



IX Международная
научно-практическая конференция

**«Бизнес и образование:
вектор развития»**

25
лет



Международная
Академия
Бизнеса

Материалы

IX Международной
научно-практической конференции

**«Бизнес и образование:
вектор развития»**

**РОЛЬ ИННОВАЦИЙ
В МЕЖДУНАРОДНОМ
ТРАНСФЕРЕ ЗНАНИЙ**

8 февраля 2013 г.

УДК 378
ББК 74.58
Р 68

Редакционная коллегия:

1. Редактор - **Шакирова С.М.**, к. филос. н., директор Центра исследований и развития МАБ
2. Общее руководство - **Канагатова А.М.**, д. филос. н., проректор по науке и развитию МАБ
3. Редактирование статей на казахском языке - **Абдрасилова Г.З.**, к. филос. н., доцент МАБ
4. Редактирование статей на английском языке - **Кунанбаева Л.М.**, специалист Центра исследований и развития МАБ

Все статьи прошли проверку на уникальность текста в системе AdvegoPlagiatusv.1.2.

Р 68 Роль инноваций в международном трансфере знаний: Сборник статей IX Международной научно-практической конференции МАБ «Бизнес и образование: вектор развития» - Алматы, 8 февраля 2013 г./ Международная Академия Бизнеса – с.300.

ISBN 978-601-80340-1-5

УДК 378
ББК 74.58

ISBN 978-601-80340-1-5

© МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА, 2013

Профессионализмы и метафоричные термины в экономическом дискурсе

Большинство трудов, касающихся профессиональной лексики, сосредоточено на исследовании терминологии. Терминами занимались достаточное количество исследователей (П.П. Даниленко, А.А. Реформатский, Б.Н. Головин, В.В. Виноградов, К.А. Левковская, И.С. Квитко, Б.Н. Головин, В.М. Лейчик, Л. А. Капанадзе, Е.Н. Толикина, Т.А. Чеботникова, **Р.А. Будагов**, М.Н. Володина, Н.З. Котелова, А.И. Крылов, Н.П. Кузькин, В.Д. Табанаква, В.А. Татаринов, А.И. Моисеев, П. Хижняк, В.Д. Лаптев, Д.С. Лотте, Б.А. Серебренников, А.В. Суперанская, Л.В. Прибытова и т.д.). И только некоторые из них исследовали и анализировали, как и термины, так и профессионализмы (Б.А.Серебренников, А.В.Суперанская, Л.В.Прибытова, П. Хижняк).

Особенно следует рассмотреть проблему профессионализмов и метафоричных экономических терминов, статус которых в терминологии до сих пор определен недостаточно четко и остается открытым.

Некоторые исследователи считают профессионализмы вариантными единицами общепринятых терминов или просторечными терминами и включают их в терминологию. Например, П.Хижняк относит профессионализмы к отдельному виду специальной лексики и он проводит разграничение между терминами и профессионализмами главным образом по функционально-стилевым признакам. Основное отличие профессионализмов – это ограниченная сфера их употребления, которая сводится к устной речи специалистов в неофициальной обстановке. Употребление сниженной детерминологизированной лексики тесно связано с разговорной речью и характеризуется наличием у лексики этого типа эмоциональной окраски и экспрессивных коннотаций [1, с.27-34]. Однако, другие исследователи придерживаются мнения о необходимости изъять профессионализмы из терминологической системы и обозначают их как разрозненные, не объединенные в единую замкнутую систему или между собой единицы, которым, как правило, свойственно некоторая живописность и образность [2, с.82].

Позиция П. Хижняка, что профессионализмы все-таки являются терминами, более доказуема, если учесть определение термина

данное Г.О. Винокуром "В роли термина может выступать всякое слово... термин - это не особое слово, а только слово в особой функции, функции наименования специального понятия, названия специального предмета или явления" [3, с.77]. Подобного мнения придерживается А.В.Суперанская: "Термины и профессионализмы являются элементами данного языка, причем термины – его ядро. Но кроме них язык профессиональной коммуникации – в частности, язык экономики – включает в себя номены, имена собственные и наиболее частотные слова общей лексики, обеспечивающие поддержание коммуникации [4, с.43].

Границы единицы языка профессиональной коммуникации свободно циркулируют во всей области дискурса, неравномерно распределяясь в текстах разных функциональных стилей и жанров, следовательно, есть все основания утверждать, что возможен переход лексических единиц языка профессиональной коммуникации из одной страты в другую: общепотребительные слова могут стать терминами, а термины могут утратить статус термина, профессионализмы, в свою очередь, могут перейти в ряды терминов, термины могут дать основу для создания новых профессионализмов.

Исходя из подвижности границ между стратами профессионального языка следует выделить в составе языка экономики 3 группы лексем на основе критерия «степень терминологичности».

К первой группе относятся так называемые «чистые» термины. Их также можно назвать идеальными, так как им характерны такие свойства, как точность, краткость, однозначность, системность, внедренность, эмоционально-экспрессивная нейтральность, безразличие к контексту, конвенциональность, отсутствие синонимов и омонимов в пределах одной терминосистемы и др.

Приведем следующие примеры:

deficit – дефицит; netincome – чистый доход; tradebalance – торговый баланс; fixedassets – основные средства; currentliabilities; marketanalysis – анализ рынка; grossprofit – валовая прибыль.

Данные термины являются точными обозначениями таких научных понятий, как фи-

нансы, экономика, маркетинг и некоторые из них сформировались путем семантического переноса из слов общелитературного языка (*gap;balance;analysis;profit*).

Вторую группу составляют так называемые «неидеальные» термины (профессионализмы). У «неидеальных» терминов степень терминологичности ниже, чем у «чистых» терминов, то есть они могут не обладать некоторыми свойствами, характеризующими «идеальный» термин. Данные лексические единицы либо многозначны даже в пределах одной терминосистемы, либо коннотативны. В качестве примера служат такие лексемы, как **bull** (*игрок на повышение*) и **bear** (*игрок на понижение*). Данные термины зафиксированы в большинстве словарей. Однако они не могут быть классифицированы как «чистые» термины, поскольку обладают эмоциональной и экспрессивной окраской. Они образовались из слов общелитературной лексики путем метафоричного переноса. В термине **bull**, например, за основу переосмысления принимается качество быка бить врага рогами снизу вверх, поэтому **bull**— это *продавец, который делает ставку на повышение и выигрывает от роста цен. Что касается термина bear, он образован от качества медведя наносить удар сверху вниз, поэтому bear – это продавец, который делает ставку на понижение и выигрывает от снижения цен.*

Данные термины, переходя в ряды терминов, дали основу для сложения таких новых терминологических сочетаний, как **bullrun** – «*бычий бег*» (*тенденция повышения*), **bull callspread** – *колл-спред «быков»* (*комбинация покупки опциона «колл» с большей внутренней стоимостью и продажи опциона «колл» с меньшей*), **bullfloater** – *облигация с обратной процентной ставкой, величина которой равна разнице между оговоренным ориентиром и рыночными ставками*, **bull market** – «*бычий*» рынок, рынок «*быков*» (*повышение цены на рынке;рынок, характеризующийся тенденцией роста цен*), **bearaccount** – *счет «медведя»* (*обязательства брокера по ценным бумагам при игре на понижение*), **bear callspread** – «*медвежий*» *колл-спред, колл-спред на понижение* (*сочетание покупки опциона «колл» с меньшей внутренней стоимостью и продажи опциона «колл» с большей стоимостью при тех же сроках исполнения*) **bearclosing** – «*медвежье закрытие*» (*скупка ценных бумаг, валюты или товаров с целью закрыть открытую «медвежью» позицию*), **bearhour** – *час «медведя»* (*устойчивое понижение курсовой стоимости биржевого товара*), **bearhug** – «*медвежий объятия*», «*медве-*

жья хватка» (*ситуация, когда одна компания обращается к другой компании с предложением о поглощении, содержащим такие привлекательные условия, что руководители компании-цели вынуждены его принять*), **bearmarket** – «*рынок медведей*» (*рынок с понижением фондовой конъюнктуры; рынок с тенденцией к снижению курсов*, **bearpool** – *объединение «медведей»* (*объединение спекулянтов, играющих на понижение*), **bearraid** – *налет «медведей»* (*активная продажа ценных бумаг с целью снижения цен и последующей покупки этих же бумаг на более выгодных условиях*) **bearsqueeze** – «*давление на медведей*» (*ситуация, в которой спекулянты, играющие на понижение, вынуждены покупать акции по высокому курсу из опасения ещё большего его роста*), **beartrap** – «*медвежья западня*», «*медвежья ловушка*» (*ситуация, когда продавцы коротких позиций сталкиваются с переменной тенденцией и подъемом рынка*).

Интересно отметить, что полвека назад лексические единицы с компонентами *bear* и *bull* воспринимались отечественными лингвистами как профессионализмы [5] ввиду того, что не характеризовались внедренностью, т.е. биржевая деятельность была еще не известной в России. Следовательно, отпадает необходимость доказывать вопрос о подвижности словарного состава языка, и в особенности таких лексических пластов, как профессионализмы и тем более очевидное взаимодействие общепотребительной лексики, профессионализмов и терминологии.

К третьей группе относятся лексемы со спорным статусом. Данные лексемы занимают пограничное положение между терминами и профессионализмами, хотя некоторые лингвисты (В. В. Касьянов, Ю.Н. Сидоренко) относят их к терминам. Эти термины очень похожи на профессионализмы, а именно тем, что содержат коннотативный элемент. Однако, в отличие от профессионализмов, данные лексические единицы не характеризуются внедренностью, приводятся не во всех словарях и не образуют сети дериватов (производных терминов). В этих терминах заложен явный метафоричный перенос смысла. Их также можно назвать метафоричными терминами. Метафоричные термины, вошедшие в экономику, обогащают ее своей экспрессивностью и образной окраской. Если учесть, тот факт, что границы единицы языка профессиональной коммуникации строго не ограничены во всей области дискурса, то метафоричные термины могут свободно переходить от общелитературного языка к профессионализмам и от них к идеальным терминам.

Многочисленными примерами этой категории могут служить следующие терминологи-

ческие сочетания: **widow-and-orphan stocks**; **eating someone's lunch**; **fat cat**; **dividend capture**; **bounced check**; **sin tax**.

Сочетание **widow-and-orphanstocks** – «**акции вдов и сирот**» возникло на основе ассоциации с особым привилегированным статусом вдов и сирот и означает *акции, приносящие высокий доход при незначительном риске*.

Хотя дословный перевод термина **eating someone's lunch** (*поедание чужого ланча*) звучит странно, в экономическом дискурсе он находит свое достойное применение. Данный термин применим для описания *ситуации, когда компания успешно отнимает рыночную долю у своего конкурента с помощью агрессивной ценовой и сбытовой политики или лучшего качества товаров и услуг*.

В терминологическом сочетании **fatcat** также заключена некая оценка. Термин **fatcat** – «**жирный кот**»; **толстосум** используется для обозначения *1) очень богатого человека, который в основном живет на проценты и дивиденды от инвестиций и не занимается активно бизнесом и 2) удачливой инвестиционной фирмы, получающей сверхвысокие прибыли при рисковом финансировании*

В термине **dividend capture** – **захват дивиденда** заложена негативная оценка. Термин, заимствованный из военной тематики означает *покупку высокодоходных акций непосредственно перед датой начисления дивидендов и продажа этих акций вскоре после выплаты дивидендов*.

Интересным представляется смысл термина **bouncedcheck** – **возвращенный чек**. Этот чек, подобно мячику, подпрыгивая, возвращается

хозяину чека. Данный термин подразумевает *чек, который возвращается банком без оплаты ввиду отсутствия средств на счету клиента, выписавшего его*.

Терминологическое сочетание **sintax** – **налог «на пороки»** также лишен нейтральной коннотации. Данный термин используется для обозначения *налога на табак, алкогольные напитки, азартные игры*.

В результате анализа статуса профессионализмов в экономическом дискурсе и подвижности границ между стратами профессионального языка, мы выделили 3 основные группы лексем на основе которого удалось определить их «степень терминологичности»: **1) «чистые» (идеальные) термины**, **2) «неидеальные» термины (профессионализмы)**, **3) лексемы со спорным статусом (метафоричные термины)**.

Итак, можно сделать вывод, что термины и профессионализмы с точки зрения теории дискурса являются элементами языка профессиональной коммуникации. При этом установить четкие границы между ярусами терминов и профессионализмов становится очень трудными.

Наряду с «чистыми» экономическими терминами и профессионализмами выделяют группу пограничных ярусов лексем, называемые метафоричные термины. Несмотря на свойства не характерные идеальным терминам, большинство метафоричных терминов крепко укрепились в экономическом дискурсе и будут обогащать лексический фонд экономической терминологии и этот процесс необратим.

Литература:

1. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: Учебное пособие. – М.: Изд-во УРАО, 2000. – 242с.
2. Скороходько Э. Ф. Вопросы перевода английской технической литературы (перевод терминов). – Киев: Изд-во Киевского университета, 2003. – 234с.
3. Капанадзе Л.А. О понятиях "термин" и "терминология". - В кн.: Развитие лексики современного русского языка. М., 1965. - 235с.
4. Суперанская А.В. (в соавторстве с Н.В.Подольской и Н.В.Васильевой). Общая терминология: Вопросы теории. М.: Наука. 1989. - 246 с.
5. Гальперин И. Р. Лексикологические и стилистические проблемы функционирования слова и словосочетания. //Сборник научных трудов МГПИИЯ им. Мориса Тореза, 1977, №116. С.93

Боранбаева З. И., МАБ	
Дисциплина "Русский язык" для студентов из казахских диаспор дальнего зарубежья	235
Жақыбаева Қ. А., ХБА	
Шәкәрім аудармаларының маңыздылығын үйрету	237
Иманбердиева С.Қ., ХБА	
Қазақ өнімдерін латын қарпі негізінде рәсімдеу	241
Koilybaeva R. K., Central Asian University	
How to form the lingua-cultural competences of students in teaching foreign language on the basis of lingua-cultural aspects of language	244
Кутыбаев А.Д., МАБ	
Современные тенденции развития образовательной отрасли и роль иностранного языка в этом контексте	247
Мусабаева М.Д., ХБА	
Туған тілдің толғағы (Қазақ орфографиясының кейбір мәселелері жайында)	250
Мырзаханов Т.А., МАБ	
Профессионализмы и метафоричные термины в экономическом дискурсе	252
Садыр Г.Ә., Садыров Г.А., ХБА, С.Ж.Асфендияров ат. ҚазҰМУ	
Оқу мәтінің ерекшеліктері	255
Солтанбекова Ф.Ә., ХБА	
Қазақ жарнама мәтіндерінде ұлттық мәдениетке қатысты вербалды емес құралдарды қолдану	257
Hioară N., Chiosea A., Guțu-Gordienco I., Ruga E., ASEM, Chișinău, Moldova	
Meaning Subtleties Determining the Completion of Communicative Act	260
Шахгулари В.В., МАБ	
Особенности формирования межкультурной коммуникативной компетентности у будущих специалистов	263
СЕКЦИЯ 9.	
Креативные отрасли и возможности для развития предпринимательства: маркетинг, PR, реклама, искусство	
Кәсіпкерлікті дамытуға арналған креативті салалар мен мүмкіндіктер: маркетинг, PR, жарнама, өнер	
Creative Industries and Opportunities for Business Development: Marketing, PR, Advertising, Art	
Абен А.С., КИСИ	
Маркетинг в территориальном управлении Казахстана	268
Давлетова М.Т., УМБ	
Совершенствование сбытовой деятельности компании «Крафт Фудс Казахстан»	273
Мацько В.В., ОмГУ, Омск	
Methods of forming the image of the organization by means of social responsibility	279
Слонимская М.А., ВГТУ, Витебск	
Trade-off анализ как метод маркетинговой логистики	282
Смыкова М.Р., МАБ	
Маркетинговый анализ развития туристской инфраструктуры Казахстана	285
Sokhatskaya N.P., МАБ	
Peculiarities of internal marketing in the hospitality industry in Kazakhstan	289
Тулембаева А.Н., Бейжанова А.Т., МАБ	
Туризмнің дамуын жоғарылатуда маркетингтік технологияларды қолданудың маңыздылығы	293
Шапошников С.В., МГУ им. М.В. Ломоносова	
Креативные отрасли как источник устойчивого развития: пример Азии	296

УДК 80/81
ББК 80
И 73

*Рекомендован Ученым советом
Евразийского национально университета им.Л.Н.Гумилева*

Редакционная коллегия:

А.Строев (Франция), А.Бердичевский (Австрия), А.Памиес (Испания), С.Корычанкова (Чехия), П.Карагъзов (Болгария), И. Ратиани (Грузия), Ф.Наджиева (Азербайджан), У.Калижанов (Казахстан), У.Бахтикиреева (Россия), Т.Есембеков (Казахстан), К.Нурғали (Казахстан), К.Уразаева (Казахстан), С.Ананьева (Казахстан); Ж.Бейсембева (Казахстан), Ж.Кишкенбаева (Казахстан) (ответственные за выпуск)

Ответственный редактор
доктор филологических наук, профессор К.Р.Нурғали

Интегративные функции современной компаративистики: Материалы I-го Международного Симпозиума. Астана, 19-20 апреля 2013 года. Ч.II. Астана, 2013. – Астана, 2013. – 332с.

ISBN 978-601-7429-89-8
ISBN 978-601-7429-90-4

В данном сборнике представлены научные статьи ведущих ученых вузов Франции, Австрии, Чехии, Болгарии, Испании, Румынии, Российской Федерации, Грузии, Беларуси, а также труды отечественных ученых в области литературоведения, языкознания и переводоведения.

УДК 80/81
ББК 80

ISBN 978-601-7429-89-8
ISBN 978-601-7429-90-4

47. Сағимбаева Д.Е. Технология контекстного обучения и её роль в профессионализации иноязычного образования. <i>Казахстан, Астана</i>	231
48. Жундибаева А.К. Шәкәрімтану және қазақ әдебиеті. <i>Қазақстан, Түркістан</i>	236
49. Жазибекова Н. Қазіргі айтыс және көне мифологиялық таным. <i>Қазақстан, Астана</i>	239
50. Нұрмаханбетова А.Қ. Объект ұғымының тіл білімінде зерттелуі. <i>Қазақстан, Астана</i>	243
51. Ахметова Қ. Кәсіби қазақ тілін оқытудың маңызы. <i>Қазақстан, Астана</i>	247
52. Рахимжанова Г.Р., Мухамедьярова Ф.Ж. Познать глубинные истоки культуры, истории, языка... <i>Казахстан, Астана</i>	248
53. Шонаяева А.А. Гендерная специфика реализации образной номинации лиц. <i>Астана, Казахстан</i>	251
54. Азкенова Ж.К. Этнокультурная лексика в русском языке. <i>Казахстан, Астана</i>	256
55. Космуратова А.Н. Упражнения по освоению специальной лексики на занятиях. <i>Казахстан, Астана</i>	259
56. Жиенашина Б.Т. Структуризация этнокультуроведческой компетенции студентов. <i>Казахстан, Астана</i>	264
57. Бұлғақов Ж.А. Жас ақындар поэзиясындағы көркемдік ізденістер. <i>Қазақстан, Астана</i>	269
58. Тулькубаева М.С. Оценивание знаний учащихся как основа повышения качества образования. <i>Казахстан, Астана</i>	273
59. Сейдахметова А.К. Көру түйсігіне байланысты етістіктердің сөз тіркесі құрамындағы тіркесімділігі. <i>Қазақстан, Астана</i>	274
60. Нуриманов Б.Т. Айтыстың даму кезеңдері. <i>Қазақстан, Астана</i>	281
61. Элбакидзе М.В. Символическая закономерность человеческих имен и прозвищ в средневековой литературе. <i>Грузия, Тбилиси</i>	286
62. Магеррамова Г.А. Современные перспективы лингвистической компаративистики. <i>Азербайджан, Баку</i>	290
63. Мырзаханов Т.А. Процесс метафоризации экономической терминологии и их классификация по тематическим группам (на примере английских экономических терминов). <i>Казахстан, Алматы</i>	294
64. Саденова М.Г. Развитие речевой деятельности учащихся на уроках русского языка и литературы. <i>Казахстан, Астана</i>	299
65. Рзаев Ф.Ч. Толстовские традиции в азербайджанской прозе XX века. <i>Азербайджан, Баку</i>	304
66. Жанжуменова А.М. Особенности перевода художественных образов в сонетах У.Шекспира на русский и казахский языки. <i>Казахстан, Астана</i>	310
67. Дарменова А.Е. Мәтін мен дискурсты зерттеудің кейбір мәселелері. <i>Казахстан, Астана</i>	315
68. Токтарова А.Ш. К проблеме формирования читательской компетенции учащихся. <i>Казахстан, Астана</i>	320
69. Уюкбаева М.И., Ломова Е.А. Художественное своеобразие рассказов М. Ауэзова: виды экспозиции. <i>Казахстан, Алматы</i>	324
70. С.Е.Таривердиева. Геополитическая основа создания межкультурных коммуникаций, роль и значение русского языка и литературы в свете новой языковой политики в общеевропейском контексте». <i>Баку, Азербайджан</i>	326

открытый вызов, может отважиться на поиск новой судьбы – он становится безумцем и про таких говорят «потерял голову».

Итак, можно прийти к выводу, что отношение русских и азербайджанцев к фатальности жизни одинаково, составляет определенную корреляцию европейскому образу мышления. Однако анализ фатальности судьбы азербайджанского и русского народов не должно ограничиваться лишь лингвокультурологическим сопоставлением. В данном случае необходимо привлечь также исторический, этнический, культурологический материалы. Также необходимо проследить как языковой материал, существующий в русском и азербайджанском языке, получает свою мотивацию при коммуникации внутри русского и азербайджанского обществ по отдельности, так и в случаях культурного взаимодействия этих двух народов.

Таким образом, одной из перспектив развития современной компаративистики является углубление исследований в области таких новых лингвистических дисциплин, как социолингвистика, лингвокультурология, этнолингвистика, межкультурная коммуникация и др. На наш взгляд, именно сравнительно-сопоставительный подход в анализе двух или нескольких коммуникативных культур поможет для выявления их сходств и различий на всех уровнях лингвокультурологической структуры. Более того, мы считаем, что сравнительно изучение языков необходимо, в первую очередь, начинать с неродственных языков, но имеющих при этом территориальную близость.

Список использованной литературы:

1. Васильева С.Г. И.А.Бодуэн де Куртенэ и антропоцентрическая парадигма лингвистики XX в. // <http://www.philol.msu.ru/~rlc2004/ru/participants/psearch.php?pid=94128>.
2. Коммуникативная лингвистика на современном этапе // http://www.ahmerov.com/book_1053_chapter_5_1_Kommunikativnaja_lingvistika_na_sovremennom_ehtape.html.
3. Кулиев Г.Г. Архетипичные азеги: лики менталитета. Баку, 2002, 248 с.
4. Кушева О.Ю. Антропоцентрическая парадигма в современной лингвистике // http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.4/398/kusheva2006_4.pdf
5. Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2010, 208 с.
6. Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М., 2008, 320 с.

Процесс метафоризации экономической терминологии и их классификация по тематическим группам (на примере английских экономических терминов)

Т.А. Мырзаханов
преподаватель английского языка,
Казахстан, Алматы
Международная Академия Бизнеса

This article is devoted to the thorough analysis of thematic classification of metaphorical economic terms and interaction of source domains and target domains. The article highlights the sources of difficulties regarding historical and national specifics of the English terms.

Key words: *metaphor, the scope of the source, scope, target, metaphorical thinking, metaphorization, metaphorical terms, classification, etymology*

В настоящее время, в эпоху развития экономических отношений и быстрых экономических реформ, как никогда важна профессиональная коммуникация в области экономики, и, соответственно, адекватный перевод такого важного пласта языка как

экономическая терминология. В экономике появление новых терминов в последнее время протекает особенно активно вместе с интенсивным развитием самой экономики и, следовательно, интерес современных исследователей к экономической терминологии стремительно растет. В настоящее время исследователей интересует процесс метафоризации экономических терминов, активно используемых в различных отраслях экономики.

Внимание многих исследователей к терминам-метафорам обусловлено актуальностью вопросов, связанных с процессами мышления человека и его особенностями. Семантический перенос значения при метафоризации объясняется законами мышления, его образным характером.

На феномен метафоричности мышления в свое время обращали внимание такие исследователи, как М. Эриксон, Д. Виоу, Ф. Э. Кассирер, М. Блэк, Ницше, А. Ричарде, М. Бирдсли, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Мак-Кормак, П. Рикер, и другие (работы многих из них представлены в сборнике «Теория метафоры»).

Огромный вклад также внесли исследования Дж. Лакоффа и М. Джонсона для которых характерен когнитивный подход к метафоре. Как и их предшественники, Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что метафора не ограничивается лишь сферой языка, а сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична» [5.С. 25]. Такой подход позволил окончательно вывести метафору за рамки языковой системы и рассматривать ее как феномен взаимодействия языка, мышления и культуры.

Дж. Лакофф и М. Джонсон рассматривают метафору как перенос из области-источника в область-цель. Область-источник характеризуется осязаемостью и конкретностью предмета или явления. Область-цель всегда более абстрактна, она требует осмысления через апелляцию к конкретному и известному. Как отмечал Дж. Джейнс, "абстрактные концепты формируются с помощью конкретных метафор" [6.С. 50], но большинство людей не осознает метафоричности многих слов - "слова, обозначающие абстрактные понятия, как древние монеты, чье изображение стерлось от частого использования" [6.С. 51]. По Дж. Джейнсу, понятие - это значит найти хорошую метафору, подобрать хорошо знакомый и связанный с нашими сенсорными ощущениями образ для осмысления неизвестного и малопонятного.

В основе метафорического переноса лежит не объективное сходство предметов, а субъективно устанавливаемое людьми соответствие между двумя сферами. Согласно Дж. Лакоффу и М. Джонсону, «метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека» [1.С. 390].

Согласно теории концептуальной метафоры, в основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доменов - сферы-источника и сферы-цели. В результате однонаправленной метафорической проекции из сферы-источника в сферу-цель, сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром, элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-цель, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры. Базовым источником знаний, составляющих концептуальные домены, является опыт непосредственного взаимодействия человека с окружающим миром. Метафорическая проекция осуществляется не только между отдельными элементами двух структур знаний, но и между целыми структурами концептуальных доменов. Предположение о том, что при метафорической проекции в сфере цели частично сохраняется структура сферы-источника, получило название гипотезы инвариантности (Invariance Hypothesis). Благодаря этому становятся возможными метафорические следствия, которые в метафорическом выражении эксплицитно не выражены, но выводятся на основе фреймового знания. Таким образом, сфера-источник в некоторой степени определяет способ осмысления сферы-цели и может служить основой для принятия решений и действий.

Рассмотрим на примере метафорических экономических терминов взаимодействие сферы-источника и сферы-цели. Сфера-цель берет свое начало из различных сфер-источников.

Прежде чем приступить к анализу взаимодействия сферы-источника и сферы-мишени, необходимо затронуть вопрос о классификации метафор по тематической группе. Данная классификация метафор по темам является крайне важным для нашего анализа. По данной теме были написаны немало статей. В частности, в двух статьях В.П. Бульчевой рассмотрены образность экономической терминологии, базирующейся на тематической группе «животный мир» [2. С.56-59] и «цвета» [3. С.17-22]. Однако классификация метафорических экономических терминов по темам, приведенная в статье Ю.Е. Калугиной особенно важна для нашей работы [4. С. 29-34]. Автор статьи, прежде всего, выделяет две большие группы: термины, образованные от имен собственных и термины, образованные от имен нарицательных.

К первой группе относятся две подгруппы:

1. Топонимические термины (*Belgian dentist, Dutch disease, New-York interest, etc.*)

2. Антропонимические термины: (*Lady Macbeth strategy, Matilda bond, Rembrandt bond, Peter principle, etc.*)

Вторая группа включает в себя 11 подгрупп:

1. Зоосемические (*bear market, bird dog, dead cat bounce, killer bees, lame duck, loan shark, lobster trap, etc.*)

2. Ботанические термины (*carrot equity, cherry-picking, jungle market, melon-cutting, seed, etc.*)

3. Мифологические термины (*act of God, Aladdin bonds, Santa Clause rally, fallen angel, halo effect, heaven and hell bond, Sleeping Beauty, etc.*)

4. Генетические (*aunt Millie, godfather offer, Granny bonds, junior bond, mom-and-pop store, orphan stock, problem child, seven sisters, twin shares, widow-and-orphan stocks, etc.*)

5. Антропогенные термины (*arm's length transaction, belly up, barefoot pilgrim, head and shoulders, lifting a leg, etc.*)

6. Календарные термины (*black Monday, Monday effect, January effect, October effect, silver Thursday, weekend effect, etc.*)

7. Колористические термины (*blue chip, green fund, golden handcuffs, gilt-edged securities, grey market, pink sheets, red goods, in the red, redlining, red herring, silver bond, white-shoe firm, white elephant, in the black, whiteknight, blackknight, yellowknight, greyknight, etc.*)

8. Гастрономические термины (*financial menu, macaroni defense, pork bellies, piechart, sandwich generation, etc.*)

9. Военно-морские термины (*anchor capital, gun jumping, radar alert, nominal anchor, safe harbor, torpedo stock, debt bomb, price war, war chest, etc.*)

10. Спортивные термины (*hurdle rate, hockey stick bidding, etc.*)

11. Национально-маркированные термины (*gentleman's agreement, Chinese Walls, Samurai bond, Geisha bond, Harakiri swap, etc.*)

Большинство вышеперечисленных экономических терминов имеют свою историю происхождения. В рамках данной статьи невозможно детально рассмотреть все термины; поэтому на основании (частоты использования) мы избрали следующие из них.

Например, выражение *white-shoefirm* (фирма "белые ботинки") берет свое начало от 50 «аристократических» колледжей мира, где белые лаковые ботинки были знаком принадлежности к членам элитных обществ и клубов. В данном случае белые ботинки являются характеристикой определенных брокеров-дилеров, которые считаются «аристократией», биржевыми «сливками» в таких операциях, как участие во враждебных поглощениях.

Термин *bluechip* (голубые фишки) обозначает первоклассные акции (акции широко известных компаний со стабильно растущими доходами, известных высоким уровнем

менеджмента, продукции и услуг). Этимология данного термина объясняется тем, что самые дорогие фишки при игре в покер – голубые.

Термин carrottequity – капитал-морковка; акции стимулирования (акции, дающие право на приобретение дополнительных акций в случае достижения компанией определенных финансовых целей) вызывает немалый интерес со стороны даже специалистов в сфере бизнеса. Происхождение данного термина связано с термином carrot-and-stick approach (метод “кнута и пряника”). Данный метод использовался хозяином осла, который прикреплял перед ослом морковку (для стимула его движения) и одновременно применял палку, чтобы погонять упрямого осла.

Экономический термин fallen angel – “надший ангел” означает высокодоходную облигацию, потерявшую по той или иной причине уровень рейтинга, приемлемый для инвесторов. Терминсфера-источник (fallen angel), в данном примере, в большей степени помогает осмыслить сферу-цель.

Однако, при рассмотрении *Dutch disease – “голландская болезнь”* взаимосвязь между сферой-источником и сферой – цель остается неясной. Для этого участникам коммуникации необходимо обладать фондом общих знаний при рассмотрении интеракции сферы-источника и сферы-цели.

В экономическом дискурсе “голландская болезнь” означает подрыв традиционных отраслей экономики в результате открытия новых природных ресурсов (чаще всего нефти и газа). Термин связан с открытием в конце 50-х – начале 60-х гг. месторождений природного газа в той части Северного моря, которая принадлежит Голландии: последовавший за этим рост экспорта природного газа повлек за собой существенное удорожание национальной валюты, что негативным образом сказалось на других экспортно-ориентированных отраслях.

Не менее интересна этимология экономического термина *lame duck – хромота утка* (банкрот; разорившийся маклер; крупная компания, испытывающая финансовые затруднения (нуждающаяся в помощи государства)). Сначала так называли людей, отказывающихся платить долги на Лондонской фондовой бирже в XIX в. Говорили, что люди, не способные оплатить свои долги, в отчаянии покидали Сити Лондона, волоча ноги, как утки. В 1970-х гг. термин стал применяться британскими политиками к тем отраслям производства или торговли, которые не могли выжить без финансовой поддержки государства. Данный термин не единственный в своем роде. От него произошли такие термины, как *lame-duckbudget – бюджет “хромой утки”* (бюджет, представленный конгрессу уходящей в отставку, но еще не передавшей свои полномочия новым должностным лицам администрацией) и *lame-duck administration – правительство старого состава, работающее после выборов до начала работы правительства нового состава.*

Два термина, *birddog – агент фирмы, подыскивающий заказы* и *yellowdogcontract – трусливый контракт, контракт дворняжки*, в основе которых лежит слово *собака*, связаны с названием их пород. Агент фирмы (*birddog*) подыскивающий заказы, получил свое название от породы собак ищейек, которых брали с собой на охоту для ловли дичи. В Америке *yellowdogcontract – это трудовой договор, по которому рабочим запрещается вступить в какой-либо профсоюз.* Раньше так называли собак, которые водились в Южной Каролине. Сейчас они известны как порода *CarolinaDog*. Впервые в экономике данный термин использовался после выборов в штате Кентукки, которые сравнивали с собачьим боем. В сочетании с *yellowdog* есть еще одно терминологическое сочетание – *yellowdogfund*, что означает *шакалий фонд, фонд для подкупа* (фонд, предназначенный для дачи взяток; суммы, используемые для подкупа).

Термин *deadcatbounce – прыжок дохлой кошки* обозначает резкий рост цены акций после периода ее существенного снижения. Название отражает тот факт, что «дохлая кошка», которая сползла с высокого места, вдруг подпрыгивает. Данный термин заимствован из поговорки *Even a dead cat will bounce if it falls from a great height.*

А термин *fatcat – жирный кот* обозначает состоятельного человека, живущего за счет дивидендных и процентных доходов от инвестиций. «Жирные коты» пользуются особой

популярностью в качестве клиентов у брокеров и других профессионалов в области финансов, поскольку располагают значительными суммами денег и имеют счета, дающие основание надеяться на высокие комиссионные и плату за обслуживание.

Термин *belly up* – "кверху пузом" звучит довольно-таки странно. В данном случае речь идет о фирме, которой угрожает банкротство. Непосредственная взаимосвязь сферы-источника и сферы-мишень, то есть, дохлой рыбы, всплывшей на поверхности воды с "пузом кверху" и фирмы, которой угрожает банкротство вполне очевидна.

Ряд терминологических сочетаний, обозначающие цвета могут заставить врасплох изучающих экономическую терминологию. Например, термин *whitemoney* не переводится как «белые» деньги, а переводится как *незаконно полученные и затем «отмытые» деньги*.

Общепотребительное словосочетание *whiteelephant* – "белый слон", обуза, переходя в состав экономических терминов стало означать *сделку, при которой расходы заведомо превышают ожидаемую прибыль*. Этимология данного термина связана с особым положением белого слона, обитающего в Индии и на Шри-Ланке, которая считается священной. Белый слон не используется как рабочее животное. По легенде, король Сиам дарил его тем, кого хотел разорить. Содержание такого животного был обременительным подарком и обузой.

Терминологические сочетания *pinksheets* *pinkslip* останутся непонятными, если не обладать фоновыми знаниями. Термин *pinksheets* – "розовые листки" означает *списки акций и их цен, как предлагаемых, так и запрашиваемых, на внебиржевом рынке*, а термин *pinkslip* – "розовый листок" (*извещение об увольнении*). Названия терминов появились чисто случайно. Первоначально они печатались на бумаге розового цвета.

Термин *redlining* – "красная черта" также требует к себе особого внимания. При отсутствии фоновых знаний об изучаемом предмете или явлении практически невозможно раскрыть полный смысл термина. Данный термин *означает отказ банков в предоставлении ипотеки на дома в трущобных районах, отмеченных на картах красными линиями*.

Еще одно терминологическое сочетание *redherring* – "рыба" также стоит рассмотреть более детально. Словосочетание *redherring* дословно переводится как *копченая сельдь*. Всем известно, что сильно пахнущая копченая сельдь использовалась, чтобы сбивать охотничьих собак со следа. В экономическом контексте данный термин обозначает *предварительный проспект выпуска акций*. На таких проспектах стоит красная пометка, указывающая на то, что данный документ не является предложением продажи, а используется только для предварительного информирования о выпуске и используется для выяснения заинтересованности потенциальных инвесторов; указанные в таком проспекте условия еще могут быть изменены.

Также следует обратить внимание на использование терминов *inthered* – "в красном", с убытком и *intheblack* – "в черном", без убытков, с положительным сальдо, с прибылью.

Термин *inthered* используется для обозначения убыточных операций, а термин *intheblack* для обозначения безубыточных операций т. к. раньше в бухгалтерских книгах убытки записывались красными чернилами, а безубыточные операции записывались черными чернилами.

Термины *whiteknight* – "белый рыцарь", *blackknight* – "черный рыцарь", *yellowknight* – "желтый рыцарь", *greyknight* – "серый рыцарь" широко используются, когда какой-либо компании грозит опасность со стороны более крупной компании. Названия первых двух терминов говорят сами за себя – один положительный герой, а другой отрицательный.

Термин *whiteknight* является *дружественным инвестором, который делает новое, более выгодное, предложение о поглощении компании, уже являющейся объектом попытки враждебного поглощения со стороны blackknight ("черного рыцаря")*.

Последние два термина можно условно назвать "рыцарями со спорным статусом".

Термину *yellowknight* – это компания, которая изначально пыталась поглотить компанию-цель, но впоследствии сделала более мягкое предложение о слиянии обеих компаний, в то время, как термин *greyknight* обозначает компанию, действующую в процессе

поглощения в собственных интересах; она не защищает компанию-цель от враждебного поглощения (как "белый рыцарь"), но предлагает более выгодные условия поглощения, чем "черный рыцарь".

Как показывают рассмотренные примеры, метафоричные экономические термины сохраняют связь со сферой-источником и знание этимологии данных терминов очень актуально для широкого круга людей и специалистов в сфере экономики и вызывают всеобщий повышенный интерес.

Также важно отметить, что создаваемая человеком картина мира изначально антропоцентрична: этот мир строится разумом человека, который концептуализирует экономические реалии, опираясь на свои представления о соотношении индивида и мира. Метафора реализует представления о человеке как о центре мира.

Список использованной литературы:

1. Арутюнова Н.Д. Теория метафоры. М, 1990.445с.
2. Булычева В.П. Образные экономические термины (на материале тематической группы «животный мир»). // Вестник ВГУ, серия: лингвистика и межкультурная коммуникация, 2008, №3. С. 56-59.
3. Булычева В.П. Образные экономические термины, содержащие обозначения цвета. // Гуманитарные исследования, Журнал фундаментальных и прикладных исследований, 2008, №2(26).С. 17-22.
4. Калугина Ю.Е.О некоторых особенностях процесса метафоризации в экономической терминологии. // Вестник МГОУ, серия: лингвистика, 2009,№2. С.29-34.
5. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живём/ Дж. Лакофф. М.: 2004.
6. Jaynes J. The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind.Boston.: Houghton Mifflin, 1976.320 p.

Развитие речевой деятельности учащихся на уроках русского языка и литературы.

Саденова М.Г.
учитель русского языка и
литературы
школы-гимназии № 63 г. Астаны

This article discusses the problem of language development. The author offers a methodical system to analyze a work of art, a model of the speech development of students in teaching methods of analysis of the artwork.

Key words: *perception, comprehension, speech activity, associative thinking.*

Одним из необходимых условий формирования социально активной личности является овладение языком, речью. Воспитание всесторонне развитой личности невозможно без совершенствования такого важнейшего инструмента познания и мышления, как речь. Развитие речи учащихся в настоящее время является одной из приоритетных задач школы. Без систематического обогащения устной и письменной речи учащихся невозможно эффективное повышение культуры речи детей, их общего литературного развития.

Речевой деятельности уделяют большое внимание философы, социологи, психологи, лингвисты. Значительная часть их рассматривает речевую деятельность с позиции общей теории деятельности, в качестве необходимого ее вида.

Философы М.М.Бахтин [1], А.А.Брудный [2], Э.С.Маркарян [3] трактуют речь как деятельность человека, заключающуюся в общении с другими людьми, в выражении и передаче им мыслей посредством того или иного языка.