

ство». На наш взгляд, это объясняется спецификой семантики производящей основы, которая обладает определенной степенью идиоматичности (*pénétrer comme par un filtre*). Префикс *in-* является одним из префиксальных средств вербализации целого ряда признаков концептосферы «пространство». Степень выраженности таких признаков на уровне идеосферы оказывается различной, что объясняется различными свойствами сочетаемости префикса и производящей основы.

Литература

Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Рос. академия наук. Ин-т языкознания. Языки славянской культуры, 2004. С. 560.

Полянчук О. Б. О сочетании структурного и когнитивного подходов при анализе производного слова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2012, № 2. С. 27-33.

Полянчук О. Б. Композиционные особенности французских существительных с суффиксами агента действия, развивающих полисемию // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2011, № 1. С. 32-36.

Полянчук О. Б. Основные параметры теории словообразования и динамика производного слова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2003, № 1. С. 45-49.

Словарь русского языка: в 4 т. 3 изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1985-1988. Т. 3.

Ya. V. PereLygina

(Voronezh, Russia)

COMPLEX SIGNS WITH THE SPACE PREFIX IN- AND THEIR SEMANTIC FUNCTIONS IN FRENCH LANGUAGE

The is devoted to the analysis of compositional peculiarities of derivational components of derivative words with the prefix *in-*. We focus on basic and peripheral areas of derivative words» meanings with the space prefix *in-*.

Key words: internal valence, concept, complex sign, compositional semantics, word-building pattern, derivational meaning, semantics «space».

T. A. PereLygina, E. I. Трубаева

(Белгород, Россия)

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА ДЕЛОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИЗНЕС-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена рассмотрению особенностей метафорического представления концепта ДЕЛОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ в современном англоязычном бизнес-публицистическом дискурсе. Раскрывается роль военной метафоры, основанной на материале «Игра престолов», как когнитивно-коммуникативной модели, преследующей цели наи-

более оптимальной репрезентации определенного концепта из сферы бизнеса в рамках англоязычного бизнес-публицистического дискурса.

Ключевые слова: концептуализация метафорическое представление концепта, военная метафора, когнитивная (концептуальная) метафора, «Игра престолов», деловая конкуренция, англоязычный бизнес – публицистический дискурс.

Одним из широко представленных концептов в текстах современного англоязычного бизнес-публицистического дискурса является концепт деловой конкуренции. 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 языкового представления концепта ДЕЛОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ в современном англоязычном бизнес-публицистическом дискурсе выявило частотную репрезентацию данного когнитивного пространства через концептуальную военную метафору [Перельгина 2015]:

В ходе анализа нами был выявлен факт использования развернутого метафорического описания концептуальной сущности деловой конкуренции в статье журнала «The Economist» [Technology Giants at War. Another Game of Thrones]. Возникновение данной метафоры, которая по своей сути является военной, связано с популярным американским драматическим телесериалом в жанре фантастической литературы «Игра престолов», снятым по мотивам цикла романов «Песнь Льда и Огня» писателя Джорджа Мартина. Сущность метафорической проекции заключается в рассмотрении деловой конкуренции в качестве «военной» борьбы за власть – «трон королевства» – нескольких ведущих интернет – компаний и технологических гигантов: Гугл (Google), Эппл (Apple), Фейсбук (Facebook) and Амазон (Amazon).

В приведенной аналогии используется ряд метафорических наименований: *the iron phone* («железный телефон») как указание на борьбу за «железный трон королевства» – как символ верховной власти на рынке компьютеров, телефонов, программного обеспечения, мобильных услуг и интернета; *siege engines* («инструменты осады») взамен *search engines* («поисковые службы») – борьба за пользователей, желающих найти определенный товар или информацию в интернете; *content-masters* («мастера-хранители содержимого») – специалисты конкурирующих компаний.

В развернутом метафорическом контексте прослеживаются сказочные, фантазийные элементы стиливого и лексического оформления повествования, например:

A mixture of threat and opportunity has the big four using their cash and acumen to strike out into other areas—sometimes into uninhabited lands, sometimes into places where some other firm is used to ruling the roost. (Эта четверка компаний, используя шантаж, подкуп и смекалку, вторгается на чужие земли – иногда необитаемые, иногда туда, где правит другая фирма.)

The battlefields on which the big four are fighting are, like most battlefields, messy and confusing. ... Apple and Google are crossing swords in operating systems for smartphones and tablet computers; both firms and Amazon are butting heads in hardware; Google and Facebook have become sworn enemies in social networking. (Поля сражений, на которых бьются эти четверо, как большинство полей – грязные и непонятные... Эппл и Гугл

скрещивают мечи на поле операционных систем смартфонов и планшетов; Эппл, Гугл и Амазон бьются головами в сфере корпусного компьютерного обеспечения; Гугл и Фейсбук стали заклятыми врагами в сфере социальных сетей.)

And ...there is the empire over the water. Microsoft, ... now number two in search after Google, has a willing (and desperate) vassal in Nokia Like the Targaryen family, which used to rule Westeros and now plots in exile to regain the crown, the company is desperate to regain its former glory. (И ... есть еще одна империя на плаву. Майкрософт, ... сейчас второй лидер в мире по поисковой службе после Гугл, имеет преданного и доведенного до отчаяния вассала в лице Нокии... Подобно бывшей династии Таргариенов, которая когда-то правила Вестеросом, а сейчас в изгнании строит планы вернуть себе корону, эта компания отчаянно старается возродить былую славу.)

Platforms are the weapons with which the warring factions seek to rule their own lands and conquer new ones. Patents are the weapons with which they try straightforwardly to hurt their rivals. (Платформы – это то оружие, которое используется воюющими сторонами для правления в своих землях и завоевания новых. Патенты – это оружие, которым противники пытаются ранить друг друга.)

Следует отметить, что с точки зрения теории когнитивной метафоры преобладание подобного метафорического представления свидетельствует не только о милитаризации общественного сознания и рассмотрении конкурента в бизнесе в ачестве врага, которого следует подавить и разбить, но и о популярности культового сериала в сознании читателя. Прагматическая функция рассмотренной метафоры выражается в том, что она является источником образной номинации экономического явления и актуализирует определенное оценочное отношение к нему.

Таким образом, военная метафора выступает продуктивным средством представления концептуального содержания концепта «ДЕЛОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ», объединяя весь комплекс лингвистического и нелингвистического знания и выступая не только инструментом описания и оценки действительности, но и редством познания.

Литература

Перельгина Т. А. Концептуальная военная метафора в современном англоязычном бизнес-публицистическом дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2015. Вып. XXII. С. 475-476.

Technology Giants at War. Another Game of Thrones. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economist.com/news/21567361-google-apple-facebook-and-amazon-are-each-others-throats-all-sorts-ways-another-game?frsc=dg%7Cb> (дата обращения: 13.01.2016).

T. A. Perelygina, E. I. Trubaeva
(Belgorod, Russia)

METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT BUSINESS COMPETITION IN MODERN BUSINESS PUBLICISTIC DISCOURSE

The article deals with the study of features of the concept «business competition» metaphorical representation in modern English-speaking business publicist discourse. The role of war metaphor, based on «Game of Thrones», is examined as a cognitive – communicative

model with the aim of the most optimal representation of the certain concept from business sphere in terms of English-speaking business-publicist discourse.

Key words: Conceptualization, metaphorical representation of a concept, war metaphor, conceptual (cognitive) metaphor, Game of Thrones, business competition, English-speaking business- publicist discourse.

А. Ю. Петжау
(Екатеринбург, Россия)

КОНЦЕПТ ЗДОРОВЬЕ: ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КЛЮЧЕВОЙ ЛЕКСЕМЫ¹

В статье приведены результаты лексикографической интерпретации ключевой лексемы, имени анализируемого концепта здоровье, на материале 19 толковых словарей разных периодов российской истории. Исследование показало, что родовую сущность концепта здоровье представляет категориальный когнитивный признак – состояние (организма), бытийное состояние (его органов). Когнитивными признаками, уточняющими родовые признаки концепта здоровье, являются субъект состояния; физическое состояние здоровья и душевное / духовное состояние здоровья; состояние здоровья как ценность; градуальность состояния: Здоровье / Нездоровье.

Ключевые слова: концепт здоровье, когнитивные признаки, толковый словарь, компонентный анализ, наивная картина мира.

Концепт *здоровье* относится к абстрактным концептам, парадокс которых заключается в том, что, «понимая разумом, люди затрудняются вербально эксплицировать их значение» [Бабушкин 1997:171]. Для выявления и описания ядерных смыслов анализируемого концепта нами был проведен компонентный анализ, опирающийся на словарные дефиниции толковых словарей. Методика анализа заключалась в следующем: к словам, отраженных в определениях ключевой лексемы концепта, применялась «процедура ступенчатой идентификации, которая состоит в последовательном сведении слов через идентификаторы к словам с предельно обобщенным характером» [Кузнецова 1982:36].

Материалом анализа являлись словарные дефиниции ключевой лексемы концепта здоровье, содержащиеся в 19 фундаментальных толковых словарях разных периодов российской истории. К анализу были привлечены:

1) 5 лексикографических источников дореволюционной эпохи (1809 г. – 1917 г.), см.: [Даль 1863; издание – 1998, Т. 1; САР 1809, Т. 2; Срезневский 1893, Т. 3: 697–698, а также Т. 1: 96; СРЯ XIXVII 1978, Т. 5; СЦСРЯ 1847, Т. 2];

2) 5 лексикографических источников советской эпохи (1935 г. – 1985 г.), см.: [ТСРЯ 1935, Т. 1; БАС 1955, Т. 4; МАС 1985, Т. 1; СРЯ 1960; СРЯ 1978];

3) 9 лексикографических источников постсоветской эпохи (1998 г. – 2011 г.), см.: [БАСРЯ 2006, Т. 6; Дмитриев 2003; Ефремова 2000; Кузнецов 2000; Лопатин 2011; РСС 2003; Скляревская 2009; ТСРЯ 2011; Шушков 2003].

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика»