

Т.А. Перелыгина (Белгород, Россия)

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ВОЕННАЯ МЕТАФОРА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИЗНЕС-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена рассмотрению особенностей метафорического представления концепта «BUSINESS COMPETITION» в современном англоязычном бизнес-публицистическом дискурсе. Раскрывается роль концептуальной (когнитивной) метафоры как когнитивно-коммуникативной модели, преследующей цели наиболее оптимальной репрезентации определенного концепта из сферы бизнеса и экономики в рамках бизнес-публицистического дискурса.

Ключевые слова: концептуализация, метафорическое представление концепта, военная концептуальная (когнитивная) метафора, деловая конкуренция, англоязычный бизнес-публицистический дискурс.

Согласно антропологической парадигме современной науки дискурсивная деятельность как неотъемлемая часть коммуникативного процесса между людьми отражает когнитивное видение мира. «Дискурс выступает формой использования языка в реальном (текущем) времени (on-line), отражающей определенный тип социальной активности человека» [Кубрякова 2004: 525].

Одной из форм концептуализации действительности является концептуальная (когнитивная) метафора. Функциональная значимость когнитивной метафоры в дискурсивном пространстве основывается на существовании корреляций между метафорическими представлениями и их интерпретациями в процессе взаимодействия концептуальных систем адресанта и реципиента с целью постижения специфики формирования индивидуального и национального сознания. В этой связи можно говорить о концептуальной метафоре как об определенной когнитивно-коммуникативной модели, преследующей цели наиболее оптимальной репрезентации определенных мыслительных пространств из сферы бизнеса и экономики в рамках бизнес-публицистического дискурса.

Одним из широко представленных концептов в текстах современного англоязычного бизнес-публицистического дискурса является концепт деловой конкуренции 'BUSINESS COMPETITION'. Изучение данного концептуального образования актуально в свете понимания сущности рыночных отношений, базовых механизмов ведения бизнеса. В основе явления деловой конкуренции лежит рассмотрение ее

как элемента рыночного механизма, обеспечивающего взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции, а также в сфере приложения капитала.

Исследование специфики функционирования концепта 'BUSINESS COMPETITION' в современном англоязычном бизнес-публицистическом дискурсе показало, что очень часто данные мыслительное пространство представлено через концептуальную военную метафору: «BUSINESS COMPETITION IS A WAR».

Сущность метафорической проекции заключается в рассмотрении конкуренции в качестве военной борьбы за установление цен и объемы предложения товаров на рынке. Например: *Europe is to become the next battleground between Gilead Sciences and AbbVie. The companies have been fighting a high-profile price war in the US. The pair are preparing to open a new front across the Atlantic. [Gilead and AbbVie take battle to Europe]. (Европе суждено стать следующим полем сражения между Гилеад Сайнсиз и АббВи. Компании ведут открытую ценовую войну в США. Эта пара готовится открыть новый фронт через Атлантику.)*

Следует отметить, что с точки зрения теории концептуальной метафоры, преобладание военной метафоры свидетельствует о милитаризации общественного сознания. Милитаризация мышления находит отражение в сфере хозяйственно-экономических отношений в обществе и определяет конкурента в бизнесе в качестве врага, которого следует подавить, разбить, уничтожить.

Таким образом, концептуальная военная метафора выступает продуктивным средством представления концептуального содержания концепта 'BUSINESS COMPETITION', охватывая весь комплекс лингвистических и нелингвистических знаний и выступая не только как инструмент описания и оценки действительности, но и как средство ее познания.

Литература

Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения: роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. М. : Яз. славян. культуры, 2004.

Gilead and AbbVie take battle to Europe. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/c9454248-9db5-11e4-8946-00144feabdc0.html> (дата обращения: 20.01.2015).

Tatiana A. Pereygina (Belgorod, Russia)

CONCEPTUAL WAR METAPHOR IN MODERN ENGLISH-SPEAKING BUSINESS PUBLICISTIC DISCOURSE

The article is devoted to the study of features of the concept 'business competition' metaphorical representation in modern English-speaking business publicistic discourse. The role of conceptual (cognitive) metaphor is examined considered as a cognitive- communicative model with the aim of the most optimal representation of the certain concept from business and economy sphere in terms of business-publicistic discourse.

Key words: conceptualization, metaphorical representation of a concept, war conceptual (cognitive) metaphor, business competition, English-speaking business-publicistic discourse.

Н.В. Питолина (Псков, Россия)

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ВРЕМЕНИ В НАУЧНО-ФАНАСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В докладе рассматриваются концептуальные метафоры времени и их когнитивные трансформации на материале метафорических номинаций времени в англоязычных научно-фантастических произведениях.

Ключевые слова: концептуальная метафора, когнитивные трансформации, научно-фантастический дискурс, время.

Научно-фантастический дискурс (НФД) развивает образ времени, отличный от других типов художественного дискурса – времени, которого быть не может, но при определенных допущениях оно могло бы существовать. Фантастическое время является продуктом воображения и индивидуально-творческого мышления писателя. Эффективной формой данного типа мышления оказывается *концептуальная метафора*, связующая две понятийные сферы: сферу-источник, служащую основанием метафоризации и сферу-мишень, представляющую собой сам постигаемый объект (теория Дж. Лакоффа и М. Джонсона).

Метафорическое освоение времени в НФД имеет свои особенности: конвенциональные концептуальные метафоры времени подвергаются ряду когнитивных трансформаций, в результате чего создается искомый образ «фантастического» времени.