

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2025, Том 16, № 1 / 2025, Vol. 16, Iss. 1 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2025.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK125.pdf>

DOI: 10.15862/32FLSK125 (<https://doi.org/10.15862/32FLSK125>)

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Жукова, Л. В. Роль метафоры в информативно-побудительном тексте экономической направленности / Л. В. Жукова, О. В. Котик, О. Г. Савельева // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2025. — Т. 16. — № 1. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK125.pdf>. DOI: 10.15862/32FLSK125

For citation:

Zhukova L.V., Kotik O.V., Savelieva O.G. The role of metaphor in an informative-motivational economic text. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2025;16(1): 32FLSK125. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK125.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.15862/32FLSK125

УДК 81'37:33

Жукова Любовь Владимировна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Краснодар, Россия
Доцент
Кандидат филологических наук
E-mail: lyubovzhu@yandex.ru

Котик Ольга Васильевна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Краснодар, Россия
Доцент
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: olgakotik@mail.ru

Савельева Ольга Геннадиевна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Краснодар, Россия
Доцент
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: savelieva13.05@mail.ru

Роль метафоры в информативно-побудительном тексте экономической направленности

Аннотация. Данная статья является продолжением исследования информативно-побудительного вида текста — одной из современных разновидностей научного текста. Появление такого вида научного текста объясняется изменением потребностей читателей к подаче информации, а также экономическими и политическими причинами, развитием и активным использованием технологий по управлению и манипуляции общественным сознанием. Данный вид текста существенно отличается от других видов научного текста избытком средств выразительности речи, то есть описываемый нами вид научного текста по характеристикам приближается, но не становится тождественным художественному тексту. Эта характерная особенность объясняется прагматикой информативно-побудительного вида текста — интенцией автора к более образному изложению с целью повлиять на сознание читателя, а также привлечь его внимание к содержанию статьи. Процесс исследования показал, что тексты экономической направленности содержат большое количество лексических

стилистических средств, а именно метафор. Анализ фактического материала позволил сделать вывод о тесной взаимосвязи метафоры и процесса человеческого мышления. При описании метафор экономических текстов учитывается их эмоциональная составляющая. Создавая метафоры, авторы научного текста зачастую используют сложную терминологию, связывая ее с привычными для читателя бытовыми понятиями. В статье приводится классификация метафор по семантическому принципу на основе метода сплошной выборки из русскоязычных и англоязычных экономических периодических изданий. Авторы указывают причины коммуникативных ошибок у читателей при раскрытии содержания метафоры в научных статьях.

Ключевые слова: информативно-побудительный вид научного текста; текст экономической направленности; метафорическая конструкция; лексические стилистические средства; мышление; ассоциативные связи; эмоциональное воздействие

Данная статья дополняет исследование набирающего популярность в последнее время такого вида научного текста, как информативно-побудительный текст. Являясь новым видом научного текста, он нуждается в подробном описании и классификации его специфических характеристик. Жанрово-стилистические особенности информативно-побудительного вида научного текста существенно отличаются от иных его видов в пользу большей выразительности и эмоциональности.

Стилистические особенности информативно-побудительного вида научных текстов представляют собой особый интерес для исследователей современной публицистики, поскольку именно в периодических изданиях реализуются такие важные функции этого вида текста, как воздействующая и манипулятивная [1]. Выразительные средства речи активно используются авторами для создания эффекта максимального интереса со стороны читателей, формирования особого отношения к действующим лицам описываемого события, придания доверительного контекста повествованию. Экономические тексты отсылают читателя к наиболее щепетильной социальной теме — проблемам выживания, комфортного существования, материального роста и социального успеха, который оценивается именно с позиции достижений в карьере и бизнесе, и побуждают адресата принимать ту или иную стратегию экономического поведения.

Новизна данного исследования заключается в том, что в данной статье понятие метафоры рассматривается с точки зрения передачи экономически значимой информации — описания движения денежных масс, причин кризисов и т. д.

Объектом исследования является метафора как наиболее выразительная стилистическая особенность информативно-побудительного вида текста.

Цель данного исследования состоит в раскрытии прагматики метафор экономической направленности, рассмотрении их функциональных особенностей, а также создании классификации таких метафор.

При описании жанровых характеристик информативно-побудительного научного текста в статье использовались такие **методы исследования**, как метод компонентного анализа, сравнительно-описательный метод и метод сплошной выборки. Метафора при этом была определена как наиболее часто используемое авторами экономических текстов средство выразительности речи.

Материалом исследования послужили статьи англоязычных и русскоязычных периодических изданий, таких как The Economist, Financial Times и научных статей.

Экономический язык, являясь достаточно специфическим и формальным, зачастую воспринимается как сложный и лишённый выразительности. Однако за видимой строгостью скрывается множество метафорических конструкций, которые используются для объяснения сложных явлений, улучшения восприятия информации и усиления её воздействия на аудиторию. Ученые указывают, что именно благодаря созданию определенной тональности текста метафоры оказывают влияние на восприятие текста на читателя [2]. Например, представьте экономический кризис как «цунами», которое внезапно обрушивается на глобальную систему, оставляя хаос после себя. Или же сравните экономику с «живым организмом», который может «болеть» и «выздоровливать». Такие метафоры помогают обрисовать абстрактные понятия, делая их более наглядными для широкой аудитории. Таким образом, метафора дает возможность представить отвлеченное понятие в форме наглядного образа. Это является важной особенностью информативно-побудительного вида научного текста, направленного на побуждение адресата к совершению определенных действий в ходе экономической деятельности.

Метафора занимает лидирующее место среди всех лексических стилистических средств, выражая максимально эффективно и компактно (что очень актуально именно для английского языка с его стремлением к лаконичному изложению) эмоциональную сторону описываемых событий. Метафора переносит образ, создаваемый автором, на реально происходящие действия или персонажей.

Кроме того, метафора в рамках изучения информативно-побудительного вида научного текста уже не считается характеристикой сугубо художественной речи. Анализ практического материала показал большое разнообразие лексических стилистических средств, большинство из которых представлено именно метафорами.

Необходимо отметить, что метафора относится не столько к процессу мышления, сколько деятельности, то есть метафора является средством активного воздействия на сознание читателя с целью создания определенных образов и установок, выгодных издателю, журналисту, PR-технологу или самому политику. Таким образом, метафора является средством выражения не только информативной, но и воздействующей и манипулятивной функций информативно-побудительного вида текста.

Итак, метафора сочетает в себе средство языкового и ментального воздействия, и ее особенностью, по определению Поповой Т.Г., является взаимодействие или сравнение этих двух аспектов на основании сходства между ними и поиска их общих признаков [3].

Метафора представляет собой комплексное описание предмета или явления на основе его сходства другим предметом или явлением с похожими свойствами. Однако сложное словесное выражение образов метафоры может привести к ошибочному мнению, что метафора ограничивается вербальным выражением, а не «мышлением и деятельностью». Метафора поэтому и является органичным для сознания читателя средством передачи информации и эмоциональности, поскольку воздействует напрямую на его процесс мышления. Как следствие, метафоры настолько прочно входят в процесс повседневного общения, что общество начинает считать их обыденным явлением.

Другой крайностью может считаться мнение о том, что метафора слишком сложна для восприятия и более характерна для письменной или художественной речи, а в повседневной жизни можно вовсе обойтись без метафор. Однако вся понятийная система человека метафорична, то есть представлена образами и ассоциируемыми с ними чувствами и эмоциями [4].

Для того, чтобы проиллюстрировать функцию метафоры, приведем следующий пример из экономического текста:

*It sparked a paradigm shift — a technological and engineering **revolution** which has touched every part of the world and is a core component of **the tapestry of human progress**.* — (Она изменила мировоззрение — технологическую и инженерную революцию, которая затронула все уголки мира и является основным компонентом **нитей человеческого прогресса**). (Перевод наш — Л.Ж., О.К.).

Здесь приводится описание процесса индустриализации в Великобритании, который сравнивается с более понятным для читателя технологическим процессом шитья или ткачества. Такая аналогия позволяет представить революцию в виде привычного, а потому безопасного и полезного занятия человека, которое присуще всему развитию и существованию человечества. Помимо этого, автор, перенаправляя воображение читателя на процесс шитья, создает в его сознании образ сложного и многоцветного целого. То есть технологическая революция теперь представляется как положительное, необходимое для человечества, захватывающее приключение, а не линейный процесс. В данном примере используется также лексема *revolution* (англ. *революция*), семантика которой отражает бурный всплеск технологических и инженерных открытий. Интересно также, что лексема «революция» в метафорическом смысле может присутствовать в разных контекстах, акцентируя внимание реципиента на масштабности и динамике развития общества [5].

Данный пример показывает также, что метафору в научном тексте можно рассматривать как модель выводного знания, модель выдвижения гипотез [6]. В нашем случае сравнение с революцией с ремеслом или творчеством является выбором автора и по его гипотезе должно вызывать у читателя определенное отношение к событию и максимально полно передать его суть. Таким образом, метафоры используются автором научного текста в качестве инструмента для выражения способа мышления и познания.

На роль метафоры в качестве средства передачи оценочности и отношения автора указывают в своих работах многие исследователи, например, О.М. Лосева [6]. Другие исследователи, в частности А.Ю. Фетисов и В.В. Давыдова, также отмечают, что метафора в научном тексте не только приемлема, но и необходима [7] и является одним из основных приемов формирования английской терминосистемы [8]. При этом внимание уделяется личному когнитивному опыту журналиста и его заинтересованности в определенном результате познания в ходе раскрытия смысла метафоры.

Например: *“This may be considered **the first step** toward transformation, **capturing the low-hanging fruit of waste** created by the linear economy, but it fails to grapple with the tricky issue of implementing the concept beyond this, **in the face of** an entrenched global trade system still governed by linear economy principles”*. — (Это можно считать первым шагом на пути к трансформации, позволяющим **извлечь выгоду из расточительства**, создаваемого линейной экономикой, но это не решает сложную проблему реализации концепции **в условиях** укоренившейся глобальной торговой системы, которая по-прежнему руководствуется принципами линейной экономики). (Перевод наш — Л.В., О.В.).

В данном примере англоязычной статьи журналист проводит ассоциацию между понятным читателю процессом сбора фруктов и экономическими процессами. В сознании англоязычного читателя таким образом возникает отсылка к плодам, которые висят низко на ветке (*low-hanging*) и которые можно собрать, не прилагая больших усилий. Легкость описываемым событиям также придается за счет метафоры *the first step* (англ. *первый шаг*). Автор как бы дает понять, что за этим последуют другие шаги, и это воспринимается как естественный процесс. То есть он подталкивает читателя к дальнейшим действиям. Глобальная торговая система также приобретает человеческие очертания благодаря метафоре *in the face* (англ. *в лице*), переведенной необразным эквивалентом «в условиях». На примере приведенного выше предложения видно, что в русскоязычном переводе может отсутствовать образность, что

объясняется использованием переводческой трансформации, а именно нейтрализации метафоры ***capturing the low-hanging fruit of waste*** с помощью ее описательного аналога — **извлечь выгоду из расточительства**. Таким образом, исходный текст, задумываемый автором с определенной целью, всегда звучит выразительнее переведенного.

Данный пример также показывает, что автор может не ограничиваться использованием одной метафоры, а предложить читателю целый комплекс образов для создания полноценной картины события.

Приведенные выше примеры позволяют сделать вывод о том, что отсылка к аспектам человеческой деятельности и способе восприятия действительности является важной составляющей большого количества метафор. Такой прием позволяет оценить описываемые события, олицетворяя их словами, понятными для читателя на основе его практического опыта, целей и свойств. Очеловечивание таких абстрактных категорий, как индустриальная революция или торговая система, обеспечивает понимание, одинаковое для большинства людей. То есть, сравнивая сложные процессы с привычными, журналист охватывает максимальное количество читателей, и воздействующая функция информативно-побудительного текста обеспечивается наиболее широко.

Персонафикацию, или очеловечивание метафоры, можно объяснить тем, что важной стороной восприятия мира человеком является соотнесенность реалий этого мира с бытием самого человека. Такое восприятие также может приводить к ощущению, что предмет материального мира воспринимается как человек, как нечто одухотворенное. «В каждом из этих случаев в нечеловеческом мы находим черты, свойственные человеческому» [4, с. 59]. При этом метафоризация затрагивает ассоциации относительно не всего человека, а лишь некоторых черт его личности или внешних характеристик.

Например: The lack of investment in Britain for scaling is an often-cited problem and that they fail to cross the “**valley of death**”. — Недостаток инвестиций в Великобритании для масштабирования — часто упоминаемая проблема, из-за которой компании не могут преодолеть «**долину смерти**». (Перевод наш — Л.Ж., О.К.).

В данном примере приводится описание экономических процессов в Британии, которые представляются настолько ужасными, насколько человек может себе вообразить уход из жизни.

Экономика — это область, насыщенная абстрактными идеями и сложной терминологией. Метафоры упрощают восприятие этих понятий, связывая их с привычными явлениями. Например: «*Потоки капитала*» (англ. *Capital flows*) представляют движение денег как движение воды, что помогает легко визуализировать финансовые операции. «*Невидимая рука рынка*» (англ. *Invisible hand of the market*) из теории Адама Смита создаёт образ механизма, который автоматически регулирует экономическую деятельность.

К прагматическим особенностям метафор экономического текста относится их эмоциональная составляющая. Метафоры усиливают эмоциональное воздействие текста. Например, сравнение экономического спада с «обрывом» или «бурей» вызывает у читателя более сильные ассоциации, чем сухие описания статистических данных.

Ср. также:

*While geographical aspects of the Circular Economy are still relatively neglected, there is a **burgeoning strand** of literature on elevating geographical concerns.* — Хотя географическим аспектам экономики замкнутого цикла по-прежнему уделяется относительно мало внимания, появляется **все больше** литературы, посвященной географическим проблемам (перевод выполнен авторами статьи).

В данном примере метафора *a burgeoning strand* (англ. *бурно развевающаяся нить*) позволяет читателю создать образ бесконечного количества, причем, появляющегося достаточно динамично.

Итак, воздействие посредством метафоры достигается за счет создания в сознании читателя определенных ассоциативных связей. Анализ механизма формирования таких связей позволяет взглянуть на особенности процессов обработки получаемой информации сознанием представителей соответствующего лингвокультурного сообщества и помогает формированию лучшего представления о структуре мышления ее представителей [9]. Метафоры позволяют связывать абстрактные понятия с конкретными образами, создавая дополнительные слои смысла. Например, «узкие места цепочки поставок» (англ. *bottlenecks in the supply chain*) ясно указывают на проблемы, которые замедляют движение продукции.

В результате проведенного исследования были выделены следующие типы метафор в экономических текстах:

1. Пространственные метафоры. Пространственные образы широко используются для описания динамики процессов. Например: «Экономика растёт» (англ. *The economy is growing*), «Пропасть рецессии» (англ. *The abyss of recession*), «Рынок поднимается» (англ. *The market is climbing*).

2. Биологические метафоры. Экономика часто сравнивается с организмом, что подчёркивает её чувствительность и необходимость заботы. Например: «Экономическое здоровье» (англ. *Economic health*), «Болезнь инфляции» (англ. *Inflation disease*), «Регенерация экономики» (*Regeneration of the economy*).

Часто в аналитике в международных публикациях встречается, например, фраза «рынок перегрет» (англ. *The market is overheated*), при использовании которой подчёркивается чрезмерная активность с последующей вероятностью нестабильности.

3. Природные метафоры. Природные явления помогают описывать внезапные или масштабные изменения в экономике. Например: «Шторм на рынке» (англ. *Storm in the market*), «Экономическое землетрясение» (англ. *Economic earthquake*).

В аналитических отчётах МВФ России встречается метафора «Волна кризиса» (англ. *Wave of crisis*). В тексте Международного валютного фонда она также символизирует быстро распространяющееся влияние финансовых потрясений.

4. Технические метафоры. Технические образы акцентируют внимание на управляемости процессов. Например: «Рычаги денежно-кредитной политики» (англ. *Monetary policy levers*), «Механизм контроля» (англ. *Control mechanism*), «Инструменты регулирования» (англ. *Regulation tools*).

В одном из отчётов Центрального банка России встречается такая фраза: «Финансовые инструменты являются основой устойчивого развития» (*Financial instruments are the foundation of sustainable development* — (Перевод наш — Л.Ж., О.К.). Здесь метафора «основа» подчёркивает значимость этих элементов.

Использование метафор в научном тексте имеет ряд преимуществ. Метафора, ассоциируя сложные для восприятия явления с более привычными для человека событиями и характеристиками его бытовой жизни, существенно облегчает восприятие этих сложных явлений. То есть метафоры упрощают сложные идеи. Действительно, метафора, наряду с такими средствами выразительности, как сравнения, эпитеты и олицетворения позволяет более ярко выразить эмоциональное состояние главных действующих лиц произведения и охарактеризовать более точно происходящие события [10].

Во-вторых, метафоры оказывают эмоциональное воздействие на читателя или слушателя, поскольку они создают образы, которые легче запоминаются.

В-третьих, метафоры создают убеждающий эффект, то есть помогают привлечь внимание адресата и сделать текст более убедительным.

Однако, несмотря на кажущуюся простоту метафор, их неправильная интерпретация может нести определенные риски, а именно излишне яркие метафоры могут вводить в заблуждение.

И наконец, метафоры научного текста могут заставить читателя преодолевать культурные барьеры ввиду того, что некоторые образы понятны только в определённой культурной среде.

Заключение

Употребление метафор в информативно-побудительном тексте экономической направленности — это способ сделать профессиональный текст понятным, выразительным и доступным. Однако использование таких метафор заключается не только и не столько в информативной функции, в передаче прямого смысла, сколько в передаче оттенков значений. Метафоры могут не только облегчить восприятие сложной информации, но и привлечь внимание аудитории к ключевым аспектам текста, обеспечив его влияние и запоминаемость. При этом важно соблюдать баланс между художественной выразительностью метафор информативно-побудительного вида научного текста и научной точностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котик, О.В., Толстикова, Л.В. Понятие экспрессивности в научном дискурсе (на материале англоязычных научных статей) / О.В. Котик, Л.В. Толстикова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. — 2021. — № 1(272). — С. 59–66.
2. Савченко, А.А. Перевод метафор в англоязычных медийных текстах по кибербезопасности / А.А. Савченко // Актуальные аспекты лингвистики, лингводидактики и межкультурной коммуникации: сб. науч. ст. / отв. ред. Ю.В. Баклагова. — Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2024. — С. 170–178.
3. Попова, Т.Г., Сачкова, Е.В. Метафора в научном стиле / Т.Г. Попова, Е.В. Сачкова // Международный журнал экспериментального образования. — 2016. — № 2-2. — С. 356–360. — URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=9590> (дата обращения: 24.03.2025).
4. Лакофф, Д., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ.; под ред. А.Н. Баранова. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
5. Большак, А.В. К вопросу о переводе лексических стилистических приемов / А.В. Большак // Актуальные аспекты лингвистики, лингводидактики и межкультурной коммуникации: сб. науч. ст. / отв. ред. Ю.В. Баклагова. — Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2024. — С. 40–44.
6. Лосева, О.М. Метафора в научно-техническом тексте / О.М. Лосева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2015. — № 8(50), ч. 3. — С. 118–121. — URL: www.gramota.net/materials/2/2015/8-3/ (дата обращения: 21.03.2025).

7. Фетисов, А.Ю. Метафора в научном тексте: понимание текста и субъективность лингвистического анализа / А.Ю. Фетисов // Вестник НБГУ. — 2014. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-v-nauchnom-tekste-ponimanie-teksta-i-subektivnost-lingvisticheskogo-analiza> (дата обращения: 23.03.2025).
8. Давыдова, В.В. Метафора в экономическом дискурсе: некоторые аспекты преподавания в неязыковом вузе / В.В. Давыдова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2019. — № 5(138). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-v-ekonomicheskom-diskurse-nekotorye-aspekty-prepodavaniya-v-neyazykovom-vuze> (дата обращения: 24.03.2025).
9. Спасова, М.В., Лопатина, Н.Р. Коннотации цветообозначения "red" в связанных словосочетаниях современного английского языка / М.В. Спасова, Н.Р. Лопатина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14, № 3. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/03FLSK323.pdf> (дата обращения: 24.03.2025).
10. Семенова, С.Н., Созоненко, О.А. Средства выразительности в тексте художественного произведения (на примере рассказа Шервуда Андерсона "Смерть в лесу" на английском и русском языках) / С.Н. Семенова, О.А. Созоненко // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. — Чебоксары: ИД "Среда", 2022. — С. 100–102. — URL: <https://phsreda.com/e-articles/10385/Action10385-102113.pdf> (дата обращения: 24.03.2025).

Zhukova Lyubov Vladimirovna

Kuban State University, Krasnodar, Russia
E-mail: lyubovzhu@yandex.ru

Kotik Olga Vasilievna

Kuban State University, Krasnodar, Russia
E-mail: olgakotik@mail.ru

Savelieva Olga Gennadievna

Kuban State University, Krasnodar, Russia
E-mail: savelieva13.05@mail.ru

The role of metaphor in an informative-motivational economic text

Abstract. This article continues to reveal the concept of the informative-motivational type of text — one of the modern varieties of scientific text. This type of text differs significantly from other types of scientific text by the abundance of expressive means of speech. This characteristic feature is explained by the pragmatics of the informative-motivational type of text — the author's intention to present it in a more figurative manner in order to influence the reader's consciousness and also attract his attention to the content of the article. The research process showed that economic texts contain a large number of lexical stylistic means, namely metaphors. The analysis of the factual material allowed us to conclude that there is a close relationship between metaphor and the process of human thinking. When describing the metaphors of economic texts, their emotional component is taken into account. When creating metaphors, authors of scientific texts often use complex terminology, linking it with everyday concepts familiar to the reader. The article provides a classification of metaphors according to the semantic principle based on the method of continuous sampling from Russian and English economic periodicals. The authors reveal the reasons for communicative errors of the reader when revealing the content of the metaphor in the scientific articles.

Keywords: informative-motivational type of scientific text; economic text; metaphorical construction; lexical stylistic means; thinking; associative connections; emotional impact