.2025).
4. Vedomosti. – URL: https://www.vedomosti.ru/management/articles/2022/11/23/951635-dzhob-offer-predlozhenie-ot-kotorogo-legko-otkazatsya?from=copy_text (accessed 27.01.2025).
5. Vedomosti. – URL: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2012/05/24/amerikanskije_kompanii_protiv_planov_jpmorgan_sozdat_fond_na (accessed 01/27/2025).
6. Gazeta.ru– URL: www.gazeta.ru/business/news/2022/12/08/19219933.shtml (accessed 15.02.2025).
7. *Dijk T.A. wang.* Language. Cognition. Communication. M.: Progress, 1989. 312 p.
8. *Zherebilo T.V.* Dictionary of linguistic terms. Nazran: Pilgrim, 2010. 486 p.
9. Izvestiya – URL: <https://iz.ru/1373350/natalia-ilina/kesh-bystrogo-prigotovleniia-likvidirovany-19-otmyvochnykh-s-milliardnymi-oborotami> (accessed 18.02.2025).
10. Kommersant – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5395501> (accessed 20.02.2025).
11. Kommersant – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5502448> (accessed 11.02.2025).
12. Kommersant – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5618497> (accessed 20.02.2025).
13. Kommersant – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5719165> (accessed 20.02.2025).
14. *Minsky M.* Frames for the representation of knowledge / Translated from English by O.N. Grinbaum; edited by F.M. Kulakov. M.: Energiya, 1979. 151 p.
15. *Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu.* Explanatory dictionary of the Russian language / Russian Academy of Sciences. V.V. Vinogradov Institute of the Russian Language. 4th ed., additional edition, M.: ITI TECHNOLOGIES LLC, 2003. 944 p.

16. *Popova E.A.* Man as a fundamental value of modern linguistics // *Philological sciences*. 2002. No. 3. P. 69-77.
17. RBC – URL: <https://www.rbc.ru/life/news/636b7aa19a7947229e6d5337> (accessed 26.12.2025).
18. *Rogozina I.V.* The media picture of the world: a cognitive and semiotic aspect. Moscow–Barnaul, 2003. 289 p.
19. *Solodovnikova T.V.* The specifics of modern economic discourse as a category // *Economic science today*. 2017. No. 5. P. 80-86.
20. *Tarasova I.A.* Frame analysis in the study of idiostyles // *Philological sciences*. 2004. No. 4. P. 42-49.
21. *Trokhimova N.A., Titova O.G.* Cognitive-dynamic modeling of the information system “Building materials” in Russia. The language of the 21st century // *Bulletin of Tomsk State University*. 2022. Issue 1 (219). P. 65-75.
22. *Fillmore, Charles J.* Frames and semantics of text understanding. *Four Semantics*, 1985. Volume 6. No. 2. P. 222-254.
23. *Semenova S.N., Akstyutenkova L.G.* Cognitive-pragmatic interpretation of linguistic personality (on the example of market and economic terminology) // *Journal of Linguistics, Semiotics and Semantics RUDN*. 2020. No. 11 (4). P. 760-774.
24. *Van Dijk TA.* Frame Analysis: A Critical Review of Framing Studies in Social Movement Studies // *Discourse Studies*. 2016. No. 25(2). P. 153-178.

Статья поступила в редакцию 24.02.2025; одобрена после рецензирования 10.03.2025; принята к публикации 10.03.2025.

The article was submitted 24.02.2025; approved after reviewing 10.03.2025; accepted for publication 10.03.2025.