

АНТРОПОМОРФНАЯ МЕТАФОРА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: РЕЦЕПТИВНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РУССКОЯЗЫЧНЫМИ СТУДЕНТАМИ

Anthropomorphous Metaphor in Economic Discourse:
Receptive Learning by Russian-Speaking Students

Жанна Александровна Короткевич

jane_korotkevich@mail.ru

*Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
(Гродно, Беларусь)*

Мария Осиповна Лойко

m.lojko@mail.ru

*Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
(Гродно, Беларусь)*

Zhanna A. Karatkevich

jane_korotkevich@mail.ru

Yanka Kupala State University of Grodno (Grodno, Belarus)

Maria O. Lojko

m.lojko@mail.ru

Yanka Kupala State University of Grodno (Grodno, Belarus)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 30.04.2022

Fecha de evaluación: 25.08.2022

Cuadernos de Rusística Española n° 18 (2022), 173 - 186

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается антропоморфная концептуальная метафора как объект рецептивного изучения русскоязычными студентами гуманитарного профиля в процессе чтения англоязычных текстов по экономике.

Приводится интерпретация понятия «антропоморфная метафора», уточненная в ходе анализа сделанной авторами выборки; типология антропоморфных метафор, составленная на основе анализируемых контекстов употребления антропоморфных метафор в экономическом дискурсе; предлагается методика рецептивного овладения концептуальной метафорой русскоязычными студентами в процессе чтения специальных текстов, разработанная с учетом дидактических возможностей реализации образовательного процесса в условиях отсутствия естественной иноязычной среды. В работе впервые представлена серия упражнений для формирования и совершенствования речевых навыков восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений в экономическом дискурсе.

Ключевые слова: концептуальная метафора, антропоморфная метафора, метафорическое выражение, речевые навыки восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений, серия упражнений.

ABSTRACT

The article considers an anthropomorphic conceptual metaphor as an object of receptive study by Russian-speaking students of the humanities in the process of reading English texts on economics.

An interpretation of the concept of “anthropomorphic metaphor” is refined resulted from the sample analysis; a typology of anthropomorphic metaphors is compiled based on the contexts of anthropomorphic metaphors in economic discourse analyzed; a method of receptive mastery of the conceptual metaphor by Russian-speaking students in the process of reading special texts is proposed. It is designed taking into account the didactic possibilities of implementing the educational process in the absence of a natural foreign language environment. The paper presents for the first time a series of exercises for the formation and development of students’ communicative skills including perception, recognition and understanding metaphorical expressions in economic discourse.

Keywords: conceptual metaphor, anthropomorphous metaphor, metaphoric expression, communicative skills of perception, recognition and understanding of metaphorical expressions, series of exercises.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время наблюдается тенденция к расширению общения русскоязычных говорящих с представителями иных культур на английском языке. При сравнении результатов рейтингов EF EPI на сайте <https://www.ef.ru/epi/> (индекс уровня владения английским языком EF) за 2019 и 2021 годы в постсоветских русскоязычных странах Восточной Европы обнаруживается положительная динамика в уровне владения английским языком. При этом отмечается переход от низкого в 2019 году к среднему уровню в 2021 году при заметном росте общего числа тестируемых. Так, например, Беларусь за два года переместилась с 47 позиции из 100 на 38 позицию из 112. Тем не менее в овладении межкультурным общением русскоязычными коммуникантами остается много нерешенных лингводидактических задач, связанных с особенностями их языковой картины мира, выявляемыми в условиях аутентичного диалога культур.

Одна из сфер коммуникации, в которой носители русского языка обращаются к англоязычным источникам информации, – сфера экономики. В свою очередь, все возрастающий интерес к вопросам экономики ведет к расширению потенциальной аудитории адресатов экономических текстов. Открытость современного информационного пространства – прежде всего благодаря развитию телекоммуникаций – способствует изменению экономического медиадискурса в части участников коммуникативного взаимодействия, именно реципиентов, что отражается на характере и самих текстов по экономике. Так, одна из заметных тенденций в развитии современного экономического дискурса заключается в «идиоматизации» терминологии, весьма широком использовании метафорических выражений, репрезентирующих концептуальные метафоры, то есть определенные способы осмысления действительности, базирующиеся на переосмыслении рассматриваемой концептуальной области через призму других, более привычных для реципиента концептуальных областей. Полагаем, что в условиях монокультурного контекста коммуникации метафоризация специального экономического текста позволяет сделать его более доступным и понятным для читателя, чьи профессиональные интересы не связаны напрямую с экономикой. В то же время включение аутентичного экономического текста на английском языке в межкультурный лингводидактический контекст создает парадоксальную ситуацию, связанную с тем, что в силу асимметрии

концептосфер автора и читателя – представителей разных культур – именно метафоризация вызывает дополнительные затруднения у русскоязычных студентов в процессе чтения иноязычного текста. В то же время многие авторы отмечают значительный гносеологический и дидактический потенциал концептуальной метафоры в коммуникации, переводе, преподавании и изучении иностранных языков, в том числе для специальных целей (Boers 2000; Henderson 2000; Katan 2004: 179; Littlemore 2016; Thornbury 1991 и др.). Формирование иноязычной коммуникативной компетенции современного специалиста предполагает наряду с иным «способность <...> воспринимать социокультурную специфику иноязычного социума» (Пенчева 2007: 83). Работа студентов с концептуальной метафорой в процессе овладения рецептивными видами иноязычной речевой деятельности может способствовать реализации этой задачи. Это, в свою очередь, актуализирует целесообразность создания специальной методики работы с концептуальной метафорой в процессе чтения текстов по экономике на английском языке русскоязычными студентами в условиях отсутствия естественной иноязычной среды.

В данной работе остановимся на вопросе, связанном с формированием и совершенствованием речевых навыков восприятия, узнавания и понимания русскоязычными студентами гуманитарного профиля метафорических выражений в англоязычных экономических текстах. Проводимое нами исследование носит междисциплинарный характер и направлено на 1) выявление особенностей репрезентации в современном экономическом дискурсе так называемых антропоморфных, в частности вкусовых, метафор, 2) уточнение критериев отбора иноязычных текстов для развития иноязычной коммуникативной компетенции русскоязычных студентов в чтении в части рецептивного изучения ими когнитивных метафор, а также 3) разработку серии упражнений для формирования и совершенствования речевых навыков восприятия, узнавания и осмысления антропоморфных метафор в англоязычном экономическом дискурсе русскоязычными студентами гуманитарного профиля.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе исследования использовались такие методы теоретического уровня, как описательно-аналитический, состоящий в анализе концептуальных метафор в экономических текстах на английском языке и систематизации антропоморфных метафор в пределах составленной выборки; метод обобщения данных. На эмпирическом уровне исследования были применены такие методы, как дискурсивный, предполагающий интерпретацию на основе контекста употребления антропоморфных метафор; анкетирование, проведенное с целью выявления отношения студентов к характеру текстов, используемых в образовательном процессе по иностранному языку; моделирование, предполагающее разработку методически корректной последовательности учебных действий студента и на ее основе серии упражнений для формирования и совершенствования речевых навыков восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений в процессе чтения специальных текстов по экономике на английском языке русскоязычными студентами гуманитарного профиля.

Материалом исследования послужили метафорические выражения, отобранные методом сплошной выборки, с последующим контекстуальным анализом, из печатных текстов электронного научно-популярного журнала “The Economist” (10.06.2017; 06.03.2021), “Fortune Five Hundred” (15.06.2017), интернет-словаря Financial Terms Dictionary, специализированных сайтов investopedia.com, grosbe.com, english.stockexchange.com и др. Общий объем проанализированных текстов составил 256 страниц. Выбор источников объясняется тем, что в этих изданиях представлены сведения о последних событиях, аналитические материалы и комментарии в сфере экономики, финансов и бизнеса.

Одним из актуальных направлений исследования метафоры является когнитивный подход, который направлен на описание тех или иных фрагментов языка в терминах концептуальных абстракций, на совмещение ментального и вербального пространств. Такая мысль проходит через ряд фундаментальных работ, в которых представлены различные новые подходы к этой сложной проблематике (Кубрякова 2004; Телия 1987; Wierzbicka 1997 и др.). Особенно важной стала представляться роль метафоры в процессах понимания, аргументации и переосмысления после публикации книги Дж. Лакоффа и М. Джонсона, посвященной концептуальной теории метафоры. Концептуальная метафора, как утверждают авторы, принадлежит к числу важнейших средств понимания и играет центральную роль в конструировании социальной и политической реальности. Она проникает в повседневную жизнь, причем не только в язык, но и в мышление и действие, поскольку понятийная система, на языке которой мы думаем и действуем, является метафорической по своей природе и представляет феномен взаимодействия языка, мышления и культуры (Lakoff, Johnson 2003: 3–4). Для того чтобы дать представление о том, что может скрываться под метафоричностью понятия и его способности структурировать повседневную деятельность, авторы выделяют структурные, ориентационные и онтологические метафоры. В нашем исследовании мы акцентируем внимание именно на последних ввиду их потенциальной полифункциональности. Онтологические метафоры помогают глубже осмысливать вещества, предметы, события, действия, эмоции, которые существенны для человека.

Со времени утверждения концептуальной теории Дж. Лакоффа доминирующим стало рассмотрение метафоры как когнитивного явления, механизм которого задействован в процессах концептуализации, формировании семантики производного слова, терминообразовании и порождении дискурса. Следует сказать, что концептуальные метафоры играют важную роль в экономическом дискурсе, что отмечается многими исследователями (Jendrych 2017; Knowles 1996).

В нашем исследовании мы предприняли попытку рассмотреть особенности функционирования антропоморфных, в частности вкусовых, метафор в англоязычных финансово-экономических периодических изданиях. Мы полагаем, что в современном постиндустриальном обществе, характеризующемся, согласно одному из социальных мифов, как общество потребителей, «вкусность» жизни является ценностью. Следовательно, вполне понятно все возрастающее распространение вкусовых метафорических выражений практически во всех сферах коммуникации. Экономический дискурс не стал здесь исключением. Попытки авторов статей по экономике донести до реципиента тонкости экономического знания через сравнение

с различными аспектами удовлетворения человеческих потребностей во «вкусной» жизни представляются весьма интересными.

В рамках антропоморфной метафоры экономике приписывается обладание различными качествами и свойствами, которые присущи человеку. Исходя из этого, мы предполагаем, что экономика обладает когнитивными способностями и может совершать операции, связанные с мышлением, анализом, синтезом, чувственным восприятием и сенсорным ощущением. Вкусовые метафоры можно условно отнести к группе антропоморфных метафор, поскольку они реализуют более общую концептуальную метафору «экономика – это живой организм». Особенность сенсорно-вкусовых ощущений состоит в том, что они могут быть отнесены непосредственно к объекту, но, как отмечает Н.Д. Арутюнова, «не могут быть мотивированы отсылкой к объективным свойствам объекта уже по одному тому, что эти свойства не концептуализованы» (Арутюнова 1988: 84–85). Среди вкусовых ощущений обычно выделяют четыре основных вкуса: соленый, кислый, горький, сладкий, которые связаны с физиологическим процессом внутри организма человека. Однако в ощущениях различают гораздо больше свойств, сравнительно с теми, которые зафиксированы в понятийной системе человека. Оттенки вкуса формируются и воспринимаются индивидуально в процессе сложного взаимодействия вкусовых, осязательных, обонятельных и зрительных рецепторов. В результате такого взаимодействия появляются различные вкусовые комбинации, которые выступают понятийными источниками формирования вкусовой метафоры. Соответственно, мы попытались установить, какие релевантные элементы концептуальной сферы-источника – основные вкусовые ощущения человека – актуализируются и переносятся на сферу-цель – экономику.

В целях уточнения критериев отбора специальных текстов для развития иноязычной коммуникативной компетенции студентов, для которых основным языком повседневного общения является русский, в чтении на иностранном языке, в процессе которого осуществляется работа с метафорическими выражениями, репрезентирующими концептуальные метафоры, мы провели анкетирование среди студентов экономического и филологического факультетов, изучающих английский язык с 2020 по 2021 год. Всего в анкетировании приняли участие 433 студента. Анкетирование проводилось посредством образовательного портала университета, на котором была размещена ссылка на анкету, составленную с использованием Google Form. Студентам предлагалось отметить, каким материалам они отдают предпочтение при изучении иностранных языков (печатным текстам, аудиоматериалам, видеоматериалам, изображениям с сопутствующим текстом), указать ресурсы, которыми студенты пользуются для изучения иностранного языка, а также отметить в ряду предложенных наиболее важные для них критерии выбора интернет-ресурсов для изучения иностранного языка. Для определения «портрета» студента – пользователя Интернета, в анкету были включены дополнительные вопросы о количестве времени, проводимого студентами в сети, и об устройствах, которые они используют для подключения.

Для моделирования серии упражнений по формированию и совершенствованию рецептивного речевого навыка восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений в процессе чтения специальных текстов по экономике на английском

языке мы использовали комплексный подход, базирующийся на критерии учета основных этапов процесса усвоения: 1) презентация нового материала; 2) тренировка; 3) применение учебного материала (Леонтьева 2021: 44 и др.). Формирование и совершенствование любого рецептивного навыка осуществляется на двух уровнях – перцептивном и семантическом. Перцептивная деятельность студента по восприятию и узнаванию метафорического выражения в печатном тексте предшествует когнитивной деятельности, ведущей к пониманию его значения в конкретном контексте употребления. Таким образом, рецептивное изучение когнитивной метафоры в процессе работы с экономическим текстом предполагает формирование и совершенствование рецептивных речевых навыков восприятия, узнавания и понимания. Общая последовательность действий студента при этом может быть представлена следующим образом: 1) восприятие и узнавание формальной стороны слов, с помощью которых кодируется концептуальная метафора в метафорическом выражении в единстве ее графемного, фонемного и морфемного уровней в воспринимаемом (микро)тексте; 2) выделение семантического значения отдельных слов, с помощью которых кодируется концептуальная метафора в метафорическом выражении с учетом узкого контекста их употребления в сферисточнике; 3) выведение умозаключения о возможном «перенесенном» значении метафорического выражения в целом, о намерении автора с учетом узкого и широкого контекстов функционирования концептуальной метафоры в сфере-цели. В результате анализа метафорического выражения в процессе чтения у студента должен сформироваться устойчивый зрительно-слухо-моторный образ, наделенный определенным смыслом, не выводимым из суммы значений отдельных слов, с помощью которых концептуальная метафора кодируется в воспринимаемом тексте. Важно при рассмотрении антропоморфной метафоры в экономическом тексте учитывать различные виды контекста: «1) на уровне предложения или его части; 2) на уровне абзаца; 3) на уровне всего текста» (Низкошапкина, Большакова 2019: 195).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Приведем некоторые примеры функционирования метафорических выражений, отобранных нами в ходе анализа экономических текстов, в контексте с их интерпретацией.

«Like young Halloween travellers investors spent years *grabbing all the candy in the form of high-yielding bonds*. – Подобно гуляющим на празднике Хэллоуина, инвесторы потратили годы, *прихватывая все конфеты в виде высокодоходных облигаций*».

«The threat remains a marginal one for now, as *the startups are primarily picking off low-hanging fruit in credit card and the student-loan markets*. – Угроза остается незначительная, поскольку стартапы набирают обороты по сбору *низко висящего фрукта на долговых и студенческих кредитных рынках*».

В выше приведенных примерах метафоры вызывают ощущение приятного, сладкого вкуса (источник) *all the candy* «конфеты», *low-hanging fruit* «низко висящий

фрукт», который переносится в сферу (цель) экономики для описания, в данном случае получаемой без особых усилий прибыли в виде высокодоходных облигаций, процентов кредитования и др.

С другой стороны, горький, испорченный «гнилой» вкус в экономическом контексте актуализирует отрицательные явления, например, *запятнанная* репутация долговых рынков. «Like a toffee apple with a maggot inside, *the debt markets have been tainted by their links with America's subprime mortgage crisis.* – Подобно глазированному яблоку с личинкой внутри, долговые рынки были запятнаны своими связями с ипотечным кризисом в Америке».

Следующее метафорическое выражение *bread and butter* / «хлеб и масло» в рассматриваемом контексте используется для концептуализации рутинной, ежедневной деятельности компании или банка, которая приносит основную часть дохода и обеспечивает финансовую стабильность. Такие важные аспекты работы банка, как продажа акций, выпуск облигаций, кредитование и др., осмысливаются в терминах обычного вкуса хлеба и масла, т. е. без каких-либо вкусовых ощущений. “But the days of fintech companies underwriting stocks and bonds and making corporate loans – *the bread and butter of Wall Street* – may not be too far away. – Но дни финансово технологических компаний, когда они возьмут на себя ответственность продавать акции, выпускать облигации и выдавать корпоративные кредиты – *хлеб и масло Уолл-стрит*, – не слишком далеки».

В экономическом дискурсе, как было отмечено, вкусовая метафора функционирует подобно живому организму, который обладает соответствующими свойствами, как физиологический процесс приема пищи «глотать, проглатывать» и другими ощущениями, которые формируются одновременно различными перцептивными органами. Приведем несколько примеров: “*Hungry for extra yield it (investment pool) gobbled up several billion dollars of debt issue.* – Жаждающий дополнительно доходности он (инвестиционный пул) поглотил несколько миллиардов долларов долговой эмиссии»; «*To what the stock market's appetite for their shares both firms are doubling down on foreign markets.* – Чтобы *подогреть интерес (appetum) фондового рынка к своим акциям*, обе фирмы удваивают продажи на зарубежных рынках»; «*When the economy recovers, bonds tend to fall in price and equity prices go up again. You can think of this in terms of risk appetite.* – Когда экономика восстанавливается, облигации, как правило, падают в цене, а цены на акции снова растут. Вы можете думать об этом с точки зрения *appetum* к риску».

Метафорические выражения *to gobble up dollars, hungry for extra yield, the stock market's appetite for their shares, risk appetite* можно рассматривать как непосредственно принадлежащие сенсорным ощущениям человека (источник), которые актуализируют концептуальную сферу (цель) экономики для описания ее различных характеристик. Например, метафора *risk appetite* обозначает допустимую величину риска, который организация готова допустить или подвергнуться. Если риск высокий и время благоприятное, игроки охотно покупают приносящий высокий доход акции, валюту, крипто валюту и др., причем интенсивность аппетита пропорциональна величине риска: чем больше риск и, как результат, предполагаемый доход, тем сильнее аппетит.

Выражение *plain vanilla* «простая ваниль» является метафорой, которая относительно недавно используется в текстах по экономике, особенно в финансовом секторе и сфере информационных технологий, происходит от сравнения с простым ванильным мороженым. Согласно словарной дефиниции *vanilla* означает “bland, plain, or basic: used esp. in the phrase plain vanilla” (Neufeldt 1988: 1475). – Лишенный особых черт или качеств, простой или базовый: используется в выражении простая ваниль [*перевод наш*] по аналогии с ванильным ароматизатором мороженого, который стал широко и дешево доступным с появлением искусственного ароматизатора ванилина белого цвета, некоторые финансовые инструменты, называют «простыми или как будто со вкусом ванили».

Следует заметить, что возникновение метафоры “*vanilla*” в значении «простая ваниль» было обусловлено мировым экономическим кризисом 2007 года, когда рискованные ипотечные кредиты способствовали обвалу рынка жилья и возникла необходимость сделать финансовую систему более безопасной. Для этого были приняты соответствующие законы, которые требуют простого подхода. Простой «ванильный» подход предусматривает, среди прочего, стандартизированные правила расчета с низким уровнем риска и раскрытия достоверной информации о стоимости кредита и других аспектов потребительского кредитования, которым должны были следовать все кредиторы.

В экономических текстах, согласно нашим наблюдениям, эта метафора широко используется для концептуализации простых финансовых продуктов и услуг, как облигации, кредитные карты, ипотечное кредитование, студенческое кредитование и др.

Рассмотрим возможную интерпретацию метафорических выражений, содержащих компонент “*vanilla*”. *Plain vanilla “business” of mortgage lending* – простая операция ипотечного кредитования; *regular vanilla banking business* – обычный ванильный банковский бизнес; *plain vanilla bankruptcy* – банкротство простых ценных бумаг; *vanilla customer service* – ванильное обслуживание клиента; *plain vanilla bonds* – обычные облигации без особых дополнительных элементов с фиксированной процентной ставкой; *My Vanilla Reloadable Prepaid Card* – пополняемая предоплаченная карта *My Vanilla* – простой, безопасный и удобный способ управлять своими денежными средствами.

С точки зрения языков программирования, “*vanilla*” означает базовую версию продукта «без каких-либо добавок». Например, *vanilla software* – ванильное программное обеспечение описывает стандартные аппаратные компоненты компьютера в оригинальной форме, которые не могут быть видоизменены, настроены или обновлены: *Vanilla software is a computer software which is not customized; to create new pages using only a standard “plain vanilla” Web-browser without any extra addons* – создавать новые страницы на сайте, используя *обычный веб-браузер без каких-либо его расширений*.

Таким образом, когнитивный подход позволил провести концептуализацию экономики в терминах живого организма с присущими человеку сенсорно-вкусовыми ощущениями сладкого, горького, простого или «ванильного» вкуса, которые формируются и воспринимаются в процессе сложного взаимодействия различных рецепторов. Вкусовые метафоры, которые Дж. Лакофф и М. Джонсон

относят к разряду онтологических, используются в специализированных текстах для метафоризации сложных экономических реалий и представления их в доступной и известной для реципиента форме.

Определяя критерии отбора текстов экономического характера для изучения концептуальной метафоры и рецептивного усвоения репрезентирующих их метафорических выражений русскоязычными студентами на изучаемом английском языке в проведенном исследовании, мы опирались на результаты анкетирования, отражающие предпочтения студентов относительно ресурсов и характера предъявления информации. При этом неизменными критериями отбора экономических текстов на английском языке для решения поставленных в нашем исследовании задач являются: 1) лингвистическая ценность, то есть соответствие типу «экономический дискурс» и наличие в тексте метафорических выражений, отражающих концептуальные метафоры; а также 2) лингводидактическая адекватность тематике учебной программы по изучаемой дисциплине, соответствие уровню языковой подготовки студентов, то есть наличие преодолимых для русскоязычного студента трудностей, что в свою очередь, может обеспечить сохранение коммуникативно-познавательного мотива в процессе всей учебной работы студента с текстом экономической проблематики на английском языке.

Известно, что основным ресурсом, обеспечивающим доступ к материалам на английском языке в условиях отсутствия естественной языковой иноязычной среды, сегодня является Интернет. При этом, согласно опросу, большинство студентов (426 человек, 98,4%) предпочитают быстрый доступ к сети через мобильное устройство, в то время как только 299 человек (69,1%) из выборки испытуемых используют для доступа в Интернет стационарный компьютер в университете. Примечательно, что 220 человек (50,8%) при выборе интернет-ресурсов отдают предпочтение тем из них, которые способствуют повышению уровня их образованности. При этом 185 студентов (42,7%) предпочитают красивое и удобное оформление ресурса. В частности, отвечая на вопрос о ресурсах, которые используются студентами для речевой иноязычной практики, из 432 ответивших на данный вопрос 380 (88%) респондентов отметили в качестве наиболее востребованного ресурса YouTube, 253 (58,6%) – сайты иностранных газет, 100 (23,1%) – специальные мобильные приложения для изучения языка. Примечателен тот факт, что относительно формы предъявления интернет-материалов из 431 студентов, ответивших на этот вопрос, 300 (69,6%) отдают предпочтение печатным медиатекстам.

Полученные данные позволяют заключить о целесообразности использования экономических медиатекстов для рецептивного изучения студентами когнитивных метафор, отбираемых на основе такого критерия, как социокультурная ценность, что предполагает их аутентичность с точки зрения принадлежности к культуре страны изучаемого языка и, следовательно, отражение в них актуальной картины мира в анализируемых метафорических выражениях.

На вопрос о предпочтительных материалах для изучения английского языка из 431 ответивших, 300 студентов (69,6%) отдают предпочтение печатным текстам, 185 (42,9) любят работать с аудиоматериалами, в то время как 308 (71,5%) предпочитают видеоконтент, а 211 (49%) отметили, что предпочитают работать с креолизованными текстами, то есть текстами, включающими предваряющие или сопутствующие

изображения, иллюстрации, инфографику. Как видно из представленных ответов, несмотря на сложившийся в условиях развития телекоммуникаций стереотип о преобладании нового вида рецептивной речевой деятельности – аудиовизуализации, – студенты смотрят, слушают и читают примерно в равных пропорциях, используя возможности современных технологий для мультимедийной презентации материала и одновременно опираясь на привычные им каналы и способы восприятия информации. Этот факт позволил нам заключить, что отбор экономических медиа текстов для изучения концептуальной метафоры следует осуществлять с учетом принципа психологической адекватности текста интересам, потребностям студентов как участников опосредованного этим текстом иноязычного коммуникативного взаимодействия в изучении определенного предметного содержания, их психотипу, преобладающему каналу восприятия информации.

Серия упражнений для формирования и совершенствования речевых навыков восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений в экономических текстах на английском языке охватывает три этапа процесса усвоения, на которых, осуществляется: 1) ознакомление студентов с новыми для них метафорическими выражениями, предъявляемыми в речевых образцах, в специальных микротекстах на слух или в письменном контексте; 2) тренировка в восприятии, узнавании и понимании метафорических выражений в узком контексте; 3) активизация рецептивной речевой деятельности по восприятию, узнаванию и пониманию метафорических выражений в широком контексте. Соответственно этапам процесса усвоения учебного материала, в серии упражнений выделяются три типа упражнений: 1) ознакомительные, 2) тренировочные; 3) активизирующие.

При выполнении ознакомительных упражнений студент воспринимает метафорическое выражение в процессе аудирования или чтения микротекста или отдельного речевого образца, затем знакомится с правилом-инструкцией или рекомендациями специально составленной памятки относительно распознавания и выведения значения метафорического выражения с учетом контекста предъявления и пытается самостоятельно вывести «перенесенное» значение метафоры. Задания к упражнениям могут содержать такие формулировки, как:

- 1) раскройте значения отдельных слов, входящих в метафорическое выражение по их дефинициям;
- 2) объясните на родном языке значения слов, входящих в метафорическое выражение;
- 3) определите по формальным признакам, к каким частям речи относятся отдельные слова, входящие в метафорическое выражение;
- 4) приведите синонимы, антонимы к словам, входящим в метафорическое выражение, уместные в анализируемом контексте;
- 5) выведите «перенесенное» значение метафорического выражения, опираясь на значения отдельных слов, входящих в него;
- 6) выведите коммуникативное намерение автора, опираясь на контекст употребления метафорического выражения.

Тренировочные упражнения направлены на формирование рецептивного речевого навыка и предполагают выполнение студентом дифференцировочных, имитационных, подстановочных и трансформационных операций в соответствующих видах упражнений. Приведем примеры формулировок заданий к тренировочным упражнениям разных видов:

- *дифференцировочное упражнение*: «выберите из ряда приведенных метафорических выражений то, которое подходит в данном контексте»;
- *имитационное упражнение*: «прочитайте / повторите вслед за диктором метафорическое выражение, обращая внимание на его написание / звучание», «запишите метафорическое выражение»;
- *подстановочное упражнение*: «составьте предложение по образцу, используя соответствующее метафорическое выражение для заполнения пропуска»;
- *трансформационное упражнение*: перефразируйте предложения с метафорическим выражением, используя трансформации с антонимами или синонимами; переведите предложение с метафорическим выражением на родной язык.

Активизирующие упражнения направлены на совершенствование навыка и предполагают работу с широким контекстом употребления метафорического выражения. Формулировки заданий к активизирующим упражнениям могут быть следующие:

- прослушайте / прочитайте фрагмент текста по специальности и выберите из ряда предложенных значений то, которое соответствует употребленному в тексте метафорическому выражению;
- прослушайте / прочитайте фрагмент текста по специальности и дополните его недостающим метафорическим выражением, выбрав подходящий вариант из ряда предложенных;
- прослушайте / прочитайте фрагмент текста по специальности и перефразируйте его, используя подходящее метафорическое выражение;
- прослушайте / прочитайте фрагмент текста по специальности и ответьте на вопросы по (глубинному) содержанию текста.

Последовательное выполнение студентами упражнений разных типов и видов может способствовать формированию и совершенствованию их речевых навыков восприятия, узнавания и понимания метафорических выражений в англоязычном экономическом тексте, пополнению их потенциального словаря и в дальнейшем – развитию умений в рецептивных видах иноязычной речевой деятельности в сфере профессионального общения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработанная в ходе исследования методика отбора текстов, сама выборка проанализированных экономических медиатекстов, а также серия ознакомительных,

тренировочных и активизирующих упражнений могут быть использованы в образовательном процессе по английскому языку, изучаемому русскоязычными студентами гуманитарного профиля для специальных целей, а также при разработке современных интерактивных дидактических средств обучения рецептивным видам иноязычной речевой деятельности, в том числе на цифровых образовательных платформах. Рецептивное овладение концептуальной метафорой, на примере рассмотренной нами антропоморфной метафоры в экономическом тексте, может служить основой для осмысленного развития умений во всех видах речевой деятельности на изучаемом иностранном языке, поскольку понимание метафорического выражения связано с «переносом» значения и является своего рода связующим звеном между реципиентом и автором сообщения, их картинами мира, взаимодействующими в рецептивной и продуктивной устной или письменной коммуникации. Проникновение в глубинный смысл иноязычного текста в результате осмысления концептуальной метафоры, отражающей иное для реципиента мировосприятие, в опосредованном текстом межкультурном взаимодействии в условиях отсутствия естественной языковой иноязычной среды может способствовать развитию взаимопонимания за счет расширения языковой картины мира студента.

БИБЛИОГРАФИЯ

- BOERS, F. (2000). *Enhancing metaphoric awareness in specialized reading*, English for Specific Purposes, 19, pp. 137–147.
- HENDERSON, W. (2000). *Metaphor, economics and ESP: some comments*, English for Specific Purposes, 19, pp. 167–173.
- JENDRYCH, E. (2017): *Metaphoric Expressions in Business Communication*, Lingwistyka Stosowana. Applied linguistics. Angewandte linguistic. Instytut Komunikacji Specjalistycznej i Interkulturowej, № 21, pp. 39–53.
- KATAN, D. (2004). *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. St. Jerome Publishing. UK & Northampton MA, Manchester.
- KNOWLES, F. (1996). *Lexicographical Aspects of Health Metaphors in Financial Text*, Proceedings of Euralex 96, Gothenberg University, pp. 789–796.
- LAKOFF, G., M. JOHNSON. (2003). *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press. Chicago; London.
- LITTLEMORE, J. (2016). *Metaphor use in educational contexts: functions and variations* in E. Semino & Z. Demjén (eds), *The Routledge Handbook of Metaphor*. Routledge Handbooks in Linguistics, Routledge.
- NEUFELDT, V. (ed.). (1988). *Webster's New World Dictionary of American English*, 3rd college ed. Simon & Schuster, Inc. New York.
- THORNBURY, S. (1991). *Metaphors we work by: EFL and its metaphors*, ELT Journal, 45/3 July, pp. 193–200.
- WIERZBICKA, A. (1997). *Understanding cultures through their key words*. Oxford University Press. New York; Oxford.
- АРУТЮНОВА, Н.Д. (1988). *Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт*. Москва: Наука.

- КУБРЯКОВА Е.С. (2004). *Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики*, Вопросы языкознания, № 1. с. 6–17.
- ЛЕОНТЬЕВА, Т.П. (2017). *Методика преподавания иностранного языка*, Минск: Высшейшая школа.
- НИЗКОШАПКИНА, О.В., БОЛЬШАКОВА, Н.Г. (2019). Контекстуальная догадка как одна из стратегий обучения иностранных учащихся чтению на русском языке, *Cuadernos de Rusística Española*, 15, с. 193–205.
- ПЕНЧЕВА, А. (2007). О формировании коммуникативной профессиональной компетенции студентов-экономистов, *Cuadernos de Rusística Española*, 3, с. 81–85.
- ТЕЛИЯ, В.Н. (1987): О специфике отображения мира психики и знания в языке. *Сущность, развитие и функции языка*. Москва: Наука, с. 65–74.

BIBLIOGRAPHY

- ARUTYUNOVA, N.D. (1988): *Типы языковых значений: Оценки. События. Факты*. Nauka. Moskwa.
- BOERS, F. (2000): “*Enhancing metaphoric awareness in specialized reading*”, English for Specific Purposes, 19, pp. 137–147.
- HENDERSON, W. (2000): “*Metaphor, economics and ESP: some comments*”, English for Specific Purposes, 19, pp. 167–173.
- JENDRYCH, E. (2017): “*Metaphoric Expressions in Business Communication*”, Lingwistyka Stosowana. Applied linguistics. Angewandte linguistic. Instytut Komunikacji Specjalistycznej i Interkulturowej, № 21, pp. 39–53.
- KATAN, D. (2004): *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. St. Jerome Publishing. UK& Northampton MA, Manchester.
- KNOWLES, F. (1996): “*Lexicographical Aspects of Health Metaphors in Financial Text*”, Proceedings of Euralex 96, Gothenberg University, pp.789–796.
- KUBRYAKOVA E.S. (2004): “*Ob ustanovkax kognitivnoj nauki i aktualnyx problemax kognitivnoj lingvistiki*”, Voprosy yazykoznanija, № 1. st. 6–17.
- LAKOFF, G., M. JOHNSON. (2003): *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press. Chicago; London
- LEONTYEVA, T.P. (2017): *Metodika prepodavaniya inostrannogo yazyka*, Vysheishaya shkola, Minsk.
- LITTLEMORE, J. (2016): “*Metaphor use in educational contexts: functions and variations*” in E. Semino & Z. Demjén (eds), *The Routledge Handbook of Metaphor*. Routledge Handbooks in Linguistics, Routledge.
- NEUFELDT, V. (ed.). (1988): *Webster’s New World Dictionary of American English*, 3rd college ed. New York: Simon & Schuster, Inc.
- NIZKOSHAPKINA, O.V., BOL’SHAKOVA, N.G. (2019): “*Contextual’naya dogadka kak odna iz strategiy obucheniya inostrannykh uchaschikhsya chteniyu na russkom yazyke*”, Cuadernos de Rusística Española, №15, pp. 193–205.
- PENCHEVA, A. (2007): “*O fomirovaniyi kommunikativnoy professional’noy kompetentsiyi studentov-economistov*”, Cuadernos de Rusística Española, №3, pp. 81–85.

- THORNBURY, S. (1991): “*Metaphors we work by: EFL and its metaphors*”, *ELT Journal*, 45/3 July, pp. 193–200.
- TYELIYA, V.N. (1987): *O spetsyfike otobrazeniya mira psixiki i znaniya v yazyke*. V kn.: *Suchnost, razvitiye i funkzii jazyka*, Nauka, Moskwa. st. 65–74.
- WIERZBICKA, A. (1997): *Understanding cultures through their key words*. Oxford University Press. New York; Oxford.