

Концептуальная метафора как средство формирования межкультурной компетенции у студентов экономических специальностей

Using Conceptual Metaphors to Enhance Economics Students' Cultural Competence Skills

DOI: 10.12737/2587-9103-2022-12-1-89-96

Получено: 08 октября 2022 г. / Одобрено: 26 октября 2022 г. / Опубликовано: 26 февраля 2023 г.

**Е.П. Казакова**

Канд. филол. наук, доцент,
Федеральное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Московский
государственный институт международных
отношений (университет) Министерства
иностраннных дел Российской Федерации»,
e-mail: kazakova_e_p@mail.ru

E.P. Kazakova

Ph.D. (linguistics),
Assistant Professor,
MGIMO University,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: kazakova_e_p@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются особенности использования образной лексики в современном английском экономическом дискурсе и целесообразность проведения анализа метафорических моделей, типичных для данного вида дискурса, на занятиях со студентами экономических специальностей.

Автор анализирует функционирование образной лексики на примере метафорической модели «экономика как пациент», применяя методы корпусного, семантического, концептуального и контекстуального анализа. Материалом исследования послужила англоязычная публицистика, изучающая перспективы развития туристической отрасли в условиях постпандемной экономики.

Результаты исследования показали, что в экономическом дискурсе последних лет активно использовалась названная метафорическая модель, причем взаимодействие предметно-логического и контекстного значений в избитых метафорах систематически оживлялось посредством развернутой метафоры, что свидетельствует о сохранении даже «мертвыми» метафорами прагматического потенциала. Автор приходит к выводу, что проведение анализа употребления образной лексики способствует глубокому осмыслению экономической терминологии, развитию навыков межкультурной коммуникации, формированию коммуникативной компетенции, следовательно, этот метод может применяться на занятиях по английскому языку со студентами экономических специальностей.

Исследование вносит вклад в изучение функционирования образной лексики в современном экономическом дискурсе. Применение результатов исследования в образовательном процессе поможет обучающимся сформировать ряд профессионально значимых компетенций.

Ключевые слова: метафора, фразеологизм, образная лексика, метафорическая модель, концептуальная метафора, экономический дискурс, межкультурная компетенция, коммуникативная компетенция, профессиональная коммуникация.

Abstract

The article looks into the use of metaphors in English economic discourse and examines ways to turn conceptual metaphor analysis into a learning tool for students of business English.

We studied coverage of the economic impact of the 2020-22 pandemic on the tourism industry and the role that the conceptual metaphor «economy is a patient» plays in English economic discourse about these events. In our research we used corpus, semantic, conceptual and contextual analysis.

The findings show that the conceptual metaphor «economy is a patient» has been common in English economic discourse. Moreover, writers have frequently incorporated economic terminology into extended metaphors, highlighting the interplay of primary dictionary and contextual meaning in what is considered «dead metaphors». The research proves that even trite metaphors can still have a persuasive effect on the reader creating powerful images in his/her mind's eye. It also becomes clear that when writers use conventional metaphors, they are fully aware of their figurativeness.

From our perspective, using conceptual metaphor analysis methods in a business English class helps to achieve a number of teaching goals: it gives students useful insights into the origins of economic terminology, makes them culturally competent, helps them develop communicative skills. Therefore, it can be a useful learning tool.

The research contributes to the study of metaphor in modern economic discourse. The findings of the research could be used to develop ways to help students to acquire a number of important communication and professional skills.

Keywords: metaphor, phraseological unit, metaphorical model, conceptual metaphor, economic discourse, cultural competence, communication skills, professional communication.

Введение

Исторически английский экономический дискурс характеризует использование его участниками широкого спектра образной лексики от так называемых «избитых метафор», идиом, фразеологизмов разной степени прозрачности внутренней формы до оригинальных метафор, стилистических приемов, отражающих особенности мировоззрения конкретного автора. Эта черта англоязычного дискурса может вызывать определенные трудности у студентов экономических специальностей, не готовых к встрече с образной лексикой в сфере делового общения. С другой стороны, значительный пласт терминологии

экономического дискурса имеет метафорическое происхождение, которое систематически «оживляется», обыгрывается участниками дискурса с целью оказания нужного им воздействия на собеседника / аудиторию. Подобное «вольное» использование терминов способно вызвать сбой в коммуникации и затруднить понимание русскоязычными студентами замысла автора / собеседника. Употребление образной лексики нередко ассоциируется у русскоязычной аудитории с языком художественной литературы; функционирование метафор и фразеологизмов в английском экономическом дискурсе требует более тщательного изучения со стороны отечественных исследователей.

Исследование образной лексики способно сделать процесс обучения английскому языку и экономике более эффективным. Метафоры составляют основу большей части экономической терминологии и являются одновременно инструментом познания мира и средством воздействия на аудиторию.

Метафоры могут помочь студентам расширить словарный запас в экономической сфере, ведь многие экономические термины были заимствованы из английского языка. Изучаемую лексику можно упорядочивать и закреплять не только согласно сфере использования, но и руководствуясь областью-источником концептуальной метафоры как критерием классификации. Тематически однородные выражения запоминаются более эффективно. Так, усвоив, что конкуренция описывается в англоязычном дискурсе как военные действия, а деятельность предприятий вербализуется с помощью метафор зданий и сооружений, студенты привыкнут систематизировать новую лексику согласно изученным метафорическим моделям, что упростит процесс запоминания материала.

Изучение метафор поможет студентам сформировать коммуникативную и межкультурную компетенции. Понимая, какие идеи лежат в основе экономической терминологии, и как этот пласт лексики характеризует традиции мировоззрения англоязычной среды, студенты смогут глубже понять суть экономических явлений и культуру стран изучаемого языка. Больше узнав об эмоциональной нагрузке образных выражений, студенты будут яснее осознавать, какое воздействие на собеседника оказывают различные метафоры, поймут, пытается ли автор манипулировать сознанием аудитории.

Цель данной статьи — на примере концептуальной метафоры «экономика как пациент, живой организм» проиллюстрировать, как анализ концептуальных метафор служит вышеуказанным задачам.

Обзор литературы

Важность метафорического мышления в научной сфере и в области экономических дисциплин, в частности, подчеркивали ученые и исследователи со времен Аристотеля и до наших дней. *A. Ortony* (1975) описаны принципы функционирования метафоры: принцип компактности, принцип невыразимости и принцип яркости, запоминаемости. Эти основополагающие особенности метафоры делают ее эффективным средством осмысления абстрактных понятий. *J.P. Gee* (2014) отмечал свойство метафор упорядочивать значимые смысловые области в той или иной культуре. *J. Lakoff* и *M. Johnson* (1993, 2008) анализировали метафорическое мышление как основу англоязычного дискурса. *О.С. Федотова* (2021) на-

зывает метафорические концепты продуктивным полем для лингвистических исследований благодаря способности метафор отражать менталитет носителей языка, а *О.Ю. Полонская* (2019) обращает внимание на важную роль метафор в постижении нами окружающей действительности. Согласно *M. Black* (1962), метафору можно рассматривать как катахрезу, помогающую восполнить пробелы в словарном запасе языка, если явление или предмет еще не имеет собственного наименования. *W. Henderson* (1994) считал метафору ценным инструментом преподавания и важнейшим принципом функционирования языка в целом, утверждал (1982), что большинство экономических терминов имеют метафорическую основу. *J.G. Harris* (2013) посвятил книгу *Sick economies* исследованию метафоры инфекционных заболеваний в драматургии и доктринах меркантилизма во времена Шекспира. Исследование *G.J. Steen* (2010) показало, что английский научный дискурс характеризуется повышенной степенью метафоричности.

При этом не все ученые согласны с тем, что большая часть образных выражений несет прагматический потенциал. В зарубежной лингвистике наблюдается тенденция использовать общий термин «метафора» для обозначения всех видов образной лексики, вне зависимости от степени прозрачности внутренней формы таких выражений. Тем не менее ряд исследователей, например, *R. Moon* и *M. Knowles* (1998, 2006), приводят классификацию, схожую с принятым в отечественной науке делением образных выражений на группы фразеологических сращений, единств, сочетаний; избитых и оригинальных метафор. *Moon* (1998) выделяет устойчивые словосочетания и метафоры с прозрачной, полупрозрачной и непрозрачной внутренней формой (*opaque, semi-transparent, transparent metaphors*). *Black* (1993) критиковал термины «мертвая метафора» и «живая метафора», предлагая делить метафоры на метафоры исчезнувшие, спящие или активные (*extinct, dormant, active*). Вместе с тем, соглашаясь с метафорическим происхождением идиоматических выражений, некоторые зарубежные ученые (например, *Steen, Lakoff, Johnson, Moon, Knowles*) отрицают способность такой лексики оказывать воздействие на аудиторию, утверждая, что выражения, подобные идиомам и избитым метафорам, употребляются носителями автоматически, что образ, взаимодействие двух видов значения в таких выражениях не несет никакой прагматической нагрузки. Другие же утверждают, что даже избитые метафоры при необходимости можно легко «вернуть к жизни», например, используя прием «развёрнутой метафоры» (*Grey* 2000), что автор высказывания, как и адресат, осознает концептуальный перенос в основе идиом. *Gibbs* (1994) доказал этот тезис экспериментально.

Подобное допускают Moon и Knowles (2006), полагающие, тем не менее, что носители языка все же используют большинство идиом (*conventional metaphors*), не задумываясь об образности подобной лексики.

Какого бы мнения и классификации метафоры на основании прозрачности внутренней формы не придерживались исследователи, способность метафоры подчёркивать либо уводить на второй план определенные свойства предметов и явлений не вызывает сомнений. Например, Black (1962), Lakoff и Johnson (1993, 2008) неоднократно упоминали об этом свойстве метафор. Black (1962), в частности, рекомендует рассматривать метафору как некий фильтр, линзу, способствующую определенному восприятию действительности. Подобное видение метафоры означает, что использование образной лексики свидетельствует о намерении автора сформировать определенное мнение адресата / аудитории о текущей ситуации, понятиях и явлениях. Это объясняет, почему для описания определенных событий в англоязычном дискурсе традиционно употребляются одни и те же образные выражения общей области-источника, «метафорические модели».

Учитывая вышеуказанные свойства метафоры, анализ воздействия метафорических моделей на аудиторию, как и изучение их происхождения, особенностей употребления, целесообразно проводить на занятиях по английскому языку со студентами экономических специальностей.

Наше исследование одной из распространенных метафорических моделей английского экономического дискурса является примером подобного анализа.

Методы и материалы

В процессе исследования мы проанализировали применение модели «экономика как пациент, живое существо» для освещения положения дел в туристической отрасли англоязычными новостными экономическими изданиями, рассчитанными на широкую публику. Исследование состояло в корпусном анализе указанной метафорической модели с применением методов семантического, контекстуального и концептуального анализа.

Материал для исследования, помимо стандартного варианта, охватывает также региональные разновидности английского языка. Мы провели корпусный анализ англоязычной публицистики за 2021–2022 гг., последовательно проверяя распространенность единиц вышеуказанной модели в сочетании со словом *tourism*. Руководствуясь результатами количественного анализа, мы провели контекстуальный анализ образцов дискурса, чтобы выяснить, обладают ли использованные образные выражения прагматическим потенциалом, употреблены ли они автором

намеренно либо являются «мертвыми метафорами», какое воздействие автор намеревался оказать на аудиторию, вербализируя описываемые события посредством метафорической модели «экономика как живой организм, пациент». Применяя методы семантического и концептуального анализа, мы изучили способы «оживить» избитую метафору, применяемые автором: использование развернутой метафоры, метод разложения фразеологических единиц, контекстно-тематический метод.

Результаты исследования

Метафорическая модель «экономика как пациент» основывается на образах болезни, травм, физиологических функций организма, методов лечения, жизни и смерти. Наиболее распространенные единицы этой модели включают в себя следующие выражения:

a healthy market/economy etc., robust banks/economic data, to be in good shape (companies are~), anaemic growth/an ~ economy, a sickly dollar/demand/economy, a groggy dollar, the ailing banking sector/business/cash flow/market, crippled markets/a ~ economy/banking system, hobbled economy/rivals, impaired assets/credit, a vulnerable economy/market, a moribund business/market/economy, a faltering economy/to falter (recovery ~), benign outlook/expectations in markets;

financial contagion/the contagion of the banking crisis/contagion risks/fears, viral marketing, a banking/economic malaise/the banking system's malaise;

to hurt the market/economy/investors etc., the pain of the global financial crisis/public sector pain, pain points, a debt headache;

to bleed cash, to haemorrhage red ink (a business/organisation~), to carry out bloodletting;

to cough up cash, to swell (swelling prices, balance sheets, money supply), bloated staff/balance sheets/industry, to send shivers through equity etc. markets, sweat equity, to have a hiccup, a yawning deficit, to have itchy feet, the recession/economic hangover/the hangover from the financial crisis; to unnerve markets, nervous money, stressed markets, distressed assets, an industry or market is in the doldrums;

a poison pill, a suicide pill, a bitter pill to swallow, capital injections, to inject money/liquidity into sth, a shot in the arm, the right/wrong/bad/mild medicine, to diagnose the credit crisis/the causes of the crisis, to drip-feed the market/property to the market, to be on a drip-feed (the industry will remain on a ~)/drip-fed consumers, a company doctor, to restore the health of sth, equity cures/a cure for sth, a fiscal/leverage etc. elixir, to nurse a business/company back to health/ to nurse losses/to nurse sth through a financial crisis, to check/take sb's pulse/economic/commercial pulse/~ of the organization/to have~/-is weak;

an economic recovery/ revival, signs of life, to come back to life, to rejuvenate a company/economy/brand, the survival of the euro/financial survival;

the market/inflation is dead, dead stock, to be buried under a mountain of debt/ to look/be dead and buried, a post-mortem (inquiry) on the company's poor results/into sth/ the euro crisis, a graveyard market, zombie banks etc.

Результаты корпусного анализа показывают, что сочетания *tourism + path to recovery/road to recovery*, выражающие уверенность в том, что отрасль преодолет кризис, употреблялись реже (20,000 и 59,700 соответственно), чем сочетания, описывающие проблемы данной отрасли (более 28 млн совпадений). Сочетания *tourism + shot in the arm*, *“resilient * tourism”*, *“keep * tourism alive”*, *“robust * tourism”*, *revive + tourism*, описывающие попытки привести отрасль в работоспособное состояние, а также свойства отрасли, помогающие ей преодолеть препятствия, набрали от 3 до 15 млн соответствий. Примечательно, что выражение *crippled + tourism* употреблялось более чем в два раза чаще, чем *ailing + tourism*, хотя именно у *ailing* первым словарным значением является «проблемный, не имеющий успеха», в то время как у *crippled* это значение идет вторым, первое же значение описывает физическое увечье. Компоненты данных сочетаний из области-источника «болезнь, увечье» редко употребляются в современном английском языке в своем первичном значении, так как являются устаревшим (*crippled*) и строго официальным (*ailing*), однако регулярно используются метафорически для описания проблем экономики, компаний.

По результатам подсчета видно, что чаще всего для описания положения дел в сфере туризма употреблялись выражения, воспринимаемые как клише, профессионализмы, жаргонизмы (*tourism + struggling*, *tourism + suffered*, *tourism + survive*, *tourism + recover*). Исключение составляет лишь высокометафоричное сочетание *tourism + life support*, выбранное авторами экономической публицистики 111 млн раз. Вывод о том, что такие элементы, как *recovery*, растеряли образность и употребляются носителями по привычке, как единицы словарного запаса, кажется логичным. Однако контекстуальный анализ подобных слов / выражений показывает, что они часто становятся основой развернутой метафоры, что свидетельствует о том, что автор употребил данную лексику намеренно и ясно осознает ее метафорический характер.

1	revive + ailing tourism	10,600
2	tourism + bleeding cash	14,000
3	tourism + path to recovery	20,000
4	tourism + lifeblood	40,600
5	tourism + road to recovery	59,700

6	ailing + tourism	92,900
7	crippled + tourism	245,000
8	tourism + shot in the arm	3,110,000
9	“resilient * tourism”	5,310,000
10	“keep * tourism alive”	5,700,000
11	tourism + painful	9,350,000
12	“robust * tourism”	11,700,000
13	tourism + hurt	13,400,000
14	revive + tourism	15,100,000
15	tourism + struggling	28,500,000
16	tourism + suffered	28,700,000
17	tourism + survive	28,800,000
18	tourism + collapsed	32,500,000
19	tourism + recover	54,600,000
20	tourism + life support	111,000,000

Так, в приведенном ниже примере значение области-источника выражений *to fully recover, the nation's ailing tourism industry, to collapse* — «болезнь» — выходит на первый план благодаря использованию в том же контексте сочетаний *to hurt businesses, a shot in the arm*. Такое сочетание компонентов превращает описание проблем австралийских авиалиний в развернутую метафору, чью область-источник усиливает также и тема статьи — ответ отрасли на последствия пандемии. Даже клишированный глагол *to prop up*, также относящийся и к метафорической модели «экономика как здание», в этом контексте вызывает ассоциации с человеком, старающимся удержаться на ногах, либо пациентом, которому подложила подушки под спину заботливая сиделка.

Half-price flights aimed to boost Australia's ailing tourism

Australia's government will subsidize 800,000 half-price airfares as part of a \$1.2 billion (\$920 million) package to prop up the nation's ailing tourism industry. ...

The subsidized tickets program “means more jobs and investment for the tourism and aviation sectors as Australia heads towards winning our fight against Covid-19 and the restrictions that have hurt so many businesses,” Morrison said. ...

The economy powered into 2021, with gross domestic product jumping 3.1% in the final three months of last year from the prior quarter. Yet, the support package is a shot in the arm to an aviation industry shattered by coronavirus-related travel restrictions. ...

Smaller rival Virgin Australia Airlines is under new ownership after collapsing in 2020. Global air-travel isn't expected to fully recover until 2024.

В следующем примере «медицинское» значение глаголов *to survive, to suffer, to collapse, to struggle, to*

recover, to revive, существительного *recovery* подчеркивают выражения *the wounds left by the summer season, to bleed cash, healthy demand, a widespread malaise*. Перечисленные выражения вызывают более стойкую ассоциацию со сферой болезней и лечения, чем упомянутые выше глаголы и существительное, однако регулярно употребляются в экономическом и художественном дискурсе вне своего образного значения, выполняя номинативную функцию. Здесь же именно количество компонентов модели «экономика как пациент», связанных контекстом статьи об экономических последствиях заболевания, создает развернутую метафору и побуждает представить туристическую сферу как пациента, отчаянно борющегося за жизнь.

Can Spanish tourism survive a second Covid summer?

Gabriel Escarrer hopes that foreign tourists will come back to Spain this year — but he knows how much his company and his industry will suffer if they do not.

As chief executive of Meliá Hotels International ... Escarrer is all too aware of the wounds left by last year's drastically shortened summer season. "If we lose this summer, we would be talking about practically zero activity from October 2019, when [travel agent] Thomas Cook collapsed, to June of 2022," he said ...

As the sector struggles with the impact of the latest travel restrictions in the EU, UK and US, Escarrer and Aragonés acknowledged that people would initially be more likely to travel in their own country before they ventured abroad. ...

"We know that 2021 will be a difficult year and that we have complicated months ahead, but there is a perspective of medium-term recovery," said Aragonés ...

The crucial question is the pace of the recovery, which will be determined by infection rates, vaccinations and politics. And until it arrives, the tourism industry will continue bleeding cash. ...

But their problems are just one part of a much more widespread malaise. The year 2020 was easily the worst in the tourism industry's history. ...

But both Escarrer and Aragonés hope that the current curbs, coming in low season, will help bring infections under control and pave the way for recovery.

The Meliá boss thinks that foreign tourists will return by July and expects healthy demand for his beach hotels, particularly from the UK, traditionally the biggest source of tourists for Spain. ...

"The first thing that is going to recover is city breaks, because the easiest thing is to just get into a car and spend a weekend at a hotel," he said. ...

Both chiefs call for Spain to spend some of the €140bn it expects from the EU's coronavirus recovery fund on helping revive the tourist industry ...

В этой статье образ живого организма, пациента создается «мертвыми метафорами» *the industry's re-*

covery, South-East Asia's tourism industry began to recover, hotels are struggling, the Omicron variant delayed the revival, robust domestic tourism. Его дополняют метафора *on life-support* и идиома *the lifeblood of the business*, чье исходное значение «кровь» является книжным, однако выводится из структуры выражения. Обыгрывание в контексте сразу двух значений *chronic* и *hobble* — связанных с темой здоровья и переносных — довершает развернутую метафору. Приведённые в начале статьи слова местного жителя *like a graveyard, there is no life* также отсылают читателя к образу отрасли как некогда живого организма, печально закончившего свое существование.

Out of Office

Labour shortages and chronic uncertainty are hobbling the industry's recovery

... But this year Koh Samui, an island popular with foreign tourists, "is like a graveyard", says Virach Pongchababnapa, a local hotelier. Tourists are gone. Hotels and restaurants are boarded up. "There is no life, no movement," Mr Virach sighs.

This was supposed to be the year that South-East Asia's tourism industry — on life-support since the pandemic struck — began to recover. The Omicron variant, however, delayed the revival. ...

People from outside the region are the lifeblood of the business. They spend half of all tourist dollars even though, in countries with robust domestic tourism, they make up just 33% of visitors, and sometimes as little as 5%. ... As the region opens up, Europeans and Americans will flock back to the sandy beaches of Bali and Phuket. But the recovery will be tentative. ...

Hotels in Phuket are struggling to hire engineers, electricians and chefs, says Kongsak Khoopongsakorn of the Thai Hotel Association, an industry body. ...

The problem is chronic uncertainty about the timing of the industry's recovery.

Далее развернутую метафору больного, раненого живого организма, сражающегося за выживание, создают глаголы *to recover, to survive*, взаимодействующие с оригинальными метафорами *a bruised and battered industry, the uncertain path to recovery, to keep businesses alive* — два последних выражения здесь употреблены метафорически, так как используются для описания состояния живых людей, а не компаний, экономики. Описание внутреннего туризма с помощью слова *saviour* довершает образ экономики как живого существа, человека. Одновременная реализация двух значений слова *bug* — *travel bug* и *virus* — связывает тему статьи, туризм, с медицинской тематикой.

The holiday only just began

It is an unfortunate fact that the ease of throwing things into a wheelie-bag and travelling far and wide helped spread covid-19 around the world. The effects on leisure travel and

destinations that rely on tourism will be felt for years to come. But just as the way we travel may improve as a result, so the chance for countries to rethink tourism industries could turn a bruised and battered industry into a better one. ...

Tourism is a resilient industry. But it faces a downturn like no other. Firms reliant on visitors may not be best placed to survive. ...

The uncertain path to recovery raises questions over what will remain. The UNWTO reckons that countries with a big share of domestic tourism ... will recover more quickly. But even domestic tourism is far from a saviour. Britain and Spain, for example, reckon on a decrease in domestic tourism of 45–50% in 2020.

These problems have prompted various responses to keep businesses alive. ...

The travel bug seems certain to outlast the virus.

В этом примере выражения, традиционно используемые для вербализации экономических проблем и их решений (*to struggle, Cuba's ailing and inefficient state-run economy, to slash output, to hurt sb. economically*), выстраиваются в развернутую метафору, побуждая читателя взглянуть на экономическую систему не только как на пациента, но и как на живой организм в принципе. Эта цель достигается с помощью метафоры сна *to reawaken its tourism industry after months of pandemic-induced slumber*, глагола затрудненного движения *to flounder*, употребленного образно для описания шаткости туристической сферы. Экономические трудности описаны посредством сочетания *economic woes*, чье происхождение от существительного «горе, беда» явно прослеживается и усиливает эффект персонификации экономики. Этимология глагола *to be plagued by sth* — «приносить неприятности, мучать» — прозрачна, отсылка к чумной болезни усиливает аналогию экономических проблем с периодом нездоровья.

Cuban tourism industry flounders as sunseekers look elsewhere

HAVANA, Feb 18 (Reuters) — Cuba is struggling to reawaken its tourism industry after months of pandemic-induced slumber as travelers stay away ...

The communist-run island ... has been betting on tourism to power 4% economic growth this year after the coronavirus pandemic slashed output ...

Empty beaches and hotels could prove yet another blow to Cuba's ailing and inefficient state-run economy, which depends on foreign exchange from tourism, which accounts for 10% of GDP, to purchase basics such as food and medicine on the global market.

Independent experts and Cuban tourism operators consulted by Reuters say Cuba will struggle to recover lost ground during the pandemic, plagued in large part by lingering U.S. restrictions that have all but eliminated travel between Cuba and the large U.S. market. ...

News about the protests, the reaction, and economic woes were likely also putting off the return of tourists from outside the United States, said Paolo Spadoni ...

"It has hurt us economically," said Perez. "The cruise ships are gone. There are many hotels that were built but are still empty because tourism has decreased."

Проанализированные примеры употребления авторами развернутых метафор «экономика как пациент», оживление взаимодействия предметно-логического и контекстуального значений даже избитых метафор, воспринимающихся в экономическом дискурсе, как термины, профессионализмы, свидетельствуют о намерении автора представить экономические трудности как заболевание, а экономику — как пациента, жертву. Авторы создают развернутые метафоры не только методом комбинирования элементов определенной метафорической модели. Сопоставив тематику статей-примеров и происхождение использованной их авторами образной лексики, мы видим, что сам контекст статьи — экономические последствия опасного заболевания — помогает автору дополнить образ экономики-пациента и сделать внутреннюю форму использованных метафор здоровья и болезни более прозрачной, очевидной для читателя.

Формированию развернутой метафоры служат не только метафоры в рассуждениях автора, но также образные обороты в репликах людей, давших интервью автору статьи (*Chob Panma ... said the past 18 months had been painful for the tourism-reliant businesses, it's been quiet — by quiet I mean dead, it has hurt us economically*). Это подтверждает, что автор намеренно выбрал высказывания, лексически вписывающиеся в развернутую метафору «экономика как живое существо» для оказания определенного эмоционального воздействия на аудиторию.

Выводы

Изучив применение метафорической модели «экономика как пациент», мы приходим к выводу, что антропологические метафоры широко распространены в экономическом дискурсе и активно применяются для вербализации экономических проблем. Согласно Henderson (1994), персонификация — это прием, используемый для описания различных абстрактных понятий и позволяющий нам почувствовать себя увереннее во враждебном мире. Такое определение объясняет востребованность метафорической модели «экономика как живое существо, пациент» во времена экономической нестабильности.

Традиция описывать экономические явления как живое существо, а экономические проблемы — как существо страдающее, раненное или больное, также свидетельствует о жизненной важности для носителей английского языка предпринимательства, спо-

собов получить материальные блага. Данное видение экономических проблем способно вызвать сочувствие читателя/слушателя, подчеркнуть серьезность ситуации, а также представить виновников экономических трудностей как невольных жертв обстоятельств, освобождая их от ответственности за содеянное. Употребление участниками экономического дискурса развернутых метафор, чьими компонентами выступают в том числе избитые метафоры, вошедшие в разряд терминов, свидетельствует о том, что представители англоязычной культуры осознают прагматический потенциал таких выражений и используют их намеренно.

Изучение распространенных метафорических моделей английского экономического дискурса, анализ причин и следствия применения метафор носителями английского языка является эффективным методом закрепления профессионально ориентированной лексики. Особенности употребления метафор, выявленные в результате нашего исследо-

вания, представляют собой пример знаний, необходимых для углубленного изучения языка и понимания культуры стран изучаемого языка. Анализ текста на предмет образной лексики целесообразно включить в программу занятий по английскому языку со студентами экономических специальностей. Он может включать в себя поиск концептуальных метафор в экономических текстах, выявление развернутых метафор, выделение в их составе избитых и оригинальных компонентов, обсуждение воздействия образов, навеянных метафорами, на восприятие аудиторией описываемых событий.

Метафорические модели представляют собой богатый источник культурологической информации, являются инструментом обучения, помогают упорядочить профессионально необходимые знания. Изучение таких явлений англоязычного экономического дискурса будет способствовать формированию у студентов межкультурной и коммуникативной компетенций.

Литература

1. Полонская О.Ю. Метафорическая репрезентация миграции в медиадискурсе США [Текст] / О.Ю. Полонская // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2019. — № 2. — С. 50–53. — DOI: https://doi.org/10.12737/article_5cb6de0c6dc342.67161612 (дата обращения: 09.11.2022).
2. Федотова О.С. Концептуально-метафорическая репрезентация в метадискурсе англоязычного художественного нарратива: диахронический аспект [Текст] / О.С. Федотова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2021. — № 5. — С. 21–25. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-5-21-25> (дата обращения: 09.11.2022).
3. Black M. More about metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought*, 2nd edn. Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 19–41.
4. Black M. Models and metaphors: studies in language and philosophy. Ithaca, Cornell University Press, 1962. 267 p.
5. Cai D., Deignan A. Metaphors and evaluation in popular economic discourse on trade wars. In I. Navarro, I Ferrando (Eds.), *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*. Berlin, Boston, De Gruyter Mouton, 2019, pp. 57–78. DOI: 10.1515/9783110629460-004. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110629460-004>
6. Dombey D. (2021). Can Spanish tourism survive a second Covid summer? *The Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/db3f8536-a6be-456e-816e-5879b5916ca2> (accessed September 12, 2022).
7. Frank M. (2022). Cuban tourism industry flounders as sunseekers look elsewhere. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/world/americas/cuban-tourism-industry-flounders-sunseekers-look-elsewhere-2022-02-18> (accessed September 12, 2022).
8. Gee J.P. An introduction to discourse analysis: theory and method. London, Routledge, 2014, 248 p.
9. Gibbs R.W. The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding. Cambridge, Cambridge University Press, 1994, 527 p.
10. Grey W. Metaphor and meaning. *Minerva: an Internet Journal of Philosophy*, 2000, vol. 4, no. 11. URL: <http://www.minerva.mic.ul.ie/vol4/index.html> (accessed September 12, 2022).
11. Harris J.G. *Sick economies: drama, mercantilism, and disease in Shakespeare's England*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2013, 263 p. DOI: 10.9783/9780812202199. URL: <https://doi.org/10.9783/9780812202199>
12. Henderson W. Metaphor and economics. In R.E. Backhouse (Ed.), *New Directions in Economic Methodology* (1st ed.). London, Routledge, 1994, pp. 343–367. DOI: 10.4324/9780203204085. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203204085>
13. Henderson W. Metaphor in economics. In M. Coulthard (Ed.), *Talking about text*. Birmingham, University of Birmingham, 1986, pp. 109–127.
14. Koller V. Critical discourse analysis and social cognition: evidence from business media discourse. *Discourse and Society*, 2005, vol. 16, no. 2, pp. 199–224. DOI: 10.1177/0957926505049621. URL: <https://doi.org/10.1177/0957926505049621>
15. Koller V. Metaphor clusters in business media discourse: A social cognition approach. Vienna, Vienna University, 2003. (Unpublished dissertation)
16. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought*, 2nd edn., 202–51. Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 202–251. DOI: 10.1017/CBO9781139173865.013. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>
17. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago, University of Chicago Press, 2008. 256 p.
18. Moon R. Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach. Oxford, Oxford University Press, 1998. 338 p.
19. Moon R., Knowles M. *Introducing metaphor*. London, Routledge, 2006. 180 p.
20. Ortony A. Why metaphors are necessary and not just nice. *Educational Theory*, 2007, vol. 25, no. 1, pp. 45–53.
21. Scott J., Whitley A. (2021). Half-price flights aimed to boost Australia's ailing tourism. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-10/australia-to-aid-ailing-tourism-with-800-000-half-price-flights> (accessed September 12, 2022).
22. Steen G.J. et al. Metaphor in usage. *Cognitive Linguistics*, 2010, vol. 21, no. 4, pp. 765–796 2010. DOI: 10.1515/COGL.2010.024. URL: <https://doi.org/10.1515/cogl.2010.024>
23. The Economist. Out of office. *The Economist*, 2022, vol. 442, no. 9282, pp. 31–32.
24. The Economist. The holiday only just began. *The Economist*, 2021, vol. 438, no. 9232, pp. 54–56.

References

1. Polonskaya O.Y. Metaphorical Representation of Migration in the US Media Discourse // *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies*. 2019, no. 2, pp. 50–53. DOI: https://doi.org/10.12737/article_5cb6de0c6dc342.67161612 (date of access 09.11.2022).
2. Fedotova O.S. Conceptual-Metaphorical Representation in English Fiction Metadiscourse: Diachronic Aspect // *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies*. 2021, no. 5, pp. 21–25. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-5-21-25> (date of access 09.11.2022).
3. Black M. More about metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought*, 2nd edn. Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 19–41.
4. Black M. Models and metaphors: studies in language and philosophy. Ithaca, Cornell University Press, 1962. 267 p.
5. Cai D., Deignan A. Metaphors and evaluation in popular economic discourse on trade wars. In I. Navarro, I Ferrando (Eds.), *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*. Berlin, Boston, De Gruyter Mouton, 2019, pp. 57–78. DOI: 10.1515/9783110629460-004. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110629460-004>
6. Dombey D. (2021). Can Spanish tourism survive a second Covid summer? *The Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/db3f8536-a6be-456e-816e-5879b5916ca2> (accessed September 12, 2022).
7. Frank M. (2022). Cuban tourism industry flounders as sunseekers look elsewhere. *Reuters*, Retrieved from <https://www.reuters.com/world/americas/cuban-tourism-industry-flounders-sunseekers-look-elsewhere-2022-02-18> (accessed September 12, 2022).
8. Gee J.P. An introduction to discourse analysis: theory and method. London, Routledge, 2014, 248 p.
9. Gibbs R.W. The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding. Cambridge, Cambridge University Press, 1994, 527 p.
10. Grey W. Metaphor and meaning. *Minerva: an Internet Journal of Philosophy*, 2000, vol. 4, no. 11. URL: <http://www.minerva.mic.ul.ie/vol4/index.html> (accessed September 12, 2022).
11. Harris J.G. Sick economies: drama, mercantilism, and disease in Shakespeare's England. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2013, 263 p. DOI: 10.9783/9780812202199. URL: <https://doi.org/10.9783/9780812202199>
12. Henderson W. Metaphor and economics. In R.E. Backhouse (Ed.), *New Directions in Economic Methodology* (1st ed.). London, Routledge, 1994, pp. 343–367. DOI: 10.4324/9780203204085. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203204085>
13. Henderson W. Metaphor in economics. In M. Coulthard (Ed.), *Talking about text*. Birmingham, University of Birmingham, 1986, pp. 109–127.
14. Koller V. Critical discourse analysis and social cognition: evidence from business media discourse. *Discourse and Society*, 2005, vol. 16, no. 2, pp. 199–224. DOI: 10.1177/0957926505049621. URL: <https://doi.org/10.1177/0957926505049621>
15. Koller V. Metaphor clusters in business media discourse: A social cognition approach. Vienna, Vienna University, 2003. (Unpublished dissertation)
16. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought*, 2nd edn, 202–51. Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 202–251. DOI: 10.1017/CBO9781139173865.013. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>
17. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago, University of Chicago Press, 2008. 256 p.
18. Moon R. Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach. Oxford, Oxford University Press, 1998. 338 p.
19. Moon R., Knowles M. *Introducing metaphor*. London, Routledge, 2006. 180 p.
20. Ortony A. Why metaphors are necessary and not just nice. *Educational Theory*, 2007, vol. 25, no. 1, pp. 45–53.
21. Scott J., Whitley A. (2021). Half-price flights aimed to boost Australia's ailing tourism. *Bloomberg*, Retrieved from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-10/australia-to-aid-ailing-tourism-with-800-000-half-price-flights> (accessed September 12, 2022).
22. Steen G.J. et al. Metaphor in usage. *Cognitive Linguistics*, 2010, vol. 21, no. 4, pp. 765–796 2010. DOI: 10.1515/COGL.2010.024. URL: <https://doi.org/10.1515/cogl.2010.024>
23. The Economist. Out of office. *The Economist*, 2022, vol. 442, no. 9282, pp. 31–32.
24. The Economist. The holiday only just began. *The Economist*, 2021, vol. 438, no. 9232, pp. 54–56.