

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

УДК 811.161.1'373.612.2:070

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-7-66-70

## МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНФЛЯЦИИ В РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ\*

*О. Н. Кондратьева, И. А. Баумтрок*

*Кемеровский государственный университет, Кемерово*

Статья посвящена описанию особенностей метафорической репрезентации экономического концепта «инфляция» в российском медиадискурсе. Описаны антропоморфная, зооморфная, натурморфная, милитарная, спортивная метафорические модели, определена их роль в создании образа инфляции в сознании рядовых носителей языка, установлен прагматический потенциал данных моделей, эксплицированы оценки инфляции, формируемые массмедиа. Установлено, что российские средства массовой информации создают достаточно негативный образ инфляции как некоей силы, угрожающей нормальной жизни общества, регулярно подчеркивают необходимость жесткого контроля над данным явлением и указывают на необходимость его преодоления.

**Ключевые слова:** *концептуальная метафора, метафорическая модель, концепт, медиадискурс, инфляция.*

Средства массовой информации традиционно являлись одним из наиболее авторитетных источников получения информации о событиях, людях, фактах. В современном мире массмедиа не только транслируют информацию, но и оказывают существенное влияние на человека, создают определенную картину мира, формируют и транслируют адресатам новые стереотипы, модели поведения и образа жизни, вырабатывают и предлагают свою оценку представленных в публикациях событий, фактов, явлений [1–4]. Поэтому для современной лингвистики «наибольший интерес представляет прагматика медиатекстов, особенности их воздействия на массовую аудиторию» [5, с. 27].

Одним из наиболее мощных способов воздействия на читателя является концептуальная метафора, увеличивающая информативную ценность и образность сообщения с помощью ассоциаций, вызываемых переносным употреблением слова, устанавливающая в сознании читателей аналогии между новой информацией и уже имеющейся, помогающая осмыслить происходящее в терминах иных понятийных областей (театра, спорта, криминала, родства, техники, мира природы и т. д.), формирующая соответствующее эмоциональное отношение читателей к обсуждаемым проблемам [6–8].

Использование концептуальных метафор в медиадискурсе позволяет избежать прямого декларирования своей позиции, навязывания своей точки зрения, оно

оставляет возможность читателю интерпретировать происходящее самостоятельно (но в заданном массмедиа направлении), т. е., по сути, создает у читателя иллюзию объективности изложения, соответственно, процесс влияния на читателя становится имплицитным, неявным, а потому и более эффективным.

В данной статье рассматривается специфика метафорической репрезентации концепта «инфляция» в российских массмедиа XXI в. Концепт «инфляция» выбран в качестве объекта исследования ввиду того, что анализируемое экономическое понятие является одним из значимых для современного общества и может послужить некоторым «коррелятом» для понимания не только сложившейся экономической ситуации, но и для понимания языкового сознания, установления когнитивных механизмов категоризации действительности.

Анализ материала СМИ позволит сделать выводы о том, как трактуется в российских массмедиа инфляция, какие смыслы вкладывают в это понятие журналисты, эксплицировать оценку данного явления. Подобная информация, на взгляд авторов, поможет специалистам в области экономики, политологии и представителям СМИ «избежать коммуникативных неудач и конфликтов интерпретаций, сделает процесс распространения информации и воздействия на адресата более эффективным» [9, с. 46].

Цель данной статьи – анализ всех непрямых, то есть не зафиксированных в словарях, толкований

\* Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РГНФ, проект 15-04-00311 «Лингвокогнитивный анализ конфликтов в сфере обыденной политической коммуникации».

концепта «инфляция» в российских массмедиа и исследование метафор, репрезентирующих данный концепт.

Материалом исследования являются тексты российских средств массовой информации XXI века (2000–2015 гг.), представленные в газетном подкорпусе Национального корпуса русского языка.

При анализе медиатекстов на наличие толкований термина «инфляция» по модели «Инфляция – это...» было выявлено, что помимо прямых толкований вида: *Пропорту растёт цена товара. Это и есть то, что мы называем «инфляция»* (Комсомольская правда. 2012); *Но инфляция, то есть общее подорожание товаров и услуг, в нынешнем году все еще отстаёт от прошлогодней* (Труд-7. 2007) нередко встречаются толкования с добавленным смыслом, выраженным посредством метафоры, и содержащие оценочный компонент: *Инфляция – это бич западного мира последних десятилетий* (Комсомольская правда. 2012); *Только официальная инфляция – это разговор ни о чём* (Комсомольская правда. 2012).

В процессе анализа языкового материала на основе классификации, предложенной А. П. Чудиновым [8], были выявлены наиболее частотные метафорические модели, задействованные в осмыслении инфляции в российских массмедиа. Выбор определенной метафорической модели позволяет массмедиа имплицитно передать отношение издания к обсуждаемой проблеме, актуализировать соответствующий эмоциональный фон.

1. Антропоморфная метафорическая модель. Посредством антропоморфных метафор инфляция предстает в массмедиа как живой организм, удовлетворяющий в большей степени свои физиологические потребности, в первую очередь потребности в питании, при этом пищей для нее выступают доходы и сбережения россиян: *Часть доходов съела инфляция. Потребительские цены в апреле выросли на 7,3 % к апрелю 2013 года* (РБК Дейли. 2014); *Тут же вспоминается 2008 год, когда после первых обвалов фондовых рынков россияне спешно стали тратить сбережения, чтобы их не слопала прожорливая инфляция* (Комсомольская правда. 2012); *Инфляция «сожрет» оставшиеся накопления граждан* (Московский комсомолец., 2015); *Не самый лучший способ с практической точки зрения – за хранившийся под подушкой кэш процентов никто не платит, а инфляция их потихоньку гложет* (Комсомольская правда., 2012). Показательно, что в метафорическом значении при характеристике инфляции используются лексемы с разговорно-просторечной окраской – *слопала, сожрала, прожорливая, гложет* и др. [10], усиливающие отрицательное отношение к данному феномену.

Также для характеристики инфляции используются метафоры, связанные с такими физиологиче-

скими состояниями человека, как сон и бодрствование. Чаще всего инфляция описывается как постоянно бодрствующая, постоянно угрожающая доходам населения: *За прошедшие четыре года и доходы населения подросли, и инфляция тоже не дремала* (Комсомольская правда. 2012).

Инфляция метафорически описывается как человек не только с точки зрения схожести физиологической, но и родственной, характерологической: *В страхе этой революции были дикая инфляция, коррупция и банковская кредитная ставка в 33 процента – но зато при всех этих составляющих здесь не умирали от голода* (Комсомольская правда. 2013); *100 тыс. крадет бессовестная инфляция, а вы ничего не делаете, чтобы предотвратить этот неприятный факт* (РБК Дейли. 2011). Подобные метафоры позволяют проследить связь инфляции с другими социально-экономическими понятиями и дают возможность дать оценку инфляционных процессов.

Инфляция, в интерпретации массмедиа, деятельна, она способна управлять экономическими процессами: *ИНФЛЯЦИЯ РУЛИТ Но есть у ослабления рубля куда как неприятный побочный эффект. Инфляция. Ведь почти половина товаров в наших магазинах – это импорт* (Комсомольская правда. 2013).

Все представленные в массмедиа антропоморфные метафоры репрезентируют негативное влияние инфляции на состояние финансов рядовых граждан и экономическую ситуацию в стране в целом.

2. Зооморфная метафорическая модель. Инфляция в массмедиа посредством метафоризации наделяется свойствами представителей животного мира. Переносу в новую сферу подвергаются характеристики некоторых животных, а также особенности их поведения и присущие им в природе функции. Важными особенностями зооморфных метафор являются их лингвокультурная специфичность и оценочный характер.

В российских массмедиа регулярно реализуется сравнение инфляции с представителями животного мира. Метафорическое значение развивают лексемы, обозначающие животных и рыб: *Но эту рублевую мелочь инфляция проглатывала, как акула хамсу* (Комсомольская правда. 2012). Уподобление инфляции хищной рыбе демонстрирует негативную оценку данного явления, слово «акула» активизирует в сознании читателей ассоциации с угрозой и опасностью.

Также метафорическому переосмыслению при характеристике инфляции подвергаются лексемы, обозначающие особенности поведения животных, а также их привычный образ жизни. Показательно, что при описании исследуемого концепта в массмедиа доминируют метафоры, обозначающие преимущественно неконтролируемые человеком, агрессивные действия животных: *Хранить деньги в рублях можно, а вот сберечь? Инфляция все равно*

*кусаются...* – В последние месяцы инфляция не растет, а годовая резко падает (Комсомольская правда. 2011); Но эту **рублевую мелочь инфляция проглатывала, как акула хамсу** (Комсомольская правда. 2012). Обращает на себя внимание тот факт, что в части примеров инфляция (как и в антропоморфных метафорах) описывается посредством ее пищевых пристрастий, способности уничтожать средства граждан. Это говорит о значимости данной характеристики инфляции в сознании носителей языка.

Также продуктивны метафоры, в рамках которых используется информация о способах перемещения различных животных, характере их движения – лошадином галопе, ползании змеи т. д.: В 90-е годы **галопирующая инфляция и возрастающая безработица заставили женщин мобилизовать все возможности для сохранения своего рабочего места** (Жизнь национальностей. 2004); Но, тем не менее, **ползучая инфляция присутствует** (Новый регион 2. 2010).

Метафора галопа позволяет акцентировать внимание читателей на стремительном, скачкообразном, необратимом росте цен на товары и услуги, а метафора «ползучая инфляция» указывает на широкое распространение данного явления на все сферы жизни общества. Использование подобных метафор создает достаточно негативный образ инфляции, демонстрирует стихийность и неконтролируемость данного явления в российской экономике.

Необходимость жесткого контроля над инфляцией метафорически предстает в российских медиа как обуздание строптивого коня или подрезание крыльев готовящейся устремиться ввысь птицы: **Власти стран таким образом пытаются обуздать инфляцию и сократить объемы внутреннего кредитования** (РБК Дейли. 2010); **Необходимо остановить этот процесс и подрезать инфляции крылья** (Комсомольская правда. 2004).

Использование зооморфных метафор позволяет акцентировать внимание общества на таких значимых особенностях инфляции в России, как ее стремительность, неконтролируемость, негативное влияние на экономику.

3. Натурморфная метафорическая модель. Исследуемый концепт реализуется также и в метафорических моделях, описывающих инфляцию через сопоставление с неживой природой, природными стихиями, зачастую плохо контролируемые или вовсе неподвластные человеку. Например, инфляция регулярно характеризуется в медиадискурсе как неуправляемая водная стихия: **Эти ведомства призвали искусственно ограничить экономический рост с тем, чтобы инфляция все-таки не вышла из берегов** (Комсомольская правда. 2012); **Мы обязаны подавить тот инфляционный всплеск, который образовался в нашей экономике**

**в конце прошлого года** (Новый регион 2. 2008); **Опасения вызывает лишь то, насколько долгосрочным окажется инфляционный всплеск** (РБК Daily. 2008). Разрушительное воздействие инфляции на экономику также метафорически представляется как пожар: **Похоже, что инфляционный пожар разгорелся из-за слов одного чиновника, который в мае специально сказал, что будет плохой урожай?** (Известия. 2007).

Таким образом, во всех вышеперечисленных примерах инфляция представляется неподвластным человеку, практически не контролируемым стихийным явлением, разрушительным по своей природе.

4. Милитарная метафорическая модель. Метафоры данной группы формируют в сознании читателей образ инфляции-врага, опасного противника, которого необходимо победить для нормального функционирования экономики и спокойной жизни россиян: **Когда в августе-сентябре обнаружится, что экономика тормозится, будут осуществлять очередное ослабление рубля, а потом опять начнется новый этап борьбы с инфляцией** (Известия. 2014). **Необходимая победа над вражеской инфляцией является тем не менее маловероятной или даже невозможной: В России инфляция неподбедима. Тем не менее успехи есть и здесь** (Комсомольская правда. 2012).

Исходя из ряда следующих примеров, становится понятно, что инфляция – враг, атакующий все слои населения: **Так что, как бы это парадоксально ни звучало, но по кошельку пешехода и автоладельца рост акцизов на бензин и инфляция ударят одинаково** (Комсомольская правда. 2013); **Инфляция бьет по бедным. Вот мы и подошли к главному вопросу статьи: так почему же инфляцию чувствуют в основном бедные и среднеобеспеченные граждане?** (Комсомольская правда. 2011).

Метафоры подобного плана снова акцентируют внимание читателей на негативных проявлениях инфляции, на необходимости преодоления данного явления в российской экономике.

5. Спортивная метафорическая модель. В данном случае инфляция рассматривается как спортивный соперник, который всегда оказывается на шаг впереди остальных участников соревнований: **Напомним: в начале года инфляция стартовала так стремительно, что никто не верил, что рост цен можно будет сдержать в рамках 10 %, и прогнозы властей выглядели утопией** (Комсомольская правда. 2011); **Инфляция побила все рекорды, непонятно, что делать с Грецией, которая тащит Европу в пропасть... К тому же непрерывная череда громких скандалов с собственными министрами и депутатами, которых ловят на неблаговидных поступках** (Комсомольская правда. 2011). Подобные метафоры подчеркивают стреми-



тельность процесса инфляции, ее интенсивные темпы развития.

6. Метафорическая модель механизма. Российские массмедиа также формируют в сознании читателей образ инфляции как некоего отлаженного механизма: *Очень серьезный вклад внес сумасшедший рост цен на зерно: за год оно на мировых биржах подорожало вдвое. Это раскручивает инфляционный механизм. Кроме того, большая часть привлеченных банками денег была успешно стерилизована* (Комсомольская правда. 2007).

Работа инфляционного механизма под воздействием событий в экономической сфере ускоряется или замедляется в разные периоды: *Это означает разгон инфляции и многочисленные дефолты частного сектора по выплатам внешним кредиторам* (РБК Дейли. 2014); *По его словам, сейчас российские индексы вернулись на уровни января-февраля 2014 года, но «фундаментально для дальнейшего роста нужны какие-то индикаторы того, что ситуация в экономике улучшается» – например, замедление инфляции или признаки роста корпоративных прибылей* (РБК Дейли. 2014).

Развитие инфляции в большинстве случаев характеризуется как круговое, нарастающее по спирали: *Непомерные долги отдельных стран, мировые пандемии, «песчаные» революции, сырьевой инфляционный виток – все эти проблемы, с ко-*

*торыми поочередно сталкивается мир, отойдут на второй план* (Новый регион 2. 2011).

Таким образом, кроме метафор, характеризующих инфляцию как живой организм, представлены и метафоры, соотносящие данный процесс с материальным объектом, созданным человеком и имеющим «рычаги» разгона и замедления. Проведенный анализ показал, что на данном экономическом этапе инфляция в России оценивается национальными масс-медиа преимущественно отрицательно, подтверждением тому являются метафорические репрезентации данного понятия, а также его контекстное окружение. Инфляция метафорически характеризуется как некий субъект или объект, мешающий нормальному функционированию общества. Это может быть прожорливое существо, с невероятной скоростью «поедающее» сбережения граждан, непобедимый воин, бьющий по богатым и бедным, спринтер, стартующий с высокой скоростью и увлекающий за собой цены, разогнавшийся механизм, практически не реагирующий на сдерживающие его рычаги, разрушительная стихия. Таким образом, эксплицируются такие свойства инфляции, как неконтролируемость, разрушительное влияние на экономику, указывается на необходимость серьезных преобразований в экономической сфере для преодоления инфляции.

### Список литературы

1. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 9–31.
2. Гришаева Л. И. Как в медиадискурсе информирование становится манипулированием // Вестник Московского гос. лингвист. ун-та. 2015. № 6 (717). С. 179–191.
3. Новицкайте Э. А. Особенности манипуляции сознанием реципиента в медиадискурсе и языковые средства ее реализации // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-6. С. 73–76.
4. Kasperova L. T., Klushina N. I., Selezneva L. V., Smirnova N. V., Tortunova I. A. The impact of the internet on genre and stylistic features of media texts // Global Media Journal. 2016. № S3:07. С. 10.
5. Болотнова Н. С. Сопоставительный анализ регулятивного потенциала медиатекстов разных жанров в дискурсах информационно-медийных языковых личностей // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2016. Вып. 11 (176). С. 27–34.
6. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учебное пособие для студентов вузов. М.: Логос, 2003. 304 с.
7. Резанова З. И. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: идеи, методы, решения // Вестник Томского гос. ун-та. Серия «Филология». 2010 № 1 (9). С. 26–43.
8. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры 1991–2000 гг. Екатеринбург: УрГПУ, 2001. 238 с.
9. Кондратьева О. Н. «Словарь политических терминов с СМИ» как новый лексикографический продукт // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2016. № 6 (44). С. 38–50.
10. Ефремова Т. В. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000.

**Кондратьева Ольга Николаевна**, доктор филологических наук, доцент, профессор, Кемеровский государственный университет (ул. Красная, 6, Кемерово, Россия, 650000). E-mail: Kondr25@rambler.ru

**Баумтрок Инна Александровна**, студентка, Кемеровский государственный университет (ул. Красная, 6, Кемерово, Россия, 650000). E-mail: baumtrok.inna@mail.ru

Материал поступил в редакцию 03.04.2017.

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-7-66-70

## METAPHORICAL REPRESENTATION OF INFLATION IN RUSSIAN MEDIA DISCOURSE

O. N. Kondratyeva, I. A. Baumtrok

Kemerovo State University, Kemerovo, Russian Federation

The article shows the specifics of the functioning of economic concepts of the media, carried out by an intermediary between reality as a mass audience and as a powerful tool for influencing readers' minds. Mass-media not only inform readers, but frequently refract, transform events and facts, allocate with their varied assessments, impose this or that vector of their perception and interpretation. One of the ways of similar transformation of validity in mediadiscourse is metaphor. The object of the research is one of the most meaningful concepts of economic area – concept «inflation», the subject – a specific character of its metaphorical representation in the Russian mediadiscourse of XXI century. As the material of mediatexts' research (2000-2015), presented in newspaper subcorpus the National corpus of Russian Language have served. During the analysis anthropomorphic, zoomorphic, naturemorphic, military, sports, mechanistic metaphorical models were revealed and described, their role in creation of an image of inflation in consciousness of ordinary native speakers was established, the pragmatic potential of the given models was established, the assessments of inflation shaped by mass-media are revealed. The analysis has shown, that at the given economic stage inflation in Russia is estimated by national mass-media mainly negatively, confirming this metaphorical representation of this concept, as well as its contextual environment. Inflation is metaphorically characterized as a certain subject or object, impeding to normal functioning of a society. It may be a gluttonous essence, «eating» savings of citizens with extreme speed, an invincible soldier beating the poor, a sprinter who starts at high speed and carries away behind itself the prices, a dispersed mechanism which is practically not responding to levers constraining it, destructive elements. Thus, such properties of inflation as uncontrolled, destructive influence on economy, are underlined by the need for serious economic transformations to overcome inflation.

**Key words:** *conceptual metaphor, metaphorical model, concept, media discourse, inflation.*

### References

1. Volodina, M. N. Yazyk SMI – osnovnoye sredstvo vozdeystviya na massovoye soznaniye [Language of mass-media – the basic means of influence on mass consciousness]. *Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya: uchebnoye posobiye* [Language of mass-media as an object of interdisciplinary research: textbook]. Moscow, Moscow State University Publ, 2003, pp. 9–31 (in Russian).
2. Grishaeva L. I. Kak v mediadiskurse informirovaniye stanovitsya manipulirovaniem [How informing becomes manipulation in mediadiscourse] *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta – MSLU Bulletin*, 2015, no. 6 (717), pp. 179–191 (in Russian).
3. Novitskayte E. A. Osobennosti manipulyatsii soznaniem retsipienta v mediadiskurse i yazykovye sredstva ee realizatsii [Features of manipulation with consciousness of the recipient in a mediadiscourse and language means of its realization]. *Sovremennyye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii* [Modern trends in the development of science and technology], 2016, no. 10-6, pp. 73–76 (in Russian).
4. Kasperova L. T., Klushina N. I., Selezneva L. V., Smirnova N. V., Tortunova I. A. The impact of the internet on genre and stylistic features of media texts // *Global Media Journal*. 2016. № S3:07. P. 10.
5. Bolotnova N. S. Sopostavitel'nyy analiz regulativnogo potentsiala mediatekstov raznykh zhanrov v diskursakh informatsionno-mediynykh yazykovykh lichnostey [Comparative analysis of regulative potential of media texts diverse in terms of genre in discourses of informational and media language personalities]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2016, no. 11 (176), pp. 27–34 (in Russian).
6. Valgina N. S. *Aktivnye protsessy v sovremennom russkom yazyke: uchebnoye posobiye dlya studentov vuzov* [Active processes in modern Russian: textbook for university students]. Moscow, Logos Publ, 2003. 304 p. (in Russian).
7. Rezanova Z. I. Metaforicheskiy fragment russkoy yazykovoy kartiny mira: idei, metody, resheniya [Metaphorical fragment of Russian language picture of the world: ideas, methods, decisions]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – TSU Bulletin. Philology*, 2010, no. 1(9), pp. 26–43 (in Russian).
8. Chudinov A. P. *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoye issledovaniye politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a metaphorical mirror: Cognitive study of a political metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ, 2001. 238 p. (in Russian).
9. Kondrat'eva O. N. «Slovar' politicheskikh terminov s SMI» kak novyy leksikograficheskiy produkt [The dictionary of political terms in media as a new lexicographical product]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – TSU Bulletin. Philology*, 2016, no. 6 (44), pp. 38–50 (in Russian).
10. Efremova T. V. *Novyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyy* [The new dictionary of Russian. Explanatory-word-formation]. Moscow, Russkiy yazyk Publ, 2000 (in Russian).

**Kondratyeva O. N.**, Kemerovo State University (ul. Krasnaya, 6, Kemerovo, Russian Federation, 650000). E-mail: Kondr25@rambler.ru

**Baumtrok I. A.**, Kemerovo State University (ul. Krasnaya, 6, Kemerovo, Russian Federation, 650000). E-mail: baumtrok.inna@mail.ru