

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

А.А. Габеев (Россия, Москва)

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕТАФОРЫ КАК АСПЕКТ ОБУЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОМУ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена необходимости обучения идентификации и верной интерпретации метафоры в языке профессионального общения. Поскольку метафора является многоаспектным и комплексным явлением, она часто выступает средством речевой манипуляции, формируя нужные адресанту отношение и реакцию адресата, приводя последнего к коммуникативной неудаче. Рассматриваются основные функции метафоры в экономическом дискурсе, использование тропа анализируется в текстах официально-делового и публицистического стиля.

Ключевые слова: *экономический дискурс, метафора, риторический приём, речевая манипуляция.*

Одной из важнейших задач обучения английскому языку профессионального общения на сегодняшний день является развитие у бакалавров и магистров не только базовых коммуникативных компетенций, но и глубинного понимания сути межкультурного взаимодействия. Синергия направлений, являющаяся наиболее характерной чертой научных исследований 21 века, диктует необходимость осознанного подхода к использованию функционально-прагматических особенностей языковых средств. Элементы прагматики, стилистики, риторики обязательно следует включать в курс обучения иностранному языку, будущие специалисты обязаны уметь свободно общаться в рамках совершенно разных стилей речи и коммуникативных ситуаций, грамотно, свободно и последовательно излагать свои мысли, аргументировано отстаивать свою точку зрения. Не менее важным является и умение слушать и анализировать высказывания собеседника, понимать и разоблачать языковые и психологические уловки. На уроках иностранного языка студенты должны научиться понимать разницу в регистрах речи, научиться осознавать речевую ситуацию, которая определяется социальными (возрастным, профессиональным, гендерным, образовательным и другими статусами) и пространственными (место действия, обстановка) факторами. Обладание собственными коммуникативными навыками и навыками пере-

вода особенно важно для деловых людей, поскольку в современных реалиях в международном сообществе деловые партнеры зачастую избегают привлечения посторонних лиц (переводчиков) при обсуждении рабочих моментов в целях конфиденциальности [2, с. 34]. Каждый участник коммуникации выполняет речевую роль и имеет речевую цель – результат, который он планирует получить от речи. Коммуникант должен четко представлять себе свою речевую роль и речевую цель, а также речевые роли и речевые цели своих собеседников [3, с. 15-17].

Известно, что любая модель речевой деятельности характеризуется наличием или отсутствием тех или иных тропов – художественных средств выразительности, обладающих функционально-прагматическим эффектом. В рамках нашего исследования мы рассмотрим функционирование метафоры в официально-деловом и публицистическом стилях речи. Несмотря на то, что исследователи описывают официально-деловой стиль как «безэмоциональный», лидеры различных экономических и политических формаций довольно часто прибегают к использованию средств художественной выразительности в целях установления контакта с аудиторией (фатическая функция), для передачи информации, трансляция которой другим путём была бы слишком объёмной (аккумулятивная функция), просто в целях создания дополнительной образности и украшения речи (эстетическая функция). Безусловно, здесь следует разграничить язык документации, для которого подобные приёмы не характерны, и язык деловой коммуникации, представленный, к примеру, речью руководителя МВФ, произнесённой со сцены.

Для публицистики – языка аргументации, полемики и разоблачений, которому свойственны эмоциональность и доходчивость, – использование тропов в целом и метафоры в частности весьма характерно. Реципиентами информации могут быть представители самых разных социальных кругов, а поскольку деловой дискурс часто оперирует абстрактными понятиями, необходимость сделать эти понятия более доступными для понимания, используя особые средства вербализации, возникает нередко.

Метафора – многофункциональное и многоаспектное явление, «троп, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т.п.» [1]. Этот риторический и стилистический приём часто используется в экономическом дискурсе для манипуляции общественным мнением. Механизм работы метафоры в текстах экономической тематики довольно сложный. Метафора основана на образности, образность на когнитивных структурах, характерных как для конкретного человека, так и для определённого социума в целом. Раскрывая замысел автора и порождая в сознании реципиента образы, метафора либо акцентирует нужные смыслы и оттенки значения, либо, наоборот, сглаживает и скрывает нежелательные и ненужные, таким образом формируя мнение. Метафора напрямую связана с оценкой. То, что негативно окрашенная лексика вызывает у человека осуждение, а позитивно окрашенная – одобрение, – это естественные реакции мозга,

чаще всего бессознательные. Именно поэтому, воспринимая сообщение в новостях, например, о военном конфликте, мы не задумываемся, почему один и тот же акт убийства может называться «устранением потенциально опасных элементов» или «успешно проведённой военной операцией», однако сразу формируем мнение о том, какая из воюющих сторон хорошая, а какая плохая. Таким же образом с помощью метафор СМИ формируют наше мнение о лидерах и официальных лицах различных организаций, представителях бизнес-сообщества и т.д.

Интересным примером использования метафоры в официально-деловом дискурсе может послужить выражение а *Nazca Line* неоднократно произнесённое директором-распорядителем МВФ Кристин Лагард во время её выступления в Перу.

Of course, a Nazca Line on all our minds today is migration.

Another Nazca Line—closely related to migration—is demographic change.

We will also do more work on the Nazca Lines that shape our global destiny [4].

Линии Наски, которые можно увидеть лишь с большой высоты, – одна из главных достопримечательностей Перу. В речи Кристин Лагард Линии Наски символизируют те политико-экономические процессы, на которых основано будущее всего мира, но которые можно оценивать и анализировать только в очень долгосрочной перспективе и рассматривать лишь глобально. Такая аналогия безусловно выбрана неслучайно. Жителям Перу она понятна и приятна, поскольку апеллирует к их культуре и национальной когнитивной базе. Лагард использует эту метафору в своей речи несколько раз, выстраивая диалог со слушателями. Троп выполняет в данном случае фатическую функцию, поскольку очевидно предполагает позитивный отклик от реципиентов, эстетическую функцию, так как наполняет речь образностью, аккумулятивную функцию, поскольку по мере развития речи директора-распорядителя позволяет кратко вербализировать значительный объём подразумеваемой информации, служит средством когезии текста.

В качестве примера использования метафор в публицистическом тексте экономической тематики обратимся к выпуску газеты *The Guardian* от 17 сентября 2016 года. Статья “Elizabeth Warren is still mad about the financial crash, and we should be too” рассказывает о попытке сенатора от демократической партии вычислить и наказать виновных в крахе банковской системы США в 2008 году. Однако, это оказывается невозможным, поскольку само Министерство финансов США по информации сенатора не отказывалось от взяток, органы юстиции “били баклуши”, а банкиры не находили в себе силы пойти против системы и наслаждались существующими доходами.

Even then, when the Securities and Exchange Commission fined former Fannie Mae CEO Daniel Mudd for misleading investors about the degree to which the mortgage funding entity was at risk of collapsing due its exposure to risky mortgages, it was Fannie Mae itself that wrote the \$100,000 check on Mudd’s behalf, to a special US Treasury account that accepts “gifts”.

Warren wants to know why the justice department has been twiddling its thumbs for eight years, while citizens' confidence in both government and the financial system dwindles.

At the FCIC hearings, he tried to argue that no individual bank had the power to stop the madness that led up to the financial crisis: as long as his competitors kept making more reckless loans, he had no choice but to follow suit – and keep dancing [5].

Все используемые автором метафоры подчёркивают беспечность властей и официальных лиц, напоминают об их чрезмерном достатке, создают образ праздника (*gifts, dancing*), обернувшегося позже настоящим крахом для всей экономической системы страны. Критика бездействия властей, неспособности и нежелания остановить процесс собственного обогащения, зная о предстоящей катастрофе, проявляется в пренебрежительных метафорах *twiddling its thumbs* и *to follow suit*. С помощью этих тропов автор навязывает читателю своё ироничное отношение к упомянутым институтам и осознание бессилия простых граждан перед действиями высокопоставленных чиновников.

В рассмотренных нами примерах метафора выступает средством речевой манипуляции, однако в первом случае она предполагает положительный эмоциональный отклик, во втором – негативную оценку описываемых явлений. Формирование восприятия текста реципиентом может зачастую проходить неосознанно и приводить к нужной говорящему реакции. Следовательно, способность верно идентифицировать и интерпретировать метафоры является залогом успешной коммуникации, а значит, необходимо формировать этот навык у студентов в рамках обучения их языку профессионального общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/grammar/174.Akhmanova/> (дата обращения: 14.04.17).

2. Десятова О.В. Особенности иноязычной профессиональной подготовки экономистов-международников // Вопросы прикладной лингвистики. Выпуск 2(22). М.: Изд-во РУДН. 2016. – С. 30-41.

3. Муштук О.З. Основы общей риторики. – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 256 с.

4. Lagarde Christine. Brothers and Sisters, There is Much to Do [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/np/speeches/2015/100915.htm> (дата обращения: 14.04.17)

5. The Guardian. Elizabeth Warren is still mad about the financial crash, and we should be too [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/business/us-money-blog/2016/sep/17/elizabeth-warren-financial-crash-letter-doj> (дата обращения: 14.04.17)

7. Харьковская А.А., Александрова О.В. Российская научная периодика в коммуникативном пространстве зарубежных изданий // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 1 (123). – С. 79-83.

Список источников фактического материала

Газеты и журналы

8. Daily Express / 2016 Northern and Shell Media Publications. – UK. – 2016. – URL: <http://www.express.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

9. Daily Mail / Associated Newspapers Ltd. – UK. – 2016. – URL: <http://www.dailymail.co.uk/home/> (дата обращения: 18. 04. 2016).

10. Daily Mirror / 2016 MGN Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.mirror.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

11. Daily Star / 2016 Northern and Shell Media Publications. – UK. – 2016. – URL: <http://www.dailystar.co.uk/> (дата обращения: 23. 04. 2016).

12. Daily Telegraph / Telegraph Media Group Limited 2016. – UK. – 2016. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

13. Evening Standard / Evening Standard Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.standard.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

14. I / 2016 Johnston Publishing Limited. – UK. – 2016. – URL: <https://inews.co.uk/> (дата обращения: 23. 04. 2016).

15. The Sun / News Group Newspapers Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/> (дата обращения: 03. 04. 2016).