

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. Теоритические предпосылки изучения события в англоязычном экономическом дискурсе</b> .....	12
1.1 Изучение события в философии языка и в семантике .....	12
1.2 Отграничение понятия «событие» от смежных понятий.....	21
1.3 Понятие «события» в свете когнитивного моделирования .....	31
1.4 Фреймовая семантика и ее применение в лингвистических исследованиях.....	40
1.5 Новостной дискурс экономической тематики. Основные типы новостных сообщений в сфере экономики .....	51
Выводы по Главе I.....	61
<b>ГЛАВА 2. Фреймовые структуры, лежащие в основе новостного экономического дискурса в современном английском языке</b> .....	65
2.1 Тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (Группа I).....	65
2.2 Тексты, описывающие изменения экономических показателей (Группа II) .....	76
2.3 Тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (Группа III).....	86
2.4 Тексты, представляющие «объявления / заявления о событиях в сфере экономики» (Группа (IV)).....	94
2.5 Тексты, сообщающие о «назначениях и увольнениях в крупных компаниях» (Группа V).....	103
Выводы по Главе 2.....	114

<b>ГЛАВА 3. Сопоставительный анализ маркеров событийности в англоязычном экономическом новостном дискурсе разной тематики.....</b>	<b>116</b>
3.1 Маркеры событийности в англоязычном новостном экономическом дискурсе.....	116
3.2 События в сфере экономики: группа Miscellaneous .....	133
3.3 Концептуально-метафорическая репрезентация в англоязычном экономическом новостном дискурсе.....	143
3.4 Культурологический аспект англоязычного экономического новостного дискурса.....	154
Выводы по Главе 3.....	162
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>168</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>175</b>
<b>Список источников .....</b>	<b>198</b>
<b>Список использованных словарей.....</b>	<b>198</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Событийность – это важное и неоднозначно трактуемое в научной литературе явление. Категория событийности представляется многим исследователям одной из базовых категорий сознания человека, чем и объясняется интерес к ее изучению не только в области науки о языке, но также и в философии, логике, психологии: понятие события представляет собой определенный этап в процессе осознания и обобщения фактов действительности. Многочисленные работы посвящены разным аспектам событий и событийности: онтологический статус события рассматривался в работах Н.Д. Арутюновой, Б.М. Величковского, В.З. Демьянкова, Д. Девидсона, Р. Джекендоффа; акционально-грамматический подход к пониманию события реализуется в работах Ю.Д. Апресяна, А.В. Бондарко, Т.В. Булыгиной, В.Е. Гольдина, О.Н. Дубровской, Ю.С. Маслова, Е.В. Падучевой, О.Н. Селиверстовой, Г.Г. Сильницкого, Z. Vendler и др.; текстовая репрезентация события изучается в работах В.Я. Шабеса, А.А. Транова, Ю.М. Лотмана, В. Шмида и др.

Само понятие «события» представляет собой одну из базовых форм категоризации мира в человеческом сознании и поэтому на протяжении уже довольно долгого времени оно привлекало и продолжает привлекать к себе внимание исследователей. При всей широте и многообразии подходов к изучению события, можно проследить, как менялись взгляды исследователей на данное понятие с течением времени.

В настоящее время можно выделить три подхода к толкованию событийности. Первый из них представлен в нарратологии, где под событием понимается с одной стороны нарратив целиком [Pike 1954; Winograd 1972], с другой стороны совокупность экспланаторности и оценочности, противопоставленная компонентам дискурса [Grimes 1975; Labov, Waletzky 1967]. В синтаксической семантике событие представляется в виде предложения и ситуации [Арутюнова, 1967; Булыгина 1982; Селиверстова,

1982; Вендлер, 1987; Маслов, 1987; Падучева, 2009 и др.]. В теории интерпретации имеется два толкования события: широкое, когда событие трактуется как психологический феномен [Руденко, 1996] или любое интерпретируемое повествование [Демьянков, 1983] и узкое, в соответствии с которым событие – это совокупность интерпретируемых ситуаций [Evans, 2006] или прагматических установок [Рахилина, Ляшевская 2008].

В отечественной лингвистике событийность традиционно рассматривалась как семантическая характеристика, присущая словам и противопоставленная предметности [Арутюнова, 1988]. Примером такого противопоставления может служить различие существительного «землетрясение» (событийного) и существительного «стол» (предметного), что аналогично оппозиции абстрактного и конкретного. Однако, и в отечественной, и в зарубежной лингвистической традиции более продуктивным оказалось понимание события как аналога некоторой ситуации или явления, имеющего место в объективной действительности.

Мы исходим из представления о событии, принятом в отечественной традиции и в англоязычной лингвистической традиции, когда под событием понимается не семантическая характеристика как в работах Н.Д. Арутюновой или Л.С. Бархударова, а интерпретируемое повествование (в широком смысле), описывающее некоторую ситуацию.

Важным аспектом события в таком понимании является вопрос о том, насколько значима та ситуация, которая получает статус события. В лингвистической литературе на этот счет нет единого мнения. Часть исследователей склонна считать событием любое происходящее, любое изменение или действие, однако, большинство ученых относят к событиям только то, что имеет важность, значимость, т.е. все то, что оценивается индивидом как неординарное или даже уникальное. В нашем исследовании мы вслед за рядом ученых [Якушева, 1986; Ирисханова, 1997] определяем событие как представленный в текстовой форме фрагмент действительности,

отражающей локализованное во времени и пространстве изменение, важность и неординарность которого отмечена социумом или индивидом.

В таком понимании события образуют отдельную категорию, т.е. класс текстов или контекстов, описывающих некоторую ситуацию с точки зрения ее необычности и важности происходящего. К категории событийности могут также быть отнесены событийные существительные, т.е. лексические единицы, содержащие в своей семантике указание на важность, исключительность и/ или неординарность происходящего (earthquake, flood, scandal, war и др.).

Учитывая особенности категории событийности в изложенном выше понимании в качестве материала в нашем исследовании мы используем тексты новостей экономического характера. Мы исходим из предположения о том, что в новостях экономики появляются сообщения о необычных, интересных и важных ситуациях. Таким образом, рубрика «Новости экономики» уже по определению содержит сообщения о событиях. В связи с этим нами ставится задача изучения тех языковых средств, которые используются для указания на важность и неординарность происходящего.

**Актуальность исследования** определяется необходимостью дальнейшего изучения англоязычного экономического дискурса с позиций когнитивно-дискурсивного подхода, а также теоретическими и практическими потребностями изучения структуры и функционирования «события» как конструктивного элемента разных типов дискурса.

**Объектом** исследования являются новостные сообщения о событиях в экономической жизни, отобранные из англоязычных (английских и американских) медийных источников.

**Предметом** исследования являются языковые средства разных уровней, обеспечивающие указание на событийность, т.е. важность, неординарность и исключительность происходящего, а также когнитивные основания их выбора в дискурсе.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в том, что: 1) уточнено понятие «события» применительно к англоязычному экономическому дискурсу; 2) выявлены основные тематические группы текстов англоязычного новостного экономического дискурса; 3) установлен набор языковых средств, которые функционируют в англоязычном новостном экономическом дискурсе в качестве маркеров событийности; 4) установлена зависимость выбора маркеров событийности от фреймовых структур, лежащих в основе англоязычных новостных сообщений экономического характера и от тематики новостных сообщений.

**Теоретической базой** данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов в области изучения категории событийности (Н.Д. Арутюнова, З. Вендлер, В.З. Демьянков, О.К. Ирисханова), лингвистики текста, теории дискурса (К. Гаузенблад, Р. Барт, П. Серио, П. Хартман, Л.В. Щерба, И.И. Мещанинов, М.М. Бахтин, Ю.М. Лотман, О.И. Москальская, В.Я. Шабес, Т. ван Дейк, З. Харрис, П. Серио и др.), изучения экономического дискурса (Е.Г. Петушинская, Ю.С. Степанов, К.В. Томашевская, А.Н. Баранов, Е.И. Шейгал и др.), фреймовой семантики (Ч. Филмор, М. Минский, В. Дреслер, Р. Богранд, Дж. Тейлор, Л. Талми, Е.С. Кубрякова, Е.Г. Беляевская, Н.Н. Болдырев и др.).

**Материалом** исследования послужили новостные сообщения экономического характера, отобранные посредством сплошной выборки из англоязычных (британских и американских) медийных источников (газет и журналов) и их электронных версий: Financial Times, New York Times, CNN News, CNN Money, the Wall Street Journal, the Economist, BBC News, the Guardian, the Telegraph и др. за период с 2011 по 2017 гг. Всего рассмотрено около 3000 новостных сообщений.

В качестве **основной гипотезы** исследования выступает предположение о том, что в англоязычном новостном экономическом дискурсе функционирует система языковых средств, указывающих на то,

почему то или иное изменение, имеющее место в сфере экономики, может быть включено в число важных новостей, т.е. событий.

**Основная цель** работы заключается в том, чтобы выявить и изучить языковые средства, являющиеся маркерами событийности в англоязычном новостном дискурсе экономического характера.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

1. определить статус «события» и систематизировать различные подходы к изучению событийности на уровне семантики языковых единиц и текстов;
2. проанализировать когнитивные подходы к моделированию события, обосновать необходимость применения фреймовой семантики при изучении репрезентации события в англоязычном новостном экономическом дискурсе;
3. выделить основные типы новостных сообщений в сфере экономики и описать их; рассмотреть когнитивные структуры, которые послужили основой их формирования;
4. установить набор языковых и когнитивных средств, обеспечивающих репрезентацию события в англоязычном экономическом дискурсе;
5. определить зависимость различных маркеров событийности от типа новостного сообщения, его тематики и фреймовой структуры, лежащей в его основе; сопоставить активность выделенных маркеров событийности в новостных сообщениях разных типов.

Для решения поставленных задач в работе применяются такие **методы исследования** как: метод когнитивного моделирования, метод дискурсивного анализа, фреймовый подход к анализу дискурса, дефиниционный анализ, контекстуальный анализ, концептуальный анализ; кроме того, в ходе исследования проводились количественные подсчеты.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в выделении и описании системы языковых средств, обеспечивающих репрезентацию

события в англоязычном новостном экономическом дискурсе, а также в установлении связи между выбором маркеров событийности и тематикой текста и концептуальными структурами, лежащими в основе его формирования. Результаты проведенного исследования вносят вклад в теорию дискурса и указывают на возможность дальнейшего изучения репрезентации событий в других разновидностях дискурса. Данная работа вносит также определенный вклад в дальнейшую разработку проблем когнитивной лингвистики, процессов восприятия и усвоения знаний человеком, формирования категориальной основы концептов.

**Практическая ценность** работы состоит в том, что предлагаемая методика может быть использована при изучении репрезентации события в других видах дискурса на материале не только английского, но и других языков. Полученные данные о тематической классификации новостных сообщений о событиях в сфере экономики, о маркерах событийности, о концептуальных основаниях формирования разных типов новостных сообщений могут найти применение в лекционных курсах по общему языкознанию, по стилистике, и по лексикологии английского языка, в спецкурсах по лингвистике текста, а также в практике преподавания английского языка, в частности, при изучении таких дисциплин как «язык специальности», «деловой иностранный язык», «профессиональный английский язык» и др.

**Достоверность и объективность** результатов исследования обеспечивается последовательным обоснованием исходных теоретических положений, достаточным объемом и разнообразием изученного языкового материала (3000 текстов), комплексной методикой его анализа, а также использованием авторитетных лексикографических источников при рассмотрении семантики слов и словосочетаний, выступающих в качестве маркеров событийности.

На защиту выносятся следующие **положения**:



1. Англоязычный новостной экономический дискурс устойчиво разделяется на 5 тематических групп: сообщения о судебных решениях в сфере экономики (12%); сообщения об изменениях экономических показателей (32%); тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (18%); тексты, представляющие объявления/ заявления о событиях в сфере экономики (22%) и сообщения о назначениях/ увольнениях в крупных компаниях (6%).
2. В качестве маркеров событийности в англоязычном экономическом новостном дискурсе используются количественные показатели, усеченные и развернутые цитаты, оценочная лексика и образные выражения, интенсивы и сравнения, а также реализующиеся в сообщении событийные существительные и указания на реакцию экономической системы на описываемое изменение. Активность использования каждого маркера событийности зависит от тематики текста.
3. Когнитивным основанием экономических текстов выделенных тематических групп являются соответствующие фреймовые структуры, фиксирующие активного дейтеля события (агенса), пациенса, предпринимаемое действие, его причины, следствия и предысторию. Маркеры событийности локализуются на разных участках фреймовой структуры, причем эта локализация различна в разных тематических группах.
4. Расширение тематики англоязычного новостного экономического дискурса не влияет на набор выделенных маркеров событийности: при анализе группы «Разное», объединяющей малочастотные сообщения экономического характера (о разработке нового продукта, об отзыве товара с рынка, об оказании экономической помощи и др.) не было выявлено новых маркеров событийности.
5. В качестве когнитивного основания, продуцирующего оценочную лексику и образные средства в англоязычном новостном экономическом дискурсе, часто выступают метафорические концепты войны (сражения),

медицины, движения, путешествия, (громкого) звука, воды и огня. Также присутствует персонификация экономических явлений. Выбор метафорических концептов не связан с тематикой новостного сообщения.

Диссертация прошла апробацию на кафедре лексикологии английского языка факультета английского языка ФГБОУ ВО МГЛУ в 2017 г. Основные результаты исследования докладывались на научно-теоретических конференциях в ФГБОУ ВПО МГЛУ (Лексикологические чтения) в 2012, 2015, 2016 гг., а также в Финансовом университете при правительстве РФ на межкафедральных языковых конференциях в 2014, 2015 гг. По теме диссертации опубликовано 6 статей (общим объемом 3 п. л.) в изданиях, включенных в «Перечень российских рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук».

Цель и задачи исследования определили структуру и объём работы, которая состоит из Введения, трёх глав, Заключения и Библиографического списка, включающего 265 наименований, списка медийных источников и списка использованных словарей.

## ГЛАВА I. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИЗУЧЕНИЯ СОБЫТИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

### §1.1 Изучение события в философии языка и в семантике

События наполняют собой действительность и жизнь человека, служат некой вехой, отмечающей точки на жизненной оси. Поэтому неудивительно, что само понятие события давно существует и активно используется в разных науках.

При всей широте и многообразии подходов к изучению события основной фокус исследований долгое время концентрировался на логико-философском аспекте данного понятия. Установление логической структуры события и выделения в ней таких основных компонентов как время, пространство, изменение, участники является заслугой представителей Оксфордской школы (П. Хэккер, Д. Дэвидсон, А. Квинтон, Р. Мартин, Дж. Ким, З. Вендлер).

Долгое время событие изучалось в рамках философии языка и грамматики. Этим понятием активно пользовались, но оно считалось «интуитивно понятным» и исследователи не давали ему четкого определения, их больше интересовали языковые проявления события.

При описании событий исследователи отдавали предпочтение пропозиции и номинализации, – явлениям, которые так или иначе связаны с событием (Д. Дейвидсон, К. Хемпель).

Выяснению природы событий, их онтологии посвящено большое количество работ по философии языка. Одной из первых теорий была the Particularist Theory of Events Д. Дэвидсона, М. Брэнда [Brand, 1975; Davidson, 1969]. Согласно ей события представляют собой такие же объекты, как, например, ручка или стол. Теория Дж. Кима и Р. Мартина приравнивала событие к его свойствам [Kim, 1969; Martin, 1976]. Последователи данной

теории считали события комплексами, включающими объекты, их свойства и временные характеристики. Согласно третьей теории события уподоблялись пропозициям или фактам [Wilson, 1974].

В рамках дальнейших исследований предпринимались попытки описать структуру события в реальном мире, т.е. определить специфику событий как сущностей реального мира по сравнению с физическими объектами. Аргументация в защиту положения об объединении событий и предметов окружающего мира, была следующая: мы говорим о событиях также как и о физических объектах. Однако интуитивно было ясно, что события и предметы – это явления разного порядка и необходимо было разграничить данные понятия. Данному вопросу посвящены работы А. Квинтона и П. Хэккера. Исследователи полагали, что понятия физического объекта и события – это составные части концептуальной схемы любого человека, которые тесно связаны с представлениями о времени и пространстве. А. Квинтон полагал, что объекты обладают «уникальным» расположением в пространстве, т.к. физические объекты имеют размер и форму, следовательно имеют жестко очерченные пространственные границы. Событие же не состоит из какого-либо вещества и, следовательно, не имеет размера или формы. Объект занимает трехмерное пространство и существует в нем, события же не существуют, а происходят в пространстве, случаются в нем [Quinton, 1979].

Вопрос об отношении события к пространству вызвал множество споров, поскольку наличие пространства является необходимым условием осуществления любых действий, а также событий. П. Хэккер поставил вопрос о том, имеют ли события пространственную локализацию. Ответ на этот вопрос затруднен, т. к. не всегда легко определить локализованность события в пространстве, поскольку некоторые события являются следствием предыдущих. Весьма затруднительно определить локализацию физиологических и ментальных событий: «Хотя моя головная боль – в голове, моя зубная боль в моем зубе ... страдает не голова и не зуб, а я»

[Hacker, 1982, с. 13]. Локализацию подобного рода событий предлагалось определять по локализации субъекта [Davidson, 1969], однако, такой подход приводит к необходимости разграничения события, действия и состояния, поскольку центральной фигурой во всех этих случаях является субъект.

Анализ указанных выше типов событий привел исследователей к определенным затруднениям и заставил предположить, что связь события с пространством в некоторых случаях не имеет смысла. З. Вендлер считал, что «связь между событием и пространством косвенная, опосредованная» [Vendler, 1967, с. 144]. Рассматривая пример о разгроме фашистской Германии, исследователь писал, что данное событие нигде не расположено, его нигде нельзя найти: абсурдным будет высказывание, что «разгром произошел на расстоянии в 2 тыс. миль» [Там же].

Д. Дейвидсон высказал предположение, что легче локализовать те события, которые представляют собой изменения в материи, такие, например, как взрыв. Но и здесь есть определенные затруднения, например, мы не всегда можем определить площадь взрыва, локализовав его таким образом в пространстве [Davidson, 1969]. В свою очередь, А. Квинтон считал, что событие локализуется в зависимости от положения объектов, участвующих в событии [Quinton, 1979].

В итоге, многие исследователи сходились на том, что событию необходимо пространство для своего осуществления, связь же его с пространством опосредована объектами, вовлеченными в событие. При этом Д. Дейвидсон полагал, что даже ментальное событие происходит в определенном месте и времени (remembered, solved, decided) – оно имеет место там, где находится человек, который является его агенсом [Davidson, 1980].

Фактор времени также играет существенную роль в понимании онтологии события. Вероятно даже, что данный параметр является одним из ведущих в иерархии элементов, составляющих структуру события. Как отмечала в своих исследованиях Н.Д. Арутюнова, некоторые события

вообще не имеют пространственной локализации и могут быть описаны лишь в «терминах их конфигурации на оси времени» [Арутюнова, 1988, с. 508]. Дж. Ким писал: «по отношению к событию само понятие пространственного расположения (локализация) становится расплывчатым и неопределенным» [Kim, 1973, с. 217]. В своей работе он рассматривает два примера на основании разной локализации: пространственно-временной и только временной. (Socrates' dying (death) – Xanthippe's becoming a widow). Сократ умер в афинской тюрьме, – соответственно первое событие имеет пространственную локализацию, но как ответить на вопрос, где случилось второе событие. Используя второй параметр – время – мы можем сказать, что оба события случились в 399 г. до н.э.

У некоторых авторов фактор времени фигурировал в качестве основного признака события. По З. Вендлеру события – это «сущности, соотносящиеся прежде всего со временем» [Vendler, 1967, с. 144].

Несмотря на то, что исследователи единодушно признавали время необходимым условием существования события (М. Брэнд, Д. Дейвидсон, Дж. Ким, Р. Мартин), они указывали также и на некую неопределенность этого параметра. Вопрос возникал, прежде всего, в плане определения временных рамок события, т.е. установления его начала и конца. Например, у масштабных событий начало и конец не всегда можно установить. Дж. Ким, например, разграничивал события, которые могут быть датированы, и события, для которых помимо даты можно указать точное время [Kim, 1979]. Наглядным примером этого противопоставления являются такие события как, например, первый полет человека в космос, когда мы знаем точную дату и время, а также начало и конец какого-нибудь военного конфликта, где известны лишь даты и невозможно указать часы.

Неоднозначность соотношения события и времени привлекала внимание исследователей и в последующие годы. Л.С. Выготский высказал мнение о том, что хронологическая последовательность житейского события

может быть условно обозначена в виде прямой линии – где каждый последующий момент сменяется предыдущим [Выготский, 1996]. Полемизуя с ним В.П. Руднев полагал, что «хронология – есть лишь частный случай описания системы событий», которая задается господствующей в культуре «моделью исторического времени» и тем, кто описывает конкретную систему событий [Руднев, 1996, с. 44].

Таким образом, согласно философской традиции онтология события предполагает тесную связь с пространством и временем, которые признаются основными, неразрывно взаимосвязанными формами существования материи. Диалектический материализм считает движение сущностью времени и пространства. Поэтому следующий вопрос, заинтересовавший исследователей был связан с таким параметром события как движение.

Ф. Дрецке и П. Хеккер пришли к выводу, что движение объектов определяется по изменяющейся локации, а событий – по течению времени, следовательно, события не могут двигаться в буквальном смысле, но тем не менее когда про них говорят, т.е. можно сказать – “the riot spread to eastern regions or the wedding moved from the church” [Dretske, 1979, с. 489].

Исследователи выделяли еще одну важную характеристику события – изменение, но трактовали ее по-разному. Одни, как А. Квинтон, например, понимали изменение как замещение одного состояния другим, или замену одного свойства другим [Quinton, 1979]. С. Дик считал, что изменение – это переход от одной ситуации (Si) к другой (Sj), или же различие в положении дел [Dik, 1980]. Другие ученые, такие как Р. Мартин, Дж. Ким, П. Хэккер, трактовали изменение как трансформацию состояний объекта (материи). Но в целом, все эти исследователи солидарно признавали, что изменение является онтологической характеристикой события.

Во многих работах отмечалась также зависимость события от объектов, вовлеченных в событие. Для осуществления события необходимы активные и пассивные участники: кто его совершает или над кем совершается действие, приводящее к формированию события. Событие не

может состояться как таковое в отсутствие человека, участвующего в нем или наблюдающего за происходящим. При этом, однако, отмечается, что «человек не может вершить или планировать событие, он лишь совершает определенные действия, поступки, которые могут стать или не стать событиями» [Арутюнова, 1998, с. 509]. При этом некоторые авторы выделяют наличие участников как необходимый и обязательный компонент структуры события. В частности, с этой точки зрения анализирует событие В.Я. Шабес, который рассматривал «деятели» и «действие» в качестве основных содержательных признаков события [Шабес, 1989, с. 16].

Вопрос о действии как признаке событийности заставил исследователей обратиться к глагольной составляющей в описании семантики события.

Еще Аристотель в «метафизике» отмечал, что значения некоторых глаголов включают в себя «результат», однако только в XX веке философы и лингвисты стали разрабатывать событийные типы, заинтересовавшись отграничением глагола от других синтаксических элементов, таких как времена и обстоятельство.

З. Ведлер впервые предложил разделять события на 4 класса: «состояния (states)», «деятельность (activities)», «результаты (accomplishments)» и «достижения (achievements)». Согласно этой классификации «состояния» и «деятельность» представляют неограниченную по времени ситуацию (непредельные глаголы): «состояния» обозначают статическую ситуацию, «действия» – текущую динамическую ситуацию. «Результаты» и «достижения» – выражают изменения «состояния», соответственно они ограничены по времени (предельные глаголы). «Достижения» – точечны; «результаты» делятся на определенный период времени [Vendler, 1967]. Данная классификация легла в основу многих исследовательских работ [Andersen, 1978; Smith, 1991; Rappaport Hovav & Levin] по разработке глагольных аргументативных структур.



В области когнитивной семантики и синтаксической теории традиционно считается, что событийное значение выражается предложением и в первую очередь, по мнению большинства ученых, предикатом и его аргументной структурой [Pustejovsky, 2005; Rappaport Hovav, Doron, Sichel 2010; Mittwoch, 2010; Rappaport Hovav & Levin 2010 и др.].

Так, Дж. Пустейовски считает, что необходимо рассматривать событие изнутри, а вычлняемая при этом подсобытийная структура предиката позволяет более глубоко анализировать семантическую структуру высказывания. Исследователь, следуя за З. Вендлером, Д. Доути, Г. Райлом и др., придерживается традиционного деления предикатов на три основных типа: «процессы», «состояния» и «события» (свершения и достижения), но считает, что для выражения полноценного значения в составе высказывания самого по себе предиката недостаточно, необходимо учитывать его контекст. Например, часто аспектуальный класс предиката меняется в зависимости от его окружения в высказывании, т.е. от наличия тех или иных аргументов: “Mary walked («процесс») – Mary walked to the store” (свершение = «событие»).

Дж. Пустейовски говорит о наличии в лексическом значении глагола компонента, отвечающего за восприятие этого глагола в нейтральном контексте преимущественно в качестве процесса, состояния и т.д. Так, например, глаголу “walk” приписывается лексическое значение процесса, хотя в контексте “Mary walked to the store” глагол приобретает значение свершения. Важным также является тот факт, пишет исследователь, что на лексические свойства глагола могут влиять нелексические факторы: например: “Mary drank a beer - Mary drank beer” [Pustejovsky, 2005, с. 51].

Ученые, занимающиеся исследованием структуры события и ее отражением в лексике и грамматике языка (М. Rappaport Hovav, E. Doron, I. Sichel и др.), полагали, что «в рамках событийной семантики предикатами события считаются глаголы; однако лингвистические единицы, описывающие отдельные события, включают и сам глагол, и его аргументы и

даже различные типы модификаторов глагольных групп» [Rappaport Hovav, Doron, Sichel, 2010, с. 9]. Они подчеркивали, что «конечные семантические свойства событийного значения, зашифрованного в конкретном предложении, определяются сложным взаимодействием между лексическим значением глагола, референциальными свойствами и морфосинтаксическими показателями времени» [Там же, с. 11]. Не все свойства и качества события признавались авторами одинаково релевантными. Свойства событий отражены в событийной структуре, которая варьируется в зависимости от своих составляющих. Это может быть, во-первых, временной компонент – вслед за Вендлером, исходя из отношения действия ко времени, авторами выделяются три критерия – событийность, продолжительность, целенаправленность. Во-вторых, это могут быть грамматические отношения между глаголом и его аргументами (залог). Глагол может рассматриваться с точки зрения его аспектуальных признаков – поэтому, в-третьих, – важна темпоральная перспектива. И наконец, отношение к дискурсу – грамматические системы времени позволяют описать происходящее в реальном мире и то, что описывается с помощью модальных глаголов.

Анализируя событийную семантику глагола, М. Раппапорт Ховав и Б. Левин говорят о явлении его «лексикализации». По их мнению, в семантической структуре глагола можно выделить компонент значения, который будет сохраняться при любых контекстных употреблениях данного глагола (*root meaning*), но в каждом конкретном контексте к нему будут «приращаться» дополнительные смыслы. По основному значению семантические «корни» глаголов предлагается разделить на две группы – «способ (*manner*)» и «результат (*result*)» [Rappaport Hovav, Levin, 2010, с. 22-25].

М. Раппапорт и Н. Эртешик-Шир считают также, что это значение оказывает существенное влияние на аргументную структуру предиката. Ими была предложена более детальная классификация глагольных семантических компонентов: «способ (*manner*)», «состояние (*state*)» и «местонахождение

(location)». Каждый из типов обуславливает сочетаемость глагола с определенным набором аргументов: глагол со значением “manner” встречается в синтаксической цепочке с наречиями (со значением способа, инструмента, средства), глагол со значением “state” – с прилагательными, глагол со значением “location” – с различными предлогами [Erteschik-Shir & Rapoport 2010, с. 30 -32].

Канадский исследователь Поль Ло также обращает свое внимание на аргументную структуру, но его интересует не глагол/ предикат, а свернутые номинализации, или отглагольные существительные. Ученый не ставит перед собой задачу рассматривать именно событийные номинации, он рассматривает различные отглагольные дериваты. Изучая особенности синтаксического поведения отглагольных имен в сравнении с исходными глаголами П. Ло приходит к выводу, что нельзя считать, будто отглагольные имена обладают аргументной структурой [Law, 1993].

Что касается имени события в понимании философов языка, то многие философы отмечают, что основными выразителями событийной семантики являются целые предложения, а также их номинализации – полные (более сходные по функционированию с существительными) и неполные (в большей степени сохраняющие глагольные свойства).

По Дж.Ф. Беннетту называть событие может как одно слово, так и свернутое до полной номинализации предложение. Кроме того, некоторые события, например, цунами и ураганы, могут быть названы именами собственными [Bennett, 1988]. Имя события, по мнению исследователя, по своей сути не отличается от имени предмета: оно лишь называет событие, не раскрывая его характеристик и особенностей.

Многие лингвисты сходятся во мнении, что основным способом выражения событийности в языке является предложение (в речи – высказывание) [Арутюнова, 1976; Шабес, 1989; Кручинкина, 1998 и др.].

Обозначение события другими, отличными от предложения/ высказывания, способами, В.Г. Гак относит к случаям косвенной номинации,

считая, что в подобном случае имеет место межклассная транспозиция [Гак, 1977]. Ситуации в случае прямой номинации соответствует, по мнению ученого, простое предложение. При транспозиции событие может обозначаться с помощью так называемой элементной номинации: «процессных существительных, образованных от глаголов или прилагательных, предикативных наречий и некоторых других форм»; кроме того, формами косвенной номинации в этом случае могут являться «конденсированные структуры, где указание на процесс опускается и ситуация обозначается предметным существительным: «Я не смог уйти из-за того, что ко мне пришел Петр – Я не смог уйти из-за Петра» [Гак, 1977, с. 226]. Исследователь отмечает, что иногда прямые и косвенные номинации могут выступать как синонимы, однако чаще всего форма номинации играет существенную роль, накладывая на содержание свой категориальный оттенок значения: «Так, при описании события естественно использовать пропозициональную номинацию, однако при его идентификации более естественной оказывается субстантивная форма, ибо идентификация совершается легче всего по отношению к объектам» [Там же].

## **§1.2 Отграничение понятия «событие» от смежных понятий**

Как следует из проведенного нами выше обзора, в своих работах, посвященных изучению события в его языковых проявлениях, Д. Дэйвидсон, Дж. Ким, С. Дик, З. Вендлер и др. использовали термин «событие» очень широко, нередко включая в него понятия «изменение», «процес», «факт», «действие». Например, Дж. Ким выделял такие событийные значения, как процесс, ситуация, состояние, действие, изменение, положение дел, которые обозначают всё то, «что происходит с предметами». З. Вендлер считал

событие родовым термином, охватывающим такие явления, как процесс, действие, условие, ситуация, изменение, положение дел.

Такая неоднозначность объясняется сложностью определений данных терминов, их взаимозависимостью и взаимосвязью. Уточнение содержания понятия события делает необходимым разграничение данных терминов и выяснение их соотношения.

***Событие и факт.*** Понятия «событие» и «факт» очень близки в сознании человека и для обыденной речи характерно смешение данных понятий, хотя они никогда не идентифицируются полностью. Вопрос о соотношении события и факта возникал неоднократно в разных науках – в логике, философии, лингвистике, вызывая много споров, в результате которых одни ученые объединяли понятие факта с событиями действительности, другие отмечали некорректность такого смешения. В современном понимании эти понятия рассматриваются в ракурсе логической семантики. Начало этому было положено работами З. Вендлера.

З. Вендлер писал, разбирая классический пример – “The collapse of the Germans is an event and is a fact”, – что фраза “the collapse of the Germans” двусмысленна из-за того, что может быть эквивалентно представлена двумя фразами – “the fact that Germany collapsed” и “Germany’s collapsing”, где перефраз определяется контекстом, причем полная номинализация – событие, а неполная – факт.

Д. Дейвидсон предлагал считать целые предложения фактами, а сингулярные термы – событиями. Н. Вилсон, пытаясь сравнить онтологические структуры события и факта, пришел к выводу, что «нет такой самостоятельной сущности как событие, отличающейся от факта» [Wilson, 1974, с. 317].

Факты принадлежат области отражения действительности в сознании людей, а события – «миру сырой действительности» [Арутюнова, 1980, с. 351]. Событие существует во времени и пространстве, факт же не соотносится с этими координатами. З. Вендлер считал события и

факты «первичными элементами онтологии причинных отношении», но указывал, что факты не локализованы в мире – они о «мире» [Vendler, 1979, с. 141]. Человек вычленяет фрагмент действительности, выделяет в нем определенный аспект, концептуализирует его, вводит значение истинности – верифицирует, и получает факт. Иными словами, факт – это результат осмысления или переработки человеком информации о действительности, следовательно, факт как таковой в самой действительности не существует [Витгенштейн, 1958]. Факт представляет собой логическую абстракцию, нашедшую свое материальное воплощение в языке. По мнению Витгенштейна, все в мире, что имеет и не имеет место, определяется совокупностью фактов: все, что человек познает, принимает форму факта, т. к. в процессе познания явлений действительности индивидуумом выделяются релевантные с его точки зрения стороны – важность/ неважность, истинность/ ложность. Таким образом, знание о факте – это результат опыта.

Соответственно, можно сделать вывод о том, что пространство мира фактов ориентировано на координаты истинности и ложности: «Имя факта ориентировано на мир знания, то есть на логическое пространство, организованное координатами истины и лжи, имя событие ориентировано на поток происходящего в реальном пространстве и времени» [Арутюнова, 1998, с. 351]. Подобного же мнения придерживался Б. Рассел, рассматривая параметр истинность/ ложность как основной для выделения понятия факта: «Факты есть то, что делает утверждения истинными или ложными» [Рассел, 1957, с. 7].

Анализируя и сопоставляя «факт» и «событие» исследователи относили их к разным семантическим типам – фактообразующему и событийному. К признакам фактообразующего типа относятся реальность/ гипотетичность, верифицируемость/ неверифицируемость, истинность/ ложность, утвердительность/ отрицательность, в то время как для событийного типа характерны статичность/ динамичность, результативность/

нерезультативность, кульминативность/ некульминативность, градуированность/ неградуированность, гомогенность / негомогенность и др. [Арутюнова, 1988].

События и факты имеют различные основания для их оценки: «то удовольствие, которое может доставить обед, имеет иную природу, чем удовлетворение от того факта, что обед состоялся» [Арутюнова, 1980, с. 353]. Факт «сух», в отличие от события, которое часто имеет эмоциональную окраску, он почти не затрагивает сферу эмоций человека. Факт пытается устранить все частные характеристики события, стремясь оставаться объективным и показать саму суть явления – «голый факт» [Там же].

3. Вендлер поставил факты в каузальные отношения к событиям. Он считал, что для каждого события есть перечень фактов, причем «каждый из них является необходимым условием его [события] реализации, а вся их совокупность формирует достаточное условие его реализации» [Вендлер, 1987, с. 276]. По своей сути факты близки к причинам, что не свойственно событиям. Например, факты, как и причины, можно выявить или вывести (*find, deduce*), упомянуть и установить (*mention, state*). И факты, и причины могут указывать на другие вещи, вести к ним или объяснять их (*indicate, lead to, explain*). Подобно причинам, факты могут быть скрытыми или явными (*hidden, obvious*), вероятными или маловероятными (*probable, unlikely*), правдоподобными или неправдоподобными (*plausible, unbelievable*) [Вендлер, 1987].

Несмотря на то, что факты относятся к наблюдаемому миру, они не могут стать объектом наблюдения: можно быть свидетелем события, но нельзя быть свидетелем факта. Н.Д. Арутюнова отмечала также, что факты в отличие от событий не способны вызывать физические ощущения, являясь стимуляторами психических состояний: «Факт – это тень, отброшенная событием на экран знания». Значит, в зависимости от точки зрения говорящего событие может быть представлено в виде различных фактов. «Одно и то же событие может иметь несколько теневых изображений в

зависимости от того, где помещен источник света» [Н.Д. Арутюнова, 1988, с. 139]. Отсюда возникает некая субъективность факта – его зависимость от стремления говорящего выделить именно то, что на его взгляд является важным и весомым, и устранить частности. Это приводит в какой-то степени к «односторонности» факта. При этом в целом факт, конечно же, стремится к наибольшей объективности, к независимости от каких-либо обстоятельств, включая человека, и, следовательно, можно говорить о его неконтролируемости. Таким образом, факт противопоставляется событию как логическая категория онтологической (Н.Д. Арутюнова, Д. Дэйвидсон).

Н.Д. Арутюнова также подчеркивает непроцессуальную природу факта: «Факты вообще не происходят», можно описывать лишь развертывание событий. Событие происходит, факт – констатируется. «События наполняют собой действительность, волнуя ее как «море-океан», они ориентированы на поток происходящего в реальном пространстве и времени [Арутюнова, 1998, с. 503]».

Ключ к пониманию соотношения «факта» и «события» следует, возможно, искать в суждении о действительности. Утверждение возможно сделать фактом. Для этого надо осуществить его верификацию – соотнести содержание утверждения с действительностью и убедиться, что оно истинно или ложно. Событие можно превратить в факт. Для этого нужно исключить все, что идет от говорящего субъекта – все частные характеристики события. Но ни утверждение, ни факт нельзя превратить в событие, т.к. каждое событие представляет собой совокупность фактов, каждый из которых является необходимым условием его реализации. «Став истинным и тем самым освободившись от своего автора, утверждение становится фактом, но не может обрести плоть и кровь, т.е. превратиться в то событие, которому оно обязано своим существованием» [Арутюнова, 1998, с. 504-505].

**Событие- процесс- действие.** Для выявления содержания «события» необходимо разграничить понятия «событие» и «процесс», «событие» и



«действие», поскольку многими исследователями признается, что эти понятия действительно обладают рядом общих признаков и свойств, однако при всей своей схожести имеют и достаточно существенные различия.

Некоторые исследователи считали, что данные понятия связаны друг с другом онтологически по своей природе и, как следствие, предлагали дефиницию события через понятие процесса или действия. Рассмотрим несколько подобных работ.

Т. ван Дейк, рассматривая теорию деятельности, затрагивал вопрос о соотношении понятий «событие», «процесс» и «действие». Исследователь дает определение события сразу через оба других понятия – действия и процесса. Так действие в его понимании это «событие, осуществленное человеком». Т. ван Дейк отмечал, что, обозначая что-нибудь через процесс, мы концентрируем внимание на характеристиках изменения, а не на различении начального и конечного момента. Когда эти два момента фиксируются, следует, по всей вероятности, говорить уже о событии. Событие по Ван Дейку – это дискретный процесс, в котором различаются начальное и конечное состояние и фиксируется характер самого изменения [Dijk van, 1980, с. 168].

Схожее определение события дает С. Дик: «событие – это динамическое положение дел, которое каким-либо образом включает переход – изменение от одной ситуации к другой» [Там же]. Однако, в последнем случае появляется 2 новых параметра – контролируемость и динамичность, и рассматривается уже 4 понятия – действие, процесс, положение, состояние. Так, например, действие – это динамическое контролируемое событие, а состояние – это неконтролируемая, нединамическая ситуация.

В своих исследованиях по семантике предикатов Т.В. Булыгина и О.Н. Селиверстова также отмечают отсутствие жестких границ между вышеупомянутыми понятиями. Так, О.Н. Селиверстова трактует событие как мгновенный процесс или мгновенное действие. В целом же процессы и

действия при этом понимаются как «пофазно существующие объекты». О.Н. Селиверстова предлагает разграничивать понятия действия и процесса в зависимости от наличия или отсутствия агенса: «действие осуществляется агентом, процессы – неагентивны» [Селиверстова, 1982, с. 116].

Т.В. Булыгина отмечает, что события зачастую ассоциируются с процессами и действиями, и рассматриваются как результат процессов или действий. При соотношении процессов и событий Булыгина предлагает в качестве отличительного использовать признак дуративности: процесс – это динамическое длящееся явление, в отличие от события, которое не длится [Булыгина, 1982].

И.В. Якушева, выдвигая гипотезу о существовании категории «событийности», полагает, что фактически событие не существует как нечто отдельное и автономное. Его можно представить в виде концептуальной сети, включающей помимо прочих понятия действия и процесса, т.е. событие определяется как максимально обобщенное понятие, содержащее внутри себя в «свернутом» виде понятия «процесс», «действие», «пространство», «время» и «изменение»: «событие – это более широкое явление, которому присущи все черты процессов и действий – изменение, развитие, связь со временем и пространством, агенсом и пациенсом» [Якушева, 1984, с. 49]. Не все компоненты представлены в любом событии, но оно обязательно предполагает прямое или косвенное воздействие на человека: «событие – это изменение, отмеченное социумом как важное, необычное, нарушающее сложившееся к определенному моменту времени и рассматриваемое как норма положения вещей» [Там же].

Итак, признаки, объединяющие понятия события, процесса и действия – это 1) их динамичность, вследствие чего языковое обозначение этих понятий находится в зависимости от предикатной лексики и 2) их способность описываться полными (событийными) номинализациями, что противопоставляет их фактам, которые описываются неполными

(пропозитивными) номинализациями [Вендлер, 1987; Kim, 1973; Dretske, 1979; Арутюнова, 1998].

Но при наличии некоторых общих элементов данные понятия имеют ряд основополагающих различий.

Большинство исследователей разделяют процессы и события на основании оппозиции «ограниченность/ неограниченность». События, в отличие от процессов и состояний, каждый момент существования которых идентичен предыдущему и последующему, – неоднородны и включают в себя «граничные» точки времени [Koenig, Traugott, 1982, с. 172-174].

Для разграничения рассматриваемых понятий используется также фактор акцентирования той или иной участвующей стороны при их обозначении. Для действия характерно наличие активного субъекта (агенса). Для процесса – указание на объект, который подвергается изменению. Для события же существенным является указание как на субъект, так и на объект действия /изменения.

3. Вендлер предлагал различать рассматриваемые понятия, используя номинализацию, в которую могут трансформироваться предложения, описывающие их. Используя фреймы для исследования событий он приходит к выводу о том, что в основном в них присутствует глагол действия и фиксируется определенное время. П. Менцель считал событийными те номинализации, которые могут занимать позицию подлежащего в глагольной фразе “occur + (time point)”.

Все ученые были едины во мнении, что действия выполняются кем-то. П. Менцель, используя падежную грамматику Ч. Филмора, предложил при различении событий и действий использовать падеж: агентив (инициатор действия) – для действий, датив (пострадавший от действия) – для событий.

При попытке разграничить понятия «событие» и «процесс» основным отличием, признаваемым большинством ученых, было то, что процесс в отличие от события длится. Но вставал вопрос: как быть с такими событиями, которые явно длятся, такими, например, как война. П. Менцель

предложил применить аспект и, используя перечисленные выше параметры, вывел достаточно четкое разграничение:

Событие происходит в определенный интервал времени; его характеристика – это изменение.

Действие производится волевым усилием; его характеристикой является агенс.

Процесс обладает временной протяженностью; его характеристика – пациенс.

Но проблема продолжала волновать исследователей, т.к. при анализе конкретного материала данное различие не всегда работало или приводило к ложным выводам.

Несмотря на существование целого ряда признаков, которые позволяют классифицировать явление как событие, либо как процесс, либо как действие, эти понятия тесно связаны онтологически и, по-видимому, невозможно обнаружить абсолютно жесткие границы, отличающие одно понятие от другого, что, в свою очередь, находит отражение в существовании объективной трудности разграничения соответствующих средств языковой репрезентации данных понятий.

***Событие и ситуация.*** Как пишет К.А. Переверзев, «термин «ситуация»... покрывает несколько частных категорий, сформировавшихся на пересечении мира «сырой» действительности и ментального мира человека, – «возможный мир», «ситуация (в узком смысле как часть возможного мира)», «событие», «факт». Последние возникли в разное время и в разных системах в результате осмысления способов существования и устройства мира сквозь призму обращенных к миру языковых выражений с непредметными значениями» [Переверзев, 1999, с. 51].

В соотнесении понятий «событие» и «ситуация» преобладали две точки зрения. Одна из них уравнивала событие и ситуацию, согласно второй событие рассматривалось как структурный элемент ситуации.

В самом общем виде ситуации подразделяются на статичные и динамичные. Под статичной ситуацией понимается упорядоченное множество участников и обстоятельств, иными словами – некоторое состояние. Динамичная ситуация – это изменение состояния через проявление объектом некоторого свойства во времени, либо через изменение количества и качества объектов, свойств и отношений. Именно динамичная ситуация может выступать синонимом события, поскольку событие можно определить как изменение состояния. Так Г.Ф. фон Райт определяет событие как отношение между двумя соотношениями дел определенного вида: последующее состояние является отрицанием предыдущего [Wright, 1968].

Ситуация имеет ряд общих характеристик с событием: она не существует вне объекта, несет в себе изменение и имеет пространственно-временную локализацию (Е.И. Головаха, А.А. Кроник, В.Я. Шабес).

Однако, в лингвистических исследованиях понятие ситуации больше связано с понятием процесса, а понятие события – с изменением или результатом. По мнению А.В. Филиппова и С.В. Ковалева, ситуация отражает взаимодействие субъекта и окружающей среды во время существования ситуации, тогда как событие отражает значимость изменений, получаемых в результате этого взаимодействия. Следовательно, если ситуация изменяется, происходит изменение в ее составляющих и «при наличии значимости этих изменений для субъекта, они выступают как события» [Филиппов, Ковалев, 1986, с. 15].

В работе В.Е. Гольдина говорится о «структурно и функционально целостных устойчивых комплексах» в жизни людей, которые воспринимаются «как некие «положения вещей», или ситуации, сцены, сценарии». В эти комплексы входят «различные человеческие состояния, действия, соответствующие им мотивы, цели, объекты и результаты, широко понимаемые условия, обстоятельства человеческой деятельности» [Гольдин, 1997, с. 24]. Основными признаками, свойствами этих воспринимаемых человеком комплексов являются, с одной стороны, их

функционально-структурная целостность, а с другой стороны – связанная с ней и обусловленная ею целостность темпоральная. Событие же в понимании исследователя связывается с ситуацией как потенциально завершенное, целостное, сменяемое другой ситуацией: «ситуации преходящи, их смена знаменует переход из одного момента времени в другой, поэтому с более общей точки зрения, позволяющей наблюдать эти переходы, каждая из ситуаций предстает уже событием» [Гольдин, 1997, с. 25-26]. Ситуация как «подвергающееся изменению «положение вещей» при этом является внутренней формой события [Гольдин, Дубровская, 2002, с. 7].

Ситуации-события не представляют собой однородного класса явлений и поддаются классификации: с одной стороны, они делятся на простые и сложные, с другой – на коммуникативные (речевые и неречевые) и некоммуникативные. Под простыми, или минимальными, событиями понимаются цельные действия и состояния, сложное же событие складывается из взаимосвязанных частных событий [Гольдин, 1997].

Таким образом, анализ характеристик события как онтологической данности через контрастивное сопоставление его с понятиями «факт», «ситуация», «процесс» и «действие» позволяет определить событие как многомерное динамическое явление, представляющее собой личностно или социально значимое изменение состояния через проявление объектом некоторого своего свойства во времени и пространстве, либо через изменение количества или качества объектов, их свойств и отношений.

Такое понимание онтологической структуры события позволяет говорить о возможном моделировании события, точнее, его типового инварианта [Якушева, 1984; Talmy, 1991a].

### **§1.3 Понятие «события» в свете когнитивного моделирования**

Переход к когнитивной парадигме лингвистического знания обусловил стремление исследователей выделить концептуальные основания события как семантического явления.

Когнитивная лингвистика берет свое начало с конца 1950-х годов, со снятия запрета на введение в рассмотрение «далеких от поверхности», недоступных непосредственному наблюдению теоретических (модельных) конструктов. Составными частями становления этого направления были: возникновение генеративной грамматики Н. Хомского с ее понятием «глубинной структуры», бурное развитие лингвистической семантики, возникновение лингвистической прагматики, теории текста, а также современной теории грамматикализации с ее интересом к закономерностям поведения языковых единиц в реальном дискурсе. Во всех этих исследованиях на первый план выходит идея объяснения языковых фактов, по крайней мере отчасти, фактами неязыковой природы, необязательно наблюдаемыми. Если, например, для языковой прагматики такими фактами являются принципы человеческой деятельности в социальном контексте (а принимаемыми объяснительными конструктами – цели, намерения, условия деятельности и т.п.), то в когнитивной лингвистике в качестве модельных конструктов выступают когнитивные структуры и процессы в сознании человека: фрейм (М. Минский, Ч. Филлмор), идеализированная когнитивная модель (Дж. Лакофф) или ментальные пространства (Ж. Фоконье); 2S-мерный набросок (Р. Джэкендофф); семантико-грамматические суперкатегории наподобие конфигурационной структуры, динамика сил, распределение внимания, «цепция» и т.д. (Л. Талми);

Подход к анализу языковых явлений с когнитивно-дискурсивной точки зрения дает возможность «выдвинуть определенные предположения о том, почему окружающий человека мир оказался увиденным, воспринятым и осмысленным в том, а не ином виде, – через сетку определенных координат» [Кубрякова, 1997, с. 64].

Одна из первых попыток выявить ту «сетку координат», которая может позволить описать когнитивную структуру события, была предпринята Л. Талми.

Л. Талми моделирует семантику события, исходя, прежде всего, из

грамматической основы ситуации, которая описывает это событие в тексте. Основным свойством события при таком подходе становится динамический аспект события – его развития или движения. Л. Талми ввел понятие событийного фрейма (Event frame) [Talmy, 1991a)]. Событийный фрейм – это совокупность смысловых элементов и отношений между ними, образующая концептуальное ядро, необходимое для опознания конкретного события или типа события. Одни элементы событийного фрейма рассматриваются как «привилегированные», другие же – как нерелевантные или случайные. Основная разновидность события движения, по мнению Л. Талми, состоит из четырех базовых внутрисобытийных компонентов: фигура, фон, путь, движение.

Фигура – это объект, движущийся по некоторой траектории или покоящийся в некотором месте относительно определенной системы координат; это некая переменная, обладающая особой значимостью.

Фон – статическая схема референции или точка отсчета в пределах этой схемы, относительно которой описывается движение или локализация Фигуры [Talmy, 1978].

Путь – это маршрут, по которому перемещается Фигура, или местонахождение Фигуры относительно Фона.

Движение – компонент, характеризующий наличие в событии собственно движения или статистической локализации.

В высказывании событийный фрейм может быть представлен неполностью – некоторый фрагмент фрейма выдвигается на первый план. Данный процесс Л. Талми называл «кадрированием внимания».

Как видно из элементов моделирования, выделяемых Л. Талми, собственно событие рассматривается здесь как фигура, деятельностная ситуация, в рамках которой реализуется событие, – как фон, а путь и движение фиксируют динамику события – его возникновение, развитие и окончание. Такая когнитивная структура характерна для описания событий в тексте, где обычно представляется целая череда (небольших или частных)



событий. Отсюда понятие «эпизода» в дальнейшем конструировании события у Л. Талми.

Л. Талми выделяет некоторые закономерности соотнесения событий как фрагментов когнитивной репрезентации эпизода – с ролями «фигуры» и «фона» (см. Таблица 1.).

Фон	Фигура
1) Событие, произошедшее раньше, предшествующее другому	1) событие, произошедшее после него, следующее за ним
2) событие - причина	2) событие - следствие, результат
3) более «крупное» событие, включающие другое	3) менее масштабное событие, включаемое в первое
4) событие, не имевшее место (не-факт)	4) событие, имевшее место (факт)
5) событие необходимое (в случае если)	5) событие зависимое (то ...)

**Таблица 1. Соотнесение событий с ролями «фигуры» и «фона» по Л. Талми**

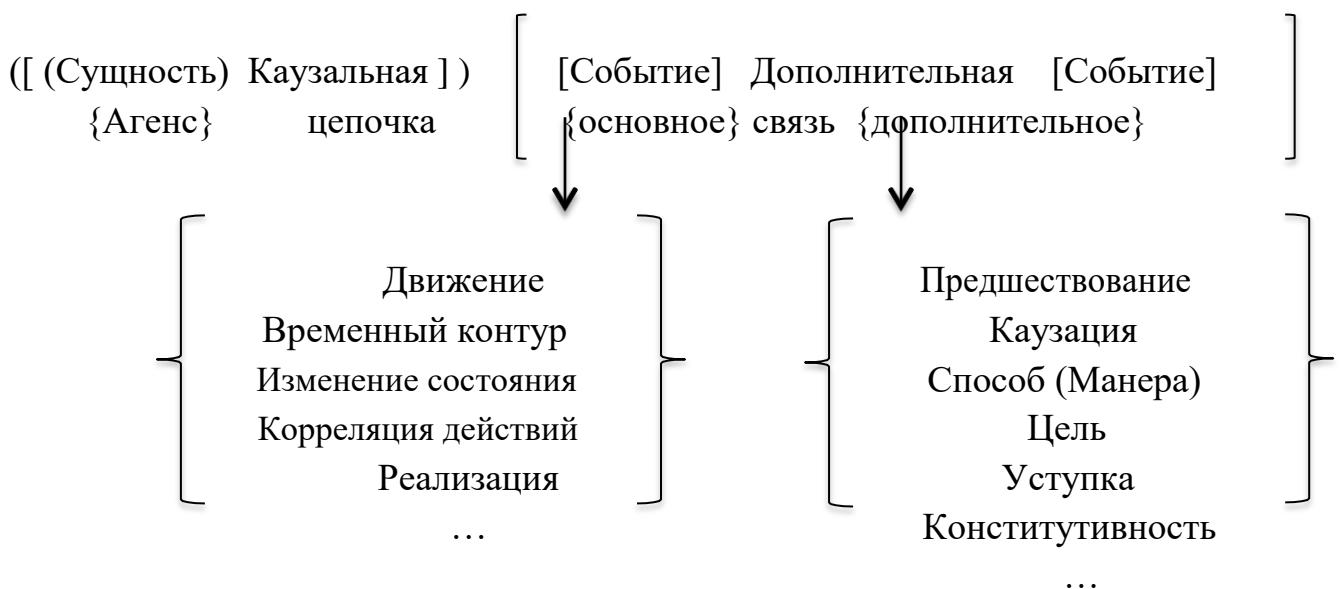
Помимо базовых понятий «фигуры» и «фона» Л. Талми выделяет еще «предикат (Motion или State of Motion)», который используется для констатации факта перемещения или локализации «фигуры» относительно «фона». «Предикат» может иметь динамическое значение “MOVE” или статическое “BE-L” (be located). Для фиксации особенностей перемещения/локализации «фигуры» относительно «фона» вводится четвертое базовое понятие «путь (path)» или «место (site)». В результате получается базовая

структура события, которая по мнению Л. Талми носит универсальный характер:

ФИГУРА (F); ПРЕДИКАТ (MOVE/BE-L); ПУТЬ/МЕСТО (P/S); ФОН (G)

Преимуществом данного подхода было то, что с его помощью можно было отобразить динамический аспект события, определить покоится ли «фигура» или движется [Talmy, 1978]. Однако, само событие практически не моделируется: любое изменение обстоятельств может рассматриваться как событие.

Для более адекватного отображения разнообразных отношений Л. Талми вводит понятие «дополнительного события», которое связывается с основным посредством дополнительной связи (Supporting Relation). Это может быть «способ (Manner)», «причина (Cause)», «цель (Purpose)», «предшествование (Precursion)», «уступка (Concomitance)» и пр. Помимо этого в схему «макро-события» мог быть включен «агентивный комплекс» – «агенса» и «каузальная цепочка». В результате схема выглядит следующим образом:



**Схема 1. Когнитивная структура события по Л. Талми**

Схема помогает представить, каким образом происходит объединение когнитивных структур: В «основном событии» «фигура», находящаяся в

фокусе внимания, ориентируется относительно «фона», отодвинутого на задний план. Потом само «основное событие» выступает в роли «фигуры», а «дополнительное событие» представляет его «фон» (новую систему координат). Далее «основное» и «дополнительное события», объединенные при помощи «дополнительной связи», рассматриваются на фоне «агентивного комплекса». В результате получается сложная конфигурация с входящими друг в друга структурами. Соединенные таким образом сущности поочередно выступают в ролях сходных с «фигурой» и «фоном»: «событие» ориентируется относительно «агенса», «основное событие» – относительно «дополнительного», «фигура» – относительно «фоновой структуры» (которая задает систему координат в целом), «путь/ место» – относительно «фона».

Обращает на себя внимание то, что Л. Талми проводит моделирование не внутренней когнитивной структуры события, а того, каким образом событие описывается в тексте. Отсюда особое внимание, которое уделяется тем составляющим события, которые формируют грамматическую структуру предложения, которое это событие описывает: агенс (подлежащее), способ, причины и др. (обстоятельства действия) и т.д. Само событие в системе Л. Талми опознается интуитивно и является частью цепочки событий, описываемых в тексте.

Иначе подходит к моделированию события О.К. Ирисханова [Ирисханова, 1997]. Она определяет событие как «целостный фрагмент картины мира, отражающий локализованное во времени и пространстве изменение, важность и уникальность которого отмечены социумом или индивидом» [Ирисханова, 1997, с. 4]. Как следует из этого определения, О.К. Ирисханова принимает во внимание не только когнитивную структуру происходящего, но и те параметры, которые обуславливают оценку значимости происходящего.

Общая модель события как онтологической единицы стала основой для разработки обобщенной фреймовой модели значения событийного имени,

которую предложила О.К. Ирисханова.

О.К. Ирисханова выделяет три группы событийных существительных: деятельности, общения и поведения. Существительные первой группы представляют собой изменения, расследования, успех, поражение, т. о. они отражают событие, предполагающее «целенаправленное творческое изменение человеком окружающей среды» [Ирисханова, 1997, с. 10].

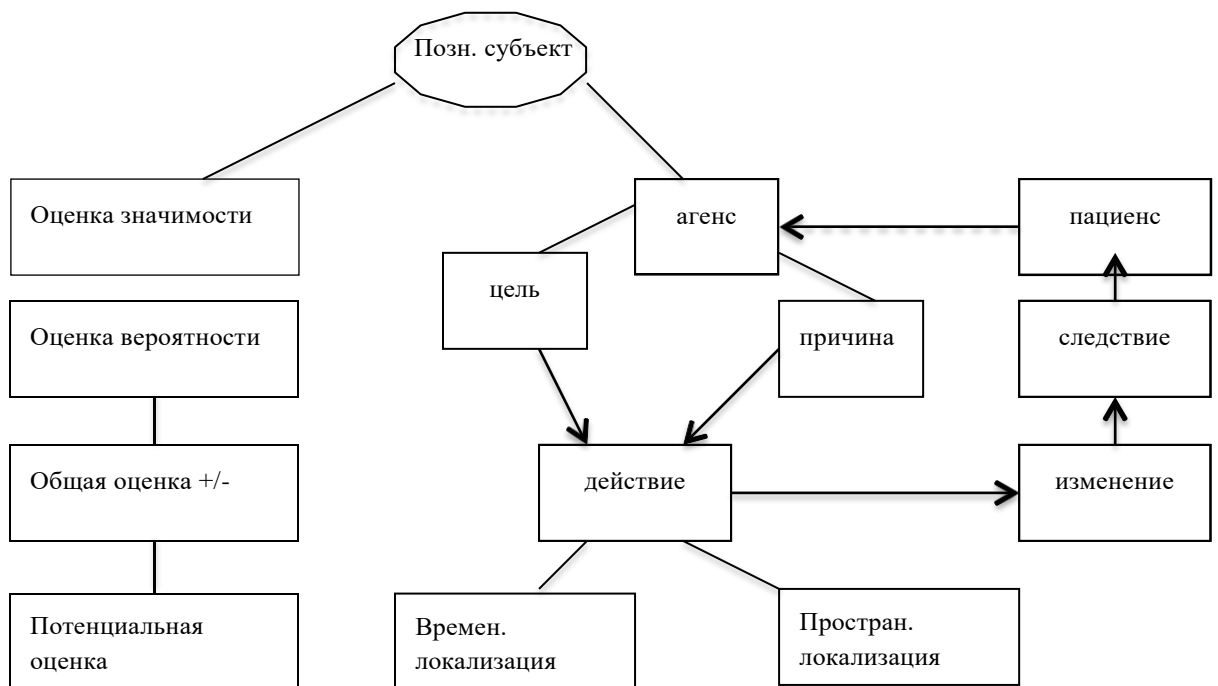
Имена обобщения обозначают взаимодействие людей в социальном контексте при соблюдении определенных правил – это разногласие, договор, собрание, встреча, празднование. В третью группу входят действия людей, определяемые природными и социальными факторами и получающие нравственную оценку – насилие, чувства.

О.К. Ирисханова выделяет также особую группу событийных существительных общей семантики, это такие существительные как “event”, “accident”, “happening”, “instance”, “occasion”. Для них характерно наиболее общее указание на референтную область события.

Исследователь предлагает фреймовую модель событийного имени, состоящую из двух блоков – фактуального и оценочного (см. Схема 2). Фактуальный блок включает в себя онтологические признаки явления: агенс, пациенс, познающий субъект, действие, изменение, временная и пространственная локализация, цель, причина и следствие. Второй блок отражает оценку значимости, вероятности, общую положительную/отрицательную оценку события и потенциальную оценку, состоящую из разнородного слоя частнооценочных признаков: сенсорных (приятный/неприятный, трудный/ легкий, интересный/ неинтересный); сублимированных (справедливый/ несправедливый, гуманный/ негуманный); рационалистических (законный/ незаконный, эффективный/ неэффективный).

В ходе исследования фреймовых моделей отдельных групп существительных автор приходит к выводу, что изменения в общей модели связаны с фокусированием на тех или иных элементах: конкретные группы

событийных существительных характеризуются выдвиганием в фокус фреймовой модели определенных составляющих. Так, например, фреймовая модель событийных имен общения (“call”, “assembly”, “performance”, “anniversary”) характеризуется слиянием агенса и пациенса в общий концептуальный блок участников. В фокусе – указание на действие, цель, пространственную и временную локализацию события, а также оценка значимости и частная оценка нормативности, предсказуемости, увлекательности.



**Схема 2. Фреймовая модель событийного имени по  
О.К. Ирисхановой**

Фреймовая модель событийных существительных общей семантики не содержит указания на конкретные свойства и отношения между участниками события. Их фактуальный блок представлен в свернутом виде, а в фокусе располагаются различные элементы оценочного блока. Из-за обобщенности фактуального блока данные лексические единицы значительно зависимы контекстуально.

Понятие «фокуса» фреймовой модели у О.К. Ирисхановой является основным параметром когнитивно-семантической классификации событийных имен.

«Фреймовый фокус» – это «выдвижение на первый план наиболее важных элементов фреймовой модели языковой единицы, обусловленное онтологией отражаемого отрезка действительности и особенностями семантического развертывания данной единицы в тексте» [Ирисханова, 1997, с. 17]. «Семантический фокус» концентрируется на способе отражения языковой единицы, прагматический фокус выражает контекстную обусловленность направления внимания на определенные характеристики события.

О.К. Ирисханова выделяет 3 типа модификаций «фреймого фокуса»: «смещение», «сужение» и «расширение». «Смещение» предполагает частичную или полную замену в прагматическом фокусе составляющих семантического фокуса на новые элементы. «Сужение» – это изменение, при котором некоторые составляющие семантического фокуса уходят на задний план, оставляя в центре внимания более узкий фрагмент фреймовой модели. Под «расширением» понимается включение в прагматический фокус новых составляющих, присутствующих ранее в модели потенциально.

Приведенные типы модификаций рассматриваются как результат воздействия на семантику событийных имен внутренних и внешних факторов. Внутренние факторы – это степень конкретности или абстрактности содержания фреймовой модели событийного существительного и имплицитные фреймовой моделью ассоциативные связи. К внешним факторам относятся взаимовлияние фреймовых моделей событийных имен при их совместном употреблении в тексте и макроструктуре текста (его топик, фокус, иерархия тем и подтем).

С точки зрения О.К. Ирисхановой, оценочный блок играет важную роль в семантике событийных имен существительных, поскольку оценка значимости обязательна для всех событийных имен.

О.К. Ирисханова также особо выделяет оценку вероятности события, которая имеет большое значение для определения статуса событийности:

«явление может быть названо событием, если оно при условии сохранения всех своих свойств и обстоятельств совершения происходит достаточно редко» [Ирисханова, 1997, с. 4]. Чем чаще происходит явление, тем менее вероятно, что его назовут событием и наоборот.

Таким образом, О.К. Ирисханова рассматривает то, что превращает любую ситуацию в событие – формирование у ситуации оценочной составляющей (оценки важности, оценки вероятности, а также общей оценки+/- как явной, так и скрытой).

Как мы видим, моделирование структуры события является важным и плодотворным путем исследования, позволившем Л. Талми сформировать структуру контекста, а также предоставившем О.К. Ирисхановой возможность связать разные события в определенную классификацию через описание когнитивной структуры, лежащей в основе их семантики.

Опыт моделирования когнитивной структуры события (как отдельно, так и при формировании контекста/ текста) принимается нами в качестве методологической базы дальнейшего исследования реализации семантики события в англоязычном экономическом дискурсе.

#### **§1.4 Фреймовая семантика и ее применение в лингвистических исследованиях**

В конце XX – начале XXI в. фреймовая семантика стала весьма популярна в связи с тем, что данная теория является интердисциплинарной и объединяет различные области лингвистического и нелингвистического знания, а также помогает объяснить многие языковые феномены с позиции когнитивного анализа.

По определению Н.Н. Болдырева, фреймовая семантика – это метод исследования взаимодействия семантического пространства языка и структур

знания, мыслительного пространства. Она позволяет моделировать принципы структурирования и отражения определенной части человеческого опыта, знаний в значениях языковых единиц, обеспечивающих понимание в процессе языковой коммуникации [Болдырев, 2002]. При этом фреймовая семантика подчеркивает отсутствие четкой границы между языковыми значениями и человеческими знаниями о мире. Фрейм признается универсальной категорией, объединяющей разнообразные знания человека, его опыт. В противоположность простому набору ассоциаций фреймы содержат основную, типичную, а также потенциально возможную информацию, которая структурирована данными единицами представления знаний [Никонова, 2006]. Изучение фреймов дает ключ к раскрытию механизмов концептуализации вербализованных понятий и явлений окружающей действительности.

Впервые термин «фрейм» был введен в терминологический аппарат исследований по искусственному интеллекту М. Минским. В своих работах М. Минский рассматривал вопросы применения теории фреймов в системах, приспособленных для распознавания смысла текста. Отправной точкой его теории послужил «тот факт, что человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных (образ), называемую фреймом, с таким расчетом, чтобы путем изменения в ней отдельных частей сделать ее пригодной для понимания более широкого класса явлений и процессов» [Минский, 1979, с. 7]. Согласно данной интерпретации, фрейм является структурой данных для представления стереотипной ситуации. С каждым фреймом ассоциирована информация разных видов. Одна ее часть указывает, каким образом следует использовать данный фрейм, другая – что предположительно может повлечь за собой его выполнение, третья – что следует предпринять, если эти ожидания не подтвердятся [Там же].



Первым в область когнитивных исследований языка понятие фрейма ввел Ч. Филлмор, который впервые употребил термин «фрейм» в своей работе по семантическим падежам [Филлмор, 1981], где он рассматривал падежные рамки как лингвистические описания концептуальных сцен. Фрейм в этом контексте трактовался как структура сознания, отражающая языковое сознание говорящего [Филлмор, 1981]. В 1975 г. Ч. Филлмор определял фрейм как любую систему лингвистического выбора, который может ассоциироваться с прототипическими образцами сцен [Филлмор, 1988]. Позже понятие фрейма в его же работе «Фреймы и семантика понимания» получает, в основном, когнитивное толкование: «фрейм может быть использован в качестве общего термина для некоторых групп слов, которые мотивируются, определяются и взаимно структурируются особыми унифицированными конструкциями знания или связанными схематизациями опыта» [Филлмор, 1988, с. 54]. Активизация фрейма, считает Ч. Филлмор, осуществляется, когда интерпретатор, пытаясь выявить смысл фрагмента текста, оказывается в состоянии приписать ему интерпретацию, поместив содержание этого фрагмента в модель, которая известна независимо от текста» [Филлмор, 1988, с. 60]. В связи с этим Ч. Филлмор различает единый фрейм интерпретации, который определяется им как концептуальный базис для довольно значительного корпуса лексического материала, обеспечивающий имплицитное владение специфической организацией нашего физического и социального мира [Филлмор, 1988]. Позднее Ч. Филлмор определяет фреймы как когнитивные структуры, интерпретация знаний в которых предполагается концептами, представленными словами.

Развивая теорию фреймов и понимая под фреймом единицы, организованные «вокруг» некоторого концепта [Дейк, 2000, с. 16], Т.А. ван Дейк идет дальше в исследовании способов представления знаний. Он выделяет в качестве основного типа репрезентации знаний «модель

ситуации». Т.А. ван Дейк исходит из того тезиса, что мы понимаем текст тогда, когда понимаем ситуацию, о которой идет речь. В связи с последним модели ситуаций необходимы нам в качестве основы интерпретации текста. Использование моделей объясняет и то, почему слушающие понимают «имплицитные» и неясные фрагменты текстов – в этом случае они активизируют соответствующие фрагменты ситуационной модели. По мнению ван Дейка, в основе ситуационных моделей лежат не абстрактные знания о стереотипных событиях и ситуациях, как, например, во фреймах, а личностные знания носителей языка, аккумулирующие их предшествовавший индивидуальный опыт, установки и намерения, чувства и эмоции. Ситуационные модели являются формой представления личного опыта. Кроме того, ситуационные модели служат сформированной на основе личного опыта базой для более общих и абстрактных фреймов в (семантической) памяти [Дейк, 2000].

Е.С. Кубрякова рассматривает фрейм как когнитивную карту слова, которая представляется как отражение наиболее употребительных контекстов слова, как констатация направлений, по которым идут преобразования семантики слова, как рекомендация к более полному лексикографическому представлению знаний [Кубрякова, 1991].

В свою очередь, З.А. Харитончик определяет фрейм как средство организации и инструмент познания, некую внутреннюю когнитивную информацию, возникающую либо как врожденная структура, либо путем усвоения из опыта и обучения [Харитончик, 1992, с. 119].

Некоторые авторы рассматривают фрейм как вид концепта. Так, З.Д. Попова и И.А. Стернин трактуют фрейм как мыслимый в целостности его составных частей многокомпонентный концепт, объемное представление, некоторую совокупность стандартных знаний о предмете или явлении [Попова, 2007]. По А.П. Бабушкину, концепт-фрейм имплицитно кодирует комплексную ситуацию; его можно сопоставить с «кадром», в рамки

которого попадает все, что типично и существенно для данной совокупности обстоятельств [Бабушкин, 1996, с. 55].

Наиболее важными свойствами фрейма, по мнению Е.Г. Беляевской, являются взаимосвязь и взаимопроникновение фреймов, возможность фокусировки внимания человека на любой части фрейма, а также то, что зрительный образ, стоящий за фреймом – это не живое зрительное впечатление, но некоторое типизированное мысленное представление, «стереотип» объекта или ситуации [Беляевская, 1992, с. 28-30].

Фреймы не являются изолированными друг от друга, поскольку «картины» предметного мира тесно взаимодействуют между собой. Взаимодействие фреймов обеспечивается тем, что отдельные терминалы могут структурировать разные фреймы, и это выражается в установлении межфреймовых концептуальных связей метонимического или метафорического характера. Сопряжение фреймов как разных структур знания обуславливает возможность профилирования события, которое предполагает, что в момент вербализации события говорящий выделяет в пределах одного из сопряженных фреймов профилирующий признак как наиболее прагматически значимый на общем фоне события [Гурина, 2005, с. 20].

Фреймы имеют сложную структуру, в составе которой выделяют, в частности, такие концептуальные единицы, как ситуации и эпизоды [Dijk, 1988]. М. Минский акцентирует внимание на объемности фрейма и выделяет субфреймы как части его структуры. Автор считает, что фрейм может рассматриваться как матрица слотов, актуализирующих аспекты фрагмента действительности, содержащая оценку того фрагмента картины мира, который репрезентируется данным фреймом [Minsky, 1977]. Ж.В. Никонова предполагает, что структура фрейма может быть как статичной, так и динамичной, имея ввиду не концептуальное наполнение (скрипты и сценарии), а принцип репрезентации знаний. По мнению автора, статичный фрейм представляет собой «пакет», «ячейку» схематизированного

опыта человека, в то время как динамичный фрейм отражает категориальный опыт человека в процессе речепроизводства как смысловой каркас его дискурсивной деятельности [Никонова, 2006, с. 33].

Ученые-когнитологи выделяют различные типы фреймов. Так, Н.Н. Болдырев, вслед за М. Минским, предлагает деление фреймов на ситуационные, т.е. те, которые отражают знания мира неязыкового, событийного характера; и классификационные, которые лежат в основе языковой категоризации [Болдырев, 2002, с. 64-65]. Согласно данной типологии, фрейм «достижение успеха» относится к ситуационным, так как отражает событийный характер и имеет многомерную, иерархически организованную структуру. Е.Г. Беляевская выделяет «вертикальные фреймы» (фреймы ситуаций и событий) и «горизонтальные фреймы», объединяющие отдельные терминалы вертикальных фреймов в множества на основании некоторой общности [Беляевская, 1992, с. 34].

Фреймовая семантика широко используется для анализа языкового материала в когнитивной лингвистике. Несмотря на разные подходы к определению фрейма во всех случаях подчеркивается, что у фрейма есть некая внутренняя структура: фрейм структурируется в соответствии со схематизированным представлением о том объекте, вокруг которого он организуется [Беляевская, 2014, с. 20]. В своем исследовании мы вслед за Е.Г. Беляевской исходим из понимания (ситуационного) фрейма как единства концептуальной схемы, отражающей структуру некоторой ситуации, и языковых средств разных уровней, необходимых для фиксации и передачи в процессе коммуникации информации об этой ситуации.

С.А. Жаботинская, рассматривая фреймы разных частей речи, фактически использует фреймовые структуры для описания семантики разных грамматических классов слов. Принимая положение, что тип фреймовой структуры зависит от того, какие «слоты» он включает и как эти «слоты» связаны между собой, автор выделяет пять типов фреймов:

1) предметноцентрический фрейм фиксирует информацию об одном участнике события или о существовании предмета в определенных пространственно-временных рамках. Он иллюстрирует нерасторжимость образов объекта и субъекта, «объективированных в частеречной системе» и представляет собой систему пропозиций, где к одному и тому же логическому субъекту примыкает несколько логических предикатов, характеризующих его по различным параметрам [Жаботинская, 2003, с. 148-158]. Данный тип фрейма применяется при анализе лексического и грамматического материала и в основном фокусируется на имени существительном.

2) в акциональном фрейме акцент смещается с самого предмета на его взаимодействие с другими предметами. Составляющими данного фрейма являются несколько объектов, которые наделяются семантическими ролями, отражающими характер отношений между предметными сущностями. Этот фрейм применим для определения элементов значений в лексических и грамматических единицах языка, а также для «аранжировки» смыслового содержания в тексте. Этот вид фреймов в наибольшей степени подходит для рассмотрения глагольной семантики.

3) партитивный фрейм представляет собой концептуальную структуру, включающую предметные сущности, соотносимые между собой как целое и его часть. Подобные структуры могут лежать в основе организации лексико-семантических полей.

4) гипо-гиперонимический фрейм представляет языковые единицы, связанные между собой отношениями семантического включения. Здесь предметные сущности объединяются родовидовыми отношениями. Гипо-гиперонимический фрейм структурирует информацию, представленную в лексике и в грамматике языка. Например, в лексике он применим при описании процессов расширения и сужения значения слова.

5) ассоциативный фрейм состоит из языковых единиц, связанных отношениями подобия, и базируется на сближении концептов в мышлении

человека. Данный вид фрейма представляет собой ассоциативную связь, присутствующую в концептуальной метафоре и в языке используется в метафорах и сравнениях [Там же].

Методологию фреймового анализа отличает наличие многослойной когнитивной структуры: фрейм – это не только все языковые средства, необходимые для речевой передачи информации о некотором объекте, но и систематизированное представление о нем в общей системе знаний человека о мире. Это позволяет в ходе лингвистического анализа сначала реконструировать фрейм на основании логических знаний индивида об анализируемом объекте – построить концептуальную схему, а потом уже заполнить полученную матрицу единицами языковой системы. Встречая некий объект действительности, человек запоминает его зрительный образ (этот статичный образ можно назвать сценой), затем формирует схематизированное представление о нем в общей системе знаний о мире. Далее фиксируются языковые средства, необходимые для передачи информации о данном объекте (совокупность ментального образа и языковых средств, которые его описывают, образуют фрейм). Интерпретация фрейма, реализованного в тексте получателем информации, формирует модель получателя информации. Множество построенных подобным образом моделей, созданных на базе одного текста, формирует модель текста, которая, в свою очередь, позволяет читателю воссоздать схемы объектов действительности, использованные автором текста и таким образом воссоздать зрительные картины (сцены), которые представлял себе автор при создании текста. Таким образом, сюжет любого текста может быть разбит на фрагменты и может быть представлен в виде конфигураций фреймовых структур [Беляевская, 2014, с. 12].

Благодаря наличию концептуальной схемы фрейм получает уникальное свойство – способность выступать в качестве общего стереотипа для всех говорящих на одном языке. Необходимо также отметить способность фрейма к фокусировке и его гибкость – в зависимости от

коммуникативного задания можно вынести на первый план любую составляющую фреймовой структуры, что получается в следствие вариативности реализации одних и тех же фреймов в разных языковых единицах и в разных текстах [Беляевская, 2011]. Фреймовый анализ применим к уже готовым единицам языка и текстам: он позволяет заглянуть в их внутреннее устройство, но не дает возможности проследить процесс их формирования. Любой объект или ситуация соотносятся со знанием индивида или социума о них, что делает фреймовый анализ популярным средством анализа языкового материала. Например, его применяют для изучения многозначности слов, семантики отдельных слов и их дифференциации от слов близкой семантики [Беляевская, 1992], изучения проблем формирования и понимания текста [Дроздова, 2003], формирования предметных категорий [Бондарчук, 2011] и т.д.

Как показала практика лингвистических исследований, фреймовые семантики разного рода являются весьма полезным инструментом лингвистических исследований.

Как показала Г.Г. Бондарчук, в основе категории предметных имен (обозначений одежды) лежат фреймовые структуры. Автор считает, что фреймовая модель организации лексикона в памяти человека является в настоящее время наиболее актуальной, т.к. фрейм представляет собой «обобщенную модель организации культурного знания вокруг некоторого концепта, вербализованного в языке, дающую ключ к раскрытию механизмов языковой категоризации понятий и явлений» [Бондарчук, 2011, с. 4]. В своем исследовании автор строит фрейм, позволяющий проследить основные направления развития категории предметных имен, обозначающих одежду, в истории развития языковой системы, а также выявить направления субкатегоризации в сфере одежды.

Изучив набор категориальных признаков, Г.Г. Бондарчук приходит к выводу, что субкатегоризация в сфере одежды идет как по традиционному пути дифференциации вещей в плане их размера, формы/ фасона, цвета,

материала, способа изготовления, функции, так и по семиотически маркированным признакам: пол носителя, возраст, место и время ношения, профессиональные принадлежности носителя. В основу сложных слов – наименований одежды положены различные категориальные признаки, отражающие виды деятельности, связанные с ношением и изготовлением одежды. Кроме того, автором выделяется ряд новых категориальных признаков, по которым субкатегоризация идет в новейший период. Это такие признаки, как предмет одежды, с которым имеется сходство; лицо, для которого подобный предмет типичен; имя творца/ создателя/ изготовителя и т.д. Поскольку категоризация в сфере одежды продолжается, исследователь обращает внимание на наличие в фрейме незаполненного слота, который со временем может быть заполнен новыми признаками.

Фреймовые семантики также применимы и в практике преподавания при разработке новых методик преподавания иностранных языков.

Так Л.В. Ступникова использует фреймовую семантику для разработки новых подходов к обучению студентов-юристов английскому языку для специальных целей. Исследователь полагает, что понять термин можно только воссоздав стоящую за ним фреймовую структуру. Юридические термины могут быть организованы в различные тематические фреймы, что облегчает их изучение. Л.В. Ступникова предлагает использовать для систематизации юридических терминов тематические файлы и выделяет ряд базовых концептов права. Термин в тематическом файле анализируется сначала с помощью словарной дефиниции, затем выделяется его терминологическое гнездо, словообразовательная модель и лексическое окружение. Тематические файлы создаются на базе «методически аутентичного текста и текстов его веерного окружения». Фреймовые структуры формируют основу для ряда упражнений на вербально-семантическом уровне [Ступникова, 2010, с. 133].

При обучении студентов переводу Е.А. Буданова также предлагает обращаться к фреймовым моделям. Исследуя основные типы переводческих



ошибок автор приходит к выводу о том, что одной из главных причин переводческих ошибок и переводческих неточностей является отсутствие у учащихся умения анализировать структуру лексического значения полисемантических лексических единиц и слов с расширенной и суженной по сравнению с родным языком переводчика семантикой. Для решения этой проблемы Е.А. Буданова предлагает использовать лексический фрейм – «блок знаний об обозначаемом, фиксируемый в языковом коде» [Буданова, 2001, с. 68]. Данный фрейм имеет двухуровневую структуру. На «внешнем» уровне находятся актуализируемые в ряде ситуаций значения слова, «глубинный уровень» содержит лингво-когнитивную модель – «обобщенное, схематизированное представление о концептуальном основании значения, выделяющее в значении наиболее важные, узловые моменты» [Буданова, 2001, с. 70]. Лингво-когнитивная модель концентрируется в фокусе лексического фрейма – первом основном значении слова. По мере удаления периферийной семы от фокуса фрейма концентрация лингво-когнитивной модели в значении снижается, и идентификация значения бывает затруднена. В результате взаимодействия лексических фреймов в высказывании периферийные значения разных полисемантических слов ассимилируются, стремясь выйти за рамки собственных лингво-когнитивных моделей. Данная закономерность легла в основу разработанной автором схемы действий переводчика при выборе переводного эквивалента. Как показали результаты обучающего эксперимента, применение разработанной на основе фреймовых семантик методики обучения переводу позволило существенно повысить эффективность обучения.

В нашем исследовании при изучении способов репрезентации события в экономическом дискурсе мы также будем обращаться к фреймовым структурам, реализующимся в тексте. Действительно, информация о событии может быть представлена в виде фрейма, и изучение фреймов, реализующихся в тексте, позволяет выявить закономерности репрезентации

событий в том или ином виде дискурса.

### **§1.5 Новостной дискурс экономической тематики. Основные типы новостных сообщений в сфере экономики**

В лингвистике понятию «дискурса» посвящено большое количество работ, в том числе [Кубрякова, 2000; Александрова, 2001; Кибрик, 1994; Карасик, 2002; Степанов, 1995; Шейгал, 2001; Демьянков, 2005] и др. Дискурс изучался в самых разных планах, в зависимости от того, какие аспекты его функционирования стояли в центре внимания исследователей.

В нашей работе мы используем определение дискурса, данное Н.Д. Арутюновой, полагавшей, что «дискурс – это связанный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [Арутюнова, 1990, с. 136-137].

При помощи дискурса строится когнитивная система читателя как реципиента некой «сети координат», которая соотносится с «сетью координат» автора, позволяющих адекватно воспринимать действительность и строить соответствующий образ мира. Сама «сеть координат» образована основными универсальными категориями, описывающими реальный объективно существующий мир: время, пространство, изменение, причина, число, отношение к целому [Гуревич, 1994; Ноздрина, 2000]. С точки зрения лингвистики текста данные категории рассматриваются как темпоральная, локальная, персональная и референтная структуры, с помощью которых становится возможным соотнесение текста с внетекстовой реальностью.

Исследователями выделялись несколько типов дискурса – политический, экономический, медиадискурс и др. В нашей работе мы обращаемся к рассмотрению дискурса, объединяющего черты медиадискурса и экономического дискурса, поскольку мы анализируем медийный новостной дискурс, посвященный представлению событий, происходящих в сфере экономики.

Е.А. Кожемякин предлагает понимать под медиадискурсом «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве» [Кожемякин, 2010, с. 14]. Автором выделяются различные типы медиадискурса, такие как новостной, рекламный, публицистический и др. По его мнению, медиадискурс имеет ряд функционально-прагматических характеристик: его целью является описание действительности и ее интерпретация, воздействие на сознание, оценка действительности, а также прогноз развития события.

Новостной дискурс, как мы упомянули выше, представляет собой определенный тип медиадискурса, наделенный всеми его характеристиками, но при этом имеющий свой ряд характерных черт и композиционных особенностей.

Новостным дискурсом занимались разные исследователи: Т.А. ван Дейк [Дейк, 2000], М.А. Ковальчукова [Ковальчукова, 2009], Ю.С. Воротникова [Воротникова, 2005], А.А. Кибрик [Кибрик, 2008].

Т.А. ван Дейк исследовал новостной печатный дискурс, на основе анализа материалов медиа-коммуникации. Исследователь рассматривал структуру дискурса как последовательность его смысловых элементов, задающих семантику сообщения и как иерархию расположения этих частей, формирующих его прототипическую схему.

Т.А. ван Дейк, изучая новостной дискурс, выделял следующий ряд его компонентов: «краткое содержание», «главное событие», «фон» и «вербальные реакции» или «комментарии». Под «кратким содержанием» исследователь понимал короткий анонс новостных материалов перед переходом к их сути, которая излагается в заголовке и в вводке. В задачи последней входит сообщение краткой информации о содержании новости и привлечение внимания читателей. В «главном событии» сообщается непосредственно о самом новостном событии. «Фон» представляет собой контекст, включающий в себя дополнительную информацию об

описываемом событии. «Вербальные реакции» или «комментарии» содержат выводы, прогнозы, реакции и любую другую информацию, которую автор новостного сообщения посчитал нужным включить в него.

Как отмечает Т.А. ван Дейк, данная последовательность компонентов варьируется в зависимости от конкретно рассматриваемых случаев и не является жестко определенной. Текст в новостном дискурсе отличается своей нацеленностью на подачу событий в их актуальности, осуществляемую посредством организации новостного материала в особую схему с определенными характеристиками [Дейк, 2000].

М.А. Степанова [Степанова, 2003, с. 58-64] отмечает, что новостной дискурс строится по принципу «слоеного пирога»: он представляет собой взаимодействие нескольких семантических макроструктур, посредством которых возможно многократное обращение к определенной теме, хранение и наращивание знаний по данному сегменту человеческого опыта. Автором предлагается следующая схема «производства» дискурса новостей. Некое конкретное сообщение начинается с обозначения главной темы. В первую очередь указываются наиболее важные последствия произошедшего события, потом идут его подробности и дается детальное описание участвующих сторон. Заканчивается новость приведением причин возникновения описываемой ситуации; иногда приводится дополнительная «фоновая» информация, указывается место данного происшествия в ряду других событий. Таким образом, реализуется основная задача средств массовой информации – проинформировать общество и привлечь внимание к некоей возникшей ситуации [Там же, с. 59].

Новостной дискурс широко представлен в интернете. Некоторые ученые выделяют новостной Интернет-дискурс как отдельный вид дискурса, отличный от новостного дискурса печатных изданий.

М.А. Степанова пишет, что появилась новая «гибридная» форма массовой информации – «распространение информационного потока в электронном формате, что позволяет совместить печатное слово газетного комментария с видео- и

аудио-рядом телевизионного репортажа, давая возможность комбинировать различные варианты представления событий реального мира, а также частоту их повторения в режиме on-line по нашему собственному усмотрению» [Степанова, 2003: 138].

М.А. Ковальчукова выделяет следующие особенности новостного дискурса в Интернете: оперативность (быстрое обновление информации), сконцентрированность (наличие на одной интернет-странице множества новостей), разносторонний взгляд на событие (можно найти информацию на любую тему) [Ковальчукова, 2009]. Иными словами, основным отличием новостного интернет-дискурса является близость последнего к телевизионному репортажу. Можно заключить, что в целом структурные параметры новостного дискурса, выделенные Т.А. ван Дейком, в Интернет-изданиях сохраняются.

Несколько иначе описывает эти различия Ю.С. Воротникова [Воротникова, 2005], которая, занимаясь спецификой новостного интернет-дискурса, предложила классификацию структурных типов электронного дискурса, включающую разделение на Е-новости и Гиперновости. Е-новости представляют собой точную копию печатной версии, в них сохраняется стиль газеты-источника. Гиперновости существуют только в электронном формате и отличаются наличием гиперссылок, посредством которых читателей получает быстрый доступ к неограниченному количеству электронных ресурсов [Воротникова, 2005].

Исследователи также отмечают, что в новостном интернет-дискурсе категории заголовка и вводки стали играть бóльшую роль по сравнению с печатной версией. Это объясняется тем, что визуально пространство интернет-страницы ограничено и статьи часто представлены на одной странице заголовком и вводкой, которые стремятся привлечь внимание читателей непосредственно к самой новости, которая более подробно описывается на другой странице.

Влияние медиадискурса на сознание людей огромно: «люди находятся под воздействием новостей, которые они читают или смотрят хотя бы потому, что они получают и обновляют свое знание о мире» [Дейк, 2000, с. 34].

М.Н. Володина отмечает, что «наша картина мира лишь на 10% состоит из знаний, основанных на собственном опыте, все остальное мы узнаем через СМИ» [Володина, 2001, с. 10].

В нашей работе мы анализируем печатный новостной дискурс, а также е-новости экономического характера. Краткие информационные сообщения, посвященные событиям в сфере экономики и финансов, присутствуют во всех новостных источниках, как платных, так и размещенных в Интернете. Материалом для исследования послужили новостные статьи следующих газет и журналов: «The Economist», «New York Times», «Financial Times», «The Wall Street Journal», «CNN Money», «BBC news» за период с 2011 по 2016 г.

Изучение собранного языкового материала показало, что тематически новостные статьи экономической тематики можно разделить на 5 основных групп:

- сообщения о судебных решениях относительно экономических вопросов;
- сообщения об изменениях экономических показателей;
- сообщения, содержащие информацию о сделках в сфере экономики;
- объявления/ заявления о событиях в сфере экономики;
- сообщения о назначениях/ увольнениях в крупных компаниях.

Кроме того, имеются новостные сообщения разнообразной тематики, которые нельзя отнести ни к одной из перечисленных выше групп. Их мы относили в рубрику «Разное».

Рассмотрим подробнее каждую из групп. В первую группу вошли новостные тексты, описывающие постановления различных инстанций –

суда, регулятора, властей, неких административных органов – относительно компаний или представителей компаний.

Обычно в подобных новостных текстах сообщается о том, что некий регулятор вынес некоторое постановление, например, оштрафовал какую-либо компанию. Также приводятся причины данного события, иногда говорится о его последствиях или же дается ссылка/ сравнение с недавним похожим случаем. В эту же группу мы относили новости, описывающие судебные разбирательства между компаниями, договорные тяжбы, судебные решения относительно нелегитимной практики руководства компаний и банков, расследования коррупционных действий представителей экономической среды и т.п. Как мы видим, в основном новостной дискурс по данной тематике состоит из непосредственно самого «главного события», «фона» и «комментария».

Примером данного типа новостей может служить следующий текст:

(1) India's competition regulator fined 14 carmakers, including Tata Motors and Mercedes Benz, for abusing their dominant position in the market for car parts and repairs. China's antitrust authorities have recently taken action against foreign carmakers for similar practices (the Economist, Aug 30 – Sep 5 2014).

Как видно из примера (1) «главное событие» состоит в том, что антимонопольная служба Индии оштрафовала 14 автопроизводителей за злоупотребление своим положением на рынке запчастей и ремонта. Также раскрыта категория «комментария» – в Китае антимонопольные службы недавно сделали то же самое.

Группа контекстов по данной тематике сравнительно небольшая и составляет примерно 12% исследуемого материала (см. Схема 3).

Во вторую группу вошли тексты, описывающие изменения экономических показателей. Речь в данных новостях может идти о повышении, понижении, стагнации различных индикаторов роста или спада экономического развития страны или компании, отрасли или банковской

структуры. Новостные тексты данной тематики могут сообщать о прибыли или убытке различных предприятий, компаний, банков; об увеличении или снижении количества покупателей различных товаров и услуг; о повышении или понижении ключевых ставок и т.п. Данная группа – самая большая из всех и насчитывает около 32% проанализированных контекстов. К ней относится, например, текст (2):

(2) Turkey's central bank cut its main interest rate by three quarters of a percentage point, to 8.75%. This followed a half-point cut last month that was described as "a joke" by the prime minister, Recep Tayyip Erdogan, who has put pressure on the bank to do more to boost economic growth (the Economist, Jun 28 – Jul 4, 2014).

Пример (2) является типичным представителем данной группы текстов. Из данной новости мы узнаем, что «главное событие» составило снижение Центробанком Турции основной процентной ставки на три процентных пункта. В данной новости раскрыта также категория «фона» – этому событию предшествовало еще одно сокращение за месяц до описываемого события. Кроме того, наличествует категория «комментария» – говорится о том, что премьер министр страны стремится стимулировать экономический рост государства, оказывает давление на банковскую систему и относится к предыдущим событиям как к чему-то несерьезному.

Третья группа новостных текстов представлена сообщениями о некоей сделке. Это может быть покупка или продажа той или иной компании, расширение бизнеса путем слияний или поглощений фирм, получение предложения о выгодной покупке или продаже и реакция компании на подобные предложения, принятие решения о распродаже убыточных филиалов и т.п. Данная группа является третьей по количеству текстов и составляет 18% от всего количества проанализированных сообщений (см. Схема 3). Примером новостного сообщения данной группы может служить следующий текст (3):



(3) Daikin, a Japanese maker of air-conditioning and heating systems, agreed to buy Goodman, a Texan rival, for \$3.7 billion. It is the latest overseas acquisition by a Japanese company in a bumper year for such deals. Between January and June Japanese firms made 262 foreign acquisitions, according to Recof, a consultancy: a record for the first half of a year. The strong yen, combined with sluggish domestic demand, is spurring Japan's businessmen to expand abroad (the Economist, Sept 1–7, 2012).

«Главное событие» данной новости состоит в том, что японская компания Дайкин согласилась приобрести американскую компанию Гудман за 3.7 млрд. долларов. В данной новости раскрыты также категории «фона» и «комментария». «Фоном» служит тот факт, что за период с января по июнь японские компании были очень активны на рынке покупки/продажи. «Комментарий» раскрыт упоминанием причины такой активности.

В четвертую группу вошли тексты, объединенные темой «объявления, заявления». В подобных новостных текстах речь идет о ситуациях, когда какой-нибудь регулятор или компетентный орган, та или иная крупная компания, известный предприниматель официально сделал какое-либо заявление, либо обнародовал некую информацию, которая является очень важной, критичной для того или иного рынка, страны, общества, компании и т.п. Сюда же вошли новостные сообщения о различных отчетах, докладах, выступлениях, обзорах, рейтингах. Это вторая по численности группа текстов, составляющая 22% от общего количества новостных сообщений (см. Схема 3). В эту группу входит, например, текст (4):

(4) The G7 issued a statement intended to soothe concerns about a “currency war” but ended up causing more confusion than clarity. The statement chided government intervention in currency markets, but also appeared to support an effort by Japan to combat deflation. The yen has weakened markedly against the dollar in response to the new Japanese government's attempt to revive the economy (the Economist, Feb 2 –17, 2013).

В приведенном выше примере (4) видно, что «главное событие» данной новости – это обнаружение заявления Большой Семерки о валютных войнах, которое, к сожалению, привело к еще большей неразберихе. В данном сообщении присутствуют также категории «фона» и «комментария»: в заявлении критиковались действия правительства, но поощрялись его попытки справиться с дефляцией («комментарий»), при этом йена потеряла свои позиции относительно американского доллара («фон»).

В пятую группу вошли тексты, описывающие либо назначение кого-либо человека на некую должность, либо увольнение или уход какого-то руководителя с занимаемого поста. Поскольку смена руководства всегда сопряжена с изменениями в дальнейшей судьбе компании, фирмы, любой коммерческой и государственной организации, то тексты данной тематики нередки в экономическом дискурсе. Подобного рода изменения в руководящем составе могут повлиять на прибыльность или убыточность компании, на ее положение на рынке, конкурентоспособность, вызвать смену приоритетов развития или курса развития компании в целом и т.п.

Это самая малочисленная группа новостных текстов, и она составляет около 6% описываемого материала (см. Схема 3). Примером данной разновидности новостей может служить новостное сообщение (5):

(5) Jim McNerney, the boss of Boeing, is stepping down. Dennis Muilenburg, the planemaker's chief operating officer, is to take the yoke. The firm has been struggling with the rising cost of manufacturing its new 787 Dreamliner (the Economist, Jun 27 – Jul 3, 2015).

«Главное событие» данной новости – это уход со своего поста главы компании Боинг на «фоне» проблем в компании из-за увеличения стоимости производства.

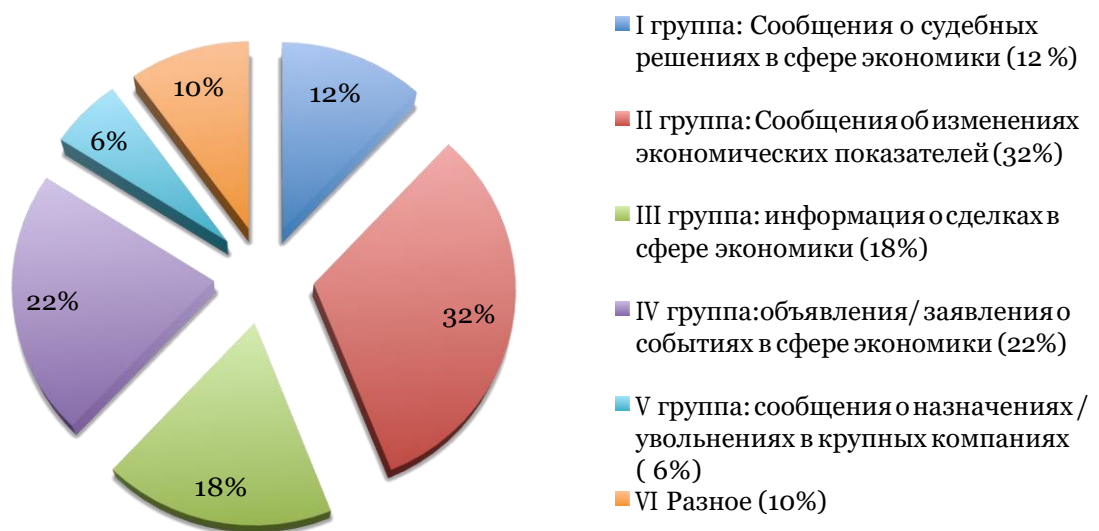
В шестую группу контекстов вошли новостные сообщения разного характера. Она составляет 10% изучаемого материала (см. Схема 3). Новости данной группы могут описывать попытку внедрения нового продукта на рынок, предоставление кредитной линии какой-нибудь компании; отзыв

некоторого количества продукции из-за допущенной ошибки, как например в примере (6):

(6) General Motors recalled another 8.2m cars because of malfunctioning ignition switches. The models in this recall may be linked to crashes that caused three deaths, bringing the total fatalities that GM acknowledges may be connected to the fault to 16. The company knew about the problem as far back as 2001 (the Economist, Jul 5-11, 2014).

Как и в других новостных сообщениях здесь наличествует «главное событие», «фон» и «комментарий».

Как мы видим из приведенной ниже схемы, наиболее часто встречающейся является вторая группа, описывающая повышение или понижения какого-либо экономического показателя, что на наш взгляд является вполне характерным для экономического дискурса, имеющего дело в основном с цифрами и анализом составляющих экономической среды.



**Схема 3. Тематическая дифференциация новостных сообщений экономического характера**

В своем исследовании мы исходим из предположения о том, что появление информационного сообщения в рубрике «Новости экономики» в анализируемых нами медиа-источниках свидетельствует о том, что

происходящее, зафиксированное в подобных текстах, может быть отнесено к разряду «события» в том определении, которое принято в нашем исследовании. Действительно, мы считаем наиболее важным признаком события – важность и неординарность происходящего. Именно по критериям важности, неординарности и уникальности в медиадискурсе отбираются и новости экономического характера.

Относя в предварительном плане краткие информационные сообщения по экономике к «событиям» мы предполагаем далее рассмотреть языковые особенности этих текстов и выявить лингвистические основания, позволяющие считать описываемое в них событием.

### **Выводы по Главе I**

Первоначально понятие «событие» являлось предметом рассмотрения в рамках философии языка и грамматики. Предпринимались попытки выявить структуру события и определить специфику событий как сущностей реального мира. Было установлено, что событию для своего существования необходимо пространство и время, а также фактор изменения, который является неотъемлемой онтологической характеристикой события. Некоторые исследователи подчеркивали также наличие участников и объектов события как необходимый и обязательный компонент его структуры.

Термин «событие» на протяжении долгого времени использовался широко: нередко в него включали понятия «факт», «процесс», «действие», «ситуация». Уточнение содержания понятия события потребовало разграничения данных терминов и выяснения их соотношений.

Понятия «факт» и «событие» в современном понимании рассматриваются в ракурсе логической семантики. Факт и событие лежат в разных координатах: событие существует во времени и пространстве, когда как пространство мира фактов ориентировано на координаты истинности и

ложности. События и факты имеют различные основания для их оценки: основанием для выделения событий является рациональная и эмоциональная оценка, в то время как факты выделяются на основании рациональной оценки; факт констатируется, событие – происходит. Каждое событие представляет собой совокупность фактов, каждый из которых является необходимым условием его реализации.

«Событие», «процесс» и «действие» обладают как рядом общих признаков и свойств, так и существенными различиями. Признаками, объединяющими данные понятия являются их динамичность и их способность описываться полными номинализациями. Процессы и события различаются на основании оппозиции «ограниченность/ неограниченность»: процесс в отличие от события длится. Событие происходит в определенный интервал времени, и его основной характеристикой является изменение. Действие производится волевым усилием, и его основной характеристикой является агенс. Процесс обладает временной протяженностью, и его основной характеристикой является пациенс. Однако, несмотря на ряд признаков, которые позволяют разграничить такие явления, как событие, процесс и движение, жесткие границы между ними провести сложно.

Существуют две точки зрения на критерии разграничения «события» и «ситуации». Согласно первой из них между событием и ситуацией нет существенных различий. Согласно второй – событие представляет собой структурный элемент ситуации.

Анализ характеристик события как онтологической данности через контрастивное сопоставление его с понятиями «факт», «ситуация», «процесс» и «действие» позволяет определить событие как многомерное динамическое явление, представляющее собой лично или социально значимое изменение состояния через проявление объектом некоторого своего свойства во времени и пространстве, либо через изменение количества или качества объектов, их свойств и отношений.

Переход к когнитивной парадигме лингвистического знания обусловил стремление исследователей выделить концептуальные основания события как семантического и текстового явления. Л. Талми моделирует события исходя из грамматической основы ситуации, которая описывает это событие в тексте. Основным свойством события при таком подходе становится динамический аспект – развитие или движение. Л. Талми вводит понятие событийного фрейма – совокупности смысловых элементов и отношений между ними, образующей концептуальное ядро, необходимое для опознания конкретного события или типа события.

О.К. Ирисханова определяет событие как «целостный фрагмент картины мира, отражающий локализованное во времени и пространстве изменение, важность и уникальность которого отмечены социумом или индивидом» [Ирисханова, 1997, с. 4] и предлагает фреймовую модель событийного имени, состоящую из двух блоков – фактуального и оценочного, где основным параметром когнитивно – семантической классификации событийных имен является понятие фокуса.

Моделирование когнитивной структуры события является важным и плодотворным путем исследования и принимается нами в качестве методологической базы дальнейшего исследования реализации семантики события в англоязычном экономическом дискурсе.

В ходе изучения события и событийности часто используется фреймовый подход. Фрейм признается универсальной категорией, объединяющей разнообразные знания человека. Он содержит основную, типичную и потенциально возможную информацию. Изучение фреймов дает ключ к раскрытию механизмов концептуализации вербализованных понятий и явлений окружающей действительности.

Несмотря на разные подходы к определению фрейма (когнитивная карта слова, которая представляется как отражение наиболее употребительных контекстов слова (Е.С. Кубрякова); единицы, организованные вокруг некоего концепта (Т.А. ван Дейк); когнитивные

структуры, интерпретация знаний в которых предполагается концептами (Ч. Филмор); некая внутренняя когнитивная информация, возникающая как врожденная структура или путем усвоения из опыта и обучения (З.А. Харитончик)) во всех случаях подчеркивается, что у фрейма есть некая внутренняя структура: фрейм структурируется в соответствии со схематизированным представлением о том объекте, вокруг которого он организуется. В своем исследовании мы вслед за Е.Г. Беляевской исходим из понимания (ситуационного) фрейма как единства концептуальной схемы, отражающей структуру некоторой ситуации, и языковых средств разных уровней, необходимых для фиксации и передачи в процессе коммуникации информации об этой ситуации [Беляевская, 2014].

В нашем исследовании анализируется печатный новостной дискурс, а также е-новости экономического характера. Таким образом, исследование проводится на материале дискурса, объединяющего в себе черты медийного и экономического дискурсов. Первичная классификация собранного материала позволила выделить 5 тематических групп текстов: сообщения о судебных решениях в сфере экономики (12%); сообщения об изменениях экономических показателей (32%); тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (18%); тексты, представляющие объявления/заявления о событиях в сфере экономики (22%) и сообщения о назначениях/увольнениях в крупных компаниях (6%). В рубрику «разное» были отнесены новостные сообщения разнообразной тематики, которые нельзя отнести ни к одной из перечисленных выше групп (10%).

## ГЛАВА II. ФРЕЙМОВЫЕ СТРУКТУРЫ, ЛЕЖАЩИЕ В ОСНОВЕ НОВОСТНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В Главе II мы рассмотрим тексты экономического характера, реализующиеся в англоязычном новостном дискурсе, с целью определения когнитивной структуры тех событий, которые послужили основой их формирования, и выявления дистрибуции в этой структуре маркеров событийности, т.е. тех языковых средств, которые обеспечивают отнесение происходящего к разряду событий.

### § 2.1 Тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (Группа I)

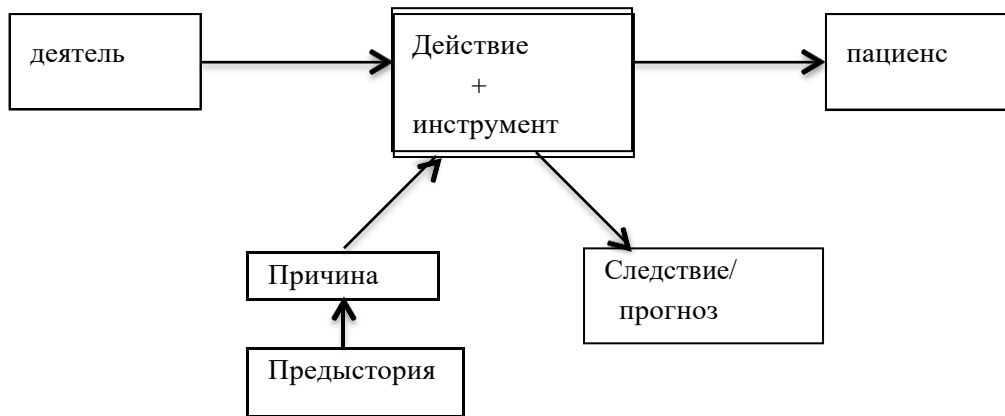
В первую группу «судебные решения в сфере экономики» вошли новостные тексты, описывающие постановления различных инстанций – суда, регулятора, властей, неких административных органов – относительно компаний или представителей компаний. Смысловое ядро данной тематической группы текстов составляют такие понятия, как: “ruling”, “sentence”, “settlement”, а также синонимичный ряд понятий «штраф, неустойка» – “damages”, “fines”, “penalty”.

В ходе исследования первоначально конструировался фрейм «судебные решения по экономическим вопросам», лежащий в основе семантики рассматриваемой группы текстов.

Схематически структуру данного фрейма можно представить следующим образом (см. Схему 4).

Поскольку данный фрейм лежит в основе текстов судебно-административной тематики, блок «деятеля» в основном представлен каким-либо административным органом, т.е. неким органом власти, регулятором, судом различной инстанции, выносящим то или иное решение: “a court of arbitration”, “federal jury”, “regulators of different levels”, “authorities”.





**Схема 4. Фреймовая структура новостных сообщений группы I  
«Судебные решения в сфере экономики»**

Далее в рассматриваемом фрейме идет блок самого действия – чаще всего представленный глаголом действия в сочетании с ядерным компонентом, указывающим на характер решения – это может быть постановление о выплате штрафа (to award damages), обращение в суд (to bring charges), решение суда (to issue a ruling), отмена решения суда (to lift a ban) и т.д.

В составе фрейма всегда присутствует «пациент» – тот, кто пострадал или приобрел в результате судебного решения, – чаще всего это какая-нибудь компания, или банк, или физическое лицо. Достаточно часто пациент упоминается с указанием на то, чем занималась та или иная компания, организация или ее конкретный представитель.

Наличие блоков «причины» и «следствия/ прогноза», а также блока «предыстории» в рамках данного фрейма зависит от степени развернутости новостного сообщения. Блок причины включает в себя объяснения того, чем было вызвано обращение в судебные органы, или того, что вызвало юридическое вмешательство судебных органов. Этот блок достаточно часто сопровождается блоком «предыстории» – более подробным описанием действий, приведших к описываемому в тексте результату. Блок «следствия/прогноза» раскрывает детали урегулирования или решения и

описывает возможные последствия для «пациенса», или же для отрасли, государства, той или иной компании, где функционирует «пациенс».

Примером реализации данного фрейма является следующий текст:

(1) «The World Bank» fined two subsidiaries of «Alstom», a French engineering company, for allegedly offering bribes to secure a contract in Zambia, and barred the subsidiaries from future projects («The Economist», Feb 25 – March 03, 2012).

Как видно из приведенного выше примера, базовые компоненты фрейма дают нам описание произошедшего: Всемирный банк, т.е. регулятор («деятель») оштрафовал («действие») дочерние предприятия («пациенс») за взятки («причина»), которые были даны с целью получения контракта в Замбии («предыстория»), что в результате привело к запрещению будущих проектов («следствие»). Рассмотрим вопрос о том, является ли ситуация, описанная в тексте, событием.

Многие исследователи высказывают мнение о том, что Событие от Факта и Ситуации отличает обязательное присутствие оценочной составляющей. О.К. Ирисханова в числе многих других исследователей особо подчеркивает, что оценка значимости является обязательной для событийных имен, наряду с оценкой вероятности события: «Явление может быть названо событием, если оно при условии сохранения всех свойств и обстоятельств совершения происходит достаточно редко» [Ирисханова, 1997, с. 8]. Таким образом, оценочная составляющая события необязательно связана со шкалой «хорошо – плохо», однако реализация указаний на особенности, превращающие ситуацию в событие, должна фиксировать «исключительность» происходящего.

В рассматриваемой группе текстов можно выделить небольшое число новостных сообщений, когда событие разворачивается непосредственно вокруг событийного существительного: “dispute”, “scandal”, т.е. прямых указаний на неординарность происходящего.

(2) «Olympus» commenced proceedings for damages against current and former directors whom it accuses of neglecting their duties in an accounting scandal («The Wall Street Journal», Jan 12, 2012).

(3) An agreement was reached in an acrimonious four-year dispute over the stake that LVMH, a big French luxury-goods company, accumulated in «Hermès», a smaller rival («The Economist», May 19 – 25, 2012).

(4) The first arrests were made in relation to an accounting scandal at «Olympus» that has rocked Japan’s corporate world. The company’s former chairman, his deputy and the corporate auditor, who all left last year after the company admitted to wrongdoing, were among those arrested («The Economist», Feb 18 – 24, 2012).

При реализации существительных “dispute”, “scandal” не требуется дополнительных маркеров событийности, т.к. эти единицы уже заключают в себе негативную характеристику и указание на относительно низкую частотность происходящего: *Scandal* is an occurrence in which people are shocked and upset because of behavior that is morally or legally wrong/ something that is shocking, upsetting, or unacceptable [MED]; *Dispute* is a debate, controversy, or a quarrel [MED].

При анализе изучаемых кратких информационных сообщений экономического характера было выявлено, что подгруппа текстов с этими маркерами весьма малочислена и насчитывает не более 7% от общего числа текстов Группы I.

Проведенное изучение языкового материала показывает, что с целью указания на необычность и/или значимость происходящего, его уникальность, а следовательно событийность, могут быть задействованы различные способы, и наиболее частотными из них являются следующие:

- использование количественных показателей;
- использование усеченных цитат;
- использование оценочной лексики;
- использование интенсификаторов;

- использование образных выражений.

Рассмотрим их подробнее и начнем с наиболее распространенного маркера событийности – использования количественных показателей.

Количественные показатели непосредственно указывают на неординарность происходящего, т.к. сразу дают понять, какие экономические данные выделяют событие из ряда многих подобных. Цифры в новостном экономическом дискурсе присутствуют почти всегда, независимо от развернутости новостных сообщений и достаточно часто реализуются во фреймовом блоке «действия»:

(5) «Halliburton» reached a \$1.1 billion settlement with plaintiffs over its role in the Gulf of Mexico oil-spill disaster in 2011 («The Financial Times», May 22, 2012).

(6) «Citigroup» agreed to pay \$590m to settle a lawsuit launched in 2007 by some shareholders who claimed the bank had misled them about its exposure to subprime mortgage debt («The Economist», Sept 1– 8, 2012).

Как видно из примера (5), сумма в 1,1 млрд долларов достаточно значительна сама по себе, в особенности, если учитывать, что это размер мирового соглашения, т.е. это та сумма, которую компании придется выплатить единовременно из своей операционной прибыли. Нетрудно догадаться, что это крайне неблагоприятное событие для нефтяной компании, которое может негативно сказаться на ее дальнейшем развитии.

В примере (6) компания «Ситигруп» согласилась выплатить 590 миллионов долларов отступных, чуть больше полмиллиарда – сумма также весьма внушительная. Указанные цифры даже не специалисту дают понять, что в судебном решении указаны очень крупные суммы, и в результате становится очевидным, что это редко встречающиеся случаи, и, следовательно, происходящее можно считать событием.

Очень часто одних только количественных показателей недостаточно, и для усиления указания на значимость события в новостном сообщении может использоваться сравнительная оценка:

(7) American regulators slapped a \$9 billion fine on «BNP Paribas», the biggest bank in France, for violating American sanctions when it processed transactions through New York on behalf of clients in Sudan, Cuba and Iran. The penalty is the biggest imposed on a bank for breaking sanctions, through the scale of the fine in relation to the value of the transactions is smaller than that meted out in some previous cases, such as against «Standard Chartered» («The Economist», Jul 5–11, 2014).

(8) America's Justice Department handed out its biggest penalty to date for contaminating the environment. «Anadarko Petroleum» is to pay \$5.2 billion, the bulk of which will go to cleaning up sites contaminated by an energy company it bought in 2006. The company was sued by the federal government, 11 states and the Navajo nation; the plaintiffs had originally sought \$25 billion. Anadarko's fine is even bigger than the \$4 billion slapped on BP for the Deepwater Horizon oil spill («The Economist», Apr 12–18, 2014).

Использование развернутых сравнений является достаточно ярким маркером уникальности происходящего, т.к. имплицитно показывает, какой категории происшествий принадлежит то или иное событие. Оно как бы задает шкалу уникальности – «самый большой», или «самый маленький» и локализует событие относительно этой шкалы. Сравнение также задает немного другие, более четкие, координаты события, вводя нескольких пациентов, или указывая на различие или схожесть «причин» произошедшего, которые помогают более четко определить необычность соответствующего судебного решения. Штраф, который должна выплатить компания «Anadarko Petroleum» (пример (8)) на сегодняшний день является самым большим, который когда-либо присуждали какой-либо компании. Он даже больше штрафа, который была вынуждена заплатить компания BP за разлив нефти в Мексиканском заливе, который до настоящего времени превышал все известные судебные штрафы.

Уникальность ситуации в примере с банком «BNP Paribas» (пример (7)) заключается в том, что несмотря на то, что размер штрафа, который банку

предстоит выплатить, является самым большим в данной категории нарушений законодательства. Однако, по сравнению с суммой, вырученной от сделок, т.е. по сравнению с прибылью, которую получил банк, этот штраф является небольшим наказанием, если сравнивать его в процентном отношении с предыдущими случаями подобных нарушений.

Еще один достаточно частотный признак событийности в нашем материале реализуется посредством усеченных цитат. Усеченная или сегментированная цитата приводится для того, чтобы дать оценку происходящему, но при этом сохранить объективность, дистанцируясь от ситуации, поскольку оценка исходит от автора цитаты, а не от автора новостного сообщения:

(9) A civil trial began in New Orleans to determine the culpability of BP and others for the explosion on the Deepwater Horizon rig in 2010 that killed 11 men and caused the worst offshore oil spill in American history. The government accuses BP of «willful misconduct» («The Economist», March 2–8, 2013) (*misconduct* – wrong behavior: behavior or activity that is illegal or morally wrong) [MED].

Упоминание *misconduct* – «нарушения закона» – усиливается указанием на умышленное (“willful”) действие, что ставит описываемое событие в ряд крайне нежелательных и неблагоприятных.

Рассмотрим еще один пример.

(10) «Lloyds» was fined £218 m for manipulating benchmark interest rates, of which £70m was for meddling with the “repo” rate, used to calculate how much it should pay back to the «Bank of England» following a bail-out. The BOE described Lloyds’s behaviour as “highly reprehensible” («The Economist», Aug 2–8, 2014) (*reprehensible* – very bad : deserving very strong criticism) [MED].

В примере (10) поведение банка названо крайне предосудительным и достойным порицания, что указывает не только на нарушение законодательства, но и также на моральную оценку ( “highly reprehensible”) происходящего обществом.

Наконец, перейдем к таким указывающим на необычность события маркерам событийности, как использование оценочной лексики, использование интенсификаторов как указания на важность события, а также использование образности, выполняющей аналогичные функции. Как показало проведенное нами исследование, эти маркеры событийности обычно реализуются совместно.

Что касается использования оценочной лексики, это может быть глагол, прилагательное, наречие, существительное. Достаточно часто в данной модели формирования событийности присутствует ядерный компонент *fine* (штраф) – в сочетании с глаголом – “to give a fine”, “to levy a fine”. Однако, на практике это сочетание преобразуется в такие оценочные выражения, как *to slap a fine* (– to cause to strike with a motion or sound like that of a blow with the open hand) [MED]:

(11) The government in the Spanish region of Catalonia slapped a €30000 (\$41000) fine on «Airbnb», which markets private short-term room rentals in cities around the world («The New York Times», Jul 17, 2014).

(12) Benjamin Lawsky, New York state’s financial regulator, slapped a \$300m fine on «Standard Chartered» for failing to comply with anti-money laundering procedures it had agreed to as part of a previous settlement in 2012 («The Economist», Aug 23–29, 2014).

Примером использования прилагательных с целью дать оценку происходящему могут служить следующие случаи, когда упоминание «проблемных» ценных бумаг и «хищных» трейдеров позволяет наиболее ярко охарактеризовать неблагоприятные ситуации, сложившиеся на рынке:

(13) «Citigroup» reached a settlement with American authorities for knowingly selling toxic mortgage-backed securities before the financial crisis («The Economist» Jun 28–Jul 4, 2014) (*Toxic* – very bad, unpleasant, harmful; denoting a debt which has a high risk of default [MED]).

(14) New York state’s attorney general brought charges against «Barclays» for allegedly lying to investors about its safeguards to protect them from predatory

high-frequency traders in the bank's dark pool investments («The New York Times», Aug 25, 2014) (*predatory* – wrongly harming or using others for pleasure or profit [MED]).

В примерах (13) и (14) оценка основывается на образных значениях прилагательных “toxic” и “predatory”. Прилагательное “toxic”, имеющее в качестве основного значение (*extremely harsh, malicious, or harmful [MED]*), в экономическом дискурсе приобретает переносное значение (*relating to or being an asset that has lost so much value that it cannot be sold on the market [MED]*), сохраняющее связь с первым значением лексемы. Аналогично, прилагательное “predatory” (*wrongly harming or using others for pleasure or profit [MED]*) начинает использоваться в экономическом дискурсе в значении – *excessive or exploitive in amount or cost, as out of greed or to take advantage of consumers [MED]*.

Использование образных средств языка также формирует указание на неординарность происходящего, т.е. на его событийность:

(15) An agreement was reached in an acrimonious four-year dispute over the stake that LVMH, a big French luxury-goods company, accumulated in «Hermès», a smaller rival. In 2010 LVMH disclosed that it held 17% of «Hermès», a furtive move that earned it a regulatory fine and was described as more like a rape than a seduction by «Hermès» at the time. The pair ended up in court. They have agreed that the LVMH holding in «Hermès» – which is now 23% – will be dispersed among LVMH's shareholders («The Economist», May 19–25, 2012).

В примере (15) неординарность происходящего формируется за счет сравнения действия с преступлением (*rape*).

Оценочная лексика часто присутствует в дополнительных блоках «причины», «предыстории» и «следствия», сопровождающих и дополняющих базовый набор элементов фрейма. Как видно из приведенного ниже примера (16), оценка может быть выражена лексическими единицами разных частей речи:



(16) «Bank of America» was reported to have reached a settlement with American regulators to pay around \$17 billion for mis-selling mortgage-backed securities in the run-up to the 2008 financial crisis. A significant chunk (a thick solid piece, as of meat, wood [MED]) of the fine relates to toxic (very bad, unpleasant, harmful; denoting a debt which has a high risk of default [MED]) mortgage products handled by Country wide Financial and Merrill Lynch, which BofA bought when both were teetering (to be close to or in danger of failure or ruin [MED]) on the edge of bankruptcy («The Economist», Aug 23 – 29, 2014).

Тяжесть положения банка описывается в развернутом блоке «причины», где объясняется, что банком было выдано огромное количество проблемных ипотечных кредитов, что почти привело к банкротству данного финансового института.

Иногда маркером событийности является указание на реакцию самой компании на происходящее или отсутствие какой-либо реакции:

(17) The Securities and Exchange Commission levied its biggest-ever fine for insider trading on SAC Capital Advisor, which is run by Steven Cohen and is one of the world's most successful hedge funds. SAC neither admitted nor denied the allegations («The New York Times», March 28, 2013).

В тексте (17) фонд никак не прореагировал на выдвинутые обвинения, что делает эту ситуацию необычной, т.к. Комиссия по ценным бумагам и биржам является достаточно серьезным регулятором, чьи заявления нельзя так просто проигнорировать.

Как мы отмечали выше, для выделения события из ряда схожих с ним происшествий достаточно часто используется сравнение, но хотелось бы еще раз подчеркнуть особую роль интенсифов в таких случаях: в текстах часто содержится указание на самый длительный тюремный срок; самый большой когда-либо наложенный штраф; самое первое поражение прокурора:

(18) Mathew Martoma, a former analyst at SAC Capital, was given a nine-year sentence for insider trading, one of the longest prison terms handed down to date for the crime («The Economist», Sept 13–19, 2014).

(19) The Securities and Exchange Commission levied its biggest-ever fine for insider trading on SAC Capital Advisor, which is run by Steven Cohen and is one of the world's most successful hedge funds («The New York Times», Sept 19, 2014).

(20) A jury found Rengan Rajaratnam not guilty of being involved with the insider-trading scheme operated by his brother, Raj, who was convicted and sentenced to 11 years in prison in 2011. The acquittal is the first defeat for federal prosecutors in a crack-down on illegal share tips («The Economist», Jul 12–18, 2014).

Подобного рода интензивы всегда подчеркивают значимость события, и используются даже в тех случаях, когда новостной текст очень краток.

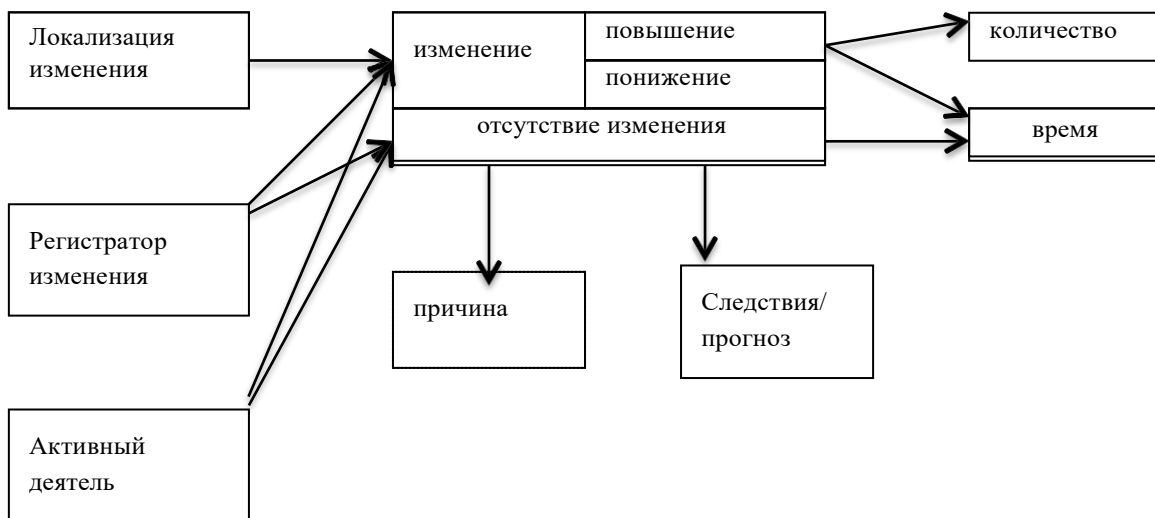
Таким образом, согласно проведенному исследованию происшествием событием делает что-то, что указывает на его исключительность, уникальность и важность. Для достижения данной цели в текстах экономического новостного дискурса рассматриваемой тематики могут использоваться различные способы. Наиболее частотным из них является использование сравнений и интензивов (около 39% проанализированных примеров). Реже всего, как упоминалось выше, используются непосредственно событийные существительные, вокруг которых и выстраивается то или иное событие (около 18%). Следует отметить, что в текстах, описывающих «судебные решения относительно экономических вопросов», почти всегда используются цифровые данные, числовые показатели, помогающие оценить событие по шкале «много – мало». И наконец, заметим, что часто разные маркеры используются совместно для усиления значимости происходящего.

Кроме того, необходимо отметить, что маркеры событийности реализуются в данном фрейме, в основном, в блоке «действие + инструмент», а также в блоках «причины», «предыстории» и «следствия», где реализуется указание на неординарность, редкость происходящего и его важные последствия.

## § 2.2 Тексты, описывающие изменения экономических показателей (Группа II)

Рассмотрим следующую группу текстов, описывающих «изменения экономических показателей». В новостных сообщениях данной группы речь может идти о росте или спаде темпов роста экономики; о прибылях или убытках различных предприятий, компаний, банков; об увеличении или снижении количества покупателей различных товаров и услуг; о повышении или понижении ключевых ставок. Смысловым ядром данной тематической группы являются такие понятия как “profit”, “loss”, а также синонимичные ряды глаголов “fall” и “rise”.

Фрейм базовых элементов новостных сообщений по данной тематике выглядит следующим образом (см. Схему 5):



**Схема 5. Фреймовая структура новостных сообщений группы II  
«Изменение экономических показателей»**

Как видно из приведенной схемы мы выделяем три источника изменения экономической ситуации. Это может быть указание на ту локализацию, где имело место изменение, либо на некий экономический

показатель или явление, претерпевшие изменения, либо же это может быть некий активный агент, обеспечивший осуществление каких-либо изменений.

К «локализации» мы относим конкретизацию того участка экономической системы, где имеет место изменение экономических показателей. Например, это может быть ВВП или покупательная способность потребителей; страна или более конкретное место, в частности, конкретный рынок, где изменение происходит. К «локализации изменения» мы также относим разнообразные индексы развития того или иного государства.

К «регистраторам» будут относиться компании или банки, рейтинговые агентства, которые заявляют о происходящих изменениях, а также другие источники, которые фиксируют подобного рода изменения.

И наконец, изменения могут быть обусловлены действиями конкретных экономических или политических организаций, таких как центробанки, Федеральная Резервная система, а также разного рода регуляторы, которые являются «активными деятелями», принимающими решения о проведении изменений в жизнь.

Далее происходит констатация того или иного изменения, в нашем случае это может быть понижение или повышение, (“prices fell”; “GDP increased”) или же наоборот подчеркивается отсутствие изменения (“stable prices”). Сами изменения достаточно часто связаны с ядерными для данной группы контекстов понятиями «прибыли» и «убытков».

Обязательными элементами данного фрейма являются «числовые показатели» – как много или насколько мало заработала или потеряла компания (деньги); как сильно или как незначительно выросли показатели (проценты) – таким образом, в дискурсе всегда присутствует некоторое количество цифровых данных. Подобного рода данные характерны непосредственно для изменения, но они могут и отсутствовать, когда речь идет о стабильности развития и следовательно, об отсутствии изменения. В отличие от числовых показателей количества, которых в тексте может и не

быть, в новостных сообщениях этой группы всегда присутствует «временной показатель», фиксирующий, за какой период времени произошли данные изменения. Временной показатель включается в сообщение и когда констатируется изменение, и когда признается его отсутствие.

Блоки «причины» и «следствие/ прогноз» являются факультативными и зависят от степени развернутости сообщения. Блок «причины» раскрывает, например, какие более ранние события привели к описываемому изменению. Блок «следствие/ прогноз» дает представление о том, как будет вести себя показатель в дальнейшем, или о том что ожидает компанию в будущем.

Рассмотрим реализацию данного фрейма на конкретном примере:

(1) The worsening relationship between Russia and Europe is bad news for BP, which owns a 20% stake in Rosneft. The British oil firm reported a second-quarter profit of \$3.2 billion, up from \$2.4 billion during the same period last year. However, it said that EU sanctions against Russia (over its actions in Ukraine), some of which target the oil sector, would hurt its business. (the Economist, Aug 02-08, 2014)

В данном тексте британская компания BP заявила о росте прибыли («регистрация изменения») за отчетный период второго квартала («время»), которая составила 3.2 млрд. долларов («количество»), что на 2.4 млрд. больше, чем за тот же период прошлого года. В данной новости отсутствует блок «причины», но достаточно развернут блок «следствие/ прогноз»: из-за ухудшающихся отношений между Россией и Европой нефтенной бизнес может пострадать, и это может затронуть европейскую компанию, 20% акций которой принадлежат Роснефти.

Перейдем к рассмотрению языковых средств, выделяющих происходящее из ряда ему подобных, превращая его в событие посредством указания на его важность и необычность.

Одним из первых таких факторов является использование точного или обобщенного указания на то, как быстро или медленно происходило повышение или понижение экономического показателя. Для обобщенного

указания на подъем или спад используются такие глаголы как: *fall* – (move downward, typically rapidly and freely without control, from a higher to a lower level), *rise* – (move from a lower position to a higher one; come or go up), *decrease* – (become smaller or less in size, amount, intensity, or degree), *increase* – (become or make greater in size, amount, intensity, or degree), *grow* – (become larger or greater over a period of time; increase), *contract* – (decrease in size, number, or range), *add* – (join (something) to something else so as to increase the size, number, or amount), *lose* – (decrease in; undergo a reduction of), *raise* – (increase the amount, level, or strength of), *reduce* – (make smaller or less in amount, degree, or size), *be up* – (at or to a higher price, value, or rank), *be down* – (to or at a lower price, value, or rank), *lift* – (increase (a price or amount)), *cut* – (reduce the amount or quantity of) [MED].

Наиболее значимыми являются быстрые и существенные изменения, поэтому в этой группе текстов используются также глаголы, обозначающие резкое падение или очень быстрый подъем:

Падение:

- *slump* (undergo a sudden severe or prolonged fall in price, value, or amount);
- *plunge* (suffer a rapid decrease in);
- *shrink* (become or make smaller in size or amount; contract or cause to contract) [MED].

Подъем:

- *jump* (rise suddenly and by a large amount);
- *leap* (increase dramatically);
- *rocket* (to rise up swiftly, spectacularly, and with force) [MED].

Для указания на интенсивность изменения используются наречия:

To fall heavily, to rise dramatically, to decrease sharply, to grow stepply, to decline significantly.

Интенсивы сочетаются также и с существительными:

- a strong spending or demand (*strong* – having steadily high or rising prices);
- patchy earnings (*patchy* – not of the same quality throughout; inconsistent);
- slowing growth (*slowing* – moving or operating, or designed to do so, only at a low speed; not quick or fast);
- solid earnings (*solid* – uninterrupted; continuous);
- a hefty cut (*hefty* – (of a number or amount) impressively large);
- weak growth (*weak* – (of prices or a market) having a downward tendency) [MED].

Приведем в качестве иллюстрации текст (2).

(2) Apple’s stock rose to over \$500 a share for the first time. Its share price has jumped by 25% since the start of the year. But Apple, already under attack for the working conditions at factories that assemble the iPad in China, suffered a new setback there when Proview Technology, a local firm that claims it has the Chinese trademark for “iPad”, persuaded some cities to remove the devices from shop shelves. Its lawyers have requested customs officials to halt exports; if they agree, the financial blow to Apple would be severe (the Economist, Feb 18-24, 2012).

Скорость и значительность падения цен на акции компании Apple подчеркивается глаголом “jump” (to move suddenly and in one motion) [MED], который обозначает резкое и быстрое движение. Кроме того, в данном тексте реализуется указание на значительное ухудшение ситуации по продажам “iPad” – “suffer” (to experience something unpleasant) “a new setback” (a problem that makes progress more difficult or success less likely) [MED].

Рассмотрим еще один текст:

(3) Oil prices continued to slide, following a plunge of 8% in Brent crude on November 27<sup>th</sup> in reaction to the decision by OPEC to maintain production at 30m barrels a day. Brent was trading around \$70 a barrel on December 3<sup>rd</sup>. Some OPEC member countries face a squeeze in their public finances and had pleaded for a cut

in output in order to lift oil prices. But that was resisted by Saudi Arabia, which does not want to lose market share (the Economist, Dec 06-12, 2014).

Текст (3) описывает ситуацию падения цен на нефть, которые сначала резко упали – *plunge* (to bring suddenly or forcibly into some condition, situation) [MED], а затем начали постепенно снижаться – *slide* (to pass or fall gradually into a specified state, character, practice) [MED], что привело к снижению госфинансирования – *squeeze* (to grip or press firmly, esp so as to crush or distort; deminish, compress) [MED].

Критичность ситуации с ценами на нефть в тексте (4) подчеркивается использованием слова “tumbling” (to fall helplessly down, end over end, as by losing one's footing, support, or equilibrium; plunge headlong) [MED].

(4) The Russian rouble fell the most in a single day since 1998, prompting the central bank to make its first intervention in support of the currency since letting it float freely in early November. Russia is reeling from the effects of the tumbling oil prices and Western-imposed sanctions. The central bank spent \$30 billion propping up the rouble in the six weeks prior to its float (the Economist, Dec 06-12, 2014).

Использование словосочетания «глагол плюс наречие» в тексте (5) часто передает наиболее общую констатацию факта существенного изменения:

(5) HP's share price fell sharply after it delivered a weaker-than-expected set of quarterly earnings that showed sales declining in the company's IT services and personal-computing businesses. HP shaved \$1.5 billion from its revenue target for the year (the Economist, Feb 26-March 04, 2011).

Использование таких глаголов как: “jump”, “plunge”, “plummet”, “skyrocket” и т.п. помимо указания на изменение и его скорость несет оценку происходящего, поскольку быстрое изменение всегда несет ощущение неожиданности и необходимости пересмотра собственных поступков и планов.



Почти всегда подобные контексты сопровождаются точными цифровыми указаниями на цифры: “grew at an annual rate of 4%”; “push revenue up 61% to \$2.9 billion”, “earned \$6 billion”, “8% less than a year ago”. Цифры дают более наглядное представление о величии падения или роста, зачастую подчеркивая драматичность происходящего.

Для рассматриваемой группы текстов основным фактором формирования событийности новостного сообщения являются указания на:

- a) величину изменения;
- b) скорость изменения;
- c) отличие от других подобных изменений.

Еще одним, достаточно частотным, фактором является наличие оценочных указаний на место происходящего в ряду других подобных событий, что делает происходящее особо значимым:

(6) The pound fell to its lowest level against the dollar for almost three years, driven down in part by poor figures on British manufacturing output. Sterling is the second-worst-performing currency of any big economy this year (after the yen), sliding by 8% against the greenback (the Economist, Jul 5-11, 2014).

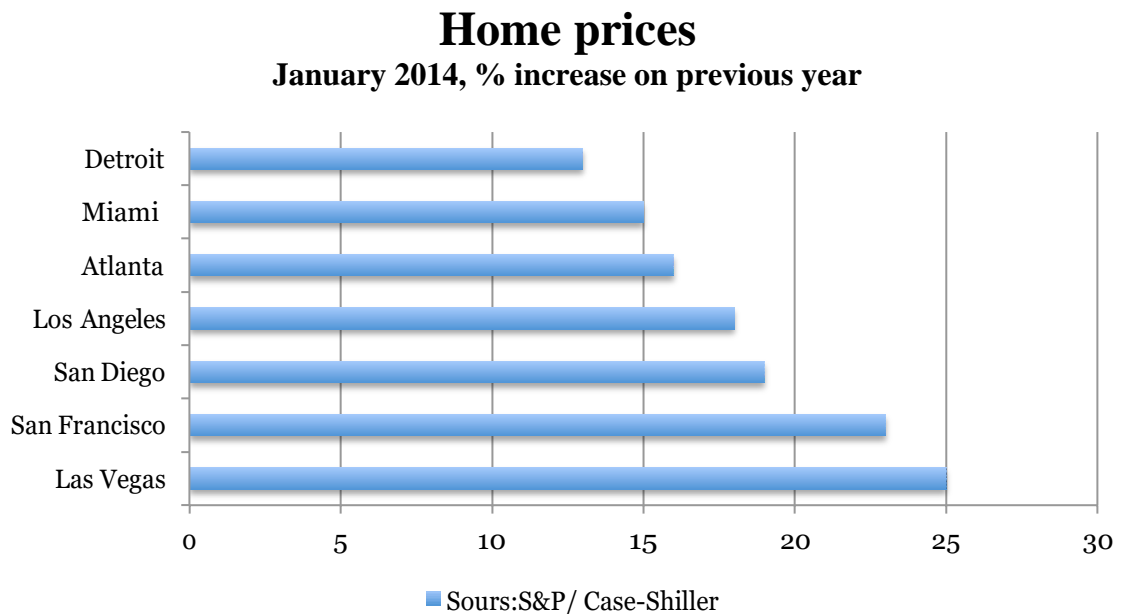
(7) In America the producer price index slipped by 0.7% in April, the biggest decline since February 2010. Wholesale prices rose by 0.6% over the past 12 months (the Economist, May 18-24, 2013).

Так, в тексте (6) курс фунта стерлинга упал до самой низкой отметки относительно другой валюты – доллара, такой ситуации не наблюдалось почти 3 года. Таким образом подчеркивается уникальность подобного рода ослабления курса фунта стерлинга. В тексте (7) особенность ситуации подчеркивается ссылкой на то, что имеет место максимально значимое падение цен за период с февраля 2014 года.

Выделенные нами выше языковые средства часто сопровождаются графическим представлением характера изменений, благодаря чему формируется полимодальность новостного экономического дискурса.

Рассмотрим следующий текст:

(8) House prices in American cities rose by 13.2% in January compared with the same month in 2013, according to the S&P/ Case-Shiller index of 20 metropolitan areas. This was the slowest rate of growth since August. House prices rose the most in Las Vegas, by 24.9%, though they are still some 45% lower there than their peak in August 2006. In contrast, prices were up by 10% and 9% in Dallas and Denver, though those cities are now just 1% away from their recent all-time index highs (the Economist, March 29 –April 4, 2014).



Как видно из приведенного примера, иллюстрация полностью повторяет выявленные тенденции изменения, а также поддерживает идею слабого роста цен на жилье в Америке.

Помимо трех основных факторов формирования событийности в новостных сообщениях данной группы также реализуется несколько других способов усиления оценочности дискурса.

Использование усеченных цитат достаточно распространено среди новостных сообщений данной группы. Они придают необходимую оценку (позитивную/ негативную) происходящего, ссылаясь при этом на некий источник или экспертов, но не на автора новостного сообщения, что придает сообщению достоверность и объективность:

(9) Moody's cut the credit ratings of Italy, Portugal and Spain put Austria, Britain and France on negative outlook, a warning that their triple-A rating could be soon graded by the agency. Moody's said that although Britain was not in the euro zone the crisis was "exerting negative pressure" on its economy, and that the government may thus find it a "challenge" to reduce Britain's heavy public debt (the Economist, Feb 18-24, 2013).

(10) In an unexpected move the Bank of Japan increased its bond-buying programme by Yen 10 trillion (\$130 billion) in an effort to boost Japan's struggling economy. After years of deflation the central bank also refined its policy on prices, saying it hoped the annual inflation rate would increase to hit a "goal" of 1% for the time being". Japan's GDP shrank by 2.3% in the fourth quarter (the Economist, Feb 18-24, 2013).

В примере (9) в блоке «прогноз/ следствие» дается оценка происходящего – снижения рейтинга может «оказать негативное воздействие» на развитие экономики Великобритании и правительство может воспринять это как определенную трудность в вопросе решения проблемы увеличения государственного долга. В примере (10) блок «причины» раскрывает замыслы центробанка добиться «временной цели» – снижения уровня инфляции до 1%.

Еще одним способом подчеркивания событийности происходящего, характерным для данного вида текстов, является использование оценочной лексики:

(11) Barclays also reported a poor set of earnings, as revenue from its investment-banking business plunged. The unit's annual pre-tax profit was down by 32%; Barclays reduced the bonus pool for bankers by a similar amount (the Economist, Feb 18-24, 2013).

Использование прилагательного "poor" (having little money or few possessions : not having enough money for the basic things that people need to live properly) [MED] подчеркивает плачевность положения банка.

Для привлечения внимания и подчеркивания важности происходящего нередко применяются идиоматические выражения.

(12) The sovereign-debt crisis in the euro zone stepped up a gear. Concerns about Italy led to a rapid rise in the country's government-bond yields and a fall in its stockmarket. Yields on government bonds jumped by nearly a percentage point over two days. Italy has the world's third-largest government-bond market. Its debt stands at 120% of GDP, the highest ratio in the euro area after Greece. This week's anxiety was caused in part by a quarrel between Silvio Berlusconi, the prime minister, and Giulio Tremonti, the finance minister, and by uncertainty over the passage of an austerity budget (the Economist, Jul. 7-16, 2011).

В тексте (12) помимо таких маркеров событийности как указание на скорость изменения (“rapid rise”, “a fall in its stockmarket”, “yields ... jumped”), указаний на количество (120% of GDP) и использование оценочной лексики (“the highest ratio”) реализуется идиома – *to step up a gear* – to move/ shift up a gear – to start working much more effectively and quickly, or with more energy [MED]. Включение данной идиомы в текст (12) обеспечивает усиление указаний на скорость и неожиданность происходящего, персонифицирует кризис, подчеркивает его размах и негативные последствия.

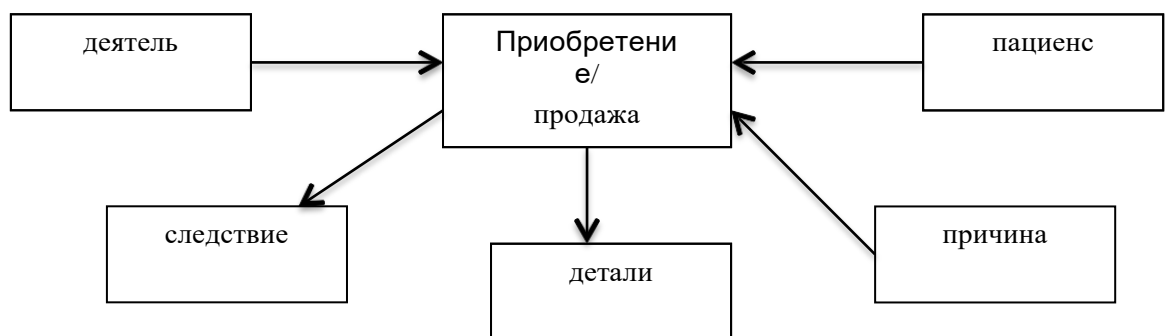
В анализируемом материале, самым частотным признаком событийности данной группы текстов является указание на темп изменений (48%), затем идет наличие в новостном тексте интенсификаторов (44%). Третья по величине группа (32%) – это использование идиом и оценочной лексики, для привлечения внимания читателей к важности описываемого события. В 15% случаев для достижения той же цели была использована усеченная цитата.

Во фреймовой структуре данной группы текстов описанные выше маркеры событийности чаще всего реализуются в блоке «изменения», «количество», «время», а также в блоках «причины» и «следствие/прогноз».

### § 2.3 Тексты, содержащие информацию о Сделках в сфере экономики (Группа III)

Следующая группа представлена текстами, описывающими некую сделку. Это может быть покупка или продажа той или иной компании, расширение бизнеса путем слияний или поглощений фирм, получение предложения о выгодной покупке или продаже, о реакции компании на подобные предложения, сообщение о принятии решения о распродаже убыточных филиалов и т.п. Ядерным компонентом являются глаголы приобретения и продажи, такие как “buy”, “sell”, а также существительные, обозначающие определенные виды сделок, такие как “merger”, “takeover”, “acquisition”.

Исходя из тематики данной группы, логичным представляется наличие в базовом фрейме таких обязательных компонентов, как продавец и покупатель, сумма сделки, условия соглашения, а также последствия как для самих участников сделки, так и для отрасли в целом. В целом фрейм может быть представлен следующим образом (см. Схему 6).



**Схема 6. Фреймовая структура новостных сообщений группы III  
«Сделка в сфере экономики»**

«Деятели» могут выступать различные компании, которые приобретают или хотят приобрести некую другую компанию или несколько компаний; или это может быть представитель той или иной компании, зачастую ее собственник или генеральный менеджер, делающий

предложение о покупке фирмы или наоборот заявляющий о продаже филиала компании или даже целого направления бизнеса.

Соответственно «пациенсом» будет то предприятие или та компания, которую покупают или продают. В случае если речь идет о слиянии компаний, можно говорить о наличии во фрейме двух деятелей и об отсутствии пациенса, т.к. зачастую представляется затруднительным определить, кто кого приобрел в подобного рода сделке.

Блок «деталей» сделки зачастую включает в себя указания непосредственно на сумму сделки, а также на конкретные условия слияния или поглощения, такие как: кому будет принадлежать контрольный пакет акций и управление, будет ли приобретаемая компания каким-либо образом функционировать после осуществления сделки, в какой стране или на каком рынке будет представлена компания т.д.

Если сумма сделки большая, а также если подразумевается большой охват рынка новообразованной компанией, данный блок будет также содержать информацию о действии регуляторов и антимонопольных органов, т.к. последствием может стать штраф или изменение условий изначальной сделки, а в крайнем случае вообще ее отмена.

Рассмотрим пример реализации данного фрейма:

(1) Archer Daniels Midland, a giant in crop processing and trading, agreed to buy Wild Flavours, which is based in Switzerland and produces food flavourings. At \$3 billion it is ADM's biggest acquisition to date and boosts its expansion into the ingredients business, a more stable market than trading in grains (the Economist, Jul 12-18, 2014).

В примере (1) компания Archer Daniels Midland («деятель») согласилась приобрести компанию Wild Flavours («пациенс») за 3 млрд. долларов («деталь») для того, чтобы расширить свое присутствие на более стабильном товарном рынке («причина»). В данном примере отсутствует блок «следствия», но, как мы уже упоминали выше, он достаточно часто присутствует в текстах данной группы, что мы можем проиллюстрировать

примером (2), где следствием покупки мексиканской компании Telmex будет усиление позиций покупателя, Carlos Slim, на рынке, что даст ему возможность оказывать больший спектр услуг своим потребителям.

(2) Carlos Slim launched a \$6.5 billion bid to buy the 40% of Telefonos de Mexico (Telmex) not already owned by his America Movil telecoms company. Telmex is Mexico's biggest landline provider. Buying it would strengthen Mr. Slim's ability to offer consumers a bundle of mobile, fixed-line and broadband services (the Economist, Jul 12-18, 2014).

Числовой показатель играет очень важную роль в текстах данной группы. Почти в каждом тексте присутствует сумма сделки, во-первых как указание на ее уникальность, во-вторых как способ подчеркнуть масштаб совершаемой операции или результат осуществляемой сделки.

(3) Two big American discount stores are to unite. Dollar Tree has agreed to buy Family Dollar Stores in a deal worth \$8.5 billion. The combined firm, which will continue to operate two separate brands, will have over 13000 stores and sales of \$18 billion. Carl Icahn, an activist investor who has a stake in Family Dollar, had been pushing for the firm to find a buyer (the Economist, Aug 2-8, 2014).

В примере (3) уникальность объединения двух американских торговых сетей построена за счет использования цифр три раза: сначала, чтобы подчеркнуть внушительность суммы самой сделки, – 8.5 млрд. долларов; затем, чтобы показать ее масштаб – в результате данной сделки у объединенной компании будет 13000 магазинов; и наконец, важность любой сделки – это прибыль – и здесь также посредством числового показателя выделяется значимость предстоящего объединения – общий объем продаж составит 18 млрд. долларов.

Самым частотным показателем события в данной группе является использование интенсивов. Они могут быть использованы в двух основных блоках: в блоке описания «деятеля» и в блоке описание самой сделки.

Рассмотрим сначала примеры использования интенсивов в блоке «деятеля»: most popular real-estate listings site; the second-biggest tobacco

company in the US; a giant in crop processing and trading; the world's two biggest cement companies; the third-largest telecoms operator in France, the biggest social-media network in the Russian-speaking world.

В приведенных примерах таким образом подчеркивается важность и значимость данных компаний как для страны, так и для отрасли, а также их размер и внушительный размах операций. Тем самым читатель получает информацию о том, что речь идет не просто о какой-то рядовой сделке обычных компаний, которых огромное множество в экономике любой страны, напротив, в сделку вовлечены гиганты отрасли, или самые крупные компании, или ключевые игроки рынка, действия которых могут повлечь за собой существенные изменения.

В блоке описания самой сделки с помощью интенсивов подчеркивается ее уникальность: The deal is the most recent example of an “inversion” takeover; ADM's biggest acquisition to date; It was A.G. Lafley's first big strategic move.

Значимость и финансовая мощь компаний, участвующих в сделке, может быть выделена не только посредством использования интенсивов, но и с помощью оценочной лексики:

(4) Carlos Slim decided to sell off bits of his mighty America Movil telecoms empire in Mexico, after the government introduced sweeping reforms that would require the industry's dominant player to share the lines from telephone exchanges to homes with rivals (which happens in most countries). America Movil accounts for 80% of Mexico's fixed-line business and 70% of mobile. It promises to reduce this to below 50%, but has not specified which assets will go (the Economist, Jul 12-18, 2014).

Как видно из примера (4), значимость компании Carlos Slim, доминирующего игрока на рынке связи Мексики (“the industry's dominant player”) подчеркивается использованием словосочетания “mighty empire”, где масштаб существительного “empire” (a large commercial organization owned or controlled by one person or group [MED]), которое и так указывает на большой размер коммерческого предприятия, усилен добавлением к нему



прилагательного “mighty” (possessing great and impressive power or strength, esp on account of size) [MED].

Для выделения сделки из ряда ей подобных используется достаточно разнообразные оценочные прилагательные:

- intriguing takeover; (*intriguing* – arousing the curiosity or interest of; fascinating [MED])
- sweet bid; (*sweet* – pleasing in general; delightful; having the pleasant taste characteristic of sugar or honey; not salty, sour, or bitter [MED])
- abuzz merger speculation; (*abuzz* – filled with a continuous humming sound [MED]).

Частотность и типичность сделок подчеркивается использованием таких существительных, как:

- spree of acquisitions; (*spree* – a spell or sustained period of unrestrained activity of a particular kind [MED])
- the saga who controls the deal of V Kontakte; (*saga* – a long story of heroic achievement, esp. a medieval prose narrative in Old Norse or Old Icelandic [MED]).

Достаточно часто, если сделки о покупке / продаже носят затяжной и агрессивный характер, т.е. когда речь идет о поглощениях, событийность происходящего подчеркивается использованием метафорических концептов войны и сражения: *war* – a state of competition, conflict, or hostility between different people or groups [MED]; *battle* – a lengthy and difficult conflict or struggle [MED].

(5) General Electric won its battle to buy Alstom’s energy businesses, but only after it substantially altered its bid and gave a commitment to keep Alstom’s base and workforce in France. The French government is taking a 20% stake in Alstom as part of the rejigged \$ 17 billion acquisition, GE’s biggest. GE’s initial proposal was accepted by Alstom’s board but rejected by Francois Hollande’s government as a threat to the national interest. A potential spoiler offer for Alstom

had also emerged from Siemens and Mitsubishi Heavy Industries (the Economist, Jun 28 – Jul 4, 2014).

В примере (5) процесс покупки компании Alstom превратился для General Electric в настоящее сражение с компаниями «Siemens» и «Mitsubishi Heavy Industries», и чтобы выиграть его потребовалось пойти на уступки и сохранить персонал поглощаемой компании в стране базирования, а не только предложить максимальную цену.

Приведем еще несколько примеров.

(6) A last-minute bidding war broke out for GVT, a Brazilian telecoms firm that is being sold by Vivendi, a French conglomerate. Telecom Italia offered €7 billion (\$9.2 billion) for GVT one day before Vivendi's board was due to meet to discuss an earlier tender from Telefonica of Spain. In response the Spanish group raised its bid to €7.5 billion (the Economist, Aug 30- Sep 5, 2014).

В примере (6) серьезность и тяжесть процесса покупки бразильской компании подчеркивается метафорическим концептом войны, в которую ввязалась испанская, итальянская и французская телекоммуникационные компании.

Поглощение одной компании другой, ценовая конкуренция при покупке фирм достаточно часто представляются в виде спора, с присущей данному концепту атрибутикой разногласий и гнева:

(7) Coty, a perfume company that counts David Beckham among its many brands, withdrew its contentious \$10.7 billion offer to buy Avon, a once glamorous beauty-products business. Avon had angrily rejected the unsolicited bid (the Economist, May 19-25, 2012).

В примере (7) нежелательность поглощения компании Avon подчеркивается использованием наречия “angrily” (having a strong feeling of or showing annoyance, displeasure, or hostility; full of anger [MED]). Предложение о покупке названо “contentious” (causing or likely to cause an argument; controversial [MED]), что также формирует образ войны и несогласия.

Но процесс покупки-продажи не всегда представлен в негативном свете. Как мы видим из примера (8), покупка компании может восприниматься и как спасение: *to come to rescue* – save (someone) from a dangerous or distressing situation [MED]).

(8) Etihad, a global airline based in Abu Dhabi, came to rescue of Alitalia, Italy's loss-making national carrier, which was facing bankruptcy (again), by agreeing to buy a 49% holding. The deal is Etihad's eighth stake in a foreign airline (the Economist, Jun 28 – Jul 4, 2014).

Приобретение или продажа компании может представляться выходом из сложившегося тяжелого положения дел (*headache* – a thing or person that causes worry or trouble; a problem [MED]) как мы видим в примере (9), и тогда продажа уже будет являться лекарством (*remedy* – a means of counteracting or eliminating something undesirable [MED]) данного заболевания.

(9) Ranbaxy, a troubled Indian maker of genetic drugs, was bought by Sun Pharmaceutical in a \$3.2 billion deal that will create India's biggest drugs company. Ranbaxy has come under investigation in America over its manufacturing processes, causing a headache for its biggest shareholder, Japan's Daiichi Sankyo. It hopes to have found a remedy by selling to Sun Pharma (the Economist, April 12-18, 2014).

Таким образом, в данной группе текстов помимо метафорического концепта «войны» часто реализуется медицинская метафора.

Концепт болезни присутствует в описании подобного рода событий достаточно часто, например, срыв сделки поглощения в примере (10) стал ударом (*blow* - cause to breathe hard; exhaust of breath [MED]) для компании Barnes&Noble:

(10) Barnes&Noble was dealt a blow when Liberty Media, a conglomerate, opted not to pursue a takeover of the book retailer, deciding instead to buy a stake of around 17%. After the demise of Borders, Barnes& Noble is the only remaining chain of bookshops to operate across America, though its 700 stores are struggling

to compete with competition from supermarkets and online rivals such as Amazon (the Wall Street Journal, 20 Sept 2014).

Достаточно редко в данной группе текстов встречается использование цитат для подчеркивания исключительности события. Зачастую приводятся усеченные цитаты (одно или два слова, взятые в кавычки), чтобы привлечь внимание читателей к необычности того или иного события или для формирования некой оценки происходящего, авторство которой принадлежит одному из действующих лиц сделки, как это сделано в примере (11):

(11) Royalty Pharma, a firm in New York that acquires intellectual-property rights in the drugs business, made a rare bid to buy a company outright by offering \$6.7 billion for Elan. Elan, which is based in Ireland, described Royalty's approach as "opportunistic" (the Economist, 2-8 March, 2013).

В примере (11) необычность действий компании Royalty Pharma, как правило приобретающий лишь права собственности на продукцию фармацевтической отрасли, а в этот раз желающий приобрести всю компанию целиком, подчеркивается использованием прилагательного "opportunistic" (exploiting immediate opportunities, especially regardless of planning or principle [MED]). Так прокомментировала это событие компания, которую хотят купить (Elan).

Рассмотрим еще один пример.

(12) Pfizer, an American drugs company, launched a takeover bid for AstraZeneca, a smaller British rival, which could be worth up to \$100 billion. Pfizer said it was motivated by AstraZeneca's "proud heritage" in innovation as well as the "attractive incentives" provided by the British government to entice biotech companies; the new company would be incorporated in Britain for tax purposes. But AstraZeneca retorted that "big is not necessarily best in pharma" (the Economist, 3-9 May, 2014).

В тексте (12) приведено сразу 3 цитаты. Их использование наглядно представляет читателю отношение к сделке двух, участвующих в ней,

сторон, дает ей оценку. Первые две – “proud heritage” и “attractive incentives” – помогают читателю лучше понять причины желания компании «Pfizer» приобрести компанию «AstraZeneca». Последняя цитата – “big is not necessarily best in pharma” – наглядно иллюстрирует отрицательное отношении к сделке компании «AstraZeneca».

Как уже было упомянуто выше, самым частотным показателем событийности данной группы текстов является наличие числовых показателей (63%), 47% приходится на использование в новостном тексте интенсивов, и 24% и 13% соответственно отводятся на оценочную лексику и метафору, 12,7 % принадлежат самой маленькой группе показателей – цитатам.

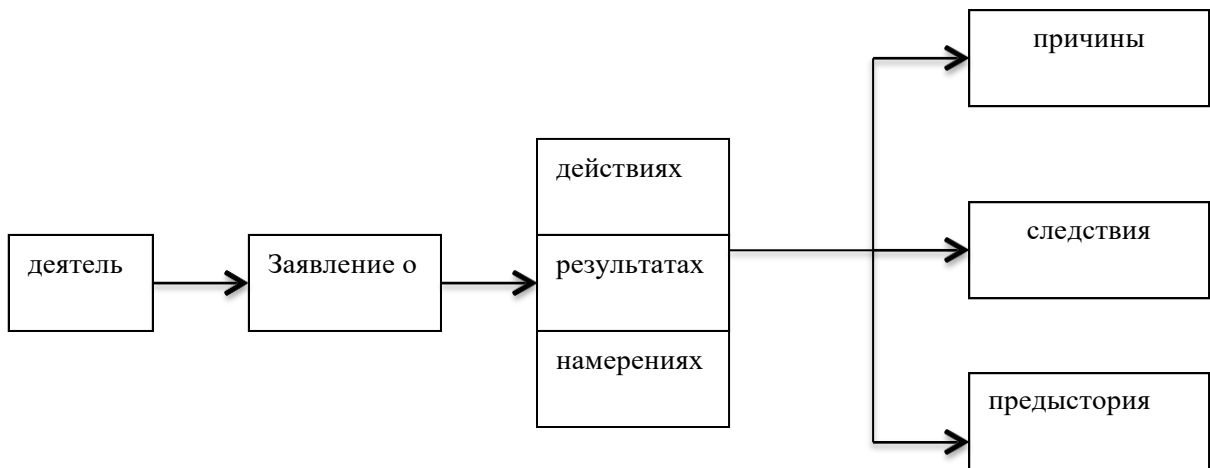
Лексические средства, выступающие в качестве маркеров событийности, локализуются во фреймовой структуре данной тематической группы текстов новостного экономического дискурса в блоках «деятель», «пациенс», «детали» (сделки), а также «причины» и «следствия» (сделки).

#### **§ 2.4 Тексты, представляющие «объявления/ заявления о событиях в сфере экономики» (Группа IV)**

В четвертую группу вошли тексты, объединенные по теме «объявление, заявление». Ядерным компонентом группы являются такие глаголы, как “say”, “announce”, “declare” и т.п. В подобных новостных текстах речь идет о ситуациях, когда какой-нибудь регулятор или компетентный орган, та или иная крупная компания, известный предприниматель официально сделал какое-либо заявление, или же обнародовал некую информацию, которая является очень важной, критичной для того или иного рынка, страны, общества, компании и т.п. Сюда же вошли новостные сообщения о различных отчетах, докладах, выступлениях, обзорах, рейтингах.

Схематично фрейм, лежащий в основе новостных сообщений этого типа, представлен на Схеме 7 (см. Схему 7).

В качестве «деятели» может выступать любой компетентный орган или регулятор, например, рейтинговое агентство или Центробанк отдельной страны; Международный Валютный Фонд; правительство того или иного государства; совет директоров или менеджмент крупной компании; известный предприниматель или руководитель предприятия или комитета.



**Схема 7. Фреймовая структура новостных сообщений группы IV  
«Официальное заявление / объявление о событиях в сфере экономики»**

Когда происходит обнародование некоей информации, «деятель» делает некоторое официальное заявление, например, Центробанк может заявить о своем намерении снизить ключевую ставку, или компания может сообщить о намерениях свернуть свой бизнес в регионе. Может также раскрываться информация об уже осуществленных действиях, таких как выпуск нового продукта; введение нового налога; о новых инвестициях; о подписании торгового договора между странами. Сообщения о результатах чаще всего поступают от рейтинговых агентств или от публичных организаций и содержат информацию о состоянии той или иной экономики в целом или о сравнении экономики одной страны с другими странами в процентном

отношении. Могут также поступать сообщения о ситуации в конкретных отраслях промышленности или в отдельных отраслях финансовой сферы.

В новостном сообщении может содержаться информация о «причинах» того или иного заявления. Детализация данного блока зависит от степени развернутости новостного текста. В случаях с сообщениями о результатах происходящего этот блок зачастую отсутствует, т.к. обычно дается подробное изложение результатов исследования и/или анализа происходящего, проведенного рядом агентств.

И, наконец, блок «следствия» раскрывает возможные или желаемые последствия действий или намерений, о которых сообщалось ранее. Может быть представлен прогноз на будущее или же описан ожидаемый результат. Данный блок, так же как и предыдущий, вариативен и его наличие зависит от степени развернутости новостного сообщения. Попутно можно отметить, что наличие обоих вариативных блоков данного фрейма в одном и том же новостном тексте достаточно редко.

Рассмотрим пример (1) реализации данного фрейма в новостном дискурсе:

(1) Brazil's Central Bank announced measures to ease banks' reserve requirements. A boost to lending would help Brazil's sluggish economy, which is suffering from low growth and high inflation (the Economist, Aug 2-8, 2014).

В этом тексте Центробанк Бразилии («деятель») объявил о принятии мер («заявление о действиях»), призванных облегчить бремя его требований к размерам резервов коммерческих банков. Стимулирование кредитной политики («следствие») поможет вялому развитию бразильской экономики, которая сейчас испытывает большие трудности вследствие низких темпов роста экономики и высокого уровня инфляции («причина»).

Среди данных новостных контекстов можно выделить две достаточно большие подгруппы. Первая из них посвящена первичному размещению акций компаний на бирже; вторая – заявлениям о банкротстве. В подобных случаях всегда широко раскрывается блок фрейма «причина», и появляется

блок «предыстория», в котором раскрываются условия выхода компании с акциями на биржу или детали банкротства, и блок «причина» сводится к числовому показателю, фиксирующему, сколько компания надеется заработать при выходе на биржу или сколько средств было потеряно и каковы размеры долга.

(2) Virgin America filed for an initial public offering. The airline, which is partly owned by Sir Richard Branson's Virgin group, made its first profit in 2013-\$10.1 m on revenue of \$ 1.42 billion. The carrier, which launched in 2007, did not declare the number of shares it would issue nor their price. However, it gave a placeholder target of raising \$115m. (the Economist, Aug 2-8, 2014).

Центральной идеей в примере (2) является заявление о том, что компания Virgin American официально объявила о своем намерении выйти на биржевой рынок. Из блока «предыстория» мы узнаем, что эта авиакомпания начала свою деятельность в 2007, а в 2013 году ее чистая прибыль составила 10.1 млн долларов из общего дохода в 1.42 млрд долларов. Детали выхода – а именно, сколько будет акций, и какова их цена – пока не разглашались. Но своей целью компания видит сумму в 115 млн долларов («причина»).

Рассмотрим пример текста, в котором сообщается о банкротстве.

(3) Energy Future Holdings, a power company in Texas, filed for bankruptcy protection. EFH was bought by a private-equity consortium in 2007, when it was known as TXU, in the biggest leveraged buy-out to date, worth around \$43 billion at the time. But the deal carried a huge debt load and did not foresee the fall in energy prices resulting from the shale boom (the Economist, May 3-9, 2014).

Как мы видим в примере (3) компания Energy Future Holdings, американская электроэнергетическая компания, находящаяся в Техасе, объявила себя банкротом. Блок «предыстория» объясняет, что компания, которая ранее была известна как TXU, в 2007 году была приобретена частным консорциумом путем выкупа контрольного пакета акций за счет кредита. Далее в блоке «причины» раскрывается, что в этой сделке



присутствовала огромная долговая нагрузка – сумма выкупа составила – 43 млрд. долларов. Именно это долговое бремя вместе с последующим спадом в отрасли из-за быстрого развития добычи сланцевого газа и послужили причиной банкротства компании.

Основным способом придания событийности новостным текстам, входящим в данную группу, является использование усеченных цитат. Это объясняется в целом тематической особенностью данной группы текстов. Поскольку в данных новостных сообщениях речь идет об обнаружении информации, о докладах, отчетах и заявлениях, логичным представляется приведение цитат из них. Можно выделить два типа применения цитаты. Первый – когда большую цитату не приводят полностью в сообщении, а делят ее на несколько небольших цитат и разбавляют ими непосредственно сам текст новости.

В качестве примера рассмотрим текст (4).

(4) A report by McKinsey underscored the impact of the financial crisis on annual cross-border capital flows, which fell by 60% from 2007 to \$4.6 trillion last year. The study says financial globalization has “stalled” and that markets have reached an “infection point” that could lead to a “Balkanised” structure based on local, rather than global, banking systems (the Economist, March 2-8, 2013).

В примере (4) важность информации, приведенной в докладе компании McKinsey о влиянии финансового кризиса на величину ежегодных трансграничных потоков капитала подчеркивается тремя небольшими усеченными цитатами. Сначала приводится информация о замедлении процесса финансовой глобализации – для описания этого процесса цитируется глагол “to stall” (stop running, typically because of an overload on the engine [MED]), подчеркивающего предпосылки сложившейся ситуации. Затем для усиления важности информации дается еще одна усеченная цитата, когда речь идет о том, что рынки достигли «поворотной точки» – “infection point” (a point of a curve at which a change in the direction of curvature occurs / (in business) a time of significant change in a situation; a turning point

[MED]), что может привести к «балканизации» структуры мировых финансов, когда доминируют местные банковские системы. Для обозначения названия процесса, имеющего место в сегодняшнем мире финансов, используется третья цитата – “Balkanised”. Как видно из приведенного выше примера, в новостном сообщении не используется развернутое цитирование, придание исключительности ситуации достигается за счет выборочного набора усеченных цитат, которые все вместе подчеркивают напряженность ситуации с мировыми потоками капитала.

Второй тип цитирования, который часто встречается в сообщениях данной тематики, – это использование достаточно развернутой цитаты, для придания оценочности происходящему, как это имеет место в тексте (5).

(5) There was some scratching of heads in the City after Mark Carney, the governor of the Bank of England, sought to dampen expectations of an interest - rate rise by pointing out the weak spots in the growing British economy. Mr Carney had earlier given a strong signal that the central bank would raise rates this year for the first time since 2009. Markets are still betting on that happening, though a senior Conservative MP has remarked that Mr Carney likes to give “quite a lot of guidance, not all of it seeming to point in the same direction” (the Economist, Jun 28- Jul 4, 2014).

В примере (5) речь идет о прогнозе главы Центробанка Англии относительно того, стоит ли ожидать роста процентной ставки или нет. Данная информация является ключевой для инвесторов и биржевого рынка в целом. Но в данном случае регулятор не делает однозначных заявлений, что заставляет рынки гадать и делать прогнозы. И чтобы подчеркнуть, что заявления главы Центробанка не всегда являются однозначными, что не является положительной характеристикой регулирования денежной политики, приводится цитата члена парламента, содержащая словосочетание “not to point in the same direction”, передающее указание на разноправленный характер заявлений.

Еще один достаточно часто встречающийся среди текстов данной группы маркер событийности – это использование интенсивов как способа указания на уникальность происходящего, его главного отличия от ряда ему подобных, например: it is Amazon’s biggest move yet into financial services; announced the first big changes in strategy; it was the first split in the MPC for more than three years; make its IPO Germany’s biggest this year; unveiled the country’s most important budget in years. Обычно в сообщении вместе с интенсивом упоминается период времени, за который произошло то или иное изменение как характерная его черта, например:

(6) Apple rolled out its first entirely new product since the death in 2011 of Steve Jobs, its founder. Apple Watch, which will go on sale next month, can be used to make payments, monitor heart rates and check e-mail. It even tells the time. But with prices ranging from \$350 to \$17000 (for a gold edition) and a battery lasting just 18 hours before a recharge, many wonder if this really is the moment when wearable devices will break through (the Economist, March 14-20, 2015).

Как видно из примера (6) компания Apple выпустила свой первый абсолютно новый продукт – часы. Но примечательно данное событие тем, что это первое их изобретение, вышедшее в продажу без участия основателя компании, Стива Джобса, умершего в 2011.

Поскольку в новостных сообщениях данной группы речь часто идет о числовых показателях – это может быть планируемый объем продаж, ожидаемая прибыль от выхода на биржевой рынок, сумма полученной экономической помощи, влияние кризиса на отрасль в процентах, количество планируемых сокращений рабочих мест и т.п. – использование цифровых данных является достаточно распространенным фактором выделения данного события из ряда подобных. Цифры всегда наглядно дают понять, большие или маленькие изменения описываются новостью и насколько существенны или незначительны изменения, описанные в тексте.

(7) Cisco Systems announced plans to lay off 6500 workers, or 9% of its global workforce, in an effort to cut costs by \$1 billion in the next fiscal year. The maker of networking equipment had earlier shed 550 employees when it closed its Flip video-camera unit in May. It will also sell a plant in Mexico, though it expects none of the 5000 workers there to lose their jobs (the Economist, July 23-29, 2011).

В примере (7) присутствует большое количество цифровых данных. Компания Cisco Systems объявила о своих планах сократить 9% своих сотрудников по всему миру, что составит 6500 человек, в попытке сократить издержки на 1 млрд. долларов в следующем финансовом году. Цифры в данном примере дают наглядное представление о значительном размере сокращений, что превращает объявление о намерениях в важное событие в сфере экономики.

И наконец, последним частотным маркером выделения события из ряда ему подобных в текстах данной группы, является использование оценочной лексики.

(8) In a long-awaited decision General Motors announced that it would produce the new version of its European Astra in Britain, after workers at GM's factory in Ellesmere Port agreed to changes to their pay and conditions. The carmaker has lost billions in its European operations and is shutting one of its plants in Germany (the Economist, May 19- 25, 2012).

В примере (8) подчеркивается, что сообщение компании General Motors о начале выпуска автомобиля новой модели Astra в Великобритании очень ждали, т.к. автопроизводитель потерял миллиарды из-за закрытия одного из заводов в Германии. Использование прилагательного *long-awaited* – *having been hoped for or expected for a long time* [MED] – дает нам понять, насколько это важная информация для компании и автомобильного рынка в целом.

В примере (9) компания Apple объявила о начале сотрудничества с компанией IBM. Сотрудничество описывается глаголом *to team up* – *come together as a team to achieve a common goal* [MED], что показывает

нехарактерность данного рода объединения для этих двух компаний, которые выступают на рынке как два основных конкурента. Чтобы усилить указание на необычность происходящего используется словосочетание *a sea change* – a profound or notable transformation [MED], которое подчеркивает, что подобного рода стратегия – это кардинальный пересмотр философии компаний. И наконец, заканчивает новость цитата основателя компании «Apple» – “computer Dark Ages” – объясняющая, что раньше такое сотрудничество было бы невозможно, что также подчеркивает неординарность происходящего.

(9) Apple’s announcement that it was teaming up with IBM raised a few eyebrows. The pair will create apps for businesses that draw on Apple’s functionality and IBM’s cloud-computing and security expertise. It is Apple’s first significant thrust into corporate services and amounts to a sea change in its philosophy; Steve Jobs once described IBM as representing the “computer Dark Ages” (the Economist, Jul 19-25, 2014).

Как видно из примера (9) в новостных сообщениях данной группы иногда прибегают к использованию оценочной лексики в описании реакции рынка на происходящее, а также к реализации идиом. Для того чтобы подчеркнуть событийность происходящего, вместо нейтрального “to work together” используется глагол “to team up” (come together as a team to achieve a common goal [MED]), указание на кардинальные перемены – “a seachange” и идиома “to raise a few eyebrows” (there were raised eyebrows – used for saying that people are shocked, surprised, or annoyed by something [MED]).

Приведем еще один пример.

(10) The minutes from the latest Federal Reserve meeting showed that its officials were also perturbed by weak over-seas growth in their deliberations on when to raise interest rates (the Economist, October 11- 17, 2014).

В примере (10) для описания реакции чиновников используется прилагательное – “perturbed” (anxious or unsettled; upset [MED]), чтобы

подчеркнуть их недовольство неопределенностью ситуации – надо ли увеличить ставки или нет.

В данной группе текстов основным признаком событийности новостного сообщения является наличие цитаты (35,4%), затем с приблизительно одинаковыми показателями идут группы наличия числовых показателей (30,7%) и использование оценочной лексики (31,3%), интензивы применялись в 28,7% проанализированных текстов данной группы.

Указанные маркеры реализуются в блоках содержания «заявления», «причины» и «следствия», входящих во фрейм, лежащий в основе текстов экономического новостного дискурса рассматриваемой тематической группы.

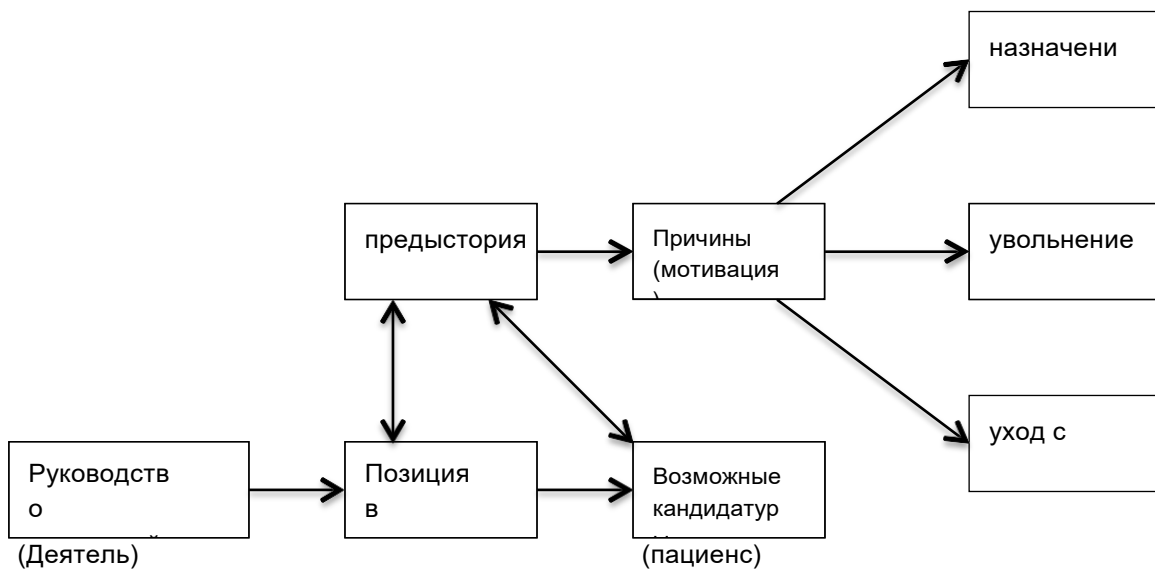
## **§ 2.5 Тексты, сообщающие о «назначениях и увольнениях в крупных компаниях» (Группа V)**

В пятую группу вошли тексты, описывающие либо назначение какого-либо человека на некую должность, либо увольнение или уход какого-то руководителя с занимаемого поста. Поскольку смена руководства всегда сопряжена с изменениями в дальнейшей судьбе компании, фирмы, любой коммерческой и государственной организации, то тексты данной тематики нередки в экономическом дискурсе. Подобного рода изменения в руководящем составе могут повлиять на прибыльность или убыточность компании, на ее положение на рынке, на ее конкурентоспособность; они также могут вызвать смену приоритетов развития или курса развития компании в целом и т.п.

Смысловым ядром данной тематической группы являются такие лексемы как “to sack”, “to appoint”, “to step down” и их синонимичные ряды.

Исходя из тематических особенностей данной группы, ее базовый фрейм представлен на Схеме 6 (см. Схему 6).

«Деятелем» обычно выступает руководство некой компании, которое принимает какое-то решение относительно позиции в данной компании: уволить или назначить кого-либо на определенную должность. Деятелем также может выступать кто-то из высшего руководства – генеральный или финансовый директор компании, президент или председатель совета директоров, иногда основатель фирмы.



**Схема 7. Фреймовая структура новостных сообщений группы V  
«Назначения или увольнения в крупных компаниях»**

Далее в новостном тексте присутствует «пациенс» – то физическое лицо, которому предстоит теперь встать у руля или тот человек, которому придется покинуть компанию. Почти всегда в новостном сообщении содержится блок «предыстория», где дается информация о данном лице: где и сколько он проработал; каковы его достижения; что плохого или хорошего он привнес в компанию. Блок «предыстория» в зависимости от степени развернутости текста может быть представлен очень кратко – например, только указанием стажа руководителя, или наоборот очень подробно – где

этот человек работал ранее и сколько лет; чем занимался на предыдущей должности; каковы были его заслуги и в каких областях и т.п.

Вполне логичным представляется постоянное наличие во фрейме блока «причины (мотивации)», фиксирующего, чем был вызван уход человека, что послужило причиной его увольнения или назначения, какова была ситуация в компании до наступления описываемого события. Исходя из проанализированных текстов люди часто уходят в связи с проблемами со здоровьем. Увольнения и назначения происходят из-за убыточности предприятия, его реорганизации, некоего скандала, связанного с компанией, когда руководство пытается наказать виновного или исправить ситуацию, назначив более опытного специалиста.

Блок «возможная кандидатура» также зависит от степени развернутости сообщения и может отсутствовать, если текст очень короткий. Данный блок содержит информацию о возможных претендентах или претенденте на освободившуюся должность, а также сведения, почему именно они подходят для этой работы.

Рассмотрим пример реализации данного фрейма при описании ситуации увольнения:

(1) Tesco, the world's second-biggest retailer, removed its chief executive after issuing another profit warning. Philip Clarke started his career at the British supermarket chain by stacking shelves at 14. During his time as boss he undertook an ambitious restructuring plan, but Tesco's sales have suffered, squeezed by cheaper rivals such as Aldi and Lidl. His replacement is Dave Lewis, who heads Unilever's personal-care brands (the Economist, Aug 2-8, 2014).

В примере (1) компания Tesco, («деятель») второе по величине розничное предприятие в мире, уволила своего генерального директора («пациенс») после опубликования предупреждения о снижении прибыли. В данном примере блок «пациенса» дополняется блоком «предыстории»: бывший гендиректор, Филипп Кларк, начал свою карьеру в британском сетевом супермаркете, когда ему было 14 лет, складывая в стопку полки.



Хорошо раскрыт и блок «причины»: помимо уже упоминавшегося снижения прибыли, приводится более подробная детализация причин увольнения: Филипп Кларк за время своего присутствия в должности стал заниматься амбициозным планом по реструктуризации компании, но пострадал объем продаж в том числе и из-за острой конкуренции с такими компаниями, как Aldi и Lidl. Как мы видим, в данном сообщении наличествует также и вариативный блок «возможная кандидатура» – это Дэйв Льюис, возглавляющий в компании Unilever бренды личной гигиены.

Основным и наиболее частотным показателем событийности данной группы контекстов является использование оценочной лексики.

Достаточно часто в сообщении акцентируется внимание на огласке увольнения/ ухода той или иной фигуры из известных компаний. Тогда в нем появляются некоторые составляющие концепта «горячего обсуждения»: “amid the ruckus”, “amid political furore”, “the war of words continued”, “debate raged”, “controversy followed”, “speculation swirled”. Наличие подобной лексики указывает на неоднозначность характера произошедшего, на спорность принятого решения, на важность данного изменения для рынка или индустрии.

Рассмотрим пример (2).

(2) Debate raged over whether Brendan Eich should have stepped down as Mozilla’s boss because of a political contribution he made in 2008 in support of a ban on gay marriage in California. His appointment as chief executive of the firm behind the Firefox web browser prompted a backlash from some gay rights activists and he resigned after just two weeks in the job. Mozilla’s chairwoman admitted that trying to stand for equality and free speech at the same time “can be hard” (the Economist, Apr 12-18, 2014).

В примере (2) уход Брендана Ейка с поста генерального директора компании Mozilla вызвал оживленные дебаты, на что указывает использование глагола “to rage” (if something such as a battle, a disagreement, or a storm rages, it continues with great violence or strong emotions [MED]).

Спорным представлялась целесообразность отставки Ейка после лишь двух недель в должности из-за поддержки запрета гей браков.

Как уже отмечалось выше, важность происходящего для общества, отрасли, компании является одним из основных признаков событийности сообщения. Основанием для этого является тот факт, что назначения и увольнения происходят каждый день, но лишь немногие из них упоминаются в новостном блоке из-за своей уникальности, что отмечается в тексте (3):

(3) The abrupt departure of Bill Gross from PIMCO, which he helped found in 1971 and now has \$2 trillion in assets under management, shook the bond-investment industry. Mr. Gross left to join a smaller firm, though he was reportedly about to be fired by PIMCO’s board because of misgivings about his management style. PIMCO said that investors withdrew a net \$23.5 billion from Mr Gross’s Total Return fund in September, with the biggest outflow happening on the day he resigned (the Economist, Oct 4-10, 2014).

Неожиданный уход Билла Гросса из компании PIMCO потряс индустрию облигационного инвестирования. Важность этого события подчеркивается, с одной стороны, использованием глагола “to shake” (to move suddenly from side or up and down, usually with a lot of force [MED]), – с другой стороны, использованием интенсива – “the biggest outflow”.

Реакция инвесторов или рынка может быть как отрицательной, так и положительной, как это происходит в примере (4), когда назначение Тиджана Тиамэ вызвало ликование акционеров, надеющихся, что с его приходом произойдут существенные изменения:

(4) Tidjane Thiam was appointed as chief executive of Credit Suisse. He will take over from Brady Dougan in June. The Swiss bank poached Mr Thiam from Prudential, a big British insurer that he has led successfully since 2009. His lack of experience in the banking industry did not stop shareholders cheering his selection in the hope that he will shake-up Credit Suisse, which has not undergone the same root-and-branch reform as UBS, its larger Swiss rival (the Economist, May 14-20, 2015).

Достаточно часто событийный характер новости подчеркивается употреблением сравнительных оборотов: one of the few women to head a big European company; a move similar to that taken by Bill Gates at Microsoft in 2000; who will be the first person from outside Infosys to hold the job.

Сравнение с предыдущим, аналогичным случаем или выделение необычной характеристики данного кандидата на должность подчеркивает неординарность происходящего, делая данное событие непохожим на все предыдущие. В качестве примера рассмотрим текст (5):

(5) Deutche Bank resolved the quandary of its management succession plans by appointing Anshu Jain and Jurgen Fitschen as co-chief executives to take over from Josef Ackermann when he leaves the job next year. Mr Jain, who is currently based in London, will be the first person not fluent in German in charge at Germany's biggest bank. But with Mr Ackermann expected to chair the supervisory board, analysts are pondering how much autonomy Mr Jain and Mr Fitschen will really have (the Economist, July 30- Aug 5, 2011).

В примере (5) необычность назначения Аншу Джайн на пост со-президента крупнейшего немецкого банка отмечена тем, что впервые на такую важную должность поставили человека, не очень хорошо знающего немецкий язык, что в принципе абсолютно не характерно для немецких компаний, где в приоритете всегда либо управленцы-немцы, либо менеджеры, для которых родным языком является немецкий.

Здесь же стоит упомянуть использование интенсификов для выделения новости из ряда ей подобных. Часто в новостном сообщении содержится информация, о том, что это назначение либо на совсем заново учрежденную должность, либо оно является самым значительным изменением в компании на данный момент: newly created position as chairman, made his most significant change to the Washington Post, most senior foreign banker stepped down; too old to lead the internet company, например:

(6) Gerhard Cromme, one of Germany's most prominent businessmen, announced his resignation as chairman of the supervisory board of Thyssen-Krupp,

a steelmaker, after a revolt by shareholders over several investment failures and scandals. The company has been investigated for price fixing and criticized for funding luxurious jollies for journalists. Mr. Cromme's departure is all the more disquieting because he oversaw the drafting in 2002 of Germany's corporate-governance code (the Economist, March 16-22, 2013).

Как мы видим в примере (6) отставка Герхарда Крома с поста председателя наблюдательного совета компании Thyssen-Krupp знаменательна еще и тем, что со своего поста ушел один из самых выдающихся бизнесменов Германии. Его уход может плохо сказаться на будущем компании, занимающейся производством стали.

Использование усеченных цитат как способа выделения событийности новостного сообщения в этой группе представлено мало. Для данной новостной группы характерны сегментированные цитаты – не больше трех слов:

(7) Carol Bartz was abruptly ousted (“over the phone”) as Yahoo!'s chief executive by the internet company's board. Ms Bartz took the job almost three years ago, replacing Jerry Yang, Yahoo!'s co-founder, who famously rejected a take-over bid from Microsoft that valued the company at \$45 billion. Yahoo!'s market capitalization just before Ms Bartz's sacking was around \$16 billion (the Economist, Sept 10-16, 2011).

Как видно из примера (7) Кэрол Барца внезапно уволили из компании Yahoo! с поста генерального директора, и чтобы подчеркнуть уникальность данного увольнения приведена цитата – что сделали это «по телефону», а не официально, как положено проведя собрание совета директоров компании.

Среди текстов данной группы крайне редко можно встретить развернутую цитату: в нашей выборке они встречаются в одном тексте из сорока:

(8) In a surprise decision Michael Bloomberg decided to return “to lead” the media and financial company he founded. He will not take on the title of chief executive at Bloomberg, though the person who has been doing that job during Mr

Bloomberg's terms as mayor of New York, Dan Doctoroff, tendered his resignation anyway, observing that "When Mike decided he wanted to spend some time at the company...obviously things changed" (the Economist, Sept 6-12, 2014).

Чаще всего цитата вводится по той модели, которая представлена в тексте (8). Сначала дается усеченная цитата в одно слово "to lead" – чтобы разъяснить намерение Майкла Блумберга, и дальше уже в конце новостного сообщения приводится развернутая цитата, раскрывающая отношение к описываемому событию. Использование двойного цитирования призвано придать особую важность событию, подчеркнув его исключительность и раскрыв дополнительную мотивацию, лежащую в его основе.

Чтобы акцентировать внимание на важности события, в контекстах данной тематики часто прибегают к использованию необычной формы для описания основного действия. Например, в тексте (9) вместо нейтрального глагола "to appoint" используется глагол "name", подчеркивающий то, что имя нового руководителя называется впервые: *to name – to appoint (someone) to a particular position or task; give a title [MED]*.

(9) American International Group named Peter Hancock as its new chief executive to take over from Robert Benmosche, who will retire earlier than expected, in September. Mr Benmosche took charge at AIG in 2009 after its \$182 billion bail-out and is credited with doing much to return it to profitability (along with the government's support) (the Economist, June 14-20, 2014).

Увольнение с определенного поста обычно описывается следующими глаголами: *remove – take (something) away or off from the position occupied; (MED) oust – drive out or expel (someone) from a position or place [MED]; sack – (informal) dismiss from employment [MED]; dump – abandon or desert (someone) [MED]*.

Самостоятельный уход человека с поста описывается такими глаголами, как: *resign – voluntarily leave a job or office [MED]; step down – withdraw or resign from an important position or office [MED]; step aside – to*

retire from an office so someone else can take over [MED]; *stand down* – to withdraw, as from a political contest [MED]; *depart* – leave one's job [MED]. Каждый из них дает свой смысловой оттенок происходящего.

Для назначения на должность используются такие глаголы, как: *appoint* – assign a job or role to (someone) [MED]; *nominate* – to suggest someone to be the candidate to serve as something [MED]; *promote* – raise (someone) to a higher position or rank [MED]; *name* – appoint (someone) to a particular position or task; give a title [MED]; *install* – place (someone) in a new position of authority, especially with ceremony [MED]; *pick to run* – choose (someone) from a number of alternatives to be in charge of; manage [MED]; *pick to head* – choose (someone) from a number of alternatives to be in the leading position on [MED]; *hire to direct* – employ for a short time to do a particular job to control the operations of; manage or govern [MED]; *take over* – to assume control, management, or responsibility [MED].

Иногда для придания более яркого образа событию в новостном сообщении используется метафорические высказывания, например,

(10) Steve Ballmer stepped down from Microsoft's board, having handed over the reins as chief executive to Satya Nadella last February. Mr Ballmer recently bought the Los Angeles Cloppers basketball team for an estimated \$2 billion (the Economist, Aug 24, 2014).

В примере (10) говорится о том, что Стив Болмер ушел с поста главы совета директоров компании Microsoft, передав «бразды правления» Сатья Наделла. Использование “reigns” (the period of rule of a monarch; the period during which someone or something is predominant or pre-eminent [MED]) подчеркивает, что Стив Болмер долго возглавлял такую известную и большую компанию, как Microsoft, и его уход можно сравнить со сменой монарха.

В примере (4) используется метафора “The Swiss Bank poached Mr. Thiam from Prudential” (*to poach* – illegally hunt or catch (game or fish) on land that is not one's own or in contravention of official protection; take or acquire in an

unfair or clandestine way [MED]) для того, чтобы подчеркнуть, что методы, которые использовал Банк Швейцарии, стремясь «заполучить» г-на Тиаму и назначить его на пост исполнительного директора, были не совсем обычными и законными.

При сообщении о кандидатах на руководящие посты иногда используются метафоры птиц-хищников – “a hawk”, “an eagle”, “a falcon”.

(11) Francois Baroin was named as France’s new finance minister, replacing Ms Lagarde. A hawk on balanced budgets, one of Mr Baroin’s first tasks was to prepare for a meeting of euro-area ministers to discuss more aid for Greece (the Economist, July 2-8, 2011).

В примере (11) новым министром финансов Франции стал Франсуа Баройн, специалист, который быстро и эффективно принимает решения, что обуславливает его сравнение с быстрой, хищной птицей – ястребом (“hawk”).

Роль образных средств в формировании событийности текста зависит от того, к какому блоку они принадлежат (в каком блоке они реализуются). Если они усиливают указание на значимость происходящего, то можно говорить, что они формируют событийность текста. В данной модели новостных сообщений экономического характера образные средства реализуются в блоке «предыстории» и при этом формируют не событийность текста, а дают дополнительную информацию о пациенте, как мы видим в примере (11).

И, наконец, необходимо упомянуть об еще одном маркере событийности, встречающемся в данной группе, но при этом достаточно редко появляющемся в анализируемом нами материале – событийных существительных: “scandal”, “furore”, “quandary”, “outrage” и т.п.

(12) An independent committee found that Toshiba had overstated profits by ¥152 billion (\$1.2 billion) over seven years, in one of the biggest accounting scandals to hit Japan’s corporate world in years. Hisao Tanaka stepped down as chief executive of the electronics and nuclear-power group after the panel’s report

described the problems as “systemic”. Half of the board’s 16 members also resigned (the Wall Street Journal, 25 July, 2015).

(13) Chip Wilson decided to step down as chairman of Lululemon, the high-end yogawear company that he founded. Mr Wilson provoked outrage last month by suggesting that an ongoing problem with leggings that are too sheer might be because “some women’s bodies just actually don’t work” in Lululemon’s snug clothing (the Economist, Dec 14-20, 2013).

(14) Sifiso Dabengwa resigned as chief executive of MTN, Africa’s biggest mobile operator, amid the furor caused by Nigeria’s decision to slap it with a \$5.2 billion fine (BBC News, 14 Nov, 2015).

В данных новостных сообщениях происходящее оценивается с помощью событийного существительного: в примере (13) Хисао Танака вынужден был уйти с поста генерального директора из-за скандала с бухгалтерской отчетностью (one of the biggest accounting scandals to hit Japan’s corporate world in years); в примере (14) Чип Вилсон ушел с поста председателя совета директоров из-за возмутительного случая, вызванного его высказыванием про одежду, выпускаемую его компанией (“provoked outrage”); в примере (14) Сафисо Дабеннгва ушел с поста генерального директора во время переполоха, вызванного штрафом, который придется заплатить его компании (“amid the furor”). Вышеупомянутые существительные несут в себе негативную характеристику, а также указание на редкость и необычность происходящего.

В данной группе текстов самым частотным признаком событийности является использование оценочной лексики 43%, 20% и 21% приходится на наличие в новости интенсификов и сравнений соответственно. На цитаты приходится 10% и самая маленькая группа – это использование метафор – 6%.

Маркеры событийности сосредоточены в блоках «пациенс», «причины» (мотивации) и «предыстория».



## Выводы по главе II

Изучение тематической дифференциации новостных сообщений экономического характера показывает, что пять рассмотренных в главе II тематических групп обеспечивают описание 90% всего массива исследуемого материала.

Каждая из выделенных тематических групп текстов, основывается на фреймовой структуре, включающей в себя блоки «деятель», «действие», «причины». «Действие» в каждой группе свое: в группе I – это действие + инструмент, когда речь идет о вынесении того или иного вердикта, наложении штрафа, возбуждении уголовного дела и т.п.; в группе II под действием понимается изменение (повышение/ понижение основных экономических показателей) или его отсутствие; в группе III действие выражено в приобретении или продаже компаний или активов; в группе IV реализуется такой компонент фрейма как «заявление о действиях» наряду с «заявлением о результатах и намерениях»; и наконец, в группе V действие отражено в назначении, увольнении или уходе с поста того или иного лица.

Логичным представляется наличие во фреймах всех пяти групп составляющей «причина», являющейся важным элементом разворачивание события в новостном дискурсе.

Но также имеются и составляющие, которые характерны не для всех проанализированных групп. Например, блок «пациенса» присутствует в группе I, в которую входят тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики, т.к. он содержит информацию о том, кто пострадал или приобрел в результате судебного решения. Этот блок также появляется во фрейме события группы III, сообщениях о сделке в сфере экономики, и в группе V, объединяющей новостные сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях.

В выделенных в исследовании фреймовых структурах отмечен еще один вариативный блок, блок «предыстория», который появляется в группах I, IV и V. Фиксация информации об истории, предшествующей происходящему, важна для сообщений о судебных решениях, отставках и назначениях, а также в заявлениях/ объявлениях. Этот концептуальный блок тесно связан с блоком «причины».

Блок «следствие» присутствует во всех группах, кроме группы V, где зачастую он заменен блоком «причины». Во всех остальных случаях он сопряжен с прогнозом дальнейшего развития описываемого в сообщении события.

В группе III, в которую вошли новостные тексты, описывающие экономические сделки, присутствует блок «детали», включающий в себя указание непосредственно на сумму сделки, а также на конкретные условия слияния или поглощения.

В ходе исследования выделены следующие маркеры событийности, встречающиеся в анализируемом материале: использование количественных показателей, усеченных или развернутых цитат, оценочной лексики и образных выражений, метафор, графика, использование интенсификаторов и сравнений, а также наличие в сообщении событийных существительных и реакции на описываемое событие.

Данные маркеры событийности во всех выделенных фреймовых структурах в основном локализируются в блоках «причины», «следствия» и «предыстория». Однако, для каждой фреймовой структуры отдельной группы, в зависимости от ее тематики, характерна своя частная локализация: для группы V это – «пациент», для группы III – «деятель», в группе I – это «действие + инструмент», в группе II таких блоков три – «изменение», «количество», «время», и наконец, для группы IV – содержание «заявления».

На основе результатов исследования был сделан вывод о том, что один и тот же маркер событийности в разной степени характерен для разных групп рассмотренных текстов.

### ГЛАВА III СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАРКЕРОВ СОБЫТИЙНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ РАЗНОЙ ТЕМАТИКИ

На основании рассмотренного в Главе II можно сделать заключение о том, что есть целый ряд языковых средств, которые являются указанием на исключительность, индивидуальность, особенность происходящего, что превращает сообщение в событие, находящее отражение в новостном дискурсе. В данном разделе мы остановимся на вопросе о том, какие маркеры больше распространены в англоязычном новостном экономическом дискурсе, а какие – меньше.

#### §3.1 Маркеры событийности в англоязычном новостном экономическом дискурсе

Наиболее часто в рассматриваемой разновидности дискурса используются интенсивы. Интенсивы резко выделяют происходящее из ряда подобного, подчеркивая уникальность и неординарность случившегося, заставляя читателя сразу обратить внимание на то или иное событие. Этот маркер событийности встречается в значительном количестве во всех группах анализируемого материала.

(1) America's Department of Justice dropped charges against the remaining defendants in one of the biggest cases to date brought against individuals under the Foreign Corrupt Practices Act (Группа I), (the Economist, Feb. 25 – March 03, 2012).

Как видно из примера (1), Министерство Юстиции США сняло обвинения с обвиняемых в деле о коррупции, одном из самых больших дел

на сегодняшний момент, возбужденным против физических лиц (“biggest cases to date brought against individuals”). Использование интенсива (“the biggest”) помогает сделать акцент на важности, принятого решения. Указание на превосходную степень очень часто используется в качестве маркера событийности: largest acquisition since 2009, the biggest union, the most expensive transaction, etc.

Приведем еще несколько примеров использования превосходной степени как средства выделения важности и неординарности происходящего и, соответственно, маркера событийности: the latest part of an effort (the Wall Street Journal); the lawsuit is the biggest yet to be brought by a regulator (the Economist); \$6 billion money-laundering scheme, the biggest in history (CNN Money); the ratings are now among the worst (The Wall Street Journal); the recession was still the steepest (Financial Times); online retailer’s biggest purchase (the Economist).

В каждом из приведенных выше примеров данный маркер использовался для представления того или иного события как самого большого, или самого важного, или самого худшего для индустрии или конкретной компании.

Интенсивы могут относиться как непосредственно к самому происходящему действию (как было показано выше), так и находится на периферии новостного сообщения, подчеркивая важность той или иной компании, банка, фигуры, отрасли для индустрии, экономики какой-либо страны или государства.

Приведем еще несколько примеров, где акцент значимости сделан на «деятелях» новостного сообщения и для этого используются интенсивы как маркеры событийности: Toyota, Japan’s biggest carmaker (Financial Times); Lloyd’s the world’s biggest insurance market (the Economist); Peter Humphrey and Yu Yingzeng were two of the best known corporate fraud experts in China (the Economist); Dubai’s biggest construction firm, (the Economist); Inditex, the

world's biggest fashion retailer (Financial Times); its biggest trading partner (BBC news); its most senior foreign banker (the Economist).

Как видно из приведенных выше примеров, важность новостному сообщению придают интензивы, описывающие насколько значимы «деятели» новостных текстов (“best known corporate fraud experts”), насколько они крупные игроки (“world's biggest fashion retailer”) или важные партнеры (“biggest trading partner”).

Еще одной особенностью использования интензивов как маркера событийности в анализируемом материале является то, что они часто используются вместе с числовым показателем: cutting its benchmark interest rate to 0.25%, the lowest in the country's history (New York Times); the second-biggest class-action agreement (the Economist); last year was the second-costliest on record for the industry (the Economist); industrial production at a six-year low in August and foreign direct investment at a four-year low (the Wall Street Journal); Spain's fifth-largest bank (the Economist); the world's third-biggest producer of liquefied natural gas (the Economist); Nokia's first tablet, and also its last (the Economist).

Интензив может быть выражен не только превосходной степенью прилагательного, но также и использованием слов-маркеров значимости, подразумевающих высокую степень чего-либо. Это такие слова, как “record” (the best performance or most remarkable event of its kind) [MED], “high” (great in rank, status, or importance) [MED].

India's benchmark stockmarket index, the Sensex, reached another record high. (Financial Times).

PSA Reugeot Citroen reported a 5 billion Euro (\$6.4 billion) annual net loss, a record for the company (the Economist).

The French carmaker's share price has risen 80% since the start of the year. And Ford made a record profit in its North American operations (the Economist).

Moody's Investor Service reported that non-financial companies in America had amassed a record cash pile of \$1.45 trillion at the end of 2012 (Financial Times).

Из приведенных выше примеров видно, что важность событий, представленных в новостных сообщениях, подчеркивается использованием слов, обозначающих максимальный или лучший результат, например рекордно большое количество сделок (“a record for the first half of a year”), или достижение максимальной прибыли (“a record profit”) или самого высокого уровня (“at a five-year high”).

Числовые показатели являются вторым по активности маркером событийности в рассматриваемом материале. Цифры наглядно демонстрируют, как сильно или как незначительно изменялись показатели, о которых идет речь в новостных сообщениях. Они служат дополнительным маркером важности происходящих изменений, подчеркивая их степень, порядок и значимость: charges totaling more than \$20 billion (the Economist); a deal worth \$8.5 billion (Financial Times); GDP grew by 1% (the Wall Street Journal); to set aside a further □30 billion (\$39 billion) to cover potential losses (the Economist); subsidies were worth up to \$300 billion in the euro zone (the Wall Street Journal).

Часто числовые показатели являются неотъемлемой частью новостного текста, как это происходит, например, в группах I, II и III. В текстах, сообщающих о судебных решениях в сфере экономики (группа I), когда речь идет о выплате неустоек, или штрафа, компенсации и т.п. всегда присутствуют цифры, наглядно иллюстрирующие размер выплат: fines totalling more than \$35 billion (the Economist); a \$1.1 billion settlement (BBC News); agreed to pay \$590m to settle (the Wall Street Journal); a fine of up to \$21 billion (Financial Times); a nine-year sentence (the Economist); the ten-year delay (the Economist); would pay \$730m to settle allegations (the Wall Street Journal).

В текстах, описывающих изменения экономических показателей (группа II), где речь идет о понижении или повышении того или иного

экономического показателя, цифры также незаменимы, т.к. они отображают размер изменений: dropped to below 6% (the Wall Street Journal); jumped again to well above 6% (the Economist); rose by 85%, to \$23.6 billion (Financial Times); the economy shrinking by 0.6% (the Economist); profit plunge by 94% (the Economist); continued to slide, dropping by 10% in a single day to below \$29 (the Wall Street Journal).

В группе III, где представлены тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики, числовые показатели присутствуют там, где сообщается о покупке или продаже компании. Цифры иллюстрируют масштаб и размер сделок: \$55 billion bid (the Wall Street Journal); a \$27 billion acquisition (Financial Times); an \$ 11 billion deal (the Economist); offered □7 billion (\$9.2 billion) for GVT (the Economist); to sell its business for about □13.5 billion (\$18.5 billion) in cash (Financial Times); a takeover worth £ 4.7 billion (the Economist).

Следующим частотным маркером событийности является использование усеченных или развернутых цитат. Данный маркер также широко представлен во всех группах. Цитаты приводятся с целью дополнительного акцентирования внимания читателя на событии, приведенном в новостном сообщении, а также для введения «нейтральной» оценки события. Весь остальной текст новостного сообщения при этом остается нейтральным, т. к. оценка приводится в рамках цитаты.

(2) Seven senior officials from FIFA were arrested on charges of corruption in a dawn raid on a hotel in Zurich, the Swiss city where football's world governing body is based. They, and seven others, including five business executives, stand accused by America's Justice Department of "rampant, systemic and deep-rooted" bribery stretching back 25 years (Группа I), (the Economist, May 30 – June 5, 2015).

В примере (2) сообщается об аресте семи высокопоставленных чиновников из ФИФА по делу о коррупции. В сообщении приводится цитата представителя министерства юстиции США, позволяющая читателям судить

о характере правонарушения: *rampant* (especially of something unwelcome) flourishing or spreading unchecked [MED]; *systemic* – relating to a system, especially as opposed to a particular part [MED]; *deep-rooted* – firmly embedded in thought, behaviour, or culture, and so having a persistent influence [MED].

Приведем еще несколько примеров, где был использован данный маркер событийности.

Moody's warned recently that 2014 will be a “pivotal year” for Dubai as \$20 billion of government debt related to Dubai World comes due (Financial Times).

With its foreign reserves dwindling, the governor of the central bank described Nigeria's fiscal outlook as “not too impressive” (the Wall Street Journal).

News Corporation made its biggest acquisition by agreeing to buy Move. News Corp's print and digital titles will promote the new service. “Real estate and the forth estate are a powerful combination”, according to Robert Thomson, its chief executive (the Economist).

EON, Germany's biggest power utility, decided to split in two, creating a new company that will house its renewable-energy and distribution networks businesses. It is doing this in response to “dramatically altered global energy markets” (the Economist).

Как видно из приведенных выше примеров, цитаты приводятся либо для усиления указания на важность события, либо для привлечения к нему особого внимания, либо для оценки происходящего с точки зрения его участника.

Как уже отмечалось выше, цитаты могут быть развернутыми и усеченными в зависимости от степени развернутости новостного сообщения. Иногда в сообщении присутствует несколько усеченных цитат для создания более живого представления о событии.

(3) America's Treasury Department issued a report in which it proposed the eventual elimination of Fannie Mae and Freddie Mac and laid out options for reducing the role of government in mortgage financing. The report admitted that



Fannie and Freddie had “strayed” from their core business of promoting sustainable home ownership when they extended credit to riskier borrowers. The Treasury now foresees government’s role in housing limited to “robust oversight”, consumer protection and targeted assistance for poor households; it wants the private sector to “bear the burden of losses” in the sector (Группа I), (the Economist, Feb 19 -25, 2011).

В примере (3) сообщается об отчете министерства финансов США, в котором приводятся причины необходимости упразднить два крупнейших американских ипотечных агентства. Важность данных причин иллюстрируются цитатами из упомянутого отчета: *strayed* – move away aimlessly from a group or from the right course or place [MED]; *robust oversight* – uncompromising and forceful overseeing [MED]; *bear the burden of losses* – suffer the consequences of losses [MED].

(4) UBS raised the estimate of its loss from an alleged rogue trading scandal to \$2.3 billion. The Swiss bank claimed the loss resulted from unauthorized trading in London that was within its “normal business flow” and alleged that “the true magnitude of the risk exposure” was distorted because the positions had been offset with “fictitious” forward positions. UBS’s biggest shareholder, Singapore’s GIC sovereign-wealth fund, issued a rare rebuke stating its “disappointment and concern” about the matter (Группа II), (the Economist, Sept. 24 -30, 2011).

В примере (4) оценочность новостного сообщения также усиливается при помощи использования усеченных цитат. При описании произошедшего скандала используются следующие цитаты: “normal business flow”; “the true magnitude of the risk exposure”; offset with “fictitious” forward positions. Реакция самого большого его акционера также приводится в цитате “disappointment and concern”.

Усеченная цитата часто встречается во всех группах как уточнение, а также как способ введения нового термина или нового явления, которое еще не закрепилось в языке и поэтому необходимо его заключать в кавычки:

A former high-frequency trader was found guilty by a jury in Chicago of

“spoofing”, which is when a large number of small orders are placed electronically to create the illusion of demand and drive prices higher before they are cancelled (the Economist).

(Spoofing is a type of scam where an intruder attempts to gain unauthorized access to a user's system or information by pretending to be the user. The main purpose is to trick the user into releasing sensitive information in order to gain access to one's bank account, computer system or to steal personal information, such as passwords [Investopedia]).

Nestle, a Swiss food group, sold back 8% of the 29% stake it held in L’Oreal to the French cosmetics company. As part of the deal Nestle gains full control of Galderma, which makes treatments for skin conditions. This will become the core of a new subsidiary, Nestle Skin Health, that will focus on the growing business of “nutricosmetics” (the Wall Street Journal).

(Nutricosmetics are nutritional supplements which purposes to support the function and the structure of the skin [Wikipedia].)

Square, a mobile-payments firm, set the price range for its IPO at \$11-13 a share. This values Square at around \$3.9 billion, well below the \$6 billion figure talked of earlier. More questions were raised about the true worth of “unicorns”, technology start-ups that are privately valued at over \$1 billion, when it emerged that an investor had marked down its stake in Snapchat, a messaging app, by 25% (the Economist).

Оценочность как маркер событийности также присутствует во всех анализируемых нами группах. Она представлена либо оценочной лексикой, либо идиоматическим выражением или метафорой. Данный вид маркера используется для выделения конкретного события из ряда ему подобных, а также для внесения в новостное сообщения оценки происходящего.

Использование оценочной лексики наглядно отображает отношение к описываемому событию: the surprise (an unexpected or astonishing event, fact [MED]) decision by Axel Weber to step down in April (the Wall Street Journal); another poor (lacking sufficient money to live at a standard considered comfortable

or normal in a society [MED]) month for Chinese trade (the Economist); an acute (of an unpleasant or unwelcome situation or phenomenon) present or experienced to a severe or intense degree [MED]) slowdown (the Economist); mercurial (subject to sudden or unpredictable changes of mood or mind [MED]) rise in the carmaker's share price (the Wall Street Journal); shaved (cut (a thin slice or slices) from the surface of something [MED]) its growth forecasts (the Economist); long-awaited (having been hoped for or expected for a long time [MED]) government reforms (Financial Times).

Приведем несколько примеров с использованием идиоматических оборотов:

Johnson & Johnson sold its K-Y intimate-lubricant brand to Britain's Reckitt Benckiser in a deal that underlines the rapid growth of the sexual well-being market. To ease the passage of the deal, only the brand is slipping between hands; no workers or assets are being transferred (the Wall Street Journal). ("Slip between hands or slip through fingers Э means to slide through and out of one's grasp; fail to achieve something, to escape from someone; to elude someone's capture or control [ McGraw-Hill Dictionary]).

Fiat's boss, who wants to integrate Ferrari's technology with Fiat's premium cars as competition with rivals moves up a gear (the Economist). ("to move up a gear" means to start to work or play more effectively or quickly than before [McGraw-Hill Dictionary]).

Warren Buffett recruited a second hedge-fund manager to help run Berkshire Hathaway's investment portfolio, as he prepares a new generation of leaders to take the reins (the Economist). («o take the reins" means to take the guidance or government; to assume control [McGraw-Hill Dictionary]).

Deutsche Bank took another stab at overhauling its business, announcing a cull of executives and the splitting of its investment-banking and wealth-management businesses (the Economist). ("to take a stab" means an attempt to convince someone of something; an attempt to try to get information out of someone [McGraw-Hill Dictionary]).

The Bank for International Settlements, a forum for central banks, sought to stiffen the spine of the Federal Reserve ahead of its decision on whether to raise interest rates (the Wall Street Journal). ( “to stiffen the spine” means to become emboldened, develop some courage, be brave, fearless [McGraw-Hill Dictionary]).

Google bought Waze, an Israeli developer of a popular mapping-and- traffic smartphone app. Google snapped up Waze before Apple and facebook could get their hands on it (the Economist). (“to get hands on” means to succeed in obtaining something [McGraw-Hill Dictionary]).

Как видно из приведенных выше примеров, использование в новостном дискурсе идиом придает образность и оценочность новостному сообщению, выделяя конкретное событие из ряда ему подобных.

Что касается использования метафорических концептов как маркера событийности, то более подробно мы остановимся на этом в §3 данной главы. Сейчас же приведем в качестве примера два самых частотных для экономического дискурса концепта – войны и здоровья – “war” and “health”.

The G7 issued a statement intended to soothe concerns about a “currency war” but ended up causing more confusion than clarity (the Wall Street Journal).

A private-equity bidding war that had broken out for Treasury Wine Estates in Australia (the Economist).

A deal could have calmed a mobile-phone price war that has been raging in the country since Iliad, a low-cost-operator, disrupted the market three years ago (the Economist).

Banco Espirito Santo lost □3.6 billion (\$4.8 billion) in the first half of 2014, stoking fears for its health (the Wall Street Journal).

Porsche and BMW reported healthy rises in first-half profits, which they attributed in large part to the demand in China for German premium cars (Financial Times).

Invesors remained perturbed about the health of European banks, as Josef Ackermann, the chief executive of Deutsche Bank, gave warning that “numerous”

lenders would collapse if they were forced to revalue the sovereign debt they hold at current market values (the Economist).

Концепт «войны» – конфликта, столкновения двух сторон – представлен в основном там, где речь идет о столкновении интересов двух компаний – в сферах покупки/ продажи.

Концепт «здоровья» – состояние любого живого организма, при котором он в целом и все его органы способны полностью выполнять свои функции – во-первых, соотносится с представлением какого-то экономического явления или всей экономики в целом как живого организма и следовательно, подверженного каким-либо заболеваниям или недугам (“fears for the health of a bank”).

Еще одним маркером событийности, присутствующем в анализируемом материале является наличие в новостном сообщении реакции на него со стороны рынка или инвесторов: assessment of the world economy weighed heavily on stockmarkets (the Wall Street Journal); markets were spooked by the threat of a calamity in the euro zone (the Economist); the news was welcomed by Maple, an all-Canadian consortium that recently launched a hostile bid for the Toronto bourse (the Economist); more questions were raised about the auditing of quick spurt technology companies after Groupon revised down its quarterly sales (the Economist); adding to the disappointment, regulators began inquiries into whether favoured investors were altered to Facebook’s weakening financial projections (Financial Times); investors in Yahoo cheered its decision to spin off its remaining 15% stake in Alibaba (the Economist).

Наличие реакции как маркера событийности помогает подчеркнуть важность происходящего и его неординарность. Данный маркер присутствует с разной степенью частотности почти во всех группах.

Использование визуальной поддержки в виде графика как маркера событийности используется также во всех группах, но в минимальном количестве. График наглядно подтверждает описываемую в новостном сообщении ситуацию, иллюстрируя насколько заметны были изменения.

И, наконец, последний маркер встречающийся достаточно редко в нашем материале – это наличие в новостном сообщении событийного существительного, такого как “scandal”, “dispute”, “row” и т.п.

The Financial Reporting Council, which regulates accounting in Britain, launched two probes into KPMG following an insider-trading scandal linked to the accounting firm’s office in Los Angeles (Financial Times).

Hewlett-Packard raised the stakes in its dispute with the former management of Autonomy by directly accusing Mike Lynch, Autonomy’s former boss, and Sushovan Hussain, its former chief financial officer, of fraud (the Wall Street Journal).

A row broke out about the cost of drugs when Turing Pharmaceuticals raised the price of Daraprim, which treats a parasitic infection, from \$13-50 to \$750 a pill (the Economist).

Alibaba’s chief executive and chief operating officer both resigned after taking responsibility for a scandal at the Chinese e-commerce website (the Wall Street Journal).

Philipp Hildebrand resigned as chairman of the Swiss National Bank amid a political fuore over currency traders carried out by his wife last summer (the Economist).

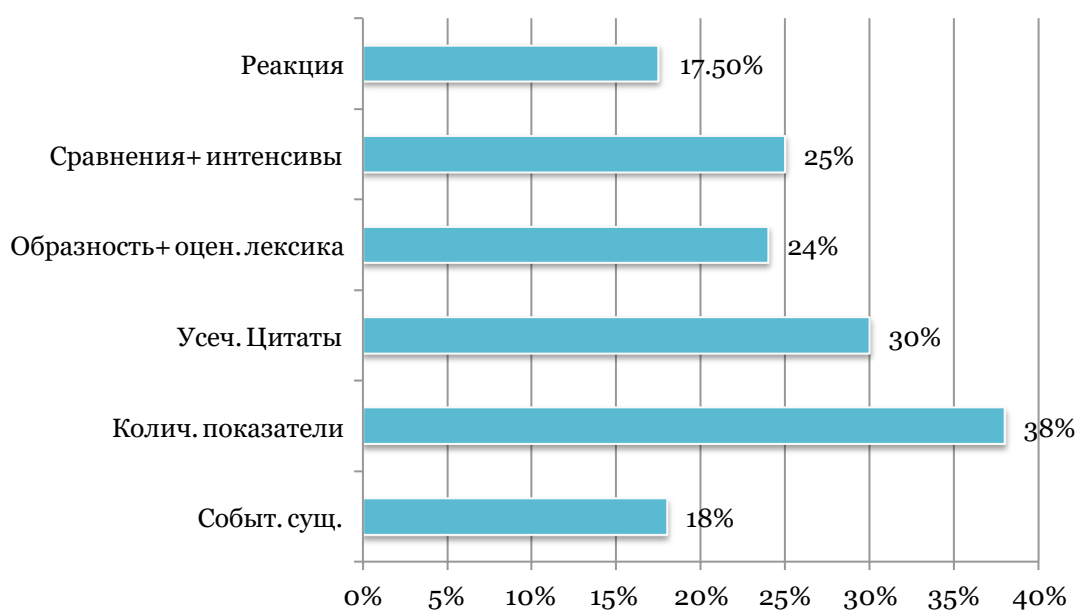
Подобного рода существительные являются сами по себе указаниями на событие: *a scandal* – an action or event regarded as morally or legally wrong and causing general public outrage [MED]; *a row* – a noisy acrimonious quarrel [MED]; *a fuore* - an outbreak of public anger or excitement [MED]; *a dispute* – disagreement between management and employees that leads to industrial action [MED]. Их использование привлекает внимание к новостному сообщению, делая акцент на нетривиальности описываемого случая.

Стоит также сказать о том, что довольно часто в новостном сообщении присутствуют одновременно несколько маркеров событийности с целью акцентирования важности происходящего:

(5) News Corporation made its biggest acquisition since being split from the film and television parts of Rupert Murdoch's empire, by agreeing to buy Move, an online property-listing firm, for \$950m. News Corp's print and digital titles will promote the new service. "Real estate and the forth estate are a powerful combination", according to Robert Thomson, its chief executive (the Economist).

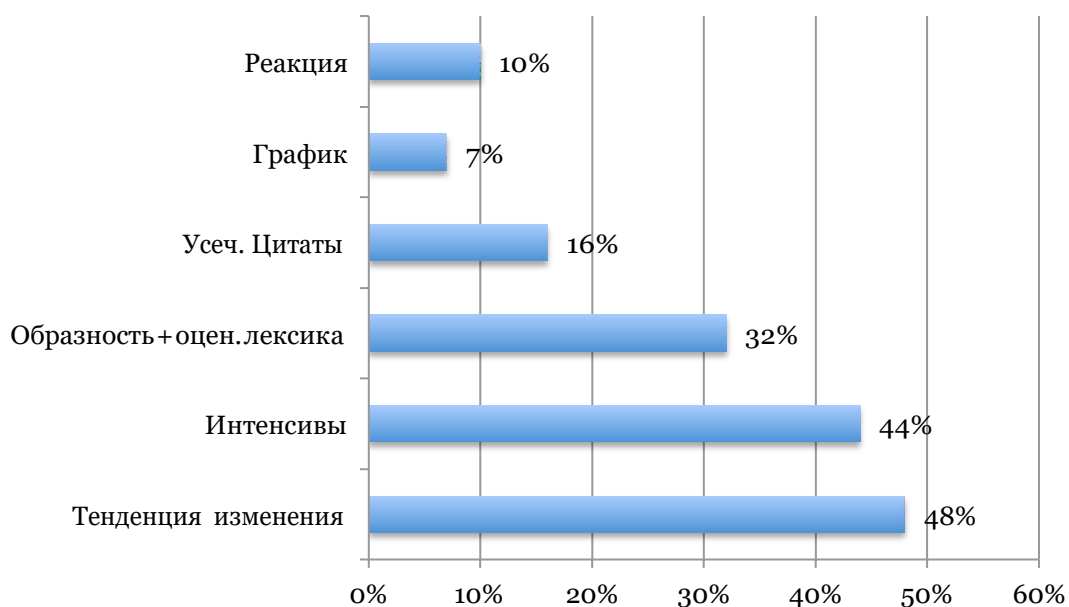
Так в примере (5) использованы интенсив (its biggest acquisition) для того чтобы показать масштаб сделки, развернутая цитата ("Real estate and the forth estate are a powerful combination") для демонстрации важности происходящего, и числовой показатель (for \$950m) для иллюстрации размера затраченных средств.

Для каждой группы текстов характерен свой набор маркеров событийности. Почти все они присутствуют в группе I, в которую входят новостные тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики, – количественные показатели, усеченные цитаты, оценочная лексика и образные выражения, интенсивы и сравнения, событийные существительные и реакция. В данной группе сообщений, однако, график не используется для поддержки языковых маркеров событийности (см. Рис. 1).



**Рис. 1 Маркеры событийности в группе текстов, сообщающих о судебных решениях в сфере экономики (Группа I)**

В группе II, в которую вошли новостные тексты, описывающие изменения экономических показателей, присутствует свой набор маркеров событийности, включающий один, который больше нигде не встречается – это указание на тенденцию изменения. Помимо вышеупомянутого маркера, для данной группы характерно использование усеченных цитат, графиков, интенсивов, образности и упоминания о реакции на происходящие (см. Рис. 2).



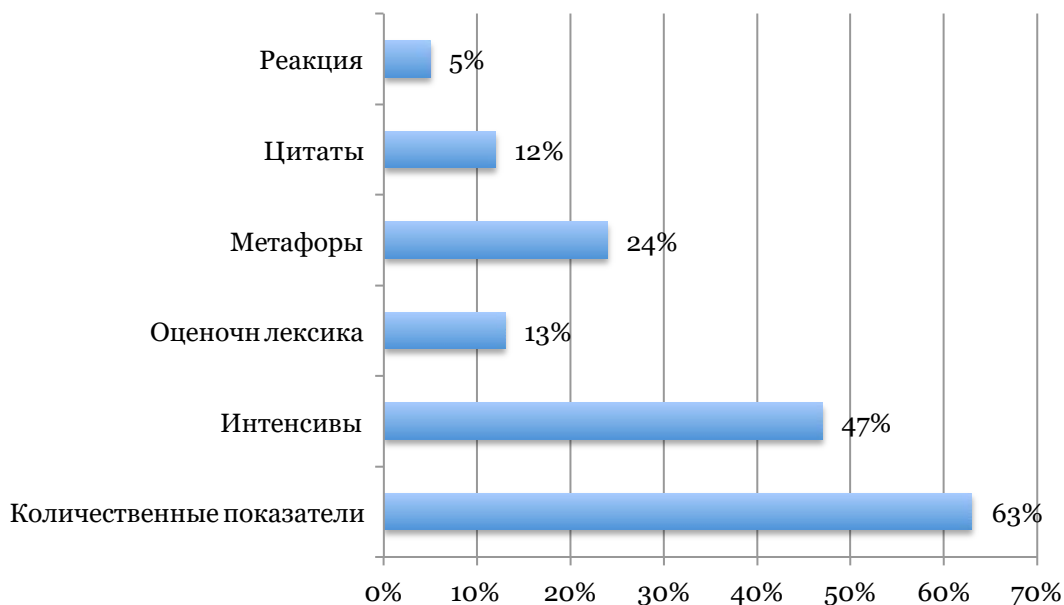
**Рис. 2 Маркеры событийности в группах текстов, сообщающих об изменениях экономических показателей (Группа II)**

Для группы III, в которую вошли новостные сообщения, содержащие информацию о сделках в сфере экономики, характерны следующие маркеры событийности: цитаты, интенсивы, количественные показатели, оценочная лексика. Также можно особенно выделить использование в данной группе текстов метафор как отдельного маркера событийности (см. Рис. 3).

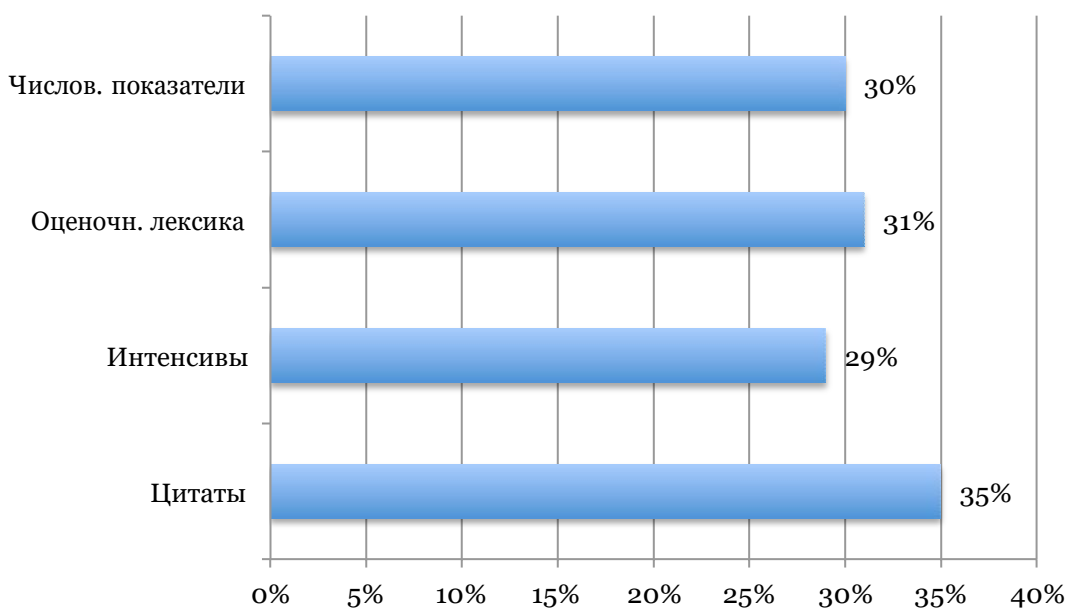
Для группы IV, объединяющей новостные тексты, представляющие объявления/ заявления о событиях в сфере экономики, характерен следующий набор маркеров: использование числовых показателей, оценочной лексики, интенсивов и цитат (см. Рис. 4).



И наконец, для группы V, куда мы отнесли новостные тексты, сообщающие о назначениях и увольнениях в крупных компаниях, характерны такие маркеры событийности, как использование оценочной лексики, интенсивов и сравнений, цитат, метафор, событийных существительных (см. Рис. 5).

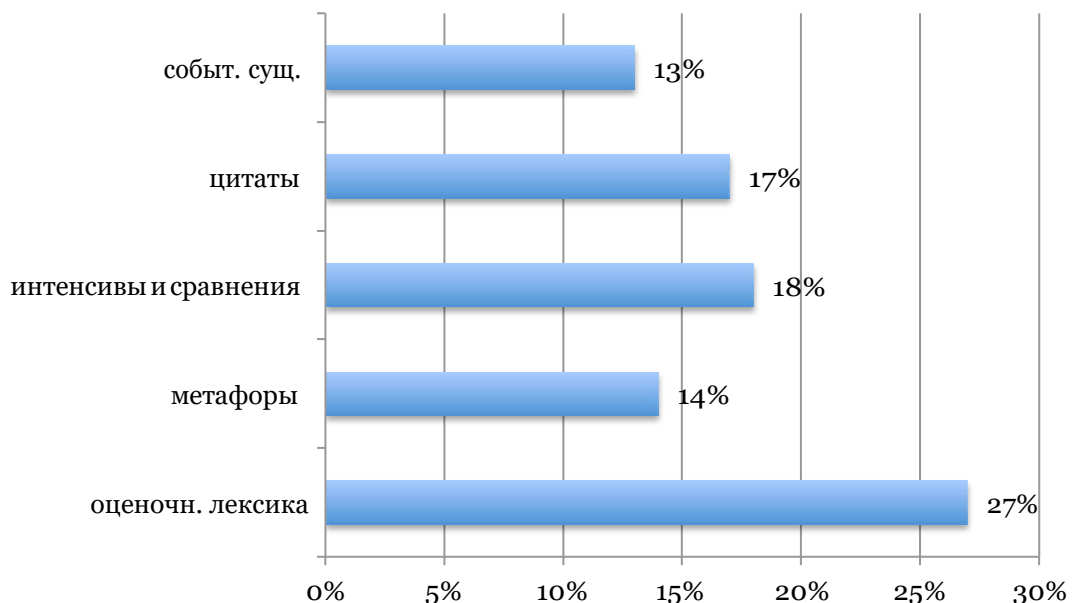


**Рис. 3 Маркеры событийности в группе текстов, содержащих информацию о сделках в сфере экономики (Группа III)**



**Рис. 4 Маркеры событийности в текстах, представляющих объявления/заявления о событиях в сфере экономики (Группа IV)**

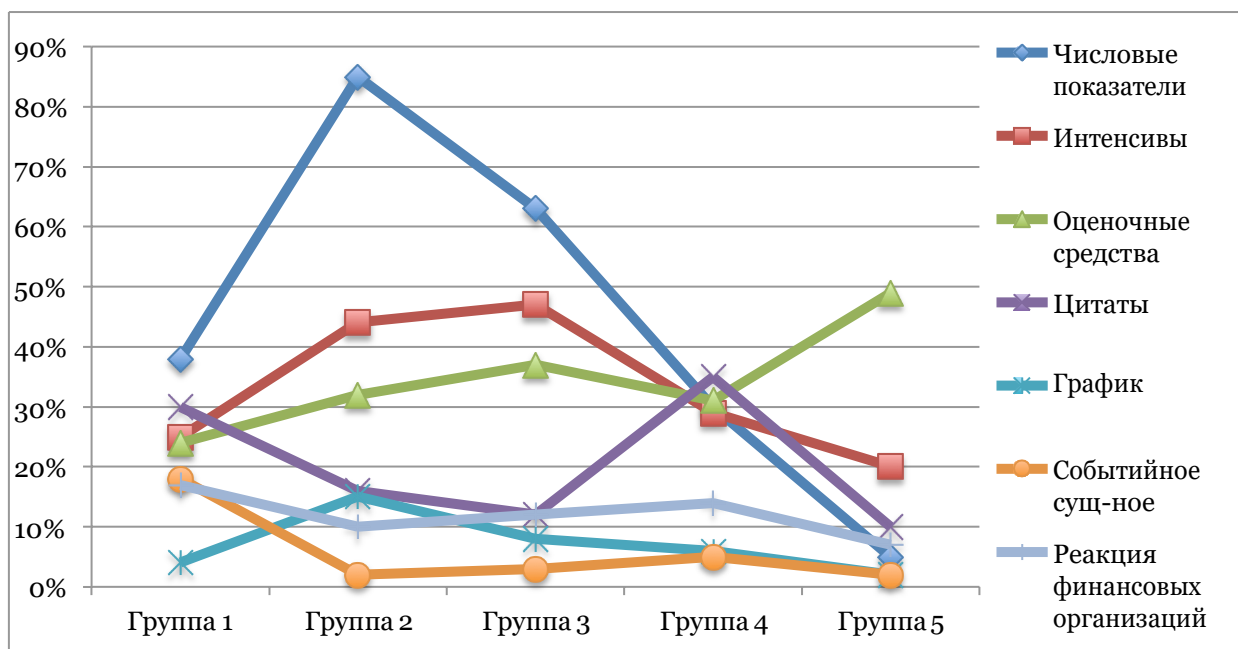
Как мы видим, отмечается явная зависимость выбора маркеров событийности от тематики новостного сообщения.



**Рис. 5 Маркеры событийности в текстах, сообщающих о назначениях и увольнениях в крупных компаниях (группа V)**

Разные маркеры событийности имеют разную частоту встречаемости в выделенных нами группах текстов, представляющих разные по тематике события. Сравнить значимость каждого маркера в разных группах помогает следующий график (см. Рис 6).

Как мы видно из представленного на Рис. 6 графика, числовые показатели как маркер событийности наиболее часто появляются в группе II, объединяющей новостные сообщения, описывающие изменения экономических показателей (85%). Реже всего этот маркер событийности встречается в группе V, описывающей назначения и увольнения в крупных компаниях. Существительные с событийной семантикой одинаково редко реализуются во всех тематических группах текстов, за исключением группы I, объединяющей новостные тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (18%). Цитаты как самый частотный маркер событийности присутствуют в группе IV, в которую входят новостные сообщения, представляющие объявления / заявления о событиях в сфере экономики



**Рис. 6 Маркеры событийности в анализируемых группах новостных текстов**

(35%) и реже всего этот маркер можно встретить в группе V, объединяющей новостные сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (10%). Интенсивы наиболее часто встречаются в группе III, в которую вошли тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (47%), и реже всего, точно также как и предыдущей маркер, в группе V новостных сообщений об увольнениях или назначениях в крупных компаниях (20%). Но именно в этой группе, группе V, чаще всего реализуются оценочные средства (49%). Данный маркер в достаточном количестве присутствует во всех пяти группах, но самой малочисленной относительно вышеупомянутого показателя будет группа I, объединяющая новостные тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (24%). Представляется логичным, что график как форма, поддерживающая маркеры событийности наиболее часто встречается в группе II, в которую входят новостные сообщения об изменениях экономических показателей (15%). В целом, графическая поддержка присутствует в небольшом количестве во всех пяти группах, и почти не встречается в группе V,

объединяющей сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (2%). И наконец, последний из выделенных нами маркеров событийности – реакция финансовых организаций – наиболее часто реализуется в группе I, в которую входят сообщения о судебных решениях в сфере экономики (17%), и реже всего в группе V, объединяющей сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (7%).

### **§ 3.2 События в сфере экономики: группа Miscellaneous**

В нашем исследовании мы также выделяем шестую группу текстов, в которую вошли новостные сообщения разного характера. Это могли быть сообщения о капитализации компании, оказании помощи пострадавшей от кризиса компании или банку, информация о совершении крупной сделки, поставки крупного заказа или получении нового большого заказа, новость о вмешательстве того или иного регулятора, например, на валютном рынке с целью стабилизации курса и т.п.

Среди всего многообразия новостных сообщений, входящих в данную группу, можно выделить несколько небольших подгрупп в соответствии с их тематикой:

- сообщения рейтинговых агентств, сопоставление рейтингов различных компаний;
- сообщения о недостатках предлагаемых товаров;
- сообщения о неком предложении или законе, внесенном на рассмотрение или уже утвержденном;
- сообщения о выходе нового продукта на рынок;
- сообщения о забастовках, необычных происшествиях, скандалах.

Рассмотрим каждую из подгрупп более подробно.

Одной из наиболее существенных подгрупп данной группы текстов является подгруппа «сообщения рейтинговых агентств». В данную подгруппу вошли новостные сообщения, описывающие какое место в рейтинге занимает та или иная страна по производству конкретного вида продукции; какой компании принадлежит большая часть рынка и т.п. Часто описывается ситуация, когда некая компания обогнала или отстала от своего ближайшего конкурента.

(1) China overtook America in the second quarter as the world's biggest market for PCs, according to IDC, a consultancy. Shipments for PCs to China accounted for 22% of the world total, compared with 21% to America. IDC forecast that America would remain the biggest market for all of 2011 but that China would take the top spot next year (the Economist, 20 – 27 Sept. 2011).

Как видно из примера (1), в тексте представлено сообщение рейтингового агентства IDC о том, что Китай опережает США на рынке персональных компьютеров. Приводятся конкретные цифровые показатели (22% мировых продаж персональных компьютеров, 21% мировых продаж персональных компьютеров), оцениваются перспективы дальнейшего развития рынка.

В данную группу мы также отнесли сообщения о рекордных продажах в течении распродаж и праздников:

(2) American shoppers spent 11% less in total over this year's Thanksgiving weekend than they did last year, according to the National Retail Federation. Many stores and websites started offering steep discounts after Halloween, making "Black Friday" less compelling. This was not the case in Britain, which has adopted the Black Friday theme with gusto. John Lewis, a department store chain, had its best-ever sales week, selling one tablet computer every second (the Economist, 6 -12 Dec. 2014).

Пример (2) является типичным представителем данного вида сообщений. Описываются объемы распродаж в течение «Черной пятницы» в Великобритании и США, данные сопоставляются, и автор приходит к

выводу о том, что в Великобритании распродажи прошли намного успешнее, чем в США.

Данная подгруппа текстов сравнительно небольшая и составляет 10% от общего числа новостных сообщений группы «Разное».

Следующая по величине подгруппа, составляющая 12% от общего числа текстов группы «Разное» – это сообщение о выходе на рынок нового продукта. Данные новостные сообщения описывают, например, открытие нового терминала аэропорта, предоставление IT- компании новой услуги, выпуск новой версии существующей программы, выход новой модели телефона и т.п.

(3) Amid the usual hoopla Apple launched the iPhone6 and its first smartwatch, simply called the Apple Watch. The premium version of the iPhone 6 has a bigger 14cm (5-5 inch) screen, a nod to the growing “phablet” market. Apple’s latest devices can also be used to make “contactless” payments in shops. It was Apple’s biggest product launch since the iPad, though wireless payments and smartwatches are not new and have so far failed to grip the imagination of consumers (the Economist, 13 -19 Sept. 2014).

В примере (3) сообщается о выпуске компании «Apple» абсолютно нового продукта – часов с большим экраном, которые позволяют просматривать почту и осуществлять платежи в магазинах. В тексте подчеркиваются достоинства новой разработки (the premium version, a bigger 14 cm (5-5 inch) screen, “contactless” payments) и ее отличие от других аналогичных продуктов (latest devices, Apple’s biggest product launch).

Самой большой подгруппой данной группы, составляющей 20% от общего числа контекстов, является подгруппа, описывающая вынесение некоего предложения или закона на рассмотрение правительства. Это могут быть предложения о снижении налогов; предложения о способах стимулирования производительности труда; о создании новых правил для компаний, чтобы приостановить их уход на рынки с более хорошим

налоговым климатом; предложения об изменении монетарной политики и т.п.

Рассмотрим текст (4).

(4) Jack Lew, America's Treasury secretary, once again urged Congress to pass legislation to stop tax inversion takeovers, warning that the relocation of American corporate profits to lower-taxed countries threatened the progress made on reducing the budget deficit. Mr Lew wants a broad reform of business taxes, which he acknowledges are "distorted" (the Economist, 13 -19 Sept. 2015).

В примере (4) министр финансов США призвал Конгресс принять закон, останавливающий сделки с целью смягчения налогового бремени. Необходимость принятия данного закона объясняется тем, что перемещение прибыли американских корпораций в страны с низкой налоговой базой препятствует снижению дефицита бюджета (threatened the progress made on the reducing the budget deficit), а также плачевным состоянием дел в текущем налоговом законодательстве (business taxes ... "distorted"). Министр призывает реформировать существующее налоговое законодательство (wants a broad reform of business taxes). Для привлечения внимания к ситуации приводится усеченная цитата министра, где коммерческие налоги названы "distorted" (*distorted* – giving a misleading or false account or impression; misrepresented [MED]).

В эту же подгруппу мы отнесли сообщения о принятии правительством различных законопроектов, мер и действий по регулированию той или иной проблемной ситуации.

(5) Chris Christie, New Jersey's governor, signed a bill that allows internet gambling in the state. The bill is aimed at helping Atlantic City's struggling casinos; gamblers must be physically in New Jersey to log on to websites (Wall Street Journal, 2- 8 March 2015).

Как видно из примера (5) губернатор штата Нью-Джерси подписал законопроект, разрешающий интернет азартные игры. Сообщение содержит причину принятия данного законопроекта (helping Atlantic City's struggling

casinos), также приводится предписанное им ограничение на участников игр (gamblers must be physically in New Jersey).

Следующей по величине подгруппой текстов, насчитывающей 18%, является подгруппа новостных сообщений, описывающих скандалы, забастовки и проблемы той или иной компании, банка или страны.

(6) News that Facebook had run an experiment to manipulate its users' emotions without their knowledge provoked fury. Researchers at the social network modified 690 000 users' accounts for a week in 2012 to give greater prominence to either sad or uplifting news from friends, and recorded the responses. One result was this week's negative headlines, prompting Facebook's lead researcher to admit that the experiment "may not have justified all this anxiety" (the Economist, 5- 11 June 2012).

Пример (6) содержит информацию о скандале, разразившемся вокруг эксперимента компании Facebook. Приводятся данные об объекте исследования (sad or uplifting news from friends and the responses) и его масштабе (690 000 users' accounts for a week). Сообщение также содержит объяснение, чем была вызвана негативная реакция пользователей фейсбука (manipulate its users' emotions), а также описание реакции самой компании на инцидент (experiment "may not have justified all this anxiety").

Рассмотрим еще один пример.

(7) Pilots at Lufthansa held a three-day strike over changes to an early-retirement scheme. The German airline had to cancel 3800 flights in the latest, and potentially most damaging, strike to hit it over the past few years (Wall Street Journal, 9- 11 April 2014).

Пример (7) сообщает о проведении трехдневной забастовки пилотами авиакомпании Люфтганзы. В сообщении раскрываются причины забастовки (over changes to an early-retirement scheme) и ее последствия (to cancel 3800 flights in the latest).

К этой подгруппе относятся и сообщения криминального характера.



(8) A run on a small bank in eastern China was seen as another sign of the problems building up with shadow banking. The bank is in Jiangsu province, where informal loan providers have failed. As the country's banking association reassured customers that the bank was solvent, police detained a man suspected of starting the rumour that it was broke (the Economist, 29 March – 4 April 2014).

Пример (8) сообщает о проблемах банков Китая с теневыми банковскими операциями. Описывается ситуация конкретного банка (The bank is in Jiangsu province), попытка оказания давления на него с целью захвата (a run on a small bank; the rumour that it was broke) и реакция государства на неправомерные действия (banking association reassured customers; police detained a man suspected).

Самой небольшой подгруппой данной группы текстов, 8%, являются сообщения о недостатках продуктов, влекущих за собой их отзыв с рынков. Зачастую в данной подгруппе речь идет об автокомпаниях. Типичным примером такого сообщения является пример (9):

(9) General Motors recalled another 8.2m cars because of malfunctioning ignition switches. The models in this recall may be linked to crashes that caused three deaths, bringing the total fatalities that GM acknowledges may be connected to the fault to 16. The company knew about the problem as far back as 2001 (the Economist, 5 -11 June 2013).

Как мы видим из примера (9), компания Дженерал Моторс испытывает подобного рода трудности со своей продукцией. Из-за проблем с коробкой передач, компании пришлось отозвать партию своих машин. В сообщении приводятся конкретные цифры – сколько машин было уже отозвано с рынков (recalled another 8.2m cars), а также сколько смертельных аварий уже произошло в связи с этой ошибкой производителя (caused three deaths; 16 total fatalities).

32% из общего числа текстов данной группы занимают различные сообщения, не связанные между собой одной тематикой. Например, это были сообщения о развитии кризиса в той или иной стране (Spain's banking crisis

continued); о размере зарплаты известного предпринимателя (Mark Zuckerberg took a salary of \$1 last year); смерти какого-либо деятеля (Joseph Flom, a legendary lawyer died at the age of 87); об обращении к президенту главы большой IT компании (John Chambers, the chief executive of Cisco, wrote to President Barack Obama, warning that the National Security Agency's surveillance programmes are undermining customers' trust in America's technology industry), об экспериментах школы экономики (experiment suggested that the payment of bonuses to workers did not encourage greater effort) и т.п.

Например, входящий в данную подгруппу текст (10) содержит информацию о том, что купить чашку кофе в кофейне Старбакс стало немного сложнее из-за нововведений при обслуживании клиентов (to encourage its staff to discuss race issues with customers). Сообщение описывает реакцию социальных сетей (not everyone wants to talk about the rights and wrongs of Ferguson), и, кроме того, приводится обоснование такой PR компании руководителем фирмы (an attempt to do good).

(10) Getting a coffee at Starbucks got a little more complicated when it launched a campaign to encourage its staff to discuss race issues with customers. To judge by the reaction on social media, however, not everyone wants to talk about the rights and wrongs of Ferguson when ordering an Americano. Howard Schultz, the firm's boss, said it was no mere PR exercise but an attempt to do good (the Economist, 21–27 March 2015).

В целом, как видно из приведенного ниже рис. 7 в большинстве своем 32% данной группы составляют тексты, не объединенные общей тематикой, которые по параметру «важности» вряд ли могут быть отнесены к событиям и скорее относятся к числу курьезов (см., например, текст (10)). Мы условно обозначили их как «квази-события».

Рассмотрим теперь, какие маркеры событийности реализуются в текстах группы «Разное». Начнем с подгруппы «рейтинги». Исходя из тематики данной подгруппы, логичным кажется достаточно частотное



**Рис. 7 Тематическая дифференциация подгруппы «Разное»**

использование таких маркеров как числовые показатели и интенсивы, поскольку тексты данной подгруппы описывают, какое место и по каким показателям занимает та или иная страна или компания. Числовые показатели дают более наглядное представление о размерах производства, росте выпуска продукции, количестве выпущенных акций. А использование интенсивов помогает подчеркнуть значимость события для конкретной страны или отрасли.

(11) Singapore regained its spot as the biggest trading centre for the Chinese yuan outside Hong Kong, knocking London from the perch it claimed in 2012. Singapore accounted for 6.8% of yuan-denominated deals for the 12 months ending on March 1st, compared with London's 5.9% (the Economist, 3- 9 May 2014).

Как видно из примера (11), чтобы подчеркнуть лидирующее положение Сингапура для китайской валюты приведены для сравнения числовые показатели сделок двух городов, тем самым наглядно иллюстрируется перевес в их объеме (6.8% относительно 5.9%). Важность данного события реализуется также при помощи интенсива – the biggest trading centre – центр китайской торговли за пределами Гон Конга.

Рассмотрим еще один пример.

(12) Tesla Motors sold 6900 of its Model s luxury electric cars in the fourth quarter, around 1000 more than it had forecast and pushing it well above its sales target for 2010. The company's share price ended the year 340% higher than at the start. Tesla recently released a software fix for overheating charging adaptors in the Model s, which recently retained its five-star safety rating from America's highway authority (the Economist, 18 – 24 Jan. 2014).

В примере (12) успех компании Tesla Motors подчеркивается использованием числовых показателей – объема продаж (6900 electric cars) и роста стоимости акций (340% higher than at the start), тем самым акцентируется важность данного события для самой компании.

Вышеупомянутые маркеры также часто используются в подгруппе «отзыв товара», для акцентирования внимания читателя на масштабах проблем, объеме отозванных товаров и т.п.

(13) In a blow to Airbus, Emirates airline withdrew its \$16 billion order for 70 A350 jets, which is the European aerospace company's biggest cancelled order to date. The A 350 is due to come into service later this year and is Airbus's answer to Boeing's Dreamliner. Emirates ordered the A350s in 2007 for delivery in 2019, but it is now reviewing its fleet requirements. Last year it placed an order for an additional 50 Airbus superjumbo A380s, which seat more passengers (the Economist, 14 -20 June 2014).

Как мы видим в примере (13) удар по благосостоянию компании Airbus нанесла компания Emirates airline отозвав заказ на поставку большого числа самолетов. Масштаб сделки подчеркивается числовыми показателями (70 A350 jets and \$16 billion order), которые наглядно демонстрируют важность для компании данного заказа. В примере также использован интенсив, чтобы подчеркнуть дополнительно, что это был самый большой заказ компании за все время ее деятельности (company's biggest cancelled order to date).

Что касается подгрупп «новое законодательство» и «новый продукт», то зачастую там в качестве маркера событийности используются интенсивы и сравнения: for the first time in its 81-year history; a world first; one of Silicon Valley’s most prominent startups; potentially most damaging, strike to hit it over the past few years.

(14) Microsoft issued its last and most profound security update for years for the Windows XP operating system, which it is not supporting any more as the software has nearly reached the grand old age of 13. Windows XP still powers 28% of the world’s PCs. The British and Dutch governments are paying Microsoft to extend support for XP in their IT departments, as are some firms and banks; 95% of the world’s ATMs run on the system (the Economist, 12 -18 April 2014).

Как видно из примера (14) новое обновление системы безопасности для операционной системы Windows XP крайне важно для банковской сферы, т.к. оно претерпело много изменений (most profound security update for years), а все еще 95% всех автоматов по выдачи наличных используют данную систему.

Цитаты крайне редко используются в качестве маркера событийности в данной группе текстов. Они представлены всегда усеченными цитатами и чаще всего используются в подгруппе “новое законодательство”.

(15) The European Parliament voted to ban data-roaming charges for mobile phones within the EU. The ban will come into effect from June 2017. Separately, internet providers will be barred from charging extra for “fast lanes”, except for certain specialized services, after the parliament voted to protect “network neutrality”- equal treatment for all internet traffic (the Economist, 31 Oct. – 6 Nov. 2015).

Как видно из примера (15), цитаты приведены для придания достоверности и важности сообщения: Европарламент проголосовал за запрет взимания денег за роуминг данных на территории Европейского Союза с целью соблюдения “network neutrality” – равноправного отношения ко всем членам сети.

Представляется возможным сделать вывод о том, что при рассмотрении группы Miscellaneous мы обнаружили те же маркеры, которые могут относиться к указаниям на необычность и неординарность происходящего, что и в основных группах, репрезентирующих новостной дискурс экономического характера. Даже в группе «квази-событий» присутствует большинство тех языковых маркеров, которые характерны для всех рассмотренных выше групп экономических событий.

Одновременно необходимо отметить, что в группе «квази-событий» тематика сообщений расширяется, что обуславливает появление таких маркеров событийности как указания на смерть, новизну программных разработок, начало или завершение новых проектов. Здесь часто появляется информация культурологического плана – указания на особенности протекания кризиса в той или иной стране, расовые проблемы, научные исследования и др.

Изучение маркеров событийности, используемых в текстах группы «Разное», показывает, что выделенная нами система языковых средств, обеспечивающих указание на неординарность или уникальность происходящего, обладает определенной устойчивостью. Эти маркеры могут появляться в экономическом дискурсе самой разной тематики. При этом тематическая отнесенность текстов влияет на частотность реализации того или иного маркера, т.е. его выбор из имеющегося репертуара.

### **§3.3 Концептуально-метафорическая репрезентация в англоязычном экономическом новостном дискурсе**

Феномен метафоры изучается со времен Аристотеля: мы «говорим метафорами» и даже «живем ими» [Lakoff, Jonson, 1980, с. 6], воспринимая мир сквозь призму метафорических моделей и соответственно действуя в

нем. С точки зрения когнитивной теории метафора существует прежде всего в виде метафорического концепта в человеческом сознании. Обусловленная физическим и духовным опытом человека, метафоризация является мощным средством создания концептуальной картины мира. В экономическом дискурсе метафора служит средством осмысления постоянно меняющейся экономической реальности, часто выступая как средство убеждения аудитории в правильности тех или иных экономических мер. Поскольку метафора в экономическом дискурсе всегда апеллирует к фонду общих знаний, она тем самым создает у партнеров по коммуникации общую платформу, общий фонд знаний, опираясь на которые субъект речи может более успешно доносить до адресата информацию.

Как мы уже упоминали выше, образность как один из маркеров событийности достаточно часто употребляется во всех анализируемых нами группах. Ее присутствие в экономическом новостном дискурсе условно можно разделить на несколько частей. Это, прежде всего, использование оценочной лексики – *bumpy quarter*, *depressing earning*, *healthy rise* и т.п., о чем мы подробнее писали в предыдущих параграфах. Но также в данном виде дискурса отмечается достаточно частотное присутствие концептуально-метафорических образов, что казалось бы не должно быть характерно для новостного дискурса, краткого по своей природе. Остановимся на последних более подробно.

Самым распространенным образом, встречающимся в анализируемом нами материале, как мы уже отмечали выше, является образ борьбы, войны и сражения, а также связанных с ними атрибутов:

The latest battle in the patent wars between Apple and Samsung ended in a California courtroom with a mixed verdict (the Economist).

Mike Lynch upped the ante in his fight with Hewlett-Packard over its claim that his management team cooked the books at Autonomy, a software firm, before HP bought it in 2011 (the Wall Street Journal).

Sweden's Riksbank stepped up its fight against deflation by enlarging its quantitative easing programme (BBC News).

A last-minute bidding war broke out for GVT, a Brazilian telecoms firm that is being sold by Vivendi, a French conglomerate (Financial Times).

An intriguing takeover battle in France reached a conclusion when Vivendi chose to sell its SFR mobile-telecoms business (the Economist).

Courts in New York and The Hague have issued orders that suspend the enforcement of any judgment against Chevron in the case, which has been rumbling on since 1993 (the Economist).

The latest battle in the patent wars between Apple and Samsung ended in a California courtroom with a mixed verdict (BBC News).

The price of gold saw its biggest fall two days for three decades, as investors beat a sharp retreat from the recent bull market (the Wall Street Journal).

An intriguing takeover battle in France reached a conclusion when Vivendi chose to sell its SFR mobile-telecoms business to Numericable (Financial Times).

A bidding war broke out among America's biggest discounts retailers when Dollar General offered to buy Family Dollar I a \$9.7 billion offer that trumped an earlier tender from Dollar Tree (the Wall Street Journal).

The battle for control of Club Mediterranee, a French holiday firm, continues (Financial Times).

A deal could have calmed a mobile-phone price war that has been raging in the country since Iliad, a low-cost-operator, disrupted the market three years ago (the Economist).

Как видно из приведенных выше примеров, образ столкновения характерен для всех выделенных тематических групп и основывается на идее борьбы за что-либо – компанию, высокие прибыли, выгодную сделку и т.д. Образ войны, серьезнейшего события в жизни общества, используемый для репрезентации экономических процессов, выделяет происходящее на фоне других событий, придавая ему больше значимости.



В новостном сообщении образ войны может присутствовать необязательно в виде идеи наступления или битвы, а через дополнительные, составляющие его образы, как это видно из ниже приведенного примера (1):

(1) Time Warner rejected Mr Murdoch's advances and shored up its defences to thwart any hostile attempt by the media tycoon to appeal directly to shareholders. One factor behind Mr Murdoch's rare defeat was the relative performance of the share prices since the bid was made public (the Economist, April 2016).

В примере (1) концепт войны поддерживается несколькими репрезентантами: *advance* – to move against another, as when attacking [MED]; *defense* – the action of defending from or resisting attack [MED]; *hostile* – showing or feeling opposition or dislike; unfriendly or belonging to a military enemy [MED]; *defeat* – win a victory over (someone) in a battle or other contest; overcome or beat [MED].

Еще одним достаточно распространенным образом экономического новостного дискурса является концептуальная метафора движения, о которой мы писали, когда говорили о группе II, новостных сообщениях, описывающих изменения экономических показателей. Одним из языковых средств, используемых для выделения экономического события из ряда ему подобных, в данной группе были глаголы движения, указывающие насколько быстро или медленно шло изменение. Подобные глаголы содержатся и в других выделенных нами группах, хотя и не в таком большом количестве:

Until September, would hobble sales (Financial Times); *hobble* – walk in an awkward way, typically because of pain from an injury [MED].

China's booming stockmarkets wobbled on December 9th (the Economist); *wobble* – move or cause to move unsteadily from side to side [MED].

Emerging markets also bounced back (the Wall Street Journal); *bounce* – move quickly up, back, or away from a surface after hitting it [MED].

Switzerland and Singapore retained the top two spots and America crept up to third place (the Economist) *creep* – move slowly and carefully in order to avoid being heard or noticed [MED].

Как видно из приведенных выше примеров, движение (изменение) присуще всему происходящему в окружающем мире, однако, уподобление изменений в экономике движению человека, пошатывающегося из стороны в сторону или подкрадывающемуся к кому-либо, делает описываемое событие необычным и привлекающим внимание.

Движение может сопровождаться звуком, и звуковые эффекты также присутствуют в новостном экономическом дискурсе.

Образ громкого, странного звука, оповещающего о приближение чего-то, особенно распространен в новостных сообщениях экономического дискурса. Образ звука используется также и для указания на провал или неудачу.

Courts in New York and The Hague have issued orders that suspend the enforcement of any judgment against Chevron in the case, which has been rumbling on since 1993 (the Economist); (*rumble* – make a continuous deep, resonant sound [MED]);

Mr Modi's election could soon fizzle if his government does not deliver on its promises to liberalise the economy (the Wall Street Journal); (*fizzle* – make a feeble hissing or spluttering sound [MED]);

After it restructures, Colt insists, it will be back with a bang (the Economist). (*a bang* - a sharp blow causing a sudden, loud noise [MED]);

The Shanghai-Hong Kong Stock Connect opened for business with much fanfare (BBC News). (*a fanfare* is a short ceremonial tune or flourish played on brass instruments, typically to introduce something or someone important. [MED]);

The plunging oil price also rattled markets (the Economist), (*rattle* – make or cause to make a rapid succession of short, sharp knocking sounds; (of a vehicle or its occupants) move or travel with a knocking sound [MED]).

Метафора движения и метафора звука тесно связана с метафорой путешествия, которая достаточно распространена в новостном экономическом дискурсе. Зачастую изменения, которые присущи многим экономическим явлениям, изображают как путь или дорогу, которую тому или иному игроку рынка придется преодолеть.

Other emerging markets are also navigating a difficult path (the Economist).

China's annual rate of inflation slowed to 2% in February from 2.5% in January and producer prices continued down their two-year path of monthly declines (the Economist).

In order to smooth the path with antitrust regulators in America, SAB confirmed that it will sell its near 60% stake in Miller –Coors to Molson Coors, which owns the rest of that business, for \$12 billion (the Wall Street Journal).

Meg Whitman's turnaround plan for Hewlett-Packard hit a bump in the road, when she said she now no longer expects to see a return to revenue growth next year (the Economist).

Bob Duley, BP's chief executive, reassured shareholders that the energy company was getting back on track after last year's oil spill in the Gulf of Mexico (Financial Times).

Использование образа дороги обычно подчеркивает, что сложилась нелегкая ситуация (“hit a bump in the road”) и «путь» по выходу из кризиса будет долгим и трудным.

Для привлечения внимания читателя и для подчеркивания неординарности события часто в новостном дискурсе встречается упоминание реакции рынка, группы инвесторов или акционеров на то или иное событие как реакции человека, проявления его эмоций – раздражения, негодования, удивления, недовольства:

A 17% fall in its share price on July 10th, which spooked stockmarkets and raised Portugal's borrowing costs on the bond markets (the Economist); ( *spook* – frighten; unnerve [MED]);

The offer that raised most eyebrows was a \$46 billion unsolicited joint bid (the Economist);

All eyes soon turned to the Federal Reserve's policy meeting, where it decided to reduce its bond-buying programme by a further \$10 billion a month (the Wall Street Journal);

HSBC was embarrassed by the publication of a trove of documents purporting to show that its bankers in Switzerland helped clients spirit away almost \$120 billion in secret accounts (the Economist); (*embarrass* – to cause (someone) to feel awkward, self-conscious, or ashamed [MED]);

Avon had angrily rejected the unsolicited bid (the Economist ); (*angrily* – in a manner resulting from or betraying anger [MED]);

The Treasury frowns upon tax inversion deals and issued new rules in September to curb those types of acquisitions (the Economist); (*frown* – furrow one's brows in an expression indicating disapproval, displeasure, or concentration [MED]).

Иногда встречаются образные выражения, связанные с реакцией человека, когда он хочет взять ситуацию под контроль, или удержать уже существующее положение дел.

Its chipmaking business has become such a burden that it is paying GlobalFoundries, a contract chipmaker, \$1.5 billion to take it off its hands (the Economist); (*take off hands* – let go of something, stop touching [MED]);

The People's Bank of China, which keeps a tight grip on the yuan's exchange rate (the Wall Street Journal); (*keep a tight grip* – to hold on to something tightly [MED]);

To ease the passage of the deal, only the brand is slipping between hands; no workers or assets are being transferred (the Economist); (*slip between hands or through fingers* – to escape from someone; to elude someone's capture or control [MED]);

JPMorgan Chase dug deep into its pockets again to pay another fine, this time stumping up \$2.6 billion to settle criminal and civil charges that it failed to

heed warnings about Bernard Madoff's Ponzi scheme (the Economist); (*dig into pockets* – to use your own money to pay for something [MED]).

Персонификация, в свою очередь, тесно связана с представлением экономики в терминах медицины.

Концепты здоровья и медицины в целом также широко представлены в анализируемом материале. Так в нижеприведенных примерах банк осуществляет вливания( “cash injection”), что уже стало почти термином, цена на акции падает, что обусловлено их (акций) обморочном состоянием (to swoon), а облигации плохо продаются, т.к. на них нет аппетита на рынке (there was not much appetite).

Bank of China's largest-ever one-day injection of cash through reverse repos to boost liquidity (Financial Times); (*injection* – a liquid injected into body, especially for medical purposes [MED]);

Its share price swooned. (the Economist); (*swoon* – faint, especially from extreme emotion [MED]);

There was not much appetite for an auction of Italian ten-year bonds either, and yields rose above 6% for the first time since January (the Wall Street Journal); (*appetite* – a natural desire to satisfy a bodily need, especially for food [MED]).

Сам образ здоровья зачастую применим к описанию тех ситуаций в компаниях или на рынке, когда подчеркивается их положительная или отрицательная динамика:

Porsche and BMW reported healthy rises in first-half profits (Financial Times).

Investors remained perturbed about the health of European banks, as Josef Ackermann, the chief executive of Deutsche Bank, gave warning that “numerous” lenders would collapse (the Economist).

Название разнообразных болезней (“hangover”, “headache”) или же процедур (“massage”, “to stiffen spine”) применительно к экономическим явлениям ярко выделяют происходящее, придавая ему значение необычности и неординарности.

The debt hangover and recession “still cast a shadow”, the IMF said, and investment after the recovery has been weaker than expected (the Economist).

Valeant Pharmaceuticals tried to rebut claims it was massaging its figures (the Economist).

Ranbaxy has come under investigation in America over its manufacturing processes, causing a headache for its biggest shareholder (the Wall Street journal).

The Bank for International Settlements, a forum for central banks, sought to stiffen the spine of the Federal Reserve ahead of its decision on whether to raise interest rates (the Economist).

Как отмечала Е.О. Шибанова, которая сравнивала концептуально-метафорическую репрезентацию в сфере политики и в сфере экономики [Шибанова, 1999: 154], в экономике чаще используются метафорические концепты, основывающиеся на природных явлениях.

В частности, это относится к концепту «погоды», которая сказывается на поведении игроков на рынке и это находит свое отражение в экономическом дискурсе.

An autumn chill cooled global markets as the recent run of gloomy data on the world economy unsettled investors (the Economist).

European spring watered down the demand for beer (the Wall Street Journal).

February as severe winter weather chilled Americans' desire to spend (the Economist).

Образ воды и огня часто встречается в текстах новостных сообщений экономического дискурса. Вода вводит образ глубины кризиса или плачевности ситуации, неконтролируемого снижения/ падения цен, ставок, быстрого освоения денежных средств и т.п.

The share price soared to its highest point since the depths of the euro-zone crisis in 2012 (the Economist).

Italian banks have soaked up around a quarter of the liquidity provided recently by the European Central Bank in the form of cheap loans (the Wall Street Journal).

Wishing it could plug a leak as easily as deleting a tweet, Twitter saw its share price plunge by 18% (the Economist).

Starbucks recently found itself in hot water over its tax affairs in Britain (Financial Times).

Образ огня используется для описания накала ситуации, быстроты ее возникновения. Прилагательное «hot» используется для характеристики экономики как продвинутой, мощной, хорошо развитой, однако, метафора огня может использоваться для создания как положительной, так и отрицательной оценки.

The rate has come down by four percentage points over the past year as part of a series of official measures to try to fire up what used to be one of the world's hottest economies (the Economist).

A tentative calm returned to the markets after a bout of volatility sparked by fears about the world economy (Financial Times).

The move fuelled fears of a full-blown currency war, as countries try to protect their exports (the Wall Street Journal).

Cheap retailers are hot in America, while the economy is not (the Economist).

В новостном экономическом дискурсе отмечены также отдельные случаи использования и других метафорических концептов, в частности метафоры механизма (The sovereign-debt crisis in the euro zone stepped up a gear (the Economist); Russia's Gazprom confirmed it was pulling the plug on developing the huge Shtokman gasfield because of the cost (BBC News), кулинарии (Mike Lynch upped the ante in his fight with Hewlett-Packard over its claim that his management team cooked the books at Autonomy, a software firm, before HP bought it in 2011 (the Economist).

Следует также отметить, что в новостном экономическом дискурсе реализуются и идиомы, что, по сути, должно быть нехарактерным для текстов такого небольшого объема. Отмеченные случаи реализации идиом в целом ряде случаев основываются на уже рассмотренных выше метафорических концептах: метафоре войны (Among other things the economy has taken a hit from a lengthy mining strike that was resolved in June (the Economist)), метафоре движения и локализации (Investors flocked to Twitter after its flotation, but its stock has since fluttered back down to earth amid concerns about its flagging growth (the Economist)), метафоре персонификации (Deutsche Bank took another stab at overhauling its business, announcing a cull of executives and the splitting of its investment-banking and wealth-management businesses (the Wall Street Journal)).

Некоторые идиомы не основываются на известных метафорических концептах, однако, их можно объединить в группы по общности семантики: по указанию на конец события (With both American clothing chains obviously suited for a merger, the only question seems to be how much they are willing to pay to tie it up (the Economist)), на цвет (RBS's loss was put in the shade, however, when Bankia later posted a net loss for 2012 of \$24 billion (the Wall Street Journal)), на удачу (Patrick Drahi, a telecoms entrepreneur who beat the odds by winning the takeover battle for SFR in France earlier this year (the Economist)).

И, наконец, надо сказать о том, что в отдельных случаях встречаются и индивидуальные образы, не связанные с известными метафорическими концептами:

Consumers loosened their purse strings, however, increasing their spending in the fourth quarter at the fastest pace since early 2006 (the Wall Street Journal).

Bitcoin's reputation took another knock when two men were arrested in America on charges connected to the operation of Silk Road, a website used to deal drugs that was shut down last year. One of the men founded BitUnstant, hitherto seen as the legitimate side of Bitcoin trading which has attracted a big



investment from Cameron and Tyler Winklevoss. The twins this week called for a “sheriff” to police the “wild west” of virtual currency “cowboys” (the Economist).

The United States has issued an extradition request for Mr Weil in relation to its probe of Swiss banks that allegedly help Americans evade tax. He is the biggest fish to be netted since the investigation began in 2008 (Washington Post).

В целом следует отметить, что использование метафорических концептов, а также отдельных индивидуальных образов достаточно часто отмечено в нашем материале. Концептуально-метафорическая репрезентация является одним из важнейших когнитивных механизмов, обуславливающих формирование языковых средств, относящихся к таким маркерам событийности как оценочные средства и интенсивы. Кроме того, концептуально- метафорическая репрезентация подчеркивает необычность происходящего, придавая ему живую, интересную форму.

### **§3.4 Культурологический аспект англоязычного экономического новостного дискурса**

Помимо собственно маркеров событийности в экономическом новостном дискурсе отмечен целый ряд различных приемов, которые используются авторами новостного дискурса для того, чтобы оживить повествование и привлечь внимание читателя. Наиболее часто используются различные аллюзии. Кроме того, аллюзии создают необходимый культурный фон, который показывает читателю, что все люди, к которым обращаются авторы, живут в едином мире и имеют общую культуру и, по-видимому, общую историю.

В дискурсе, в том числе и экономическом, отражается менталитет народа, национальная, групповая и индивидуальная лингвокультура данного

сообщества. Дискурс часто строится вокруг опорных концептов, которые выступают в форме культурных констант, культурем, эпистем.

На первом этапе анализа текстов экономического дискурса англоязычных СМИ были установлены несколько предметно-тематических областей, используемых для аллюзий: имена собственные; литература (английская, американская, мировая) и фольклор; религия и Библия; мифология и античный мир; искусство; культурная жизнь; нравы и обычаи; история и политика; экономика и финансы. Приведем несколько характерных контекстов.

Сначала посмотрим на несколько примеров аллюзий, взятых из английской литературы:

... a classic Alice-in-Wonderland economy (New York Times);

Microsoft hides behind Cheshire Cat grin. It's what Moores called Microsoft's "Cheshire cat" strategy: "All you can see is this smug grin and nothing else" (BBC News).

The physical content of the gross domestic product seems to be vanishing like Lewis Carroll's Cheshire cat (Business Week).

In dismissing the case, Sweet referred to Chicken McNuggets as a "McFrankenstein creation" made of elements not used in home cooking... (the Economist).

Как мы видим, в первом контексте автор апеллирует к известному литературному произведению – сказке «Приключения Алисы в стране чудес», написанной английским математиком Льюисом Кэрроллом, где рассказывается о девочке по имени Алиса, которая попадает сквозь кроличью нору в воображаемый мир, населенный странными антропоморфными существами. Книга считается одним из лучших образцов литературы в жанре абсурда. Соответственно "Alice-in-Wonderland economy" представляется экономикой, где все поставлено с ног на голову, абсурдно и необъяснимо.

Чеширский кот – один из персонажей этой книги. Это постоянно улыбающийся кот, умеющий по собственному желанию телепортироваться, быстро исчезать или, наоборот, постепенно растворяться в воздухе, оставляя на прощанье лишь улыбку. Как видно из приведенных выше примеров, компания «Microsoft» воспользовалась стратегией этого потрясающего кота – оставляя только улыбку, но никого видимого результата. Во втором примере, связанным с этим же персонажем, ВВП страны постепенно исчезает как и сам персонаж.

Еще одна ссылка делается на известного литературного персонажа – Виктора Франкенштейна, главного действующего лица романа Мэри Шелли «Франкенштейн, или Современный Прометей». В романе молодой студент из Женевы создает существо из мертвой материи, для чего собирает из фрагментов тел умерших подобие человека, а затем находит научный способ оживить его. Однако, ожившее существо оказывается чудовищем. В приведенном примере, указывается на сходство нового продукта “Chicken McNuggets” с созданием Франкенштейна, состоящим из разных элементов, не использующихся в домашней кухне.

Среди английских авторов чаще других упоминаются произведения В. Шекспира и их герои:

The Fed Plays Lady Macbeth: Alan Greenspan and his colleagues at the Federal Reserves have spent their professional lives fighting inflation (the Economist).

As in King Lear, the women play a key role in the unfolding of Company's drama... they offer humane resistance to the logic of “kill or be killed” (the Economist).

A plague on all our businesses – fear of the lethal virus is affecting firms everywhere (the Wall Street Journal).

Итак, в приведенных выше контекстах приводятся ссылки на три произведения В. Шекспира: Макбет, Король Лир и Ромео и Джульета. В первом контексте Центробанк США ведет себя как Леди Макбет – чье

честолюбие подвигло ее супруга на первое совершенное им злодеяние – убийство короля Дункана – и которая, в отличие от своего мужа не знала ни сомнений, ни колебаний. Именно эта ее черта и становится аллюзией для описания поведения банка в его борьбе с инфляцией.

В другой шекспировской пьесе «Король Лир» легендарный король на склоне лет решает удалиться от дел и разделить свое королевство между тремя дочерьми, с этого и начинаются все беды королевства, т.к. напряжение в отношении дочерей к королю обостряет политическую ситуацию и королевство готово вот-вот исчезнуть. В приведенном примере проблемы компании также начинаются из-за нескольких женщин и их интриг.

Последний пример связан с известной фразой из трагедии «Ромео и Джульетта» – «чума на оба ваши дома!» Фраза используется для выражения раздражения и иронии по поводу спора или конфликта двух сторон.

В проанализированных нами контекстах также регулярно встречаются аллюзии – намеки на общеизвестных персонажей мировой литературы (например, французской, итальянской, датской):

With the possibility of gargantuan returns, it's no wonder that idea-based corporations have easy access to capital (Financial Times). Гаргантюа – фр. Gargantuan – “que grand tu as” – букв. «ну и здоровенная она у тебя» – один из главных героев романа Ф. Рабле «Гаргантюа и Пантагрюэль» – добрый и мудрый великан. Аллюзия указывает на огромный размер прибыли корпораций.

They should at least stop judging with double standards, and stop sticking their pinocchio nose into other countries' business (the Wall Street Journal).

«Приключения Пиноккио» – сказка итальянского писателя Карло Коллоди о сделанном из дерева мальчике, нос которого увеличивается каждый раз, когда он говорит неправду. В данном контексте аллюзия указывает на лживость суждений и использование двойных стандартов.

Do you remember the story about “The Emperor's New Suit of Clothes”? It is a story about the kind of thing which could happen to you, and did happen to

most of you living in the U.S.A. today. Neither the government, nor Wall Street, nor the mass media, could ever have fooled you as they customarily do, exactly as most of you today beg to be fooled into believing, still, even now, in a non-existent economic “recovery” (New York Times). «Новое платье короля» – сказка датского писателя Ганса Христиана Андерсона. Король нанимает двух проходимцев, которые обещают сшить ему платье из столь тонкой ткани, что она будет практически невидимой для глупцов. Мошенники создают «невидимое» платье, которое никто – ни король, ни придворные – не могут увидеть, но боятся в этом признаться, чтобы не прослыть дураками. Так в нашем примере никто не может разглядеть оживление экономики, о котором все говорят и масс медиа пытается убедить, что оно на самом деле происходит.

The Russian economy is the most typical Cinderella. It easily turns either to a princess, or to a slob depending on who touches it with a magic wand (the Economist). Золушка – героиня сказки Ш. Перро – дочь почтенного и знатного человека, притесняемая злой мачехой, живет в собственном доме на правах служанки, выполняя всю черную домашнюю работу. Но при помощи феи и ее волшебной палочки превращается в прекрасную даму и едет на бал. Так, и российская экономика совершает свои превращения в зависимости от того, кто рядом.

Библейские сюжеты, персонажи и цитаты постоянно встречаются в текстах экономического дискурса. Они выполняют образно – символическую функцию:

Business of construction started with the Pyramids and before. Somebody built the stable Christ was born in. Somebody is building buildings today... So it's a business that has a great future (Financial Times). Согласно христианской религии Иисус родился в хлеву в окружении животных и пастухов, потому что мест на постоялом дворе не было. В данном контексте упоминания хлева в котором родился Христос, и который тоже кто-то построил, символизирует важность строительной отрасли.

Of course, even if China avoids a financial or social Armageddon over the coming years, it still has a host of issues to contend with (the Wall Street Journal). Армагеддон – в христианстве место последней битвы добра со злом в конце времен. В приведенном выше контексте данная аллюзия символизирует тяжесть положения Китая в финансовой и социальной сфере.

Библеизмы, как правило, занимают сильную позицию в тексте: заголовок, начало, завершение. Например: The only other company making such a deal as a fruit juice company, which encloses a free spoon with the packet. But for those who do not believe in long-term forecast may take comfort in tide and time and wait their turn: A time to cast away stones, and a time to gather stones together (Business Week). Эта известная библейская фраза принадлежит царю Соломону. Речь шла о разбрасывании камней на участке, чтобы сделать его неурожайным или собирании, чтобы очистить и сделать лучше. В данном примере речь идет о сменяемости действий в силу времени и определенных обстоятельств.

Слова, обозначающие понятия религии (Бог и его антипод), названия предметов культа употребляются в экономическом дискурсе, как правило, в переносном значении, с положительной или отрицательной коннотацией:

Government is far from the economy's savior (CNN News). Образ спасителя – избавителя от страданий – используется для того чтобы придать правительству соответствующий имидж.

We've made a devil's bargain with Wall Street in the 1990s (the Economist). Сделка с дьяволом – сделка о продаже души за блага. Аллюзия достаточно часто употребляется про сделки на Уол Стрит, придавая им оттенок нечестности и порочности.

Древнегреческая и римская мифология, события и герои античной эпохи – постоянный источник аллюзий заголовков:

The Ariadne Story: The Rise and Fall of a Business Empire by Bruce Ross (Financial Times). История Ариадны – в древнегреческой мифологии дочери критского царя Миноса, которая помогла Тесею убить Минотавра, сбежала с

героем, но была им покинута и умерла во время родов. В нашем примере данная аллюзия указывает на печальный конец истории с воздвижением бизнес империи.

Investment in oil has put the budget into profit and ended the 7% to 8% deficit that hung, like the sword of Damocles, over Russia (the Economist). Дамоклов меч символизирует нависшую над кем-либо постоянную угрозу при видимом благополучии. Именно такой угрозой в данном примере и является дефицит бюджета для России.

Scylla and Charybdis or Patricia and Brussels – the prospect of new employment rules makes business groan (the Economist). Между Сциллой и Харибдой – две опасные соседствующие скалы в древнегреческой мифологии, проход между которыми был крайне опасен. Данная аллюзия символизирует крайне затруднительное и опасное положение для бизнеса из-за нового регулирования рынка труда.

Собственные имена вызывают в памяти представления об известных государственных и политических деятелях, о писателях, ученых, деятелях культуры, спортсменах. Нередко они сопровождаются цитатами, высказываниями, краткой характеристикой, метонимическим переносом:

Adam Smith, the arch-capitalist, didn't like corporations. He wrote in 1776 in “The Wealth of Nations” that they breed “negligence and profusion” and “scarce ever fail to do more harm than good” (the Wall Street Journal). Отрицательные отношения автора статьи выражено через упоминания известного экономиста Адама Смита, славившегося своей нелюбовью к корпорациям.

The formal bits will be ok – the youth orchestra will belt out Beethoven, the treaties to welcome our new cousins from the east will be signed (the Economist). Ироничные отношения автора статьи к присоединению новых стран к Европейскому союзу отражено в ссылке на произведения Бетховена, видимо, речь идет о его «Торжественной мессе».

Топонимы и производные от них слова, привязывающие события к определенному месту (улица, город, достопримечательность, страна), часто

выполняют лингвокультурные функции: a European summit in Athens – this on the eve of our great family reunion beneath the Acropolis (the Economist). В данном примере речь идет об афинском Акрополе – крепости, служившей убежищем для граждан в военное время. Там же обычно находились храмы божеств – покровителей города. В нашем примере, вероятно, идет речь о благословенности собрания стран на самите.

Произведения искусства (названия фильмов, музыкальных произведений, хитов, модных шлягеров, картин, сооружений) также вызывают определенный набор ассоциаций:

“Legends of Construction” recall simpler times (Financial Times). Данная аллюзия представляет собой образ – городских легенд – городских мифов, правдоподобных, на первый взгляд, коротких историй, опирающихся на современную техническую и общественную реальность, но обычно не соответствующих действительности.

On the other hand if prices tank and interest rates rise then you and the other wise people can move back in, buy up a few streets and have a house like the Beatles had in “Hard Days Night” (BBC News). Фильм «Вечер трудного дня» представляет собой один «обычный день» из жизни группы Битлз. Дом из этого фильма ассоциируется с благополучием, высоким социальным статусом и престижным жильем.

Hence the possibility of a Twin Towers – like vertical collapse of the US economy is becoming greater, not lesser (the Economist). Разрушение башен близнецов во время террористической атаки 11 сентября 2001 стало образом быстрого и внезапного разрушения чего-то фундаментального и казалось бы очень прочного. Именно такое разрушение грозит американской экономике в вышеприведенном примере.

В большинстве приведенных выше контекстов представлены различные виды аллюзии – атрибутированной и без атрибуции. Как пишет И.Г. Ольшанский [Ольшанский, 2007, с. 164], обращает на себя внимание часто используемый в экономическом дискурсе прием – «сталкивание»



культурного концепта – прецедентные феномены из Библии, мифологии, национальной литературы и специального, терминологически закрепленного определения – атрибута; мифологический, библейский, исторический или литературный образ подвергается переосмыслению и «осовремениванию» (своеобразный диахронический парадокс): a financial and social Armageddon, Wall Street's titans, a classic Alice-in-Wonderland economy, "Cheshire cat" strategy, gargantuan returns .

Хотелось бы отметить важность культурного момента в формировании экономического дискурса. Как отмечает И.Г. Ольшанский, благодаря лингвокогнитивному характеру языка дискурс творит, конструирует реальность, строит «возможные миры» в соответствии с культурными традициями. Важнейшими «носителями и накопителями информации» в рамках экономического дискурса являются концепты, репрезентирующие деятеля, процессы, события, результат, время и место действий, цели и причины [Там же]. Наиболее стабильные и ценные концепты составляют константы культуры. Но хотелось бы еще раз подчеркнуть, что в рамках новостного экономического дискурса они не являются маркером событийности. Аллюзии служат фоном разворачиваемого события, его красочной составляющей, используемой в новостном дискурсе крайне редко с целью привлечь наибольшее количество читателей.

### **Выводы по Главе III**

Языковые средства, реализующиеся в англоязычном новостном экономическом дискурсе и выступающие в качестве указания на исключительность, индивидуальность, особенность происходящего, превращая новостное сообщение в событие, имеют разную степень активности. Наибольшей активностью характеризуется использование

интенсивов, которое занимает ведущее положение во всех рассмотренных группах текстов. Важной особенностью использования интенсивов как маркера событийности в анализируемом материале является то, что они часто используются вместе с числовым показателем.

Интенсив может быть выражен не только превосходной степенью прилагательного, но также и использованием слов-маркеров значимости, подразумевающих высокую степень чего-либо (“record”, “high” и т. п.) и часто сочетается с использованием развернутых сравнений, которые задают более четкие координаты события, указывая на различие или схожесть причин произошедшего, что помогает более четко зафиксировать необычность события среди других, ему подобных.

Числовые показатели находятся на втором месте по активности среди маркеров событийности. Цифры наглядно демонстрируют, как сильно или как незначительно изменялись показатели, о которых идет речь в новостных сообщениях. Они служат дополнительным маркером важности происходящих изменений, подчеркивая их степень, порядок и значимость. Наиболее активно количественные показатели используются в группах I (сообщения о судебных решениях в сфере экономики), II (тексты, описывающие изменения экономических показателей) и III (сообщения о сделках в сфере экономики) и обладают меньшей активностью в группах IV (объявления/ заявления о событиях в экономике) и V (назначения/ увольнения в сфере экономики).

Следующим по степени активности маркером событийности является использование усеченных или развернутых цитат, которые реализуются во всех выделенных группах. Цитаты приводятся с целью дополнительного акцентирования внимания читателя на событии, приведенном в новостном сообщении, а также для введения индивидуальной и авторской оценки события.

Использование оценочной лексики как маркера событийности также присутствует во всех анализируемых группах. Оценочная лексика совместно

с идиомами и метафорой отражает отношение к происходящему, что выделяет его на фоне других изменений и превращает происходящее в событие.

Следующем по степени активности маркером событийности, присутствующем в анализируемом материале, является наличие в новостном сообщении указания на реакцию на него со стороны рынка или инвесторов, что помогает подчеркнуть важность происходящего и его неординарность.

Использование визуальной поддержки в виде графика как маркера событийности используется также во всех группах, но в минимальном количестве. График наглядно подтверждает описываемую в новостном сообщении ситуацию, иллюстрируя значимость и характер изменений.

Наименее активный маркер, встречающийся достаточно редко в нашем материале, – это наличие в новостном сообщении событийного существительного, такого как “scandal”, “dispute”, “row” и т.п. Подобного рода существительные являются прямыми указаниями на событие, но нечасто используются потому, что авторы новостных сообщений стремятся описать происходящее и дать читателю возможность самому оценить их значимость, не полагаясь на внешнюю общую оценку.

Обычно в новостном сообщении экономического характера присутствуют несколько маркеров событийности одновременно с целью акцентирования важности происходящего.

Выбор маркеров связан с тематикой текста. Числовые показатели как маркер событийности наиболее часто появляются в группе II, объединяющей новостные сообщения, описывающие изменения экономических показателей (85%). Реже всего этот маркер встречается в группе V, описывающей назначения и увольнения в крупных компаниях. Существительные с событийной семантикой одинаково редко реализуются во всех тематических группах текстов, за исключением группы I, куда входят новостные тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (18%). Цитаты как самый частотный маркер событийности присутствуют в группе IV, в

которую входят новостные сообщения, представляющие объявления / заявления о событиях в сфере экономики (35%) и реже всего этот маркер можно встретить в группе V, объединяющей новостные сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (10%). Интенсивы наиболее часто встречаются в группе III, в которую вошли тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (47%), и реже всего, точно так же как и предыдущей маркер, в группе V новостных сообщений об увольнениях или назначениях в крупных компаниях (20%). Но именно в этой группе, группе V, чаще всего реализуются оценочные средства (49%). Данный маркер в достаточном количестве присутствует во всех пяти группах, но самой малочисленной относительно вышеупомянутого показателя является группа I, объединяющая новостные тексты, сообщающие о судебных решениях в сфере экономики (24%). Представляется логичным, что график как маркер событийности наиболее часто встречается в группе II, в которую входят новостные сообщения об изменениях экономических показателей (15%). В целом, он присутствует в небольшом количестве во всех пяти группах, и почти не встречается в группе V, объединяющей сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (2%). И наконец, последний из выделенных маркеров событийности – указание на реакцию финансовых организаций – наиболее часто реализуется в группе I, в которую входят сообщения о судебных решениях в сфере экономики (17%), и реже всего в группе V, объединяющей сообщения о назначениях или увольнениях в крупных компаниях (7%).

Для верификации выявленных закономерностей была рассмотрена группа «Разное», объединяющая новостные сообщения, не соответствующие по своей тематике рассмотренным ранее группам. В нее входят, например, сообщения о капитализации компании, оказании помощи пострадавшей от кризиса компании или банку, информация о совершении крупной сделки, о поставке крупного заказа или о получении нового большого заказа, новости о вмешательстве того или иного регулятора, например, на валютном рынке с

целью стабилизации курса и т.п. Среди всего многообразия новостных сообщений, входящих в данную группу, было выделено несколько небольших подгрупп: сообщения рейтинговых агентств (10%); сообщения о недостатках предлагаемых товаров (8%); сообщения о некоем предложении или законе, внесенном на рассмотрение или уже утвержденном (20%); сообщения о выходе нового продукта на рынок (12%); сообщения о забастовках, необычных происшествиях, скандалах (18).

32% из общего числа контекстов данной группы занимают различные сообщения, не связанные между собой одной тематикой (сообщения о развитии кризиса в той или иной стране; о размере зарплаты известного предпринимателя; смерти какого-либо деятеля; об экспериментах школы экономики и т.п.). Тексты данной группы, в большинстве своем относятся к числу курьезов, «квази-событий».

Проведенное исследование показало, что для группы текстов «Разное» характерна та же система маркеров событийности, которая реализуется в других текстах англоязычного новостного экономического дискурса, что свидетельствует об устойчивости языковых форм, используемых для маркировки событий.

Образность как один из маркеров событийности достаточно часто употребляется во всех выделенных группах. В ходе исследования установлено присутствие в новостном экономическом дискурсе репрезентатов метафоры войны или сражения (она является самой распространенной), метафоры движения (характерной в основном для текстов группы II), метафор (громкого) звука, воды, огня, здоровья и медицины, метафоры путешествия, а также присутствие персонификации экономического явления.

В новостном экономическом дискурсе реализуются и идиомы, что, по сути, должно быть нехарактерным для текстов такого небольшого объема. Отмеченные случаи реализации идиом в целом ряде случаев основываются на перечисленных выше метафорических концептах: метафоре войны,

метафоре движения и на персонификации. Некоторые идиомы не основываются на известных метафорических концептах, однако, объединяются в группы по общности семантики: по указанию на конец события, на цвет, на удачу. В отдельных случаях встречаются индивидуальные образы, придуманные конкретно под определенные новостные сообщения и не повторяющиеся в других контекстах

Помимо собственно маркеров событийности в экономическом новостном дискурсе отмечен целый ряд различных приемов, которые используются авторами новостного дискурса для того, чтобы оживить повествование и привлечь внимание читателя. Наиболее часто используется аллюзия на произведения английской, американской, мировой литературы и фольклор; аллюзия на Библию, мифологию и античный мир; на искусство и культурную жизнь; нравы и обычаи; на историю и политику; экономику и финансы. Аллюзии служат фоном описываемого события, создают впечатление культурного единства экономического информационного пространства, но не рассматриваются в данном исследовании как маркеры событийности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятие «событие» – многогранно: на протяжении долгого времени оно изучалось с различных точек зрения – в рамках философии языка, грамматики, когнитивной лингвистики, фреймовой семантики. Было установлено, что для определения события необходима реализация таких параметров как: время, пространство, фактор движения или изменения, а также наличие участников события.

Следует различать такие смежные понятия как «событие», «факт», «процесс», «действие», «ситуация».

Так, «факт» и «событие» лежат в разных координатах: первое ориентировано на координаты истинности и ложности, последнее существует во времени и пространстве.

«Процессы» и «события» различаются на основании оппозиции «ограниченность/ неограниченность»: «процесс» длится, «событие» происходит в ограниченный интервал времени. Далее, разграничение данных понятий следует проводить по их основной характеристике: у «события» это – изменение, у «действия» – агенс, у «процесса» – пациенс. Однако, несмотря на ряд различных признаков, представляется затруднительным провести четкие границы между указанными тремя понятиями.

Существует два подхода к разграничению понятий «событие» и «ситуация»: с одной стороны, «событие» представляет собой структурный элемент «ситуации», однако многие исследователи считают, что существенных различий между этими двумя понятиями нет.

Анализ характеристик события через контрастивное сопоставление его со смежными понятиями позволяет определить событие как многомерное динамическое явление, представляющее собой лично или социально значимое изменение состояния через проявление объектом некоторого

своего свойства во времени и пространстве, либо через изменение количества или качества объектов, их свойств и отношений.

Многие исследователи стремились выделить концептуальные основания события как семантического и текстового явления. Л. Талми моделирует события исходя из грамматической основы ситуации, которая описывает это событие в тексте. О.К. Ирисханова предлагает когнитивную модель событийного имени, и понимает под событием изменение, главной характеристикой которого является его важность и уникальность.

Моделирование когнитивной структуры события было принято нами в качестве методологической базы данного исследования реализации семантики события в англоязычном экономическом дискурсе.

Исследование проводилось на материале дискурса, объединяющего в себе черты медийного и экономического, поскольку, мы исследовали новостной дискурс экономической направленности.

Классификация собранного материала позволила выделить 5 тематических групп текстов: сообщения о судебных решениях в сфере экономики (12%); сообщения об изменениях экономических показателей (32%); тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики (18%); тексты, представляющие объявления/ заявления о событиях в сфере экономики (22%) и сообщения о назначениях/ увольнениях в крупных компаниях (6%). В рубрику «разное» были отнесены новостные сообщения разнообразной тематики, которые нельзя отнести ни к одной из перечисленных выше групп (10%).

Каждая из выделенных тематических групп текстов основывается на фреймовой структуре, включающей в себя общие блоки «деятели», «действие» и «причины». В зависимости от тематики группы блок «действие» у каждой группы различен: в группе I – это «действие + инструмент»; в группе II – «действие» = «изменение» или его «отсутствие»; в группе III – действие выражено в приобретении или продаже компаний или активов; в группе VI реализуется блок «заявление о действиях»; в группе V



действие отражено в назначении, увольнении или уходе с поста того или иного лица. В выделенных фреймовых структурах присутствует также определенный набор вариативных блоков. Это такие блоки, как «пациенс», «история», «детали», «следствие». Блок «пациенс» присутствует только в группах I, III и V, где представляется важным наличие пострадавшей или приобретшей стороны. Блок «истории» появляется в группах I, VI и V и фиксирует информацию об истории, предшествующей происходящему описываемому событию. Блок «следствие» присутствует во всех группах, кроме группы V и сопряжен с прогнозом дальнейшего развития описываемого в сообщении события. В группе III присутствует блок «детали», включающий в себя указание непосредственно на сумму сделки, а также на конкретные условия слияния или поглощения одной фирмы другой.

В ходе исследования были выделены следующие маркеры событийности, встречающиеся в анализируемом материале:

- использование количественных показателей,
- усеченных или развернутых цитат,
- оценочной лексики и образных выражений, в том числе репрезентантов концептуальных метафор,
- использование интенсификаторов и сравнений,
- наличие в сообщении событийных существительных,
- указания на внешнюю реакцию на описываемое событие, т.е. описание возможных последствий и изменений на рынке.

Данные маркеры событийности во всех выделенных фреймовых структурах в основном локализируются в блоках «причины», «следствие» и «предыстория». Однако, для каждой фреймовой структуры отдельной группы, в зависимости от ее тематики, характерна своя частная локализация. В группе V (сообщения о назначениях / увольнениях в сфере экономики) маркеры событийности, в основном, локализируются в блоке «пациенс», фиксирующем того, кто покидает свой пост или получает новое назначение. В группе III (тексты, содержащие информацию о сделках в сфере экономики)

маркеры событийности сосредоточены в блоке «деятель», описывающем участников сделки. Для группы I (сообщения о судебных решениях в сфере экономики) характерна локализация маркеров событийности в блоке «действие + инструмент», где приводится информация о характере судебного решения. В группе II (тексты, описывающие изменения экономических показателей) можно выделить три блока, для которых характерна локализация маркеров событийности, а именно, – блоки «изменение», «количество» и «время», в каждом из которых содержится конкретная информация об описываемом изменении. И наконец, в группе IV (сообщения об увольнениях / назначениях в сфере экономики) маркеры событийности характерны для блока «заявление», где содержится информация о его содержании.

Языковые средства, реализующиеся в англоязычном новостном экономическом дискурсе и выступающие в качестве указания на исключительность, индивидуальность, особенность происходящего, превращая новостное сообщение в событие, имеют разную степень активности.

Наибольшей активностью характеризуется использование интенсификаторов, которое занимает ведущее положение во всех рассмотренных группах текстов. Важной особенностью их использования является то, что они часто употребляются вместе с числовыми показателями, которые находятся на втором месте по активности среди маркеров событийности. Наиболее активно количественные показатели используются в группах I, II и III и обладают меньшей активностью в группах IV и V.

Следующими по степени активности маркерами событийности, которые реализуются во всех выделенных группах, являются использование усеченных или развернутых цитат, а также использование оценочной лексики.

Во многих группах также присутствует такой маркер событийности как наличие указания на реакцию на событие со стороны рынка, инвесторов или общественности.

Использование визуальной поддержки в виде графических средств реализуется также во всех группах, но в минимальном количестве.

Наименее активный маркер – это наличие в новостном сообщении событийного существительного, такого как “scandal”, “dispute”, “row” и т.п.

Для новостных сообщений характерно наличие сразу нескольких маркеров событийности с целью акцентирования важности происходящего.

Выбор маркеров связан с тематикой текста. Числовые показатели как маркер событийности наиболее часто появляются в группе II (85%), реже всего – в группе V. Существительные с событийной семантикой одинаково редко реализуются во всех тематических группах текстов, за исключением группы I (18%). Цитаты как самый частотный маркер событийности присутствуют в группе IV (35%) и реже всего этот маркер можно встретить в группе V (10%). Интенсивы наиболее часто встречаются в группе III (47%), и реже всего, точно также как и предыдущей маркер, в группе V (20%). В группе V чаще всего реализуются оценочные средства (49%). Данный маркер в достаточном количестве присутствует во всех пяти группах, но самой малочисленной является группа I (24%). График как маркер событийности наиболее часто встречается в группе II (15%). В целом, он присутствует в небольшом количестве во всех пяти группах, и почти не встречается в группе V (2%). И наконец, последний из выделенных маркеров событийности – указание на реакцию финансовых организаций – наиболее часто реализуется в группе I (17%), и реже всего в группе V (7%).

Для верификации выявленных закономерностей была рассмотрена группа «Разное», объединяющая новостные сообщения, не соответствующие по своей тематике рассмотренным ранее группам. В эту группу входят сообщения о капитализации компании, оказании помощи пострадавшей от кризиса компании или банку и т. п. Среди всего многообразия новостных

сообщений, входящих в данную группу, было выделено несколько небольших подгрупп: сообщения рейтинговых агентств (10%); сообщения о недостатках предлагаемых товаров (8%); сообщения о неком предложении или законе, внесенном на рассмотрение или уже утвержденном (20%); сообщения о выходе нового продукта на рынок (12%); сообщения о забастовках, необычных происшествиях, скандалах (18). 32% из общего числа текстов данной группы занимают различные сообщения, не связанные между собой одной тематикой. В большинстве своем такие сообщения относятся к числу курьезов, они были обозначены нами как «квази-события».

Образность как один из маркеров событийности достаточно часто употребляется во всех выделенных группах и реализуется в многочисленных метафорах и идиомах. В ходе исследования было установлено присутствие в новостном экономическом дискурсе репрезентатов концептуальной метафоры войны или сражения (она является самой распространенной), концептуальной метафоры движения (характерной в основном для текстов группы II), концептуальных метафор (громкого) звука, воды, огня, здоровья и медицины, концептуальной метафоры путешествия, а также присутствие персонификации экономического явления. Отмечены случаи реализации идиом, которые во многом основываются на перечисленных выше метафорических концептах. В целом концептуально-метафорическая репрезентация является одним из важных когнитивных механизмов, продуцирующих языковые средства, выступающие в качестве маркеров событийности в англоязычном новостном дискурсе экономического характера.

Помимо собственно маркеров событийности в экономическом новостном дискурсе отмечен целый ряд различных приемов, которые используются авторами новостного дискурса для того, чтобы оживить повествование и привлечь внимание читателя. Наиболее часто используется аллюзия. Аллюзии служат фоном описываемого события, создают

впечатление культурного единства экономического информационного пространства; однако они не рассматривались в данном исследовании как маркеры событийности.

Проведенное исследование, а также разработанная в ходе изучения языкового материала методика, позволяют наметить направления дальнейшего анализа категории событийности в англоязычном дискурсе. Прежде всего, возможно перейти к рассмотрению экономического дискурса бóльшего объема и выделить цепочки событий, описываемых в тексте. Можно полагать, что группы событий, реализующихся в тексте, образуют разные фреймовые конфигурации, которые в дальнейшем можно сравнить с цепочками (и конфигурациями) событий в политическом дискурсе, спортивном дискурсе и т.д. Кроме того, интерес представляет дальнейшее изучение маркеров событийности и их сопоставление в разных видах дискурса.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Абанина И.Л. Специфика интертекстуальных связей в аналитическом жанре газеты (на материале аналитических статей англо-американских газет): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 212 с.
2. Александрова О.В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тезисы докладов международной научной конференции. – М.: Изд-во МГЛУ «Рема», 2001. – С. 48–49.
3. Александрова О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 89–99.
4. Алещанова И.В. Цитация в газетном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2000. – 22 с.
5. Андрюхина Т.В. Метафора в экономическом дискурсе // Филологические науки в МГИМО. – М.: МГИМО, 2011. – С. 6–20.
6. Андрюхина Т.В. Межкультурные параметры метафорического моделирования в политическом дискурсе // Вестник МГИМО Университета. – М.: МГИМО, 2016. – № 1 (46). – С. 63–69.
7. Арнольд И.В. Современная лингвистика и теория контекста // Вопросы английской контекстологии. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1990. – Вып. 3. – С. 13–19.
8. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл. – М.: Наука, 1976. – 384 с.
9. Арутюнова Н.Д. К проблеме функциональных типов лексического значения // Аспекты семантических исследований. – М.: Наука, 1980. – С. 156–249.
10. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, факт, событие. – М.: Наука, 1988. – 338 с.
11. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
12. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Наука, 1998. – 893 с.

13. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 104 с.
14. Барабанщиков В.А. Восприятие и событие. – СПб.: Алетея, 2002. – 512 с.
15. Баранов А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия АН. Серия литературы и языка. – 2004. – Т. 63 № 1. – С. 33–43.
16. Белоголова А.С. Лингвокогнитивные и прагматические особенности моделирования события «Международный конфликт» в англо-американских СМИ (на примере конфликта в Сирии) // События в коммуникации и когнициии: материалы международн научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 42–43.
17. Беляевская Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах: когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1992. – 401 с.
18. Беляевская Е.Г. К проблеме конструирования языковых образов // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2011. – № (627) Языкознание. – С. 24–32.
19. Беляевская Е.Г. Фреймы «действия» и «деятельности» как основание классификации лексических единиц // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2013. – №20 (680) Языкознание. – С. 18–28.
20. Беляевская Е.Г. Методы анализа лексической семантики в когнитивной лингвистике // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2014. – № 20 (706) Языкознание. – С. 9–22.
21. Беляевская Е.Г. Моделирование семантики события: событие и событийность // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 44–45.
22. Бисималиева М.К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филологические науки. – 1999. – №2. – С. 78–85.
23. Бодэ С. Репрезентация состояния, события, каузальности и действия // Вопросы психолингвистики. – М.: Московская международная академия, 2004. – №2. – С. 6–18.

24. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. – 3-е изд., стер. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2002. – 123 с.
25. Болдырев Н.Н. Репрезентация знаний в системе языка // Вопросы когнитивной лингвистики. – М., 2007. – №4 (013). – С. 17–28.
26. Бондарчук Г.Г. Когнитивно-семиотические основания развития категории предметных имен в английском языке (на материале английских наименований одежды): автореф. дис. ... док. филол. наук. – М., 2011. – 23 с.
27. Борисова Е.Г. Аналитическая номинация событий // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 49–50.
28. Бородько Д.А. Лингвистический статус новостного дискурса // Университетские чтения – 2012: материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Пятигорск: ПГЛУ, 2012 – Часть IV. – С. 14–18.
29. Бородько Д.А. Вербализация концепта «вооруженный конфликт» в немецкоязычном новостном интернет-дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2013. – 236 с.
30. Буданова Е.А. Методика обучения переводу на основе лингво-когнитивных моделей: начальный этап, языковой вуз: дис. ... канд. пед. наук. – М., 2001. – 211 с.
31. Булыгина Т.В. К построению типологии предикатов в русском языке // Семантические типы предикатов. – М.: Наука, 1982. – С. 7–86.
32. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Идентификация событий: онтология, аспектология, лексикография // Логический анализ языка. – М., 1992. – С. 108–115.
33. Варфоломеева И.В. Дискурсивное событие предложения в естественной коммуникации в английском и русском языках // Альманах современной науки и образования. – Тамбов, 2011. – № 3. – С. 220–223.
34. Вендлер З. Факты в языке. Философия, логика, язык. / под общ. ред. Д.П. Горского и В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. – 336 с.
35. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. – М: Иностранная литература, 1958. – 136 с.
36. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. / пер. с англ. и нем. Карасика В.И., Трошиной Н.Н. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.



37. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. – М.: Академиздатцентр «Наука», 2001– № 11. – С. 64–79.
38. Волкова О.С. Событийная аттрактивность текста новостного сообщения. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 59–61.
39. Володина М.Н. Язык массовой коммуникации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тезисы докладов международной научной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 11–13.
40. Вольф Е.М., Романова Г.С. Семантика общесобытийных существительных и их роль в тексте // Грамматический строй и стилистика романских языков. – Калинин, 1979. – С. 18 – 25.
41. Вольф Е.М. Оценочное значение и соотношение признаков «хорошо/плохо». // Вопросы языкознания. – 1986. – №5. – С. 98–106.
42. Воробьева О.В. О событии и событийности в историческом познании // Диалог со временем. – М.: Редакция журнала «Диалог со временем», 2014. – С. 31–44.
43. Воротникова Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ: дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2005. – 212 с.
44. Выготский Л.С. Психология искусства. – М., 1996. – 572 с.
45. Гак В.Г. Высказывание и ситуация // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1973. – С. 349–372.
46. Гак В.Г. К типологии лексических номинаций // Языковая номинация. Общие вопросы. – М.: Наука, 1977. – С. 230–293.
47. Голубкова Е.Е. Прецедентное событие сквозь призму прецедентного имени (на материале английского, немецкого и португальского языков) // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 63–65.
48. Гольдин В.Е. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 23–34.

49. Гольдин В.Е., Дубровская О.Н. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий // Жанры речи: сб. науч. статей. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. – Вып. 3. – С. 5–17.
50. Гончаренко В.В., Шингарева Е.А. Фреймы для распознавания смысла текста. – Кишнев: Штиинца, 1984. – 200 с.
51. Гончарова Н.Ю. Концепт «факт» в представлении человека // Связи языковых единиц в системе и реализации: сб. статей. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – С. 48–52.
52. Гришаева Л.И. Способы репрезентации медиасобытия в медиадискурсе // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 65–67.
53. Губик С.В. Когнитивно-дискурсивное исследование английского экономического массмедийного дискурса (на материале журнала the Economist): дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2006. – 207 с.
54. Гуревич В.В. Семантическое противопоставление глагола и существительного // Языковая личность: проблемы значения и смысла. – Волгоград: Перемена, 1994. – С. 36–43.
55. Гурина Р.В., Соколова Е.Е. Фреймовое представление знаний. – М.: Нар. Образование: НИИ шк. технологий, 2005. – 175 с.
56. Данилович А.В. Номинативная и текстообразующая функция событийных имен // Взаимодействие структурного и функционально-семантического аспектов языка. – Минск, 1983. – С. 36–41.
57. Дейк ван Т.А. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. – Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000а. – С. 11–160.
58. Дейк ван Т.А. Контекст и познание. Фреймы знаний и понимание речевых актов. // Язык. Познание. Коммуникация. – Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000б. – С. 12–40.
59. Демьянков В.З. «Событие» в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста. // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1983. – Т. 42. № 4. – С. 320–329.
60. Демьянков В.З. Событийность в языке средств массовой информации // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного

- исследования: тезисы докладов международной междисциплинарной конференции. – М.: Изд-во Московского Университета, 2001. – С. 59–60.
61. Демьянков В.З. Семиотика событийности в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. Часть 2. / отв. редактор М.Н. Володина. – М.: Изд-во Московского университета, 2004. – С. 68–83.
62. Демьянков В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка // Язык. Личность. Текст: сборник статей к 70-летию Т.М. Николаевой / Ин-т славяноведения РАН. Отв. ред. проф. В.Н. Топоров. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 34–55.
63. Демьянков В.З., Кубрякова Е.С. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов: Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2007. – №4. – С. 8–16.
64. Демьянков В.З. О мультидисциплинарности исследования событий. // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 16–18.
65. Денисова В.А. Категория аспекта и конструирование событий в полимодальной коммуникации (на материале русского языка). // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 68–70.
66. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: соврем, англ. медиаречь: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2008. – 264 с.
67. Дроздова Т.В. Проблемы понимания научного текста (англоязычные экономические тексты). – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2003. – 224 с.
68. Дубровская О.Н. Имена сложных речевых событий в русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2005а. – 240 с.
69. Дубровская О.Н. Об интерпретации понятий «событие» и «речевое событие» в лингвистике // Вестник АГТУ. – 2005б. – № 5 (28). – С. 129–135.
70. Дубровская О.Н. Сложные речевые события политической сферы в медийном дискурсе // Личность – Язык – Культура: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: ООО Изд. Центр «Наука», 2008. – С. 202–209.

71. Дьякова М.Л. Метафора в деловом английском как средство воздействия на целевую аудиторию // Российский внешнеэкономический вестник. – М.: ВАВТ, 2015а. – С. 116–120.
72. Дьякова М.Л. Образность и образы в языке бизнеса // Современные подходы к методике обучения иностранным языкам в неязыковых вузах: материалы научно-практической конференции преподавателей кафедр иностранных языков. – М.: ВАВТ, 2015б. – С. 37–42.
73. Дьякова М.Л. Использование фактора адресата в качестве элемента обучающей модели в текстах по деловому английскому // Вестник Череповецкого Государственного Университета. – Череповец: Издательство Череповецкий Государственный Университет, 2017. – С. 84–89.
74. Дьячкова И.Е. Концептуализация события в семантике фразеологизма в условиях индивидуальной дискурсивной номинации (на материале английских идиом с компонентом-антропонимом) // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 70–71.
75. Евсеева Е.А. Использование метода фреймового анализа в исследовании терминологии // Международный конгресс по когнитивной лингвистике. – Тамбов, 2008. – С. 749–751.
76. Жаботинская С.А. Концептуальная модель частеричных систем: фрейм и скрипт // Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Рязань, 2000. – С. 15–21.
77. Жаботинская С.А. Теория номинации: когнитивный ракурс // Вестник МГЛУ. – М.: Изд-во МГЛУ «Рема», 2003. – Вып. 478: Лексика в разных типах дискурса. – С. 145–164.
78. Заботкина В.И. Интегративный подход к репрезентации событий в контексте когнитивной науки // «Диалог со временем». – М.: Редакция журнала «Диалог со временем», 2016а. – № 57. – С. 154–160.
79. Заботкина В.И. Репрезентация событий в ментальных моделях и дискурсе // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016б. – выпуск 7(746). – С. 66–75.
80. Изотова А.А. Деформация «устойчивых метафор» в стиле массовой коммуникации // Язык. Сознание. Коммуникация. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 17. – С. 34–37.

81. Ильин И.П. Дискурс. Дискурсивные практики // Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины. – М.: «Интрада», 1996. – С. 49–50.
82. Ильинова Е.Ю., Волкова О.С. К вопросу о конструировании новостного сообщения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. сер. 2. Языкознание. – 2015. – №4 (28). – С. 107–111.
83. Ильинова Е.Ю. Новостное сообщение: ментальный коррелят события и медиарепрезентация. // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 78–80.
84. Ирисханова О.К. Семантика событийных имен существительных в языке и речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1997. – 24 с.
85. Ирисханова О.К. Социальное искажение при конструировании событий и объектов природы: галантные вороны и самоотверженные моллюски. // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов, 2016. – №1 (46). – С. 5–12.
86. Карасик В.И. О типах дискурса. // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
87. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
88. Караулов Ю.Н. Способы существования элементарных единиц знаний в обыденном языковом сознании // Язык и действительность: сборник научных трудов памяти В.Г. Гака. – М.: ЛЕНАНД, 2007. – С. 53–61.
89. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126–139.
90. Кибрик А.А. Обосновано ли понятие «Дискурс СМИ»? // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел, 2008. – С. 6–11.
91. Киосе М.И. Лингво-когнитивные аспекты аллюзии (на материале заголовков английских и русских журнальных статей): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2002. – 281 с.
92. Киосе М.И. Событийность в текстовых моделях непрямого наименования. // События в коммуникации и когниции: материалы

международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 85–87.

93. Кланщачкова А.Ю. Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования (на материале английского языка): дис.... канд. филол. наук. – Иркутск, 2003. – 181 с.

94. Клименова Ю.И. Онтология метафоры в англоязычном экономическом медиа-дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010. – 238 с.

95. Климинская С.Л. Когнитивное событие в контексте устойчивого развития. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 59–61.

96. Ковальчукова М.А. Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ: дис. ... канд. филол. наук. – Ижевск, 2009. – 170 с.

97. Ковшова М.Л. Об аллюзивных реакциях в экспериментальном исследовании фразеологизмов // Психоллингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы. XVI международный симпозиум по психоллингвистике и теории коммуникации: тезисы докладов. – М.: Изд-во «Эйдос», 2009. – С. 220–221.

98. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №2 (73). Вып. 11. – С. 13–21.

99. Кротова Е.А. Особенности структурной организации новостного дискурса в сети Интернет (на материале англоязычных электронных сообщений): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2012. – 23 с.

100. Кручинкина Н.Д. Номинация событий в предложении в семантико-грамматическом аспекте // Семантические корреляции на лексическом и синтаксическом уровнях. – Саранск, 1990. – С. 121–127.

101. Кубрякова Е.С. Обеспечение речевой деятельности и проблемы внутреннего лексикона // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи / отв. ред. Е.С. Кубрякова. – М., 1991. – С. 82–140.

102. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М., 1997. – 331 с.

103. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: Обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты. Сборник обзоров. – М., 2000. – С. 7–25.
104. Кузнецов В.Г. Концепт «событие» в когнитивно-дискурсивном аспекте // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – Выпуск 7 (746). – С. 127–133.
105. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры: сборник. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387–415.
106. Леонтьев А.А. Образ событий в СМИ и возможности его искажения // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тезисы докладов международной научной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 39–41.
107. Левицкий А.Э. Дискурс и перевод // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: материалы I всероссийской научно-практической конференции. – Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2017. – С. 230–235.
108. Ли В.С. О категориальном статусе инфинитива и событийных имен // Фортунатовский сб.: материалы науч. конференции, посвященной Моск. Лингвист. Школе 1897–1997 гг. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – С. 146–151.
109. Ляшевская О.Н., Рахилина Е.В. Многозначность сквозь призму дискурса. // Инструментарий русистики: корпусные подходы. – Helsinki, 2008. – Вып. 34. – С. 217–232.
110. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
111. Машкова Е.В. Репрезентация фрейма «достижение успеха» глагольными лексемами современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2010. – 193 с.
112. Мельникова Е.А. Когнитивно-дискурсивные особенности медиа репрезентации события в англоязычном тексте новостного сообщения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2016. – 23 с.
113. Миллер Дж. Образы и модели, уподобления и метафоры // Теория метафоры: сборник. – М.: Прогресс, 1990. – С. 236–287.
114. Минский М. Фреймы для представления знаний / под ред. Ф.М. Кулакова. – М.: Энергия, 1979. – 151 с.

115. Миронова Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики. – М., 1997. – 158 с.
116. Моисеенко Л.В. Коммуникативное событие и событие в коммуникации: к дифференциации понятий. // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 106–108.
117. Мохирева С.В. Реальное событие и вербальный факт в текстах российских СМИ // Журналистский ежегодник. – Томск: Национальный исследовательский Томский гос. университет, 2012. – №1. – С. 114–117.
118. Николаева Т.М. «Событие» как категория текста и его грамматические характеристики // Структура текста. – М.: Наука, 1980. – С. 198–210.
119. Никонова Ж.В. Теория фреймов в лингвистических исследованиях. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 144 с.
120. Никулина Е.А. Лаврова Н.А. Контаминация как один из аспектов рекламного дискурса // Преподаватель XXI век. – М.: Прометей, 2009. – №9. часть 2. – С. 305–312.
121. Никулина Е.А. Английские паремии в профессиональном дискурсе (на примере романа Э. Сигала «Врачи») // Англистика XXI века: материалы VII Всероссийской межвузовской научно-методической конференции. СПб.: Автономная некоммерческая организация консолидации образовательного пространства «Университетские Образовательные Округа», 2014а. – С. 90–94.
122. Никулина Е.А. Проблемы современной отечественной и зарубежной лексикографии и фразеологии // Материалы седьмой международной научной конференции «Язык: категории, функции, речевое действие» – Москва – Коломна, 2014б. – Вып. 7. – С. 122–125.
123. Никулина Е.А. Использование терминологизмов в английском публицистическом дискурсе (на материале качественной прессы и электронных ресурсов // Сборник материалов научной сессии по итогам выполнения научно-исследовательской работы на факультете иностранных языков МГПУ за 2014-2015 год. – М.: Национальный книжный центр, 2015. – С. 143–147.
124. Никулина Е.А. Лексема word в современной английской фразеологии и паремиологии // Язык: категории, функции, речевое действие: материалы



девятой научной конференции с международным участием, 14–15 апреля 2016. – М.: МПГУ, 2016а. – С. 104–106.

125. Никулина Е.А. Изучение некоторых английских анималистических фразеологизмов в гендерном аспекте // Преподаватель XXI век. – М.: «Прометей», 2016б. – № 3. – С. 300–306.

126. Ноздрин Л.А. Поэтика грамматических категорий. Курс лекций по интерпретации художественного текста. – М., 2000. – 232 с.

127. Ольшанский И.Г., Ларионова М.А. Лингвокультурные аспекты экономического дискурса (на материале современных англоязычных и немецких СМИ) // Вестник МГЛУ. – М.: «Рема», 2007. – С. 160–179.

128. Павлова А.В. Статальная категоризация событий в современном английском языке. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М. ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С.116–118.

129. Падучева Е.В. Структура события: семантические роли, аспектуальность, каузация // Научно-техническая информация. – 2009. – Серия 2. №6. – С. 38–45.

130. Паршин П.Б. Семантика лексем «событие» и «событийный» в некоторых (квази)терминологических выражениях // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 118–120.

131. Переверзев К.А. Высказывание и ситуация // Вопросы языкознания. – 1998. – №5. – С. 24–52.

132. Переверзев К.А. Пространства, ситуации, события, миры: к проблеме лингвистической онтологии // Логический анализ языка. Языки пространств / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 255–267.

133. Писанова Т.В. Реконструкция и оценка события в полисубъектной среде телевизионного новостного дискурса. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С.124–126.

134. Попова З.Д., Стернин. И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2010. – 314 с.

135. Путивцева И.А. Функционально-семантическое поле временной характеристики события: дис. ... канд. филол. наук. – Таганрог, 2006. – 133 с.
136. Рассел Б. Человеческое познание. – М., 1957. – 555 с.
137. Резникова С.С. Концепт «событие» и способы его вербальной репрезентации в СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб, 2006. – 22 с.
138. Руденко Д.И. Количественность и семантика имени // Теория функциональной грамматики: Качественность. Количественность. / отв. ред. А.В. Бондарко. – СПб.: Наука, 1996. – С. 181–214.
139. Руднев В.П. Феноменология события // Русский язык. – 1992. – №2. – С. 226–238.
140. Руднев В.П. Теоретико-лингвистический анализ художественного дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1996. – 46 с.
141. Самойленко Н.А. Семантика событийности и способы ее выражения: дис. ... канд. филол. наук. – Алма-Ата, 1991. – 195 с.
142. Семина И.А. Событие в аспекте широкозначности // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 136–138.
143. Селиверстова О.Н. Второй вариант классификационной сетки и описание некоторых предикатных типов русского языка // Семантические типы предикатов. – М., 1982. – С. 86–158.
144. Сескутова И.К. События в политическом дискурсе США: проблемы смыслоформирования. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 138–139.
145. Сильницкий Г.Г. Семантические типы ситуаций и семантические классы глаголов // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1973. – С. 373–391.
146. Скоромолова Ю.В. Проблема ситуативной референтности субъектного имени. Событие и ситуация. // Известия тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – Тула: Тульский государственный университет, 2011. – № 2-3. – С. 485–492.

147. Сорокина Т.С. Субконцепт «событие» и языковая картина мира. // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 145–147.
148. Степанова А.А. Культурное событие в дискурсе массмедиа (на примере англоязычных электронных газет) // Вестник Московского Государственного Областного Университета. – М.: Московский гос. областной университет, 2013. – Серия: Лингвистика, № 2. – С. 19–22.
149. Степанова М.А. Событийные имена и их роль в организации дискурса (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2003. – 184 с.
150. Степанов Ю.С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности. // Язык и наука конца 20 века. – М., 1995. – С.35–73.
151. Ступникова Л.В. Обучение профессионально ориентированному дискурсу в правовой сфере в условиях межкультурного взаимодействия (англ. яз, неязыковой ВУЗ): дис. ... канд. пед. наук. – М., 2010. – 291 с.
152. Сухоплещенко Ю.Ф. Когнитивная структура прагматически ориентированных лексических новообразований (на материале британской прессы): дис. ... канд. филол. наук. – М., 1994. – 259 с.
153. Таривердиева М.А. Отображение событий в языковой традиции. // Вестник МГЛУ. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – Выпуск 7 (746). – С. 250–255.
154. Транов А.А. Семантическая типология события // Синтаксис предложения и текста. – Пятигорск, 1989. – С. 165–180.
155. Трещева Е.Г. Имена ситуаций-событий и типология их ассоциативных полей: дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2012. – 241 с.
156. Ушникова О.В. Лингвопрагматические и социокультурные особенности газетных текстов британский прессы: дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2003. – 165 с.
157. Филиппов А.В., Ковалев С.В. Ситуация как элемент психологического тезауруса // Психол. Журн. – 1986. – 7. №1. – С. 14–21.
158. Филлмор Ч. Дело о падеже // НЗЛ. Вып. X. – М., 1981. – С. 369–495.
159. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // НЗЛ. Вып. XXIII. – М., 1988. – С. 52–90.

160. Фуре Л.А. Когнитивная структура событий // Филология и культура – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Державина, 2001. – С. 25–28 .
161. Харитончик З.А. Способы концептуальной организации знаний в лексике языка // Язык и структуры представления знаний: сб. науч.-аналит. обзоров / – М., 1992. – С. 98–123.
162. Хахалева А.Ю. Полимодальные средства презентации коммуникативного события в интернет-дискурсе // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 159–160.
163. Шабес В.Я. Событие и текст. – М.: Высшая школа, 1989. – 175 с.
164. Шарафутдинова С.В. Формирование социальной оценки в дискурсе СМИ: дис. ... канд. филол. наук. – Ижевск, 2010. – 176 с.
165. Шейгал Е.И. Дискурс как семиотическое пространство // Материалы международной научной конференции «Язык и культура». – М., 2001. – С. 80–84.
166. Шибанова Е.О. Метафорические концептуальные системы в сфере экономики и политики (на материале англоязычной прессы): дис. ... канд. филол. наук. – М., 1999. – 236 с.
167. Шмид В. Нарративные уровни «события», «история», «наррация» и «презентация наррации» // Текст. Интертекст. Культура: сборник докладов международной научной конференции. – М.: Азбуковник, 2001. – С. 25–40.
168. Якушева И.В. Типология и семантико-функциональные характеристики событийных существительных английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1984. – 195 с.
169. Якушева И.В. Категория события в лингвистике // Лингвистические и психолингвистические исследования языка и речи. – М., 1986. – С. 212–218.
170. Якушева И.В. Лингвистическое понимание события // Гуманитарные науки и современность: ежегодн. сб. научн. трудов. – Пенза, 1995. – С. 27–32.
171. Amaro R., Mendes S., Marrafa P. Encoding event and argument structure in wordnets // Text, speech and dialogue. 13<sup>th</sup> International Conference. – Brno, Czech Republic, 2010. – pp. 21–28.

172. Andersen K.E. Persuasion. Theory and practice. – Boston: Allyn and Bacon, 1978. – 431 p.
173. Artikis A., Skarlatidis A., Portet F., Paliouras G. Logic-based event recognition. // Knowledge Eng. Review. – 2012. –27(4). – pp. 469–506.
174. Bach E. Algebra of events // Linguistics and philosophy. – 1986. – V. 9. #1. – pp. 5–16.
175. Bell A. Language and the media // Annual review of applied linguistics. – 1995. – Vol. 15. – p. 23–41.
176. Bell A. The language of news media. – Oxford: Blackwell, 1991. – 277 p.
177. Bennett W. L. Mass media news, mass mediated politics // State of the art: issues in contemporary mass communication / D. Shimkin, H. Stolerman, H. O'Connor (eds.). – New York: St. Martin's Press, 1992. – pp. 228–238.
178. Bennett, J. F. Events and their names. – Oxford: Clarendon Press, 1988. – 240 p.
179. Bennett, J. F. What events are. // the Blackwell guide to metaphysics. – Blackwell, 2002. – pp. 43–65.
180. Bouabdallah A. A., Amghar T., Levrat B. These nouns that hide events: an initial detection. // Text, speech and dialogue. 13<sup>th</sup> International Conference. – Brno, Czech Republic, 2010. – pp. 59–66.
181. Boutet D., Morgenstern A. Grammatical aspect and gesture in French: reenacting past events // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 11–13.
182. Brand M. Particulars, events, and action. // Action theory. Proceedings of the Winnipeg conference on human action. – Holland: D. Reidel publishing company, 1975. – pp. 123–148.
183. Chafe W. Discourse, consciousness and time: The flow and displacement of conscious experience in speaking and writing. – Chicago: The University of Chicago Press, 1994. – 392 p.
184. Chilton P. Discourse space theory: geometry, brain and shifting viewpoints // Annual review of cognitive linguistics. – 2005. – Vol 3. – pp. 78–116.

185. Chilton P. News stories: some dimensions of narrative in the print media // Rhetoric in society. Conference Abstracts. – Aalborg: Aalborg University, 2006. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://diskurs.hum.aau.dk/rhetorics2006/abstracts.htm>
186. Clenki A. Qualities of event construal in speech and gesture: aspect and tense // События в коммуникации и когнициии: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 13–15.
187. Cutting James E. Six tenets for event perception. // Cognition. – 1981. – №10. – pp. 71–78. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.academia.edu/15055888/Vectors\\_viewpoint\\_and\\_viewpoint\\_shift\\_toward\\_a\\_discourse\\_space\\_theory](http://www.academia.edu/15055888/Vectors_viewpoint_and_viewpoint_shift_toward_a_discourse_space_theory)
188. Davidson D. On events and event description. Fact and existence. – Oxford: Basil Blackwell, 1969a. – pp.74–84.
189. Davidson D. The individuation of events. // Essays in honour of Carl G. Hempel. – Dordrecht, 1969b. – pp. 216–234.
190. Davidson D. Essays on actions and events. – Oxford, 1980. – 320 p.
191. Davidson, D. Events as particulars. // Essays on actions and events. – Oxford: Clarendon Press, 2001. – pp. 181–187.
192. Dayan D., Katz E. Media events. // The Live broadcasting of history. – Cambridge, 1992. – 306 p.
193. Dijk van T. A. Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse. – New York: Longman, 1980. – 261 p.
194. Dijk van T. A., Kintch W. Strategies of discourse comprehension. – New York: Academic Press, 1983. – 418 p.
195. Dijk van T. A. News as discourse. – NJ: Erlbaum, 1988. – 200 p.
196. Dijk van T. A. Discourse, ideology and context // Folia Linguistica. – Barcelona, 2001. – Vol. XXXVI/1-2. – pp. 11–40.
197. Dik Simon S. Studies in functional grammar. – London: Academic press, 1980. – 245 p.
198. Dretske F.I. Referring to events // Contemporary perspectives in the philosophy of language. – Minneapolis, 1979. – pp. 90–99.

199. Duchan Judith F. Everyday events: their role in language assessment and intervention. // *Pragmatics of language. Clinical practice issues.* – Chapman and Hall, 1991. – pp. 43–98.
200. Evans V., Green M. *Cognitive linguistics: an introduction.* – Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, 2006. – 812 p.
201. Fairclough N. *Media discourse.* – London, 1995. – 156 p.
202. Fillmore Ch. J. Linguistics as a tool for discourse analysis. // *Handbook of Discourse Analysis: V. I. Disciplines of Discourse* / T. A. van Dijk (ed.). – London: Academic Press, 1985. – pp. 11–39.
203. Garrett P., Bell A. *Media and discourse: a critical overview* // *Approaches to media discourse* / A. Bell and P. Garrett (eds.). – Oxford UK and Maiden, Mass. USA: Blackwell Publishers, 2003. – pp. 1–20.
204. Gee J. P. *An Introduction to discourse analysis* // *Theory and method.* – London: Routledge, 1999. – 203 p. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://anekawarnapendidikan.files.wordpress.com/2014/04/an-introduction-to-discourse-analysis-by-james-paul-gee.pdf>
205. Georgeff M., Morley D., Rao A. Events and processes in situation semantics. // *Situation theory and its application.* – Stanford, 1993. – pp.119–140. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.53.1635>
206. Gilbert C. The Internet and newspapers: a dilemma in response. [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.digitaledge.org/monthly/2001\\_02/HBSmain.html](http://www.digitaledge.org/monthly/2001_02/HBSmain.html)
207. Gill R. *Discourse analysis: methodological aspects.* // *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences.* – Leicester: British Psychological Society, 1996. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://onlineqda.hud.ac.uk/files/Hammersley\\_guide.pdf](http://onlineqda.hud.ac.uk/files/Hammersley_guide.pdf)
208. Grimes J. E. *The thread of discourse.* – The Hague: Mouton, 1975. – 408 p.
209. Goffman E. *Frame Analysis. An Essay on the organization of experience.* – NY, 1974. – 586 p.
210. Goldberg A. E. *Verbs, constructions and semantic frames.* // *Lexical semantics, syntax and event structure.* – New York: Oxford University Press, 2010. – pp. 39–58.

211. Hacker P. M. S. Events, ontology and grammar. // *Philosophy*. – 1982a. – Vol. 57. – pp. 477–486.
212. Hacker P.M. Events and objects in space and time. // *Mind*. – 1982b. – v. 91. # 361. – pp. 1–19.
213. Hank J. A Methodology for frame analysis: from discourse to cognitive schemata. // *Social movements and culture*. – London: UCL Press, 1995. – pp. 217–246.
214. Hartley J. Understanding news. – Suffolk: Richard Clay Ltd, 1982. –203 p.
215. Hempel C. G. Aspects of scientific explanation and other essays. *Philosophy of science*. – New York: Free Press, 1965. – 505 p.
216. Janda L. A. The classification of event structures in Russian. // *События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции*. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 19–21.
217. Kim J. Causation, emphasis, and events. // *Contemporary perspectives in the philosophy of language*. – Minneapolis: University of Minnesota press, 1979. – pp. 369–378.
218. Kim J. Causation, nomic subsumption and the concept of event // *Journal of philosophy*. – 1973. – vol. 70. issue 2. – pp. 28–43.
219. Kim, J. Events and their descriptions: some considerations. // *Essays in honor of Carl Hempel*. – Dordrecht: D. Reidel Publishing Company, 1969. – pp.198–215.
220. Kim, J. Events as property exemplifications. // *Supervenience and mind*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – pp. 33–52.
221. Koenig E., Traugott E. C. Divergence and apparent convergence. The development of yet and still. – *BLS*, vol. 8. – 1982. – pp. 170–179.
222. Labov W., Waletzky J. Narrative analysis.// *Essays on the verbal and visual arts.*/ J. Helm (ed.). – Seattle: U. of Washington Press, 1967. – pp. 12–44.
223. Langacker R. W. Interactive cognition: toward a unified account of structure, processing and discourse // *International journal of cognitive linguistics*. – 2013. – Vol. 3. # 2. – pp. 95–125.
224. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. –Xiii. – 242 p.



225. Law P. Argument structure in nominalization. // Toronto working papers in linguistics. – vol. 12. # 1 (1193). – pp. 139–152.
226. Martin R.M. Events and actions: some comments on Brand and Kim. Action theory. // Proceedings of the Winnipeg conference on human action. – Dordrecht: D. Reidel publishing company, 1976. – pp. 193–196.
227. Menzel P. Semantics and syntax in complementation. – The Hague – Paris: Mouton, 1975. – 213 p.
228. Minsky M. I. Materie, geist, modell // Semantik und kuenstliche Intelligenz. Beitrage zur automatischen Sprachbearbeitung II. – Berlin, 1977. – pp. 11–20.
229. Mittelberg I. Multimodal speech events: Jakobsonian perspective on their metonymic and multifunctional nature // События в коммуникации и когниции: материалы международной научной конференции. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 25–28.
230. Mittwoch A. Event measurement and containment. // Lexical semantics, syntax, and event structure. – New York: Oxford University Press, 2010. – pp. 252–266.
231. Nelson K. Event knowledge. Structure and function in development. – Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1986. – 240 p.
232. Pederson E., Bohnemeyer J. On representing events // Event representation in language and cognition / J. Bohnemeyer and E. Pederson (eds.). – Cambridge: Cambridge University Press, 2014. – pp. 2–13.
233. Pike K. L. Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior (part 1) – Glendale, CA: Summer Institute of linguistics, 1954. [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://cvc.cervantes.es/lengua/thesaurus/pdf/12/TH\\_12\\_123\\_246\\_0.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/thesaurus/pdf/12/TH_12_123_246_0.pdf)
234. Pianesi F., Varzi A. Events and event talk: an introduction. // Speaking of events. / James Higginbotham, Fabio Pianesi, and Achille C. Varzi (eds). – NY: Oxford University Press, 2000. – pp. 3–47.
235. Pustejovsky, J. The Syntax of event structure. // The language of time: a reader. – New York: Oxford University Press, 2005. – pp. 33–60.
236. Quinton A. M. Objects and events. // Mind. – 1979. – v. 88. #350. – pp.197–215.

237. Rappaport Hovav et al. *Lexical Semantics, syntax, and event structure*. – New York: Oxford University Press, 2010. – pp. 1–19.
238. Rappaport Hovav, M. and B. Levin. *Building verb meanings. // the Projection of arguments: lexical and syntactic constraints*. – Stanford : CSLI Publications, 1998. – pp. 97–134.
239. Rappaport Hovav, M., Levin, B. *Reflection on manner / Result complementarity. // Lexical semantics, syntax, and event structure*. – New York: Oxford University Press, 2010. – pp. 21–38.
240. Reah D. *The language of newspapers*. 2<sup>nd</sup> ed. – London: Routledge, 2002. – X. – 126 p.
241. Riggins S. H. *News as text and action. // Semiotica*. – 1990. –78 (3&4). – pp. 359–374.
242. Ritter E., Rosen S. T. *Animacy in Blackfoot: implications for event structure and clause structure. // Lexical Semantics, syntax, and event structure*. – New York: Oxford University Press, 2010. – pp. 124 –152.
243. Roger D. W., Joseph R. D. *Mass media research: an introduction*. –U.S.: Wadsworth Publishing Company, 2000. – 454 p.
244. Simon P. M. *Brand on event identity. // Analysis*. – 1981. – Vol. 41. Issue 4. – 195 p.
245. Slembrouk S. *What is meant by “discourse analysis”?* – Ghent: Ghent University, 2006. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://bank.urgent.be/da/da/htm>
246. Smith C. S. 1991 *The parameter of aspect*. – Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1997. – 347 p.
247. Stefanowitsch A. *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy / Stefanowittsch A. Gries, S. Th. Berlin (eds.)*. – New York: Mouton de Gruyter, 2006. – pp. 1–16.
248. Talmy L. *Figure and ground in complex sentences // Universals of human language / J. Greenberg, Ch. Ferguson, E. Moravcsik (eds.)*. – Stanford (CA): Stanford University Press, 1978. – pp. 625–649.
249. Talmy L. *Path to realization: a typology of event conflation // Proceedings of the Berkeley Linguistic Society*. – Berkeley (CA): University of California Press, 1991a). – Vol. 17. – pp. 480–519.

250. Talmy L. Path to realization: a typology of event integration // *Buffalo Papers in Linguistics*. – Buffalo (N.Y.): University of New York Press, 19916). – No. 1. – pp. 147–187.
251. Talmy L. Windowing of attention in language and cognition // *Grammatical construction. Their form and meaning*. / M. Shibatani and S. Thompson (eds.). – Oxford: OUP, 1996. – pp. 235–287.
252. Turow J. *Media today: an introduction to mass communication*. – Boston, NY: Houghton Mifflin Company, 2003. – 615 p.
253. Tversky B., Zacks J., Bauer M.J. Talking about events // *Event representation in language and cognition* / J. Bohnemeyer and E. Pederson (eds.). – Cambridge: Cambridge University Press, 2014. – pp. 216–228.
254. Varzi A., Casati R. Event concepts. // *Understanding events: from perception to action* / T. F. Shipley and J. Zacks (eds.). – New York: Oxford University Press, 2008. – pp. 31–54.
255. Vendler Z. *Adjectives and nominalisations*. – The Hague – Paris: Cornell University Press, 1968. – 134 p.
256. Vendler Z. *Linguistics in philosophy*. – New York: Cornell University Press, 1967. – 203 p.
257. Vendler Z. *Telling the facts. Contemporary perspectives in the philosophy of language*. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1979. – pp. 369–378.
258. Voorst van J. *Event structure*. – Amsterdam: John Benjamins, 1988. – 181 p.
259. Voorst van J. A. Localist model for event semantics // *Journal of semantics*. – 1993. – 10 (1). – pp. 65–111.
260. Wilson N.L. Facts, events and their identity conditions. // *Philosophical studies*. – 1974. – v. 25. #5. – pp. 303–321.
261. Winograd, T. *Understanding natural language*. – New York: Academic Press, 1972. – v. 3. #1 – 191 p.
262. Wright G. H., von. *An essay in deontic logic and the general theory of action*. – Helsinki, 1968. – 110 p.

263. Zacks J. M., Swallow K. M. Event segmentation // *Current directions in psychological science*. – 2007. – #16 (2). – pp. 80–84.
264. Zacks J., Tversky B. Event structure in perception and conception. // *Psychological bulletin*. – 2001. – #127.– pp. 3–21.
265. Zabolotkina V. Representation of cultural events in mental models and discourse // *События в коммуникации и когнитии: материалы международной научной конференции*. – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2016. – С. 33–35.

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ**

1. the Economist - <http://www.economist.com>
2. the Wall Street Journal - <https://www.wsj.com>
3. Financial Times - <https://www.ft.com>
4. The New York Times - <https://www.nytimes.com>
5. CNN News - <http://edition.cnn.com>
6. CNN Money - <http://money.cnn.com>
7. BBC News - <http://www.bbc.com/news/world>
8. The Guardian - <https://www.theguardian.com/international>
9. The Telegraph - <http://www.telegraph.co.uk>
10. Newsnow - <http://www.newsnow.co.uk/h/>
11. Newsweek - <http://www.newsweek.com>
12. ABCnews - <http://abcnews.go.com>
13. Washington Post - <https://www.washingtonpost.com>
14. USA Today - <https://www.usatoday.com>
15. CBS News – <http://www.cbsnews.com>

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ**

MED - Macmillan English Dictionary

[URL:http://www.macmillandictionaries.com](http://www.macmillandictionaries.com)

McGraw-Hill Dictionary - [www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com)

Wikipedia – [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Investopedia – [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com)