



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.161.1.

Дата поступления: 11.02.2024
рецензирования: 25.03.2024
принятия: 15.05.2024

Метафорическая и метонимическая репрезентация концепта Market в англоязычном инвестиционном дискурсе

А.Э. Буженинов

Уральский государственный университет путей сообщения,
г. Екатеринбург, Российская Федерация

E-mail: alexandrebougeninov@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0116-6355>

Аннотация: Статья посвящена исследованию метафорической и метонимической репрезентации концепта Market в англоязычном инвестиционном дискурсе. В отличие от множества работ, анализирующих концепт «рынок» в экономическом ключе в рамках экономического дискурса, настоящее исследование сосредоточено на изучении данного концепта в финансовом понимании, что ранее не становилось предметом отдельного анализа. Целью исследования стало выявление метафорических и метонимических моделей концептуализации понятия Market и их интеракции, выражающейся в феномене метафтонимии. Материалом исследования послужили 232 метонимических и метафорических контекста, извлеченных методом сплошной выборки из англоязычных монографических источников, посвященных различным аспектам инвестиционной деятельности. Посредством методов концептуального анализа и метода метафорического и метонимического моделирования были выявлены сферы-источники для сферы-мишени Market и проанализированы соответствующие метафорические и метонимические модели. Анализ показал, что взаимодействие метонимии и метафоры в репрезентации исследуемого концепта выражается в метафтонимической модели MARKET IS A SUBJECT OF INVESTMENT RELATIONS, основанной на метонимическом переносе «ЦЕЛОЕ ЗА ЧАСТЬ», метафорическая концептуализация выражается в четырех крупных метафорических моделях: антропоморфной, природоморфной, зооморфной метафорах и метафоре спорта и игры. Выявленные метафорические модели концептуализируют сложное абстрактное явление рыночного механизма как феномен окружающего мира человека, наделенный конкретными позитивными и негативными чертами, что призвано продемонстрировать как привлекательность финансового рынка для инвестора, так и опасности, подстерегающие его в ходе инвестиционной деятельности. Крупнейшей метафорической и метафтонимической моделью является антропоморфная модель, создающая сложный образ рынка как человека со своими физическими, эмоциональными, когнитивными и социальными характеристиками. **Ключевые слова:** метафора; метонимия; метафтонимия; концепт; концептуализация; инвестиционный дискурс; рынок.

Цитирование. Буженинов А.Э. Метафорическая и метонимическая репрезентация концепта Market в англоязычном инвестиционном дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology. 2024. Т. 30, № 2. С. 105–112. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2024-30-2-105-112>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Буженинов А.Э., 2024

Александр Эдуардович Буженинов – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков и межкультурных коммуникаций, Уральский государственный университет путей сообщения, 620034, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Колмогорова, 66.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 11.02.2024
Revised: 25.03.2024
Accepted: 15.05.2024

Metaphorical and metonymical representation of the concept Market in the English investment discourse

A.E. Buzheninov

Ural State University of Railway Transport, Yekaterinburg, Russian Federation
E-mail: alexandrebougeninov@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0116-6355>

Abstract: The article is devoted to the study of the metaphorical and metonymic representation of the concept «Market» in the English investment discourse. Unlike many works that analyse the concept of «Market» in an economic way in economic discourse, the present study focuses on the study of this concept in the financial sense, which has not previously been the subject of a special analysis. The aim of the study is to identify metaphorical and metonymic models of conceptualization of the concept of «Market» and their interaction, expressed in the phenomenon of metaphthonymy. The material of the study was represented by 232 metonymic and metaphorical contexts extracted from English monographic sources devoted to various aspects of investing. Using the methods of conceptual analysis and the method of metaphorical

and metonymic modelling, the source domains for the target domains «Market» were identified and the corresponding metaphorical and metonymic models were analysed. The analysis showed that the interaction of metonymy and metaphor in the representation of the concept under study is expressed in the metaphonymic model «MARKET IS A SUBJECT OF INVESTMENT RELATIONS», based on the metonymic transfer «THE WHOLE FOR A PART». A purely metaphorical conceptualization is expressed in four major metaphorical models: anthropomorphic, nature-morphic, zoomorphic metaphors and the metaphor of sports and games. The identified metaphorical models conceptualize a complex abstract phenomenon of the market mechanism as a phenomenon of human environment, endowed with specific positive and negative features, which is intended to demonstrate both the attractiveness of the financial market for the investor and the dangers that await him in the course of investment activities. The largest metaphorical and metaphonymic model is an anthropomorphic model that creates a complex image of the market as a person with its own physical, emotional, cognitive and social characteristics.

Key words: metaphor; metonymy; metaphonymy; concept; conceptualization; investment discourse; market.

Citation. Buzheninov A.E. Metaphorical and metonymical representation of the concept «Market» in the English investment discourse. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiya Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2024, vol. 30, no. 2, pp. 105–112. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2024-30-2-105-112>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: author declares no conflict of interest.

© Buzheninov A.E., 2024

Alexander E. Buzheninov – Candidate of Philological Sciences, associate professor, associate professor of the Department of Foreign Languages and Intercultural Communications, Ural State University of Railway Transport, 66, Kholmogorova Street, Yekaterinburg, 620034, Russian Federation.

Введение

В современной когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистики проблема категоризации опыта человека, в том числе профессионального, и перцепции, обработки и передачи нового знания об окружающем мире приобретает первостепенное значение. Метафора и метонимия, будучи способами вторичной номинации, образными по своей сути, являются мощным когнитивным инструментом формирования и интерпретации знаний о мире и его явлениях.

В науке неоднократно постулировалась гносеологическая роль метафоры, ее важнейшее значение для человека в познании и интерпретации знаний о мире и о самом себе. Метафора является одной из наиболее существенных когнитивных способностей человека связывать познаваемые абстракции с конкретной действительностью и на этой основе не только открывать, но и создавать новое знание на базе хорошо известного.

Что касается метонимии, то отправным пунктом для нас является рассмотрение феномена метонимии как основанного на когнитивном механизме перекатегоризации [Голованова 2011; Калинина 2021], когда некая ментальная структура нашего сознания (например, концепт или понятие) репрезентирует смежную с ней структуру в какой-либо концептуальной области.

Как указывает Е.И. Голованова, «через явление перекатегоризации осуществляется множественность видения профессионального объекта: он может быть представлен в абстрактном и конкретном виде, в динамическом и статическом аспектах, в нем могут быть выделены разные стороны, грани, свойства» [Голованова 2011, с. 104–105]. Так, наиболее частотной метонимической моделью (моделью перекатегоризации) является перенос с вместилища на содержимое, с места на жителей этого места, с материала на изделие из него, с целого на часть и с части на целое и др.

Обзор современных исследований позволяет выделить следующие различия между метафорой и метонимией [Аругюнова 1998; Ковязина 2020; Козлова 2011; Ремяникова 2022; Хахалова, Третьякова 2021; Шарманова 2016; Barnden 2016]:

– Метонимия выполняет идентифицирующую функцию, метафора – характеризующую. Это связано с тем, что метонимический перенос осуществляется по определенной траектории, их набор в некотором смысле ограничен (ЧАСТЬ за ЦЕЛОЕ, АВТОР за ПРОИЗВЕДЕНИЕ и т. д.). Метафорический перенос потенциально не ограничен, помимо конвенциональных метафор, существует бесконечный ряд новаторских метафор;

– В когнитивном плане метонимия представляет собой проекцию смежных компонентов в рамках одного концептуального домена, метафора – проекцию компонентов разных концептуальных доменов. Так, метонимический перенос в *markets tend to be overly optimistic in their expectations of earnings for growth companies* (Damodaran 2012, p. 401) происходит внутри одного концептуального домена «инвестиции» по модели ОБЩЕЕ ЗА ЧАСТНОЕ, рынок как совокупность инвестиционных агентов за самих этих агентов (инвесторов, брокеров, дилеров и т. д.). С другой стороны, в метафоре *developed markets were thought to be immune from such dramatic shifts* (Damodaran 2012, p. 137) проекция происходит в рамках различных концептуальных доменов: «инвестиции» и «здоровье»;

– Метафора представляет собой категориальный сдвиг, метонимия – сдвиг в референции;

– Метафора навязывается миру нашим сознанием, метонимия отражает объективно существующие в мире отношения;

– Метонимия, в отличие от метафоры, реализует принцип языковой экономии, Поскольку метонимия – инструмент отсылки, она позволяет более быстро получать ментальный доступ к концепту-цели.

Отмечаются и принципиальные сходства метафоры и метонимии. Действительно, явления метафоры и метонимии имеют одну когнитивную природу и принадлежат онтологии человеческого сознания. Метафора и метонимия построены на ассоциативном принципе, в их основе лежит процесс переноса именованного. Это предполагает, что один и тот же объект или феномен может концептуализироваться и метафорически, и метонимически. В данном случае мы имеем дело с интеграцией метафоры и метонимии, получившей название *метафтонимии* (термин предложен Л. Гуссенсом [Goosens 2009]), заключающейся в одновременном восприятии того или иного феномена и метафорически, и метонимически. Переход от сходства по аналогии к сходству по смежности оказывается подвижным [Ковязина 2020; Шарманова 2016; Халалова, Третьякова 2021; Goosens 2003]. Метафтонимия обеспечивает более холистическое понимание и интерпретацию опыта и знаний, более системную концептуализацию феноменов мира. Одним из таких феноменов является концепт «рынок» в инвестиционном дискурсе.

Современные метафорические исследования концепта «рынок» проводятся в различных аспектах. В работе Т.С. Глушковой и О.П. Матиенко [Глушкова, Матиенко 2022] на материале текстов современных российских медиа анализируются метафоры с лексемами «цена» и «рынок»; ключевыми метафорами для сферы-мишени «рынок» являются метафоры со сферой-источником «человек». Во многих публикациях исследование метафорической концептуализации рынка не является самостоятельной целью, однако обнаруживаются и метафорические модели для данного концепта в общем массиве исследуемых единиц. Анализ проводится на различном материале: терминологические фразеологизмы [Стоянова 2021], ориентационные метафоры в экономическом дискурсе [Нгуен, Перфильева 2022], онтологические метафоры в экономическом дискурсе [Мангова 2010]. В работе С.В. Киселевой и М.Ю. Мироновой [Киселева, Миронова 2020] рассматривается феномен метафтонимии на примере инвестиционных терминов английского языка. Близка к нашему исследованию работа [Morris et al. 2007], в которой выделяются две ключевые метафоры фондового рынка: метафора объекта (неодушевленные объекты) и субъекта (антропоморфная метафора). Однако материалом послужили тексты о фондовом рынке в целом, а не метафорические контексты, репрезентирующие концепт «рынок».

Методология и методы исследования

Исходя из вышеизложенного, доступные нам исследования чаще всего не ставят самостоятельной целью метафорический и метонимический анализ концепта «рынок», проводятся на материале экономического дискурса, а не инвестиционного, в которых сущность рынка во многом различна.

Гипотезой настоящего исследования является то, что сложный, абстрактный феномен «рынка» конструируется в специализированном дискурсе как чисто метафорически (посредством классических метафорических моделей), так и метафтонимически. При этом концепт «рынок» репрезентируется метафтонимически на основе метафорической сферы-мишени, внутри которой проявляется метонимическая модель «часть вместо целого».

Задачами настоящей работы являются анализ интеракции метафоры и метонимии в репрезентации концепта Market в англоязычном инвестиционном дискурсе, выявление метафтонимических и метафорических моделей этого концепта.

С позиций социально-прагматического подхода под инвестиционным дискурсом будем понимать совокупность высказываний, представленную в виде особой социальной данности, имеющей свои тексты, в которых происходит порождение, восприятие и в самом широком смысле концептуализация знаний об инвестициях. Исходя из этого, материалом настоящего исследования являются содержащие метафорические и метонимические выражения контексты (232 контекста), репрезентирующие понятие Market в англоязычных монографиях, посвященных проблеме инвестиционной деятельности. Методологически важно отметить, что концепт Market в изучаемом дискурсе понимается не в широком экономическом, а в финансовом смысле. Поэтому для исследования отбирались контексты, включающие концептуализацию таких понятий, как financial market, stock market, bond market и т. п.

Методы исследования включают концептуальный анализ, метафорическое и метонимическое моделирование.

Результаты исследования

Анализ фактического материала показал, что метафтонимическая концептуализация понятия market представляет одну модель, в которой номинация «рынок» (Market) замещает участников рынка (Market participants): инвесторов, брокеров, дилеров, финансовые организации и т. п. В результате рынок метафорически концептуализируется в широком смысле как живое существо, человек (MARKET IS A LIVING BEING), а в узком смысле – как субъект инвестиционной деятельности со свойственными им антропоморфными признаками (метонимическая модель «ЦЕЛОЕ ЗА ЧАСТЬ», MARKET IS SUBJECT OF INVESTMENT RELATIONS). Таким образом, рынку приписываются соматические, эмоционально-поведенческие, когнитивные и социальные признаки, реализуемые на самом деле участниками инвестиционных рынков.

Рассмотрим эти признаки подробнее.

1. Соматические (физические признаки). Так, рынку свойственно зрение: Thus, when a firm cut

or suspend dividends, **markets see** it as an indication that this firm is in substantial and long-term financial trouble (Damodaran 2012, p. 418); To this day, **the financial markets closely watch** the Fed chairman's biannual testimony, which takes place in February and July (Siegel 2008, p. 195). Рынок как участник инвестиционной деятельности «шатается, с трудом проходит» через кризисные моменты: **As markets have staggered** through the crises, the biggest factors driving stock prices and investment success have become macroeconomic unknowns (Damodaran 2012, p. 268).

2. Эмоциональные признаки, признаки характера.

Рынок обладает настроением: you will have to gauge **the market mood** and demand for each offering, in addition to assessing its value (Damodaran 2012, p. 340).

Исходя из этого, рынку свойственна эмоциональность. Так, он способен испытывать позитивные эмоции: Thus, nonflationary Americans have enjoyed a **buoyant stock market** (Bernstein 2008, p. 101). Метонимия в данном случае указывает на то, что совокупность инвесторов на рынке акций в описываемый период времени полна энтузиазма. Рынку может что-то понравиться: **The financial markets loved** the government's new-found flexibility (Siegel 2008, p. 192).

С другой стороны, рынок испытывает и широкий спектр негативных эмоций: The whole problem is summed up in the deep **demoralization of the bond market** (Bernstein 2008, p. 115); Investors should select investments and seek to build sound, safe financial havens and mental constructs that can effectively serve as a locus of refuge in times of **market fear, panic, and uncertainty** (Darst 2008, p. 165).

Рынку свойственно не только любить, но и ненавидеть: The **stock market hates** uncertainty (Siegel 2008, p. 226), страдать: Despite this, **markets suffer** a number of inefficiencies (Coleman 2016, p. 182).

Концептуальный признак эмоциональности метонимически широко представлен в инвестиционном дискурсе. Роль метонимии здесь заключается в создании яркой ассоциации рынка как абстрактного феномена с более известным реципиенту человеческим характером, которому свойственна нестабильность и эмоциональность.

В языковом плане метонимическая связь рынка с участниками рынка репрезентируется широчайшим набором лексических единиц. Рынку свойственно иметь ожидания (*market expectations*), верить во что-либо (*market beliefs*), иметь предпочтения (*market prefers*), быть спокойным (*sedate stock markets, placid market*), жадным (*the market was eager*), капризным (*vagaries of the market, market whim*), непоследовательным в поведении (*irregularities in market behaviour*). Данный список не является исчерпывающим.

3. Когнитивные (ментальные) признаки. Как и мыслящее существо, рынок обладает способностью знать: Never think you **know** more than the market (Bogle 2007, p. 160); распознавать и корректировать данные: Assuming that your strategy is successful, this will come from the **market recognizing and correcting** a misevaluation (Damodaran 2012, p. 7); учиться What is the evidence **that markets learn slowly?** (Damodaran 2012, p. 247).

Рынку свойственно выполнять ряд когнитивных действий: выносить суждение (*market judgment*), недооценивать что-либо (*market can undervalue the prospects of stocks*) или переоценивать (*the market overrates the safety of "safe securities"*), быть иррациональным (*market will also be irrational*), выражать скептическое отношение (*financial markets view with scepticism*), исследовать (*financial markets closely scrutinize data*), придавать важность чему-либо (*employment and inflation reports are always important to the markets*) и др.

Эмоциональные и когнитивные признаки рынка наиболее частотны и существенны для данной метонимической модели. Моделирование рынка как живого существа, наделенного рациональностью и в то же время эмоциональностью, подчеркивает одну из главных идей инвестиционного дискурса: рынок непредсказуем, и инвестирование представляет собой сложный и неоднозначный процесс.

4. Социальные признаки. Данные признаки метонимически характеризуют рынок как агента социальных отношений со свойственным ему социальным поведением. Так, рынок способен совершать типичные для человека действия в повседневной социальной жизни:

– зарабатывать: «Now, the average fund produced barely one-half (actually 53 percent) of the profit **earned by the stock market** through the simple index fund» (Bogle 2007: 72);

– распространять и получать информацию: This, though, is quite different to saying that **markets quickly and transparently distribute information** (Coleman 2016, p. 200); **Financial markets get much of their firm-specific information** from earnings announcements (Damodaran 2012, p. 407);

– нарушать закон: **Markets violate the law** of one price, and the law of demand (Coleman 2016, p. 201);

– оказывать поддержку: The stock **market gave a ringing endorsement** to the actions that shocked conservative world financiers (Siegel 2008, p. 188).

Таким образом, метафтонимическая модель MARKET IS A SUBJECT OF INVESTMENT RELATIONS (как конкретное проявление модели «ЦЕЛОЕ ЗА ЧАСТЬ») создает сложный образ рынка как субъекта рыночных отношений со свойственными ему физическими, психологическими, когнитивными и социальными аспектами. Интеграция метафоры и метонимии в данном случае

представляет метонимию как источник, лежащий в основе метафорической проекции, а метафора в свою очередь создает образ.

Перейдем теперь к рассмотрению метафорических моделей концепта Market.

Анализ фактического материала показал, что метафорическая репрезентация рынка в инвестиционном дискурсе осуществляется по четырем основным моделям. Объединяющим все метафорические модели признаком является абстрактное понимание концепта «рынок» как совокупности факторов и обстоятельств, сложившихся в инвестиционной деятельности и экономике в целом, как отношений между агентами инвестиций, но не как самих агентов.

1. Антропоморфная метафора. Рынок часто представлен как живое существо и исключительно метафорически (MARKET IS A LIVING BEING). В отличие от метафтонимической модели, под рынком не подразумеваются именно участники инвестиционных отношений. As always, the bull market **gave birth** to those who envisioned much higher stock prices (Siegel 2008, p. 88). В данном примере не участники рынка породили тех [инвесторов], кто стал ожидать более высокие цены на акции, а рынок в абстрактном его понимании – как совокупность факторов и условий, сложившихся в инвестиционном мире и экономике.

В подобном ключе антропоморфная метафора репрезентирует рынок как живое существо, также наделенное физическими и социальными признаками, но не ментальными, как в метафтонимической модели:

– физические признаки: ...when our usually efficient capital markets **are groaning** under the strain (Bernstein 2008, p. 4); he didn't predict that the stock market was about to fall out of bed (Bernstein 2008, p. 13);

– социальные признаки: The first step towards putting 2008 in perspective is demonstrating how this truly is a «**take no prisoners**» bear market (Singer 2010, p. 150); The Federal Reserve actively **supported** the bond market through much of the 1940s to keep the governor's interest expense low (Siegel 2008, p. 16).

Таким образом, антропоморфная концептуализация рынка проявляется и метафорически, и метонимически (метафтонимически). Неодинаков набор концептуальных признаков: ментальные признаки свойственны метафтонимии, поскольку под рынком подразумеваются в широком смысле люди, но не свойственны метафорической концептуализации рынка, где под последним понимается совокупность факторов и сложившихся обстоятельств в экономике.

2. Природоморфная метафора реализуется в модели «РЫНОК – ЭТО ЯВЛЕНИЕ ПРИРОДЫ». Формат статьи не позволяет подробно рассмотреть все фреймы и слоты, образующие данную метафорическую модель. В целом отметим, что рынок

метафорически концептуализируется самыми различными явлениями:

– космическими: and yet it is time that they realize <...> that they face their greatest dangers from a stock market that **floats up into a stratosphere** (Bernstein 2008, p. 16);

– водными: R.N. Elliott's theory was the market **moves in waves** of various sizes... (Damodaran 2012, p. 252); From 1997 through 2001 the world markets **were roiled** by economic and currency upheavals in Asia (Siegel 2008, p. 31);

– явлениями ландшафта: Transaction volume is high at market **peaks**... (Coleman 2016, p. 64).

Часто природные метафорические репрезентации носят негативный оттенок, представляя рынок как опасное место: It has to be tested over a period in which there was enough **market turbulence** to test that claim (Damodaran 2012, p. 205); ...after surviving all the **tempestuous markets** (Bogle 2007, p. 107).

Как мы видим, в метафорической концептуализации участвуют как конвенциональные метафоры (рыночные пики, теория волн движения цен на рынке), так и авторские, новаторские метафоры. Высвечивая яркие концептуальные признаки сферы-источника, они обеспечивают более глубокое понимание сути сферы-цели.

3. Метафора игры и спорта. Ранее уже отмечалась роль спортивной метафоры в инвестиционном дискурсе в целом, в репрезентации различных инвестиционных концептов [Буженинов 2021]. Не является исключением и рынок. Он, с одной стороны, метафорически концептуализируется как некая спортивная площадка, где можно соревноваться: they **compete in a market** where almost all the other competitors are also large funds... (Lehmann 2007, p. 147). С другой стороны, рынок является соперником, которого можно победить: thus, active investing is adversarial; **to beat the market and be a winner** you have to take advantage of those who underperform (Singer 2010, p. 70). Игровой характер рынка подчеркивается метафорой казино: If Las Vegas is not your bag, or you are between trips, at least discipline your urge to make **the stock market your casino** (Lehman 2007, p. 32).

4. Зооморфная метафора. Метафорическая концептуализация рынка посредством проведения аналогии с животным миром преимущественно основана на конвенциональных, устоявшихся метафорах *бычий рынок* (bull market) и *медвежий рынок* (bear market). Различные состояния рынка характеризуются различными состояниями этих животных, что в языковом плане выражено адъективной метафорой: *roaring bull market, powerful bull market, vicious bear market, severe bear market, ferocious bear market, brutal bear market*. Практически все характеристики, очевидно, являются ярко негативными. Используются и предикативные метафоры, приписывающие рынкам соответствующее животным поведение: Bear markets which so frighten investors... (Siegel 2008, p. 6). Любопытной

в этом отношении является новаторская метафора, концептуализирующая рынок скорее как некую птицу: On October 1, 2008, as global equity markets **perched** at the edge of an abyss into which they would fall a couple of days later (Singer 2010, p. 98).

Выводы

Таким образом, «рынок», будучи сложным феноменом экономики в целом и взаимодействия людей как экономических агентов в сфере инвестиций, является и сложным концептом инвестиционного дискурса. Анализ показал, что метонимия (реализующаяся в форме метафтонимии) и метафора являются мощными когнитивными инструментами формирования концепта Market и интерпретации знаний о нем. Взаимодействие метонимии и метафоры выражается в крупной метафтонимической модели MARKET IS A SUBJECT OF INVESTMENT RELATIONS, основанной на метонимическом переносе ЦЕЛОЕ ЗА ЧАСТЬ и создающей сложный образ рынка

как живого разумного субъекта инвестиционных отношений. Метафора же в чистом виде создает различные образы рынка (антропоморфная, природоморфная и зооморфная метафоры, метафора игры и спорта), каждый раз высвечивая различные характеристики рынка аналогично характеристикам ассоциируемых объектов мира.

Метафорический и метонимический виды концептуализации рынка в выявленных концептуальных доменах демонстрируют рынок как феномен, схожий с феноменами окружающего человека мира с присущими им позитивными и негативными чертами, привлекающими или отталкивающими инвесторов. В этом смысле реализуется мощный прагматический потенциал метонимии и метафоры, эмотивно воздействующих на реципиента и создающих различные, подчас диаметрально противоположные образы рынка для формирования критического взгляда и глубокого осмысления сути инвестиционной деятельности.

Материалы исследования

- Bernstein 2008 – *Bernstein W.* Economist on Wall Street. Hoboken; New Jersey: Wiley and sons inc., 2008. 293 p.
- Bogle 2007 – *Bogle J.* The little book of common sense investing. Hoboken; New Jersey: Wiley and sons inc., 2007. 216 p.
- Coleman 2016 – *Coleman L.* Applied investment theory. London: Palgrave Macmillan, 2016. 246 p.
- Damodaran 2012 – *Damodaran A.* Investment Philosophies. Hoboken; New Jersey: Wiley and sons inc., 2012. 597 p.
- Darst – *Darst D.* The Art of asset allocation. New York: The McGraw-Hill companies inc., 2008. 408 p.
- Lehman 2007 – *Lehmann R.* Income investing today. Hoboken; New Jersey: Wiley and sons inc., 2007. 234 p.
- Siegel 2008 – *Siegel J.* Stocks for the long run. New York: The McGraw-Hill companies inc., 2008. 381 p.
- Singer, Fedorinchik 2010 – *Singer B., Fedorinchik G.* Investment leadership and portfolio management. New Jersey: John Wiley and sons, 2010. 210 p.
- Ремянникова 2022 – *Ремянникова Д.О.* Метафтонимия в рекламном дискурсе (на материале слоганов русского, английского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2022. 307 с.

Библиографический список

- Barnden 2016 – *Barnden J.* Metaphor and simile: Categorizing and comparing categorization and comparison // Metaphor and communication. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 2016. P. 25–46. DOI: <https://doi.org/10.1075/milcc.5.02bar>.
- Goossens 2003 – *Goossens L.* Metaphonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action // Metaphor and metonymy in comparison and contrast / ed. by R. Dirven and R. Porings. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003. P. 349–377. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110219197.3.349>.
- Morris et al. 2007 – *Morris M., Sheldon O., Ames D., Young M.* Metaphors and the market consequences and preconditions of agent and object metaphors in stock market commentary // Organizational Behaviour and Human Decision Processes. 2007. Vol. 102, issue 2. P. 174–192. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.03.001>.
- Арутюнова 1998 – *Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. 896 с. URL: <https://djvu.online/file/4ZnU64O0TVpu9?ysclid=lwkr2ripe94573525>.
- Буженинов 2021 – *Буженинов А.Э.* Метафора спорта и игры в инвестиционном дискурсе (на материале английского языка) // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2021. № 1. С. 45–55. DOI: <http://doi.org/10.15593/2224-9389/2021.1.3>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45778238>.
- Глушкова, Матиенко 2022 – *Глушкова Т.С., Матиенко О.П.* Экономические метафоры с ключевыми лексемами «цена» и «рынок» в текстах современных российских медиа // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2022. Т. 16, № 3. С. 57–65. DOI: <http://doi.org/10.57015/issn1998-5320.2022.16.3.6>.

Голованова 2011 – Голованова Е.И. Введение в когнитивное терминоведение. Москва: Флинта: Наука, 2011. 224 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21553262>. EDN: <https://www.elibrary.ru/sdqxgd>.

Калинина 2021 – Калинина С. В. Метонимия как языковая репрезентация концептов отраслевого знания (на примере английской нефтегазовой терминосистемы) // *Сервис plus*. 2021. Т. 15, № 2. С. 85–96. DOI: <http://doi.org/10.24412/2413-693X-2021-2-85-96>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45714139>. EDN: <https://www.elibrary.ru/ilrfsz>.

Киселева, Миронова 2020 – Киселева С.В., Миронова М.Ю. Метафтонимия в английском языке (на примере инвестиционных терминов) // *Язык и культура в эпоху глобализации: сборник научных статей по материалам Первой всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием*. Т. 1 / под ред. И.В. Кононовой. Санкт-Петербург, 2020. С. 133–138. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44306727>. EDN: <https://www.elibrary.ru/lwjbsb>.

Ковязина 2020 – Ковязина Е.Н. Роль метафтонимии в вербализации футурологических концептов // *Сибирский филологический журнал*. 2020. № 4. С. 251–263. DOI: <http://doi.org/10.17223/18137083/73/17>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44316026>. EDN: <https://elibrary.ru/vwpwwb>.

Козлова 2011 – Козлова Л.А. Метафора и метонимия: сходства и различия // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2011. № 4 (29). С. 137–144. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16543082>. EDN: <https://elibrary.ru/nyaidv>.

Мангова 2010 – Мангова О.Б. Онтологическая метафора как способ восприятия экономического рынка // *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2010. № 593. С. 135–143. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16522332>. EDN: <https://elibrary.ru/nxonfb>.

Нгуен, Перфильева 2022 – Нгуен Т., Перфильева Н.В. Ориентационная метафора в экономическом дискурсе (на материале заголовков российских и вьетнамских интернет-изданий) // *Litera*. 2022. № 5. С. 65–78. DOI: <http://doi.org/10.25136/2409-8698.2022.5.37846>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48486404>. EDN: <https://elibrary.ru/hvcqjx>.

Стоянова 2021 – Стоянова Р. Метафора в болгарской и русской экономической терминологии: виды метафорических моделей (на материале терминологических фразеологизмов) // *Вопросы семантики и стилистики текста: лингвистический дискурс* / ред. З. Куцей. Лодзь, 2021. С. 37–59. DOI: <http://doi.org/10.18778/8220-520-6.04>. URL: <https://dspace.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/38659/37-59-stojanova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Хахалова, Третьякова 2021 – Хахалова С.А., Третьякова Е.В. Случаи конвергенции метафоры и метонимии и функционирование метафтонимии в рекламном дискурсе Германии // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2021. Т. 14, № 1. С. 122–126. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil210008>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44666185>. EDN: <https://elibrary.ru/fiwwqa>.

Шарманова 2016 – Шарманова О.С. Особенности взаимодействия и интеграции метафоры и метонимии как способ образования метафтонимии // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2016. № 3. С. 11–14. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26620206>. EDN: <https://elibrary.ru/wknuat>.

References

Barnden 2016 – Barnden J. (2016) Metaphor and simile: Categorizing and comparing categorization and comparison. In: *Metaphor and communication*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp. 25–46. Available at: https://www.researchgate.net/publication/314644655_Metaphor_and_simile_Categorizing_and_comparing_categorization_and_comparison.

Goossens 2003 – Goossens L. (2003) Metaphonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action. In: Dirven R., Porings R. (Ed.) *Metaphor and metonymy in Comparison and Contrast*. Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 349–377. DOI: <http://doi.org/10.1515/9783110219197.3.349>.

Morris et al. 2007 – Morris M., Sheldon O., Ames D., Young M. (2007) Metaphors and the market consequences and preconditions of agent and object metaphors in stock market commentary. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, vol. 102, issue 2, pp. 174–192. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.03.001>.

Arutyunova 1999 – Arutyunova N.D. (1999) Language and human world. Moscow: Yazyki russkoi kul'tury, 896 p. Available at: <https://djvu.online/file/4ZnU64O0TVpu9?ysclid=lwkr2ripc94573525>. (In Russ.)

Buzheninov 2021 – Buzheninov A.E. (2021) Metaphor of games and sports in the investment discourse (on the material of English language). *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, no. 1, pp. 45–55. DOI: <http://doi.org/10.15593/2224-9389/2021.1.3>. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45778238>. (In Russ.)

Glushkova, Matienko 2022 – Glushkova T.S., Matienko O.P. (2022) Economic metaphors with the key tokens «price» and «market» in modern Russian media texts. *Russian Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 16, no. 3, pp. 57–65. DOI: <http://doi.org/10.57015/issn1998-5320.2022.16.3.6>. (In Russ.)

Golovanova 2011 – Golovanova E.I. (2011) Introduction to cognitive terminology science. Moscow: Flinta: Nauka, 224 p. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21553262>. EDN: <https://www.elibrary.ru/sdqxgd>. (In Russ.)

Kalinina 2021 – Kalinina S.V. (2021) Metonymy as a linguistic representation of the industry knowledge concepts (on the example of English oil and gas term systems). *Service plus*, vol. 15, no. 2, pp. 85–96. DOI: <http://doi.org/10.24412/2413->

693X-2021-2-85-96. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45714139>. EDN: <https://www.elibrary.ru/ilrfsz>. (In Russ.)

Kiseleva, Mironova 2020 – *Kiseleva S.V., Mironova M.Yu.* (2020) Metaphtonymy in the English language (on the example of investment terms). In: *Kononova I.V.* (Ed.) *Language and culture in the epoch of globalization: collection of materials of the First all-Russian (national) scientific conference with international participation. Vol. 1.* Saint Petersburg, pp. 133–138. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44306727>. EDN: <https://www.elibrary.ru/lwjbsb>. (In Russ.)

Kovyazina 2020 – *Kovyazina E.N.* (2020) The role of metaphtonymy in verbalizing futurological concepts. *Siberian Journal of Philology*, no. 4, pp. 251–263. DOI: <http://doi.org/10.17223/18137083/73/17>. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44316026>. EDN: <https://elibrary.ru/vwpwwb>. (In Russ.)

Kozlova 2011 – *Kozlova L.A.* (2011) Metaphor and metonymy: similarity and difference. *Issues of cognitive linguistics*, no. 4 (29), pp. 137–144. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16543082>. EDN: <https://elibrary.ru/nyaidv>. (In Russ.)

Mangova 2010 – *Mangova O.B.* (2010) Ontological metaphor as a means of perception of economic market. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, no. 593, pp. 135–143. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16522332>. EDN: <https://elibrary.ru/nxonfb>. (In Russ.)

Nguyen, Perfilieva 2022 – *Nguyen T., Perfilieva N.V.* (2022) Orientation metaphor in economic discourse (based on the headlines of Russian and Vietnamese Internet publications). *Litera*. no. 5, pp. 65–78. DOI: <http://doi.org/10.25136/2409-8698.2022.5.37846>. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48486404>. EDN: <https://elibrary.ru/hvcqjx>. (In Russ.)

Stoyanova 2021 – *Stoyanova R.* (2021) Metaphor in Bulgarian and Russian economic terminology: types of metaphorical models (based on terminological phraseological units). In: *Kutsei Z.* (Ed.) *Issues of Semantics and Stylistics of Text: linguistic discourse*. Lodz, pp. 37–59. DOI: <http://doi.org/10.18778/8220-520-6.04>. Available at: <https://dspace.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/38659/37-59-stojanova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (In Russ.)

Khakhalova, Tretiakova 2021 – *Khakhalova S.A., Tretiakova E.V.* (2021) Cases of metaphor and metonymy convergence and metaphtonymy functioning in advertising tourist discourse of Germany. *Philology. Theory & Practice*, vol. 14, no. 1, pp. 122–126. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil210008>. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44666185>. EDN: <https://elibrary.ru/fiwwqa>. (In Russ.)

Sharmanova 2016 – *Sharmanova O.S.* (2016) Interaction and integration of metaphors and metonymies as a way of creating metaphtonymy. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3, pp. 11–14. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26620206>. EDN: <https://elibrary.ru/wknuat>. (In Russ.)