

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.11.58>

Букеева Мария Евгеньевна

**ПРОЦЕСС МЕТАФОРИЗАЦИИ В ТЕХНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА МАТЕРИАЛЕ
НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ**

В настоящей статье исследуется процесс метафоризации в техническом дискурсе на немецком языке. Метафора рассматривается как когнитивное средство воздействия на адресата с целью реализации прагматических установок автора. Примеры, приведенные в статье, демонстрируют соединение вербальной и визуальной метафор для формирования устойчивого образа, необходимого адресанту. Анализ немецкоязычных текстов технической направленности показал, что внедрение стилистических средств расширяет коммуникативные возможности компании-производителя и способствует успешному общению партнеров на всех этапах взаимодействия.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/11/58.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 11. С. 276-280. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/11/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81'33

Дата поступления рукописи: 16.09.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.11.58>

В настоящей статье исследуется процесс метафоризации в техническом дискурсе на немецком языке. Метафора рассматривается как когнитивное средство воздействия на адресата с целью реализации прагматических установок автора. Примеры, приведенные в статье, демонстрируют соединение вербальной и визуальной метафор для формирования устойчивого образа, необходимого адресанту. Анализ немецкоязычных текстов технической направленности показал, что внедрение стилистических средств расширяет коммуникативные возможности компании-производителя и способствует успешному общению партнеров на всех этапах взаимодействия.

Ключевые слова и фразы: технический дискурс; метафоризация; моделирование текста; концептуальная метафора; визуальная метафора; специализированная лексика; профессиональная коммуникация; современный немецкоязычный текст.

Букеева Мария Евгеньевна, к. филол. н.

Омский государственный технический университет

mbuluchevskaya@mail.ru

ПРОЦЕСС МЕТАФОРИЗАЦИИ В ТЕХНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ

Деятельность человека в различных сферах обуславливает формирование особого пространства, которое мы понимаем как «институциональный дискурс» [7; 18]. Так, работа с техникой в отраслях тяжелой и легкой промышленности способствует возникновению технического дискурса, который характеризуется совокупностью таких черт, как информативность, логичность, последовательность, аргументированность, объективность. Эти характеристики, несомненно, прослеживаются в текстах технической направленности. Однако современная профессиональная коммуникация, в ходе которой используются научно-технические данные, диктует свои дополнительные требования к информационным и рекламным материалам. Предлагаемые данные должны отвечать ряду требований, быть не только специализированными и достоверными, но также интересными и доступными для понимания.

Технические тексты, которые, казалось бы, презентуют аргументированные факты и точные сведения, могут быть не менее содержательны с точки зрения анализа стилистических средств, нежели художественные тексты. Если мы обратимся к текстам международных производственных корпораций, то увидим, что, как правило, многие из них являются гибридными образованиями, содержащими черты различных видов институционального дискурса. Очевидно, что такие свойства текста, как гибридность и интертекстуальность, уже не являются новшеством для лингвиста. Лингвистика идет в ногу с непрерывным развитием науки и техническим прогрессом, отражает инновации и выдающиеся открытия во всех сферах. Постоянно совершенствуются способы и формы представления данных, осуществляется поиск средств и способов стимулировать интерес потребителя.

Для профессиональной коммуникации грамотно составленный текст имеет равноценную со специализированным наполнением значимость. Несоответствие формы презентации материала теме сообщения гарантирует отсутствие интереса со стороны потенциального покупателя. Производству рекламной и информационной продукции с научно-техническим содержанием, отражающей специфику работы компании, уделяется колоссальное внимание.

Гонка за прибылью, а также престиж предприятия – сейчас первостепенные задачи для большинства производителей. Именно поэтому презентационные материалы в техническом дискурсе с грамотным информационным наполнением приобрели огромное значение. Они есть результат интеллектуального взаимодействия специалистов различного профиля: инженеров, лингвистов, маркетологов. Значимость презентационных материалов настолько высока, что от них в большой степени зависит финансовый успех предприятия. **Актуальность** работы видится в том, что использование стилистических и визуальных средств в текстах современного технического дискурса и степень их воздействия на адресата изучены в недостаточной мере. **Научная новизна** заключается в том, что в статье впервые исследуются процессы метафоризации в техническом дискурсе на материале актуальных на сегодняшний день немецкоязычных текстов, результаты исследования отражены в полученных выводах. **Цель** настоящей работы – изучить и продемонстрировать примерами использование различных видов метафоры в техническом дискурсе. Для решения поставленной цели были решены следующие **задачи**: проанализировать метафорические модели в немецкоязычных текстах технического дискурса, определить наиболее характерные основания для возникновения метафоры в техническом дискурсе, описать существующие лексические конструкции, содержащие метафору в немецких текстах, привести примеры сочетания визуальной и когнитивной метафоры. В работе использовалась комплексная методика, основанная на применении **методов** лингвистического исследования: элементов дискурс-анализа, описательного метода, включающего приемы сопоставления и обобщения эмпирического материала, а также метод контекстуального анализа.

Существенное значение имеет содержательная сторона текстов. С этим вопросом связана основная сложность, так как, с одной стороны, информация должна демонстрировать высокий уровень профессиональной

компетентности производителя, с другой – быть доступной и понятной. Процесс моделирования текста осуществляется с учетом нескольких факторов: прагматических установок адресанта, личности потенциального адресата, возможных каналов передачи сообщения.

Следует отметить, что основополагающими процессами при создании текста являются категоризация и идиообразование, последнее протекает как «метафоризация» [14, с. 133]. Смысл процесса метафоризации раскрывает непосредственно само понятие. Так, метафорой принято считать «широкий класс случаев осмысления сущностей одной понятийной области в терминах другой понятийной области» [6, с. 86]. А. Н. Баранов отмечает, что «в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний – фреймов и сценариев» [4, с. 42]. Фреймы и сценарии хранят накопленный опыт поведения человека в различных коммуникативных и жизненных ситуациях, взаимодействия «как с миром объектов, так и с социумом» [Там же].

Практичность метафоры отмечал Р. Хоффман, говоря о возможности ее применения в любой сфере [17]. Метафоризация реализуется в тексте как процесс, «даже механизм слияния двух понятийных сфер» [5, с. 84]. Любые метафорические модели «возникают на уровне глубинных структур человеческого разума в результате сложного процесса взаимодействия и обработки универсальных и профессиональных знаний» [16, с. 43].

Использование метафоры позволяет решить автору одновременно несколько задач: придать тексту большую выразительность и облегчить понимание. Она делает текст живым, интересным, привлекательным для читателя и раскрывает человеческую способность «улавливать и создавать сходство между разными индивидуальными классами объектов» [3, с. 15].

Зарубежные исследователи Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что метафора «пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии» [11, с. 40].

Человек хранит в своем сознании большое число метафорических образов, которые он улавливает и воспроизводит в процессе коммуникации.

Ограничить понимание метафоры могут культурные особенности, однако большое число выражений воплощают базовые концепты и адекватно воспринимаются представителями различных культур.

На сегодняшний день перед составителями текстов в крупных международных компаниях стоит непростая задача: разработать мультиаспектный и многофункциональный текст.

Тексты нового формата не только презентуют статистические данные, они активизируют хранящиеся в сознании получателя концепты и образы, стимулируют когнитивные процессы, задействуют воображение. В этом случае даже сложный формальный текст воспринимается с интересом.

Так, метафора, будучи способом мышления, т.е. когнитивным механизмом, является универсальным стилистическим средством и способствует не только коммуникации, но и сближению культур. Метафорические модели трансформируют сложную техническую информацию в доступную форму, обуславливают «концептуализацию действительности по аналогии с уже сложившейся системой понятий» [16, с. 20], тем самым облегчая профессиональную коммуникацию.

Использование когнитивной метафоры, а также метафоры как уникального средства выразительности, которое обладает высоким лингвистическим потенциалом, – один из способов презентации сложного технического материала в профессиональной среде. Метафора как стилистическое средство позволяет адаптировать специализированную информацию, облегчить ее понимание, сократить употребление специальной лексики и терминов, что значительно расширяет варианты использования текстов в различных коммуникативных ситуациях. Исследование метафоры с позиции когнитивного подхода подразумевает выявление сущности формирования новых концептов на основании уже знакомых форм.

Она возникает на основании сходства по каким-либо внешним или внутренним признакам, наиболее частые направления для построения метафор в техническом дискурсе выделил немецкий исследователь Г. Церм. Основными вариантами схожести он назвал части тела, предметы одежды, атрибуты домашнего хозяйства, части (здания) сооружения, животный мир, буквы:

1. Körperteile (face – Stirnseite, lip – Gießausguß, nose – Konverterschнауze). / Части тела (лицо – передняя часть, губа – слив, нос – носовая часть конвертера) (здесь и далее перевод автора статьи. – М. Б.).

2. Kleidungsstücke (apron – Abdeckplatte, shoe – Walzbalken, sleeve – Hülse). / Предмет одежды (передник – защитная крышка, туфель – прокатная балка, муфта – муфта).

3. Haushaltgegenstände (dish – Schale, trough – Trog). / Предметы домашнего обихода (тарелка – чашка, ванна, лоток – ковш, желоб).

4. Gebäudeteile (chamber – Kammer, roof – Gewölbe, tower – Gießturm). / Части здания (комната – камера, крыша – свод, башня – бетонолитная башня).

5. Tierreich (bear – Ofensau, pig iron – Roheisen). / Животный мир (медведь – козел (застывший в печи металл), чугунная чушка (свинья) – доменный чугун).

6. Buchstabenmetaphern (T-sections, Z-bar). / Метафора на основании внешнего сходства с буквами алфавита (Т-образная секция, Z-образный брусок) [21, S. 1014].

Для иллюстрации нашей гипотезы обратимся к материалам немецких компаний Siemens и Schenk Process GmbH, которые занимают лидирующие позиции на мировом рынке. Рассмотрим следующие отрывки из брошюр, размещенных на официальном сайте компании Siemens [19]:

1) Für zuverlässigen Betrieb und bereit für die Digitalisierung... entdecken Sie die Vorteile intelligenter Antriebssysteme. / Для надежной эксплуатации, готовый к преобразованию в цифровую форму... Вы открываете преимущества интеллектуальной (программируемой) системы привода.

2) SIMOTICS SD next generation-Motoren sind bereit für die Digitallisierung und eröffnen damit völlig neue Perspektiven beim Zusammenspiel der verschiedenen Antriebskomponenten... / Двигатели следующего поколения SIMOTICS SD готовы к преобразованию в цифровую форму и поэтому открывают новые перспективы совместной работы различных приводных компонентов...

3) Genügend Platz für anspruchsvolle Aufnahmen: Großer C-Bogen. / Достаточно места для требуемого приема в эксплуатацию: большая С-образная рама.

4) Die eHealth Solutions von Siemens Healthineers bieten Mehrwerte durch eine gemeinsame institutionsübergreifende Nutzung der Vernetzungslösung. / Решения электронного здравоохранения от Siemens Healthineers (департамент Сименс «Оздоровление») предлагают дополнительные преимущества за счет совместного внутрисетевого использования данных в рамках общего учреждения.

5) Erfahren Sie mehr über den intelligenten Austausch von Gesundheitsdaten für eine effektive Kommunikation, die Leistungsträgern im Gesundheitswesen mit Patienten vernetzt. / Узнайте больше о продуманном обмене данными о здоровье для эффективной коммуникации, которая объединяет поставщиков услуг в области здравоохранения и пациентов.

6) Nach der Vision der Experten von Siemens ITS wird die Mobilität der nächsten Generation angetrieben von einem smarten Motor mit fünf Zahnrädern. / Согласно видению экспертов Siemens ITS, привод в движение следующего поколения будет осуществляться одним умным двигателем с пятью шестернями.

Автор характеризует оборудование, используя слова и выражения, более подходящие для описания человека. Так, у адресата подсознательно формируется образ «живого» партнера. Прилагательные *intelligent*, *zuverlässig* и *smart* (умный/интеллектуальный, надежный, точный) закрепляют в сознании читателя положительные характеристики товаров. Выражение *next generation* (следующее поколение) на английском языке или *die nächste Generation* (следующее поколение) на немецком языке неоднократно вводится в текст, акцентируя уровень профессиональной деятельности, сервиса и качества оборудования. Употребление подобных метафорических выражений в рамках технического дискурса обуславливает поэтапное конструирование необходимого образа. То есть заранее формируется восприятие адресата и прогнозируемая реакция. Текст служит инструментом, стимулирующим процесс коммуникации на начальном этапе сотрудничества.

Нередко метафора используется в заголовках и подзаголовках технических текстов. Она способствует привлечению внимания, акцентирует основную тему сообщения.

1. Ein ÖPNV-Pionier... / Пионер в области общественного транспорта...

2. Die Straße als Internet of Things. / Дорога как система интернет-управления.

В приведенном выше примере слово «пионер» в заглавии дает понять, что речь пойдет о новинке. Метафора в названии пробуждает существующие образы в сознании читателя, провоцирует продолжить знакомство с информацией.

Заголовок (см. выше второй пример) может активизировать воображение. После знакомства с ним читатель только предполагает последующее содержание. Стоит отметить, что для дополнительного акцента, автор(ы) текста соединяют два языка (английский и немецкий), провоцируя непрерывную мыслительную деятельность. Современный технический дискурс не может быть скучным, так как это отталкивает потенциального потребителя, поэтому компании-производители максимально задействуют концептуальные возможности человека.

Автор выбирает «основание для метафоры, соизмеряя знания об обозначаемом объекте с понятиями для его восприятия образами, эталонами и символами, ценностно-определенными стереотипами» [1, с. 97], она помогает понять не только «национально-специфическое видение мира», но и создать «универсальность образа» [3, с. 6]. Путем метафорического переноса значения происходит проекция знаний с одной концептуальной области на другую [10, с. 141-172].

М. Минский утверждает, что «анalogии порою дают нам возможность увидеть какой-либо предмет или идею как бы «в свете» другого предмета или идеи» [13, с. 285]. Иначе говоря, основная идея текста наряду с глобальным контекстом служит вспомогательным элементом для понимания метафоры. Адресат намеренно выстраивает ассоциативные связи, фиксируя и закрепляя их в сознании адресанта в дальнейшем за значением конкретного предмета.

Рассмотрим следующие примеры из проспектов компании Schenck Process GmbH [20]:

1. Sie suchen einen Partner zur Planung und Realisierung Ihrer Dosieranlage? Die Antwort lautet: Schenck Process ein Name. / Вы ищете партнера для проектирования и установки дозатора? Ответ звучит так: одно имя – Шенк Процесс.

2. Der neue “Kleine” ist nicht nur kompakt und eichfähig, sondern beweist auch, dass eichfähige logistische Lösungen preiswert sein können. / Новый «малыш» не только компактный, с возможностью осуществления проверки, он также доказывает, что подобные логистические решения могут быть недорогими.

3. Zuwachs in der DISOMAT Familie. / Увеличение семейства DISOMAT.

4. intelligente Wägezelle... / умный весовой датчик...

5. Die DISOMAT-Familie von Schenck Process wird größer. / Семейство DISOMAT увеличивается.

В данных фрагментах текстов мы видим преимущественно стилистическое употребление метафор. Выражения *Zuwachs in der Familie* или *der neue “Kleine”* информируют о появлении нового оборудования в существующей линейке, подобное сравнение ассоциируется с рождением ребенка, новым членом в семье.

Рассматриваемые метафорические модели позволяют перенести объекты действительности из бытового вида дискурса в технический, не потеряв смысл сообщения. Для технического дискурса характерен метафорический

перенос «человек – оборудование». Метафора задействует ассоциативные механизмы, провоцирует искать сходства и аналогии, а также включает воспоминания в сознании получателя.

Концептуальная метафора позволяет создать в сознании потребителя образ оборудования как надежного партнера, который не подведет в совместной работе и поможет получить прибыль.

Особым средством выразительности технического дискурса выступает визуальная метафора. К данному виду метафор относятся графические объекты, логотип [12, с. 196], картинки, фотографии, которые вызывают ассоциативные связи в сознании читателя. Соединение вербальной и визуальной метафоры усиливает степень воздействия на получателя, формируя устойчивые образы, связанные с компанией-производителем.

Задуманная неоднородность научно-технических текстов позволяет рассматривать их в качестве полноценного маркетингового инструмента, который может применяться на различных стадиях общения производителя и потребителя.

При составлении текста следует учитывать, что метафора, будучи сильным инструментом воздействия на сознание адресата, может формировать как положительный, так и отрицательный образ объекта. Так, рассмотренные выше примеры несут положительное коннотативное значение, например Familie, intelligent, smart, next generation, Zuwachs, Zusammenspiel (семья, умный (программируемый), точный, следующее поколение, прирост, согласованность действий (взаимодействие)). Адресант демонстрирует при помощи метафоры очевидные преимущества покупки оборудования. Метафорические выражения дополнительно акцентируют надежность и компетентность адресанта, отмечая выгоду приобретения оборудования.

В рамках межкультурной коммуникации существует опасность неправильного восприятия адресатом информации, заложенной адресантом. Различие когнитивных процессов автора и получателя могут привести к ошибочному толкованию метафоры, результатом которого может стать непонимание целого текста. При создании рекламных и информационных материалов проводится предварительная объемная работа по изучению потребностей рынка и потенциальных покупателей. С учетом полученных данных составляются тексты, отвечающие современным потребностям.

Метафорические модели, которые используются в технических текстах, являются результатом интеллектуальной деятельности сотрудников компании-производителя, они формируют основу для дальнейшего социокультурного взаимодействия адресанта и адресата.

Сложно дать однозначную оценку процессу метафоризации технического дискурса. Однако следует отметить, что метафоры в совокупности с другими уместно используемыми стилистическими средствами определенно облегчают понимание сложных специализированных текстов, способствуя тем самым более успешному ходу профессиональной коммуникации.

Использование различных стилистических средств и приемов в техническом дискурсе и в профессиональной коммуникации в целом демонстрирует высокий уровень компетентности и интеллектуального развития компании-производителя.

Визуальная метафора является невербальной формой представления информации, она имеет большой прагматический потенциал и может использоваться как самостоятельное средство воздействия, так и дополнять вербальную метафору.

Взаимодействие вербальной и визуальной метафоры усиливает когнитивное восприятие получателя, стимулирует мыслительные процессы для декодирования сообщения. Сталкиваясь с информационно-рекламным текстом, читатель расширяет границы своего знания за счет многоплановой информации, содержащейся в тексте. Технический дискурс становится не только пространством для узкоспециализированных профессионалов, но и коммуникативно-образовательной средой, в которой возможно получить инновационные сведения в доступной форме.

Приведем пример координированного использования двух видов метафоры (см. Рис. 1 и Рис. 2).



Рисунок 1. *Energie aus dem See (Энергия озера)*



Рисунок 2. *Die Straße als Internet of Things (Дорога как система интернет-управления)*

В данном случае автор намеренно сочетает два вида метафоры, чтобы усилить интерес, подключить воображение, сформировать необходимый образ у читателя.

При выполнении данной работы были проанализированы немецкоязычные язычные тексты, которые демонстрируют тенденцию использования когнитивной и визуальной метафоры в техническом дискурсе как особого средства выразительности и воздействия на читателя.

Моделирование текста с использованием арсенала стилистических средств и психологических приемов позволяет в дальнейшем использовать технический дискурс в различных коммуникативных ситуациях. Текст как многомерное явление представляет целый спектр разноплановой информации. Он позволяет составителю реализовывать прагматические установки, обуславливая успешную профессиональную коммуникацию с потребителем. Конечно, такой вариант презентации данных можно расценивать своевременным ответом на существующий запрос времени, следствием научно-технического прогресса. Подобные материалы демонстрируют результат интеллектуальной и творческой деятельности целого ряда профессионалов, поскольку они служат многофункциональным «орудием» на современном рынке. Использование метафоры расширяет возможности технического дискурса, оказывая воздействие на концептуальную и эмоциональную сферу получателя.

Список источников

1. **Алефиренко Н. Ф.** Фразеологическая номинация: когнитивный аспект: монография / Федеральное агентство по образованию; Поморский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Архангельск: Поморский ун-т, 2008. 109 с.
2. **Алефиренко Н. Ф., Голованева М. А., Озерова Е. Г., Чумак-Жуль И. И.** Текст и дискурс: учебное пособие для магистрантов. М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. 232 с.
3. **Арутюнова Н. Д.** Метафора и дискурс // Теория метафоры / вступ. ст., сост. Н. Д. Арутюновой; пер. под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 5-32.
4. **Баранов А. Н.** Метафоры в романах Платонова «Чевенгур» и «Счастливая Москва» // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2008. Т. 67. № 4. С. 41-52.
5. **Букеева М. Е.** Гибридные жанры презентационного дискурса: дисс. ... к. филол. н. М., 2014. 196 с.
6. **Данюшина Ю. В.** Бизнес-дискурс: монография. М.: ГУУ, 2009. 167 с.
7. **Демьянков В. З., Кубрякова Е. С.** Когнитивная модель // Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 56-57.
8. **Иншаков О. В., Фролов Д. П.** Место институционализма в экономической науке // Экономист. 2005. № 10. С. 39-44.
9. **Карасик В. И.** О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
10. **Кубрякова Е. С.** Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / отв. ред. Б. А. Серебрянников. М.: Наука, 1988. С. 141-172.
11. **Лакофф Дж., Джонсон М.** Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
12. **Лебедев Н. А.** Логотип как визуальная метафора // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2013. Т. 19. № 4. С. 196-198.
13. **Минский М.** Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. 1988. Вып. 23. С. 281-309.
14. **Серль Дж.** Открывая сознание заново / пер. с англ. М.: Идея-Пресс, 2002. 256 с.
15. **Телия В. Н.** Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
16. **Ширяева Т. А.** Когнитивное моделирование институционального делового дискурса: автореф. дисс. ... д. филол. н. Краснодар, 2008. 50 с.
17. **Hoffman R.** Some implications of metaphor for philosophy and psychology of science // The Ubiquity of Metaphor / ed. by W. Paprotté and R. Dirven. Amsterdam, 1985. P. 327-380.
18. **Homo institutus – Человек институциональный:** монография / под ред. д.э.н. О. В. Иншакова. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2005. 854 с.
19. <https://new.siemens.com/de/de/produkte/antriebstechnik.html> (дата обращения: 20.10.2019).
20. <https://www.schenckprocess.com/de/broschueren> (дата обращения: 20.10.2019).
21. **Zerm G.** Die englische Fachsprache der Metallurgie unter besonderer Berücksichtigung des Teilgebietes Schwarzmatalurgie // Fachsprachen: ein internationales Handbuch zur Fachsprachforschung und Terminologiewissenschaft – Languages for special purposes / hrsg. von Lohtar Hoffman, Hartwig Kalverkämper, Herbert Erst Wiegang. Berlin – N. Y.: Walter de Gruyter, 1999. 1350 S.

METAPHORIZATION PROCESS IN THE GERMAN TECHNICAL DISCOURSE

Bukeeva Mariya Evgen'evna, Ph. D. in Philology
Omsk State Technical University
mbuluchevskaya@mail.ru

The article examines metaphorization process in the German technical discourse. A metaphor is considered as a cognitive means of manipulation, which serves to realize the author's pragmatic intentions. The analysis of illustrative material shows how the combination of the verbal and visual metaphor helps to form the required stable image in the addressee's consciousness. The analysis of the German technical texts indicates that the use of stylistic devices broadens a company's communicative potential and promotes successful communication with partners at all the stages of interaction.

Key words and phrases: technical discourse; metaphorization; text modelling; conceptual metaphor; visual metaphor; special vocabulary; professional communication; modern German text of professional orientation.