

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ ПОСРЕДСТВОМ ФЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В настоящей статье рассматриваются особенности реализации когнитивных моделей экономических ситуаций посредством фразеологических единиц в медиадискурсе. Автор исследует влияние фразеологических единиц на успешное формирование когнитивной модели в сознании реципиента, а также взаимосвязь между концептом, на котором основан фразеологизм, и тематикой когнитивной модели ситуации.

Ключевые слова: дискурс, медиадискурс, когнитивная модель, фразеологическая единица.

Изучение научной литературы, касающейся области фразеологии, показывает, что при анализе фразеологизмов английского языка исследователи последовательно переходят от построения классификаций структурных типов ФЕ и исследований особенностей фразеологической семантики (60-е годы – начало 70-х годов XX века) к изучению особенностей реализации фразеологизмов в разных видах дискурса (70-е – 80-е годы XX века) [Чайкина 2012: 3].

В традиционной семантике не ставился вопрос о тех когнитивных и языковых обстоятельствах, которые требуют использования фразеологических единиц для успешного формирования образа и умозаключения у реципиента. Однако в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания рассмотрение принципов применения фразеологических единиц в когнитивных целях является важной исследовательской задачей, поскольку изучение активности ФЕ в когнитивных моделях ситуаций создает возможность моделирования дискурсивной деятельности человека. Немаловажными и в то же время малоизу-

ченными аспектами остаются проблема влияния фразеологизмов на успешное построение когнитивных моделей ситуаций в сознании реципиента и взаимосвязь между концептом, к которому относится фразеологизм, и когнитивной моделью ситуации.

В связи с тем, что подобного рода когнитивные модели играют важную роль в таких действиях, как умозаключение, создание образа, припоминание и узнавание, они необходимы в качестве дополнения к семантической репрезентации текста. Модели представляют собой находящиеся в эпизодической памяти когнитивные репрезентации ситуаций, которые описываются в дискурсах [Ван Дейк 1989: 79].

Когнитивная модель способна обеспечить фоновые знания для понимания дискурса, поскольку актуализованные фрагменты сценария припоминаются реципиентом лучше, чем неактуализованные, а стереотипные знания легче извлекаются из памяти [Там же: 82].

Вопрос о текстовой значимости ФЕ впервые был сформулирован И.И. Чернышевой как вопрос о текстообразующих потенциях фразеологизмов. Под текстообразующими факторами ФЕ понимается реализация «лингвистических свойств данных языковых знаков, позволяющих им, наравне с грамматическими и лексическими средствами языка, создавать те звенья в структуре текста, которые являются элементами структуры, и в отдельных случаях также и связующими средствами фрагментов текста» [Чернышева 1976: 259].

Следовательно, можно предположить, что знакомые реципиенту устойчивые образные словосочетания, то есть фразеологизмы, входящие в состав медиатекстов, будут способствовать быстрому припоминанию информации, её актуализации, корректной интерпретации и формированию образа, то есть созданию более ясной и структурированной когнитивной модели ситуации в сознании реципиента.

Малоизученным аспектом функционирования ФЕ также является вопрос о взаимообусловленности концептов, на которых ос-

нованы фразеологические единицы, входящие в ту или иную когнитивную модель ситуации, и тематик самих когнитивных моделей ситуаций. Следуя выдвинутому И.И. Чернышевой положению о том, что ФЕ «запрограммированы в тексте» [Чернышева 1976: 268], можно полагать, что выбор фразеологизмов зависит от тематики когнитивной модели.

Рассмотрим фрагменты экономических статей, содержащие ФЕ, и проанализируем способность фразеологизмов служить в качестве средств реализации различных когнитивных моделей экономических ситуаций, а также влияние таких моделей на сознание и поведение читателя.

Приведём примеры фразеологизмов, участвующих в формировании когнитивной модели «ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ»:

But it's a challenge we need to overcome to understand that we have got right – and very wrong – in this crisis to date, explain today's supply chain panics and give ourselves the best chance of navigating the bumpy ride ahead [Bell 2021: 35].

Фразеологизм “to navigate a bumpy road” имеет значение «справляться с трудными ситуациями, проблемами» [Кунин 1984: 637].

The public gets this (over a third of us think a return to normality is still a year away) but policymakers need to yet again recognize the virus in the driving seat [Bell 2021: 35].

Фразеологизм “to be in the driving seat” имеет значение «находиться в главенствующей позиции», «занимать лидирующую позицию».

В основе первого фразеологизма лежит метафора – ухабистая дорога сравнивается с проблемами экономического кризиса, возникшего под негативным влиянием пандемии. Рассмотрим составляющие фразеологизма и их связь с когнитивной моделью «ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ». Словосочетание “Bumpy ride” соотносится со следующими экономическими проблемами, возникшими в связи с пандемией: “*supply chain panics*”,

“*people losing their jobs*”, “*inevitable lockdown*”. Лексическая единица “*navigating*” соотносится с действиями, которые должны предприниматься для разрешения сложной экономической ситуации: “*We need to stop judging the labour market by normal standards...*”. Единица “*ahead*” соотносится с теми высказываниями в статье, в которых говорится о том, что экономический кризис продлится ещё неопределённое время: “*We should plan for this bumpy ride to continue.... Here in the UK, the government has set out no plans for how it will deal with a difficult autumn*” [Bell 2021: 35].

В основе второго фразеологизма также лежит метафора – нахождение в кресле водителя сравнивается с нахождением вируса в лидирующей позиции. Пандемия взяла управление над экономическими планами в свои руки: “*Because if all economic crises are different, this one is more different than most. First it has a unique cause: a virus rather than the usual economic policy failure or shock... In the US the huge fiscal stimulus has been too frontloaded... Here in the UK, the government has set out no plans for how it will deal with a difficult autumn*” [Bell 2021: 35].

Данные фразеологизмы основываются на метафорическом концепте «ДОРОГА/ЕЗДА».

Благодаря фразеологизмам с метафорическим концептом при прочтении данного отрывка у читателя запускается процесс сравнения сложной экономической ситуации (влияние пандемии на экономику) с бытовыми ситуациями из жизни, такими как езда по неровной дороге или нахождение в водительском кресле, благодаря чему процесс формирования когнитивной модели и создание образа ситуации происходит быстрее и эффективнее. Также, проанализировав примеры когнитивных моделей экономических ситуаций «ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ», можно заключить, что для формирования когнитивных моделей таких экономических ситуаций чаще всего применялись фразеологизмы, основанные на концепте «ДОРОГА/ЕЗДА».

Приведём примеры фразеологизмов, участвующих в формировании когнитивной модели ситуации «РОСТ ЦЕН». Рассмотрим следующий пример: *US consumer prices increase at fastest pace in three decades* [Colby 2021:1].

Фразеологическая единица “at a fast pace” имеет значение «высокими темпами, быстро». Фразеологизм основан на метафорическом концепте «движение»: скорость роста цен сравнивается с быстрым шагом: “*The consumer price index published by the Bureau of Labor Statistics yesterday rose 6.2 per cent in October from a year ago – the fastest annual pace since 1990 and a sharp increase from September’s levels of 5.4 per cent...Month-on-month price gains accelerated, with a jump of 0.9 per cent, reflecting what the BLS described as a “broad based” increase across a number of sectors...*” [Colby 2021:1].

Argentines can buy and the black-market dollar has rocketed to almost double the official rate. Ministers have ordered a price freeze to control the cost of more than 1,400 household items [Michael, Lucinda 2021: 13].

Фразеологическая единица “a price freeze” имеет значение “The situation in which prices, or the price of a particular product, are fixed at a particular level and no increases are allowed” [Longman Dictionary]. Данный фразеологизм основан на концепте «ДВИЖЕНИЕ/ОСТАНОВКА»: контроль над ростом цены и её фиксация сравниваются с заморозкой.

Использование образных фразеологизмов для формирования когнитивной модели запускает у читателя процесс актуализации в памяти уже существующей когнитивной модели бытовой ситуации «ДВИЖЕНИЕ/ОСТАНОВКА», и благодаря такому сравнению реципиенту будет проще осознать новую когнитивную модель экономической ситуации «РОСТ ЦЕН». Также, проанализировав фрагменты из статей по экономике, можно заключить, что для формирования когнитивной модели экономической ситуации «РОСТ ЦЕН» чаще всего применялись фразеологизмы, основанные на концепте «ДВИЖЕНИЕ/ОСТАНОВКА».

Приведём примеры фразеологизмов, участвующих в формировании когнитивной модели «ФИНАНСОВАЯ МАХИНАЦИЯ»:

*Some banks have stopped consumers transferring money to cryptocurrency purchase or trading platforms. But it is untenable to expect the banks **to shoulder the burden** alone* [Ceeney 2021: 35].

Фразеологизм “to shoulder the burden” имеет значение “to accept a difficult or unpleasant responsibility, duty etc.” [Longman Dictionary]. Фразеологизм основан на метафорическом концепте «КОНТРОЛЬ/ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»: решение проблемы сравнивается с ношением груза на плечах. Под “burden” подразумевается проблема помощи людям в борьбе с финансовыми махинациям: “*If we are serious about protecting consumers, we need to act... We expect the banks to help*”, а под “shoulder” – принять эту ответственность: “*So whose job is it to protect consumers against fraud, and against themselves?*” [Ceeney 2021: 35].

*Don't just leave it to the banks **to get a grip on** financial fraudsters* [Torsten 2021: 35].

Фразеологизм “to get a grip on something” имеет значение «контролировать что-либо», «брать в свои руки» [Кунин 1984: 312]. Фразеологизм основан на концепте «КОНТРОЛЬ/ОТВЕТСТВЕННОСТЬ».

Фразеологизмы “to shoulder the burden” и “to get a grip on” являются общеупотребительными и часто встречаются в разговорной речи носителей английского языка. Таким образом, данные фразеологизмы актуализируют уже имеющиеся стереотипные знания в сознании читателя и способствуют более устойчивому формированию более сложной когнитивной модели экономической ситуации. Проанализировав примеры, можно проследить взаимосвязь между тематикой когнитивной модели и концептом фразеологизмов: для формирования когнитивной модели экономической ситуации «ФИНАНСОВАЯ МАХИНАЦИЯ» чаще всего применялись фразеологизмы, основанные на концепте «КОНТРОЛЬ/ОТВЕТСТВЕННОСТЬ».

Рассмотрим, фразеологизм, участвующий в построении когнитивной модели «НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ПРИТОКА

БЕЖЕНЦЕВ НА ЭКОНОМИКУ И ВЗАИМООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ СТРАНАМИ»:

For five months, the regime of Belarusian leader Alexander Lukashenko has been central to a game of cat and mouse on the fringes of the EU, with migrants sent to Belarus's border with Poland trying to slip across in small groups [Shotter, Seddon 2021: 2].

Фразеологизм основан на метафорическом концепте «ОХОТА»: преследование мигрантов сравнивается с погоней кошки за мышью. Под мышью подразумеваются мигранты, пытающиеся проникнуть за границу: *“This week, hundreds of migrants used tree trunks, spades and shears to try to force a way across en masse”* [Shotter, Seddon 2021: 2]. Кошка в статье – это власти Польши и Евросоюза, пытающиеся пресечь приток беженцев в их страны, поскольку это может усугубить экономический кризис: *“EU and Polish officials believe the surge in migrants arriving via Minsk on the bloc's eastern border is retaliation by Lukashenko for Brussels' support for the Belarusian opposition.... European Commission president Ursula had already said the bloc would also target airlines bringing migrants to Belarus”* [Shotter, Seddon 2021: 2].

Фразеологизм “a game of cat and mouse” может быть понят практически всеми читателями, поскольку является общеупотребительным, характерным для разговорной речи. В данном контексте автор статьи целенаправленно использует данный фразеологизм, тем самым актуализируя в памяти реципиента стереотипную когнитивную модель «игра в кошки мышки», на основании которой можно легко построить в памяти новую модель экономико-политической ситуации.

Таким образом, на основании проанализированных примеров возможно сделать следующие выводы: выбор фразеологизма обусловлен тематикой когнитивной модели экономической ситуации; для формирования когнитивных моделей экономических ситуаций в большинстве случаев применяются фразеологизмы, основанные на метафорическом концепте, поскольку именно такие образные фразеологизмы способны вызвать у реципиента

процессы актуализации уже имеющихся в сознании когнитивных моделей ситуаций, которые в свою очередь способствуют построению новой, более сложной когнитивной модели экономической ситуации.

Актуализация когнитивных моделей экономических ситуаций посредством фразеологических единиц способствует их более быстрому формированию и закреплению в сознании реципиента, поскольку фразеологизмам присущи такие характеристики, как лаконичность, наличие в их смысловой структуре оценочной и эмотивной модальности, а также способность ФЕ оказывать на реципиента определённый прагматический эффект, выполнять различные прагматические установки.

Библиографический список

1. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. 312 с.
2. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1984. 944 с.
3. Чайкина А.Ю. Когнитивные основания выбора и функционирования фразеологических единиц в англоязычном политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 2012. 25 с.
4. Чернышева И. И. Textoобразующий потенциал фразеологических единиц // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 103. – М., 1976. С. 256-263.
5. Longman Dictionary of Contemporary English. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 02.12.2021).

Источники

1. Bell T. Covid could still make a mockery of the best-laid economic plans/ The Times. Tuesday August 21 2021. No 73564.
2. Ceeney N. Don't just leave it to the banks to get a grip on financial fraudsters/ The Times. Tuesday August 21 2021. No 73564.
3. Martin B. Deal frenzy gives bankers record fees/ The Times. Tuesday August 21 2021.No 73564.

4. Shotter J., Seddon M. Lukashenko raises the stakes in migrant gambit/ Financial Times. Thursday 11 November 2021.
5. Smith C. US consumer prices increase at fastest pace in three decades/ Financial Times. Thursday 11 November 2021.
6. Stott M., Elliott L. Clash over \$57bn IMF loan looms/ Financial Times. Thursday 11 November 2021.

A.A. Asabina (Russia, Samara)

**THE FEATURES OF REALIZATION OF THE COGNITIVE MODELS
OF ECONOMIC SITUATIONS VIA PHRASEOLOGISMS
IN THE MEDIA DISCOURSE**

The present article is devoted to the features of realization of the cognitive models of economic situations via phraseological units in the media discourse. The author investigates the influence of phraseological units on the successful formation of a cognitive model in the recipient's mind, as well as the connection between the concept on which the phraseologism is based and the subject of a cognitive model.

Key words: *discourse studies, media discourse, cognitive model, phraseological unit.*