

ISSN 2616-678X

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

# ХАБАРШЫСЫ

---

**ВЕСТНИК**

Евразийского национального  
университета имени Л.Н. Гумилева

**BULLETIN**

of the L.N. Gumilyov  
Eurasian National University

**ФИЛОЛОГИЯ** сериясы

Серия **ФИЛОЛОГИЯ**

**PHILOLOGY** Series

**№3 (124) / 2018**

1995 жылдан бастап шығады

Издается с 1995 года

Founded in 1995

Жылына 4 рет шығады

Выходит 4 раза в год

Published 4 times a year

Астана, 2018

Astana, 2018

---

---

Бас редакторы **Дихан Қамзабекұлы**  
*филология ғылымдарының докторы, проф. (Қазақстан)*

Бас редактордың орынбасары **Шолпан Жарқынбекова**  
*филология ғылымдарының докторы, проф. (Қазақстан)*

**Редакция алқасы**

Аскер оғлы Рамиз	Ф.ғ.д., проф. (Әзербайжан)
Ақматалиев Абдылдажан	Ф.ғ.д., проф. (Қырғызстан)
Бахтикиреева Улданай	Ф.ғ.д., проф. (Ресей)
Беженару Людмила	Ф.ғ.д. проф. (Румыния)
Бейсембаева Жанаргүл	Ф.ғ.к., (Қазақстан)
Біжкенова Айгүл	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Жақыпов Жантас	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Журавлева Евгения	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Жаң Динжиң	PhD, проф. (Қытай)
Ескеева Мағрипа	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Ержласун Гүлжанат	PhD, ассос. проф. (Түркия)
Қасқабасов Сейіт	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Негимов Серік	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Нұрғали Қадиша	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Нуриева Фануза	Ф.ғ.д., проф. (РФ, Татарстан)
Райхл Карл	Ф.ғ.д., проф. (Германия)
Рахманов Носимхан	Ф.ғ.д., проф. (Өзбекстан)
Риверс Уильям Патрик	PhD, проф. (АҚШ)
Сәтенова Серікгүл	Ф.ғ.д. проф. (Қазақстан)
Султанов Казбек	Ф.ғ.д., проф. (Ресей)
Тәжібаева Сәуле	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Хисамитдинова Фирдаус	Ф.ғ.д., проф. (РФ, Башқұртстан)
Чернявская Валерия	Ф.ғ.д., проф. (Ресей)
Шәріп Амантай	Ф.ғ.д., проф. (Қазақстан)
Шәріпова Гүлбану	Ф.ғ.к., қауымд. проф. (Қазақстан)
Экиджи Метин	PhD, проф. (Түркия)
Янковский Генрих	PhD, проф. (Польша)

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Сатпаев к-сі, 2, 408 б.

Тел.: (7172) 709-500 (ішкі 31413)

E-mail: vest\_phil@enu.kz

Жауапты редактор, компьютерде беттеген Құрманғалиев Ілияс

**Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ФИЛОЛОГИЯ сериясы**

Меншіктенуші: ҚР БЖҒМ «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» ШЖҚ РМК

ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігінде 27.03.2018 ж. №16996-Ж тіркеу куәлігімен тіркелген.

Мерзімділігі: жылына 4 рет.

Тиражы: 35 дана

Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Қажымұқан к-сі, 12/1, тел.: (7172)709-500

(ішкі 31413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

---

---

Editor-in-Chief **Dihan Kamzabekuly**  
*Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)*

Deputy Editor-in-Chief **Zharkynbekova Sholpan**  
*Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)*

**Editorial board**

Asker ogly Ramiz	Doctor of philology, Prof. (Azerbaijan)
Akmataliyev Abdildajan	Doctor of philology, Prof. (Kyrgyzstan)
Bakhtikireeva Uldanai	Doctor of philology, Prof (Russia)
Beisembayeva Zhanargul	Can. of philology, (Kazakhstan)
Bezhenaru Lyudmila	Doctor of philology, Prof (Romania)
Bizhkenova Aigul	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Chernyavskaya Valeriya	Doctor of philology, Prof. (Russia)
Erzhiasun Güljanat	PhD, assos. Prof (Turkey)
Yeskeyeva Magripa	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Henryk Jankowski	PhD, Prof. (Poland)
Kaskabassov Seit	Doctor of philology, Prof (Kazakhstan)
Khisamitdinova Firdaus	Doctor of philology, Prof. (RF, Bashkortostan)
Metin Ekiji	PhD, Prof. (Turkey)
Negimov Serik	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Nurgali Kadisha	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Nurieva Fanuza	Doctor of philology, Prof. (RF, Tatarstan)
Reichl Karl	Doctor of philology, Prof. (Germany)
Rakhmanov Nasimhon	Doctor of philology, Prof. (Uzbekistan)
Rivers William Patrick	PhD, Prof. (USA)
Satenova Serikkul	Doctor of philology, Prof (Kazakhstan)
Sultanov Kazbek	Doctor of philology, Prof. (Russia)
Sharip Amantay	Doctor of philology, Prof (Kazakhstan)
Sharipova Gulbanu	Can. of philology, assos. Prof. (Kazakhstan)
Tazhybayeva Saule	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Zhakypov Zhantas	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)
Zhang Dingjing	PhD, Prof. (China)
Zhuravleva Yevgeniya	Doctor of philology, Prof. (Kazakhstan)

Editorial address: 2, Satpayev str., of.408, Astana, Kazakhstan, 010008  
Tel.: (7172) 709-500 (ext. 31413)  
E-mail: vest\_phil@enu.kz

Executive editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev

**Bulletin of the L.N. Gumilyov Eurasian National University PHILOLOGY Series**

Owner: Republican State Enterprise in the capacity of economic conduct «L.N.Gumilyov Eurasian National University» Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan

Registered by Ministry of Information and Communication of the Republic of Kazakhstan. Registration certificate No 16996-Ж from 27.03.2018

Periodicity: 4 times a year Circulation: 35 copies

Address of printing house: 12/1 Kazhimukan str., Astana, Kazakhstan 010008; tel.: (7172) 709-500 (ext.31413)

© L.N. Gumilyov Eurasian National University

---

---

Главный редактор **Дихан Камзабекулы**  
*доктор филологических наук, проф. (Казахстан)*

Зам. главного редактора **Шолпан Жаркынбекова**  
*доктор филологических наук, проф. (Казахстан)*

**Редакционная коллегия**

Аскероглы Рамиз	д.ф.н., проф. (Азербайджан)
Акматалиев Абдылдажан	д.ф.н., проф. (Киргизстан)
Бахтикиреева Улданай	д.ф.н., проф. (Россия)
Беженару Людмила	д.ф.н., проф. (Румыния)
Бейсембаева Жанаргуль	к.ф.н., (Казахстан)
Бижкенова Айгуль	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Жакыпов Жантас	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Жан Динжин	PhD, проф. (Китай)
Журавлева Евгения	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Ескеева Магрипа	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Ержласун Гульжанат	PhD, ассос. проф. (Турция)
Каскабасов Сейит	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Негимов Серик	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Нургали Кадиша	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Нуриева Фануза	д.ф.н., проф. (РФ, Татарстан)
Райхл Карл	д.ф.н., проф. (Германия)
Рахманов Насимхон	д.ф.н., проф. (Узбекистан)
Риверс Уильям Патрик	PhD, проф. (США)
Сатенова Серикгуль	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Султанов Казбек	д.ф.н., проф. (Россия)
Тажибаева Сауле	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Хисамитдинова Фирдаус	д.ф.н., проф. (РФ, Башкортостан)
Чернявская Валерия	д.ф.н., проф. (Россия)
Шарип Амантай	д.ф.н., проф. (Казахстан)
Шарипова Гульбану	к.ф.н., ассос. проф. (Казахстан)
Экиджи Метин	PhD, проф. (Турция)
Янковский Хенрих	PhD, проф. (Польша)

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Сатпаева, 2, каб. 408

Тел.: (7172) 709-500 (вн. 31413)

E-mail: vest\_phil@enu.kz

Ответственный редактор, компьютерная верстка Ильяс Курмангалиев

**Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ФИЛОЛОГИЯ**

Собственник: РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» МОН РК  
Зарегистрирован Министерством информации и коммуникаций РК под номером №16996-Ж от 27.03.2018г.

Периодичность: 4 раза в год

Тираж: 35 экземпляров

Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Кажимукана, 12/1, тел.: (7172)709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

---

---

## Мазмұны

<i>Акбаров А.</i> Шет тілдерін оқыту саясатына қатысты әлеуметтік-мәдени факторлар: Босния мен Герцеговинаның тақырыптық зерттеулері .....	8
<i>Атанасова С.</i> Шағын аймақтағы «жаһандық ландшафтар»: Велико-Тырноводағы қоғамдық жазбалардың лингвистикалық суреті .....	17
<i>Бейсембаева Ж.А., Барямова Р.К.</i> Шет тілді оқытуда жаңа технологияларды пайдалану .....	29
<i>Дюсекенева И.М., Дюсекенев Д.Н.</i> Этномәдени деталь мәселесі орайында .....	39
<i>Каженова М.М., Жусупова Р.Ф.</i> Оқу үдерісіне жаңа технологияларды енгізу .....	46
<i>Шарипова М.К., Жанзақова Г.З.</i> Аударма - тілралық және мәдениетаралық қарым-қатынас құралы .....	52
<i>Тәжібаева С.Ж., Невская И.А., Мүтәлі А.К., Қадысқызы А.</i> Қытайда қазақ тілінің қолданылуы: мәселелер мен зерттеу перспективалары .....	59
<i>Байбек А.К.</i> Біржан сал – Арқа ән дәстүрінің көрнекті өкілі .....	69
<i>Бескемер А.</i> Көркем мәтінді аудару және түсіну: барабарлықтың өлшемшарты .....	81
<i>Мухамед Абдо Д.</i> Жауынгер-әйел тақырыбы (Б. Васильевтің «А зори здесь тихие» повесі бойынша) .....	88
<i>Дүйсекова К.К., Габдулина А.К.</i> Қазақ және қытай тілдеріндегі метафоралардың ерекшеліктері .....	98
<i>Дүйсенгазы С.</i> Қазақ-қырғыз айтыс өнеріндегі ортақ мұрат .....	109
<i>Жақыпов Ж.А., Догдырбай А.</i> Фольклорлық жанрлар мәтінінің бастапқы және аяққы шендері .....	116
<i>Жұмағұлов С.Б.</i> Ақын Сәбит Дөнентайұлының мысал өлеңдері .....	128
<i>Қоңыратбаева Ж.М.</i> Әлемнің мәдени бейнесіндегі Шығыс және Батыс кеңістігі (лингвомәдениеттанымдық тәжірибе) .....	135
<i>Мурсалимова Г.А., Еділбаев Б.А.</i> Анимация өнерін зерттеудің теориялық - әдіснамалық аспектілері .....	149
<i>Мырзаханов Т.А.</i> Ағылшынның қаржы және экономикалық метафораларын аударудағы лингвомәдениеттанудың қырлары .....	157
<i>Нұрахметов Е.Н., Наралиева А.А.</i> Қазақ, ағылшын, неміс сөйлеу тіліндегі гендерлік ерекшеліктер .....	169
<i>Сүйінова Г.С.</i> Қалалық бірегейліктің урбонимикондағы көрінісі .....	177
<i>Сұлтанбекова С.А.</i> Неміс тіліндегі аффиксті жаңа мағыналы туынды сөздердің прагматикалық аспектілері .....	185
<i>Шаймердинова Н.Г., Жиёмбай Б.С., Жиёмбаева Г.Т.</i> Армян-қыпшақ ескерткіштеріндегі есім сөз таптарының жалпы сипаты .....	192
<b>Мақаланы рәсімдеу үлгісі</b> .....	204

---

---

## Contents

<i>Akbarov A.</i> Socio-Cultural Factors Involved in the Foreign Language Teaching Policy: Case Study of Bosnia and Herzegovina .....	8
<i>Atanassova S.</i> «Global Landscapes» in Small Places: the Linguistic Picture behind the Public Inscriptions in Veliko Turnovo .....	17
<i>Beisembayeva Zh.A., Baryamova R.K.</i> The use of Technologies for Foreign Language Teaching .....	29
<i>Dyussekeneva I.M., Dyussekenev D.N.</i> To the Problem of Ethnocultural Detail .....	39
<i>Kazhenova M.M., Zhussupova R.F.</i> Integrating new Technologies into Curriculum ....	46
<i>Sharipova M.K., Zhanzakova G.Z.</i> Translation as a Tool for Interlingual Communication .....	52
<i>Tazhibayeva S.Zh., Nevskaya I.A., Mutali A.K., Kadyskyzy A.</i> Kazakh Language as Spoken in China: Problems and Research Perspectives .....	59
<i>Baibek A.K.</i> Birzhan Sal – outstanding representative of the singing tradition of Sary-Arka .....	69
<i>Beskemer A.</i> Translation and Interpretation of Literary Text: Equivalence Criteria .....	81
<i>Dina Mohamed Abdo</i> The Theme of a Female Militant (on the Material of B. Vasilyev’s Novel «The Dawns Here Are Quiet»).....	88
<i>Duysekova K.K., Gabdulina A.K.</i> Peculiarities of Kazakh and Chinese Metaphors .....	98
<i>Duysengazy S.</i> Commonalty of ideo in Kazakh-Kyrgyz Aitys .....	109
<i>Zhakupov Zh.A., Dogdyrbai A.</i> Initial and Final Positions of the Text of Folklore Genres .....	116
<i>Zhumagulov S.B.</i> Fables of the Poet Sabit Donentayuly .....	128
<i>Konyratbayeva Zh.M.</i> East and West Space in the Cultural Picture of the World (Linguocultural Experiment) .....	135
<i>Mursalimova G.A., Edilbayev B.</i> Theoretical and Methodological aspects of Animation Art .....	149
<i>Myrzakhanov T.A.</i> Lingual and Cultural Aspects of Translation of Metaphors in Financial and Economic Discourse .....	157
<i>Nurakhmetov E.N., Naraliyeva A.A.</i> Gender features of oral speech in the Kazakh, English and German languages .....	169
<i>Suynova G. S.</i> On Representation of Urban Identification in the System of Urbonyms .....	177
<i>Sultanbekova S.A.</i> Pragmatic Aspects of New Affixal Derivatives of the German Language .....	185
<i>Shaymerdinova N.G., Zhiyembay B.S., Zhiyembayeva G.T.</i> General characteristics of the nominal parts of speech in the Armenian-Kypchak monuments .....	192
<b>Template</b> .....	206

---

---

## Содержание

<i>Акбаров А.</i> Социально-культурные факторы, связанные с политикой преподавания иностранного языка: тематическое исследование Боснии и Герцеговины .....	8
<i>Атанасова С.</i> «Глобальные ландшафты» в малых пространствах: лингвистическая картина за публичными надписями Велико-Тырново .....	17
<i>Бейсембаева Ж.А., Барямова Р.К.</i> Использование современных технологий в преподавании иностранных языков .....	29
<i>Дюсекенева И.М., Дюсекенев Д.Н.</i> К проблеме этнокультурных деталей .....	39
<i>Каженова М.М., Жусупова Р.Ф.</i> Интеграция новых технологий в учебном процессе .....	46
<i>Шарипова М.К., Жанзакова Г.З.</i> Перевод как инструмент межъязыковой и межкультурной коммуникации .....	52
<i>Тажиббаева С.Ж., И.А. Невская, Мутали А.К., Кадыскызы А.</i> Функционирование казахского языка в Китае: проблемы и перспективы исследования .....	59
<i>Байбек А.К.</i> Біржан сал – выдающийся представитель песенной традиции Сары-Арки .....	69
<i>Бескемер А.</i> Перевод и интерпретация художественного текста: критерии эквивалентности .....	81
<i>Мухамед Абдо Д.</i> Тема женщины-бойца (на материале повести Б. Васильева «А зори здесь тихие») .....	88
<i>Дуйсекова К.К., Габдулина А.К.</i> Особенности казахских и китайских метафор .....	98
<i>Дуйсенгазы С.</i> Общность идей в казахско-кыргызских айтысах .....	109
<i>Жакупов Ж.А., Догдырбай А.</i> Начальная и конечная позиции текста жанров фольклора .....	116
<i>Жумагулов С.Б.</i> Басни поэта Сабита Донентайулы .....	128
<i>Коныратбаева Ж.М.</i> Пространство Восток и Запад в культурной картине мира (лингвокультурологический эксперимент) .....	135
<i>Мурсалимова Г.А., Едильбаев Б.</i> Теоретические и методологические аспекты анимационного искусства .....	149
<i>Мырзаханов Т.А.</i> Лингвокультурологические аспекты перевода метафор англоязычного финансово-экономического дискурса .....	157
<i>Нурахметов Е.Н., Наралиева А.А.</i> Гендерные особенности устной речи казахского, английского и немецкого языков .....	169
<i>Суюнова Г.С.</i> Об отражении городской идентичности в урбонимиконе .....	177
<i>Султанбекова С.А.</i> Прагматические аспекты новых аффиксальных дериватов немецкого языка .....	185
<i>Шаймердинова Н.Г., Жиёмбай Б.С., Жиёмбаева Г.Т.</i> Общая характеристика именных частей речи в армяно-кыпчакских памятниках .....	192
<b>Образец оформления статьи</b> .....	208

ГРНТИ 16.31.61

**Т.А. Мырзаханов**

*Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,  
Алматы, Казахстан  
(E-mail: talmyr@mail.ru)*

### **Лингвокультурологические аспекты перевода метафор англоязычного финансово-экономического дискурса**

**Аннотация.** Данная статья затрагивает вопросы, касающиеся метаязыка финансово-экономического дискурса, в особенности, концептуальной метафоры в составе финансово-экономической терминологии. Данные метафоры рассматриваются на стыке языка, культуры и мышления представителей англоязычного сообщества, а также уделяется большое внимание роли метафор в осмыслении сложных экономических понятий.

В статье в качестве практического примера функционирования концептуальных метафор в данном дискурсе, проводится развернутый анализ метафор с учетом различных культурно-исторических, социокультурных, лингвокультурологических и концептуально-когнитивных особенностей. В рамках данной статьи предлагаются оптимальные пути переводческого решения англоязычных финансово-экономических метафор применительно к русскоязычной аудитории. Проведенный анализ метафор в языке экономики позволяет в значительной степени расширить кругозор целевой аудитории, как в лингвистическом, так и в когнитивном планах.

**Ключевые слова:** финансово-экономический дискурс, деловой дискурс, метаязык, лексические пласты, когнитивный, переводческие приемы, системный характер, зеркальное отражение.

**DOI:** <https://doi.org/10.32523/2616-678X-2018-124-3-157-168>

В рамках данной статьи, мы намерены затронуть некоторые особенности финансово-экономического дискурса. Нам представляется, что данный дискурс по своей значимости и положению считается самым важным и востребованным после политического дискурса. В настоящий период, в век глобализации, когда рынки всех стран мира постепенно сближаются, и мы становимся взаимозависимыми, интерес населения всего мира к вопросам экономики стремительно растет с каждым днем. Даже простые люди активно отслеживают экономические процессы и события, происходящие внутри страны и по всему миру по различным причинам.

Касательно профессионалов в сфере экономики, для погружения в данный дискурс и понимания всех тонкостей экономических процессов и явлений необходимо выполнить одно обязательное условие, от которого будет зависеть очень многое. Это – овладение метаязыком данного дискурса.

Все существующие дискурсы в профессиональной деятельности человека (например, медицина, спорт, культура, экономика, политика, наука и техника) отличаются друг от друга спецификой своего метаязыка, так как он призван описывать те явления и процессы, присущие именно той области. Ежедневно прочитывая, прослушивая или просматривая медиа ресурсы, можно четко и ясно сказать о каком дискурсе идет речь.

Овладение метаязыком данного дискурса является одним из обязательных составляющих профессиональной компетентности специалиста экономического направления. Специалист в той или иной области должен стремиться овладеть в совершенстве метаязыком сферы своей будущей профессиональной деятельности. Будущий специалист должен правильно и уместно пользоваться профессиональной лексикой во избежание двусмысленности и тождественности своего высказывания по тем или иным вопросам. Разбираться в

метаязыке данного дискурса значит профессионально использовать те лексические единицы, необходимые для обзора, описания и анализа процессов и событий в данном дискурсе. А для этого, прежде всего, необходимо иметь общее представление о лексических пластах (уровнях) языка в данном дискурсе.

В данной статье нам следует представить классификацию словарного состава языка делового общения английского языка по определению Т.Б.Назаровой, так как данная классификация имеет прямое отношение для анализа нашего исследования.

Т.Б. Назарова выделяет следующие пласты в языке делового общения: слова общего языка (General English words), официально-деловую лексику (formal vocabulary items), ключевую бизнес-терминологию (core business terminology), отраслевые терминосистемы (industry-specific terminologies) и, в широком смысле, отраслевые лексические подсистемы (industry-specific vocabularies) [1, 271 стр.].

Как правило, деловой дискурс никак не может обойтись без лексики общего языка и не ограничивается контекстом делового общения. В нем присутствуют все те лексические единицы, что и в повседневном общении: глаголы (to buy, to continue, to ask и т.д.); существительные (time, place, lack и т.д.); прилагательные (big, tiny, different; sharp и т.д.) и служебные слова (частицы, предлоги, союзы).

Официально-деловая лексика также выполняет основную функцию в деловом дискурсе, так как она призвана создавать и поддерживать официально-деловой стиль, столь необходимый (преимущественно в письменной речи) в деловом общении. Они часто служат заменой слов общего употребления, например: to buy и to purchase, to continue и to proceed, to ask и to inquire, big и huge и т.д.

Ключевая бизнес-терминология, по сути, служит базой и фундаментом различных отраслевых терминов. К общеизвестным ключевым бизнес-терминам можно отнести следующие термины: market, company, corporation, shares, stocks, bonds, loans, rent, order, service и т.д.

Лексические единицы четвертого уровня – отраслевые терминосистемы (в данном случае, финансово-экономического дискурса) – дают возможность различить их от множество других видов бизнес-отраслей и идентифицируют определенную отрасль, например: central bank, gross national product, stock exchange, hedge fund, mutual fund, currency market и т.д.

Исходя из данной классификации становится ясно, что рассматриваемый нами финансово-экономический дискурс является отраслевым дискурсом, так как в нем избыточны специальные отраслевые термины-профессионализмы.

Однако данный дискурс не является лишь набором специальных терминов-профессионализмов, а характеризуется наличием в нем различных жанров и стилей для освещения множества финансово-экономической информации. Следовательно, словарный состав данного дискурса предполагает наличие в нем всех вышеперечисленных разнопластовых лексических единиц и именно они обеспечивают полноценную и адекватную коммуникацию между участниками данного дискурса.

В рассматриваемом нами дискурсе третьи и четвертые пласты языка англоязычного делового общения являются самыми важными, поскольку ключевые и отраслевые термины принимают на себя большую нагрузку когнитивного характера и они являются опорой понимания нами мира англоязычного бизнеса. Именно в них содержатся когнитивно-психологические особенности миропонимания представителей делового круга англоязычных стран, которые нам предстоит декодировать и осмыслить.

Поэтому в рамках этой статьи мы остановимся на метафорах, которые активно функционируют внутри отраслевой терминосистемы. Как правило, все привыкли видеть метафору в большом количестве в художественных произведениях. Однако метафоры в

финансово-экономическом дискурсе представлены не только в качестве отдельных лексических единиц (терминов и профессионализмов), они также распространяются на целые высказывания – на уровне фраз, абзацев и даже целого текста. Иными словами, происходит процесс метафоризации данного дискурса. А это, в свою очередь, объясняется тем, что метафоры перестали функционировать только в рамках наук лингвистического направления, где они, как правило, оказывали на реципиента художественно-эстетическое воздействие. Сейчас стало актуальным рассматривать метафоры на стыке различных междисциплинарных дисциплин. Метафоры стали все чаще появляться в дискурсах, в которых обычно не принято их использовать. Например, частое использование метафор в таких дискурсах, как медицинский, военный, строительный, промышленный, сельскохозяйственный, экологический стало носить системный характер.

Поэтому в настоящий период метафору часто принято рассматривать в неразрывной связи языка, культуры и мышления и метафора выступает в качестве зеркального отражения миропонимания определенного народа с его специфичным образом мышления и когнитивными и лингво-культурологическими особенностями.

Следовательно, метафору следует изучать и анализировать именно с точки зрения когнитивной теории метафоры. Данная теория была предложена американским лингвистом Дж. Лакоффом и американским логиком М.Джонсоном. В 1980 году вышла в свет их книга *Метафора, которыми мы живем (Metaphors we live by)*, которая стала впоследствии бестселлером и остается самой актуальной книгой и по сей день. Суть данной теории заключается в том, что метафора - это не просто художественный троп, выполняющий определенные функции воздействия на реципиента, она является естественным ментальным явлением. Как говорили основоположники данной теории, “Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути метафорична.” [2, 6 стр.].

В ее основе лежит процесс обработки знаний человека, обобщенный опыт взаимодействия человека с окружающим материальным миром, известный как процесс метафоризации.

Согласно когнитивной теории метафоры, процесс метафоризации базируется на взаимодействии двух структур знаний: “источника” (source domain) и “цели” (target domain). Следовательно, некоторые области цели структурируются по образцу источника, т.е. происходит “метафорическая проекция” (metaphorical mapping).

В рассматриваемом нами бизнес-контексте, метафоры выступают в качестве вторичной номинации сложных финансово-экономических понятий и процессов. Например, в своей монографии “Язык и межкультурная коммуникация” Тер-Минасова С.Г. упомянула про значимость метафоры в научном контексте: “Метафоры красочны и полезны, особенно, как это ни странно, в научном контексте,... В научном тексте все проще и определеннее: в нем метафоры полезны, когда они облегчают понимание, восприятие сложного научного явления, факта, положения.” [3, 38 стр.].

Однако, не все могут понять и осмыслить новые научные концепты и положения, выраженные через метафору. В процессе анализа и обзора англоязычных финансово-экономических медиа материалов, русскоязычные реципиенты сталкиваются со следующими трудностями.

Во-первых, когда они читают эти материалы в оригинале и сталкиваются с метафорами, они не в состоянии декодировать их смысл, даже исходя из контекста в силу отсутствия у них фоновых знаний. Во-вторых, перевод этих англоязычных метафор не представлен во многих имеющихся в наличии словарях и справочниках. Одним словом, у русскоязычной аудитории нет полного доступа к развернутой информации об англоязычных метафорах в рассматриваемом дискурсе.

В этой связи, мы остановимся на тех метафорах, которые не приобрели еще большей популярности среди русскоязычной аудитории. К данной категории концептуальных метафор мы относим те лексические единицы, которые не всегда можно найти в двуязычных (англо-русских) словарях и справочниках.

В качестве ярких примеров демонстрации понятийной и языковой картины англоязычного мира, например, можно упомянуть следующие концептуальные метафоры в сфере экономики: gorilla; elephants; cats and dogs; coattail investment/investing; sidecar investment/investing; kicking the tires; graveyard market; tombstone; golden coffin, beauty contest; hot waitress index/indicator.

Вышеперечисленные концептуальные метафоры активно используются на инвестиционном и финансовом рынках. Область-источник данных метафор тематически многообразна и обширна. Он охватывает такие тематические поля, как животный мир, природное явление, медицина, и смерть и красота.

Для большей убедительности о существовании и функционирования вышеперечисленных концептуальных метафор в финансово-экономическом дискурсе, приведем их в англоязычных финансово-аналитических медиатекстах и авторских статьях и книгах.

#### Англоязычные источники

1. As one of the 800-pound gorillas of the software business, Microsoft's decisions tend to have industry-wide repercussions. Continuous Computing Technologies for Enhancing Business Continuity (by Bajgoric, Nijaz), p. 75, 2008
2. Oilfields that are estimated to contain an ultimately recoverable resource (UUR) greater than 500 million barrels are defined as «giant oilfields» and the oil industry has nicknamed them «elephants». Peeking at Peak Oil (by Kjell Aleklett), p.73, 2012
3. In the last stage of this phase, with speculation rampant, volume continues to rise, but «air pockets» appear with increasing frequency; the «cats and dogs» (low-priced stocks of no investment value) are whirled up, but more and more top-grade issues refuse to follow. Technical Analysis of Stock Trends, Tenth Edition (by Robert D. Edwards, W.H.C. Bassetti, John Magee), p.15, 2012
4. One of the most commonly used investing strategies among both novice and experts is coattail investing – buying the same stocks multi-billionaires buy. Strict followers of the coattail investing theory should be selling whatever stocks the pros are selling. www. benzinga.com. 07.12.2016
5. Such undertakings are «sidecar investments»; the investor rides along in a sidecar pulled by a powerful motorcycle. The more the investor is distinctively positioned to have confidence in the driver's integrity and his motorcycle's capabilities, the more attractive the investment, since its price will be lower due to limited competition. Investing in the Unknown and Unknowable (Richard Zeckhauser), p. 10, Vol. 1 [2006], No. 2, Article 5
6. Consider the investor with money, steady nerve, and complementary skills. He or she may well be willing to make a speculative investment, accepting large risk for extraordinary expected returns. Can investors with lesser skills and resources attach themselves to this powerful motorbike and go along for the ride as a «sidecar»? Is it a dangerous territory? The risks for the biker with the wherewithal to handle it can be enormous, and risks may be relatively greater for those riding sidecar. Yet if we understand this trade-off, then there are opportunities for sidecar investments. The Known, the Unknown, and the Unknowable in Financial Risk Management: Measurement and Theory Advancing Practice (by Francis X. Diebold, Neil A. Doherty, Richard J. Herring), p.19, 2010
7. We commented earlier on how Peter Lynch, the legendary manager of Fidelity's flagship Magellan Fund, always preferred to kick tires, knock on doors and observe what went into shopping baskets to what economists or strategists could tell him. Financial First Aid for Canadian

Investors: Stop the Bleeding, Start the Healing and Get Your Portfolio on the Road to Recovery (by Bryan Snelson, Michael Graham, Cindy David), p. 181, 2009

8. The United States is a famous graveyard for the ambitions of British companies seeking to expand overseas. The Economist Guide to Managing Growth: How to get bigger and be better (by Rupert Merson), p.57, 2011

9. Standing can usually be determined by looking at the tombstone advertisements often published a few days after the offering. The art of tombstone reading requires a sophisticated understanding of the industry as well as of a particular transaction. The Stock Market (by Richard J. Teweles, Edward S. Bradley), p. 302, 1998

10. One of the most controversial of these (perks) is the so-called golden coffin, under which the heirs of a chief executive can collect severance-style death benefits, such as unvested share options, if the boss suddenly dies. Shareholder activists in America have been trying to bury such coffins for good this year, but without much success.

The Economist, 28.05.2009

11. But it takes considerable expertise to assess the financial and technical merits of competing bids in a beauty contest. The Economist, 06.07.2000

12. I believe (John Maynard) Keynes's beauty-contest analogy remains an apt description of how financial markets work, as well as one of the key role played by behavioural factors.

The Financial Times, 10.07.2015

13. As the economist John Maynard Keynes once pointed out, buying stocks is like trying to anticipate who will win a beauty contest. You want to choose not the person who you think is the most beautiful but the person you think everyone else will see as most beautiful. So it is with stocks: prices rise not just when a company turns in great performance but when a lot of investors believe that the future will bring even better performance.

Financial Intelligence, Revised Edition: A Manager's Guide to Knowing What the Numbers Really Mean (by Karen Berman, Joe Knight), p. 190, 2013

14. Hugo Lindgren of New York Magazine explains how the Hot Waitress Index works, «The hotter waitresses, the weaker the economy. In flush times, there is a robust market for hotness».

Business Insider, 05.08.2009

Решения, принимаемые компанией Майкрософт, в качестве одного из гигантов в секторе программного обеспечения, так называемых восьмисот фунтовых горилл, имеют, как правило, общеотраслевое влияние.

Нефтяные месторождения, которые, по расчетам, содержат конечные извлекаемые ресурсы (КИР) намного превосходящие 500 млн. баррелей, квалифицируются как «гигантские нефтяные месторождения» и нефтедобывающая отрасль прозвала их «слонами».

На завершающем этапе данного периода, во время безудержной спекуляции, объем продаж продолжает возрастать, однако все чаще начинают появляться «воздушные ямы»; вихрем кружатся вокруг так называемые «кошки и собаки» (дешевые акции, не имеющие инвестиционной стоимости), однако все больше и больше первоклассных ценных бумаг отказываются следовать за ними.

Одной из стратегий, широко применяемых среди как новичков, так и экспертов, является «подражающее инвестирование» – покупка тех акций, что покупают мультимиллиардеры. Строгие последователи теории «подражательного инвестирования» должны продавать все, что продают профессионалы.

Такая деятельность известна как «инвестирование с коляски» или «пассивное инвестирование», согласно которому инвесторы катаются в коляске, прицепленной к мощному мотоциклу. Чем больше данный инвестор доверится честности и навыкам вождения мотоциклиста, тем привлекательнее инвестиция, так как ее цена будет ниже из-за ограниченной конкуренции.

Давайте рассмотрим инвестора с деньгами, с крепкими нервами, да еще с дополнительными навыками. Возможно, ему или ей захочется заняться спекулятивным капиталовложением, принимая на себя большие риски за непредвиденную ожидаемую прибыль. А смогут ли здесь инвесторы с наименьшими навыками и ресурсами прикрепиться к мощному мотоциклу и прокатиться в коляске? А это не опасно? Риски для водителя мотоцикла с финансовыми средствами для размещения могут быть огромными, да и риски для пассажиров, находящихся в коляске, также могут быть относительно высокими. Однако если мы вникнем в суть этого компромиссного решения, тогда и появятся возможности для “пассивного инвестирования”. Мы отмечали ранее о том, как Питер Линч, легендарный менеджер ведущего инвестиционного фонда Fidelity Magellan Fund, предпочитал всегда осмотреться, так сказать, для начала обстукивать колеса, обходить дома и наблюдать за всем что происходило: начиная с наполняемости потребительской корзины, заканчивая профессиональными подсказками от экономистов и стратегов.

Соединенные Штаты Америки и есть всем известный рынок-кладбище для амбициозных планов британских компаний, которые стремятся к расширению своего бизнеса с выходом на зарубежные рынки. Как правило, финансовое положение компании можно определить, анализируя так называемые «эпитафии» (узкопрофессиональные рекламы), которые часто публикуются спустя несколько дней после публичного размещения акций. Для того, чтобы прочитать «эпитафии на надгробных плитах», необходимо глубокое понимание самой отрасли, а также конкретной сделки.

Одним из самых противоречивых (льгот) из них является так называемый «золотой гроб», согласно которому наследники главного должностного лица получают выходное пособие в связи с его смертью, например, получение опционов на акции, в случае внезапной смерти начальника. Акционеры в США, которые выступают против этой политики, пытаются в этом году окончательно предать земле такие гробы, хотя и без особого успеха.

Однако потребуется значительный опыт для оценки финансовых и технических аспектов конкурирующих предложений, выставленных на конкурс красоты.

Я полагаю, что аналогия с конкурсом красоты, выдвинутая (Джоном Мейнардом) Кейнсом, остается точным описанием механизма функционирования финансовых рынков, а также верным определением одной из ключевых ролей поведенческих факторов.

Как отметил Джон Мейнард Кейнс, покупка акций похожа на попытки предугадать победителя в конкурсе красоты. Нужно выбрать не ту кандидатуру, кого ты считаешь самой красивой, а ту, которую все остальные видят как самую красивую. Также обстоит дело и с акциями: курс акции растет не тогда, когда у компании высокие показатели, а когда большинство инвесторов считают, что в будущем их показатели будут еще лучше.

Хьюго Линдгрэн из NewYork Magazine рассказывает, как именно работает индекс «жгучей красоты-официантки»: «Чем красивее выглядят официантки, тем слабее состояние экономики. В благополучные времена, существует, как правило, большой спрос на персонал с привлекательной внешностью».

Теперь перейдем к самому анализу выше представленных концептуальных метафор. Мы будем их рассматривать так, как мы их представили выше. В понимании русскоязычного реципиента метафоры gorilla и elephants означают гиганты в определенной отрасли экономики и крупные организации. Однако в сознании представителей англоязычного мира уподобление крупных игроков бизнеса горилле и слонам носит чисто англоязычный характер. Название термина заимствовано из американской идиомы 800-pound gorilla (горилла весом 800 фунтов), т.е. это – крупная организация, способная конкурировать на определенном рынке с любым конкурентом. Если точнее, метафора gorilla обозначает компанию, доминирующую в какой-либо отрасли индустрии (в отношении ценовой политики и производимой продукции), но при этом не имеющую полной монополии во всех

сферах. Классическими примерами таких «горилл» можно назвать, например, Microsoft, McDonald's. Американская метафора 800-pound gorilla восходит, в своей основе, к своему прототипу – английской идиоме elephant in the room (дословно: слон в комнате), что означает явная проблема, которую никто не хочет обсуждать из-за осторожности и риска для себя. Наряду с метафорой gorilla в экономическом дискурсе также широко используются ее синонимы, такие метафоры, как giants и titans.

1. Cost-cutting associated with that integration, as well as higher prices, helped boost global profits for the beer giant in the three months ending in June. (Wall Street Journal, 27 July, 2017)

2. Bud Light, Budweiser stumble, but merger helps the beer titan post surge in earnings. (Wall Street Journal, 27 July, 2017)

Что касается метафоры elephants, это – крупные институциональные инвесторы (например, взаимные фонды, пенсионные фонды), ведущие большие торги на фондовой бирже и чья деятельность может повлиять на базовые финансовые активы. Название данной метафоры связано как габаритами организации, так и ее деятельностью. Когда эти крупные институциональные инвесторы покупают на бирже, цены на акции растут подобно поднимающемуся уровню воды при погружении слонов в водоем. А когда инвесторы начинают продавать свои акции, цены на акции снижаются аналогично уменьшающемуся уровню воды при выходе слонов из водоема.

Следующая метафора «cats and dogs» (дословно: кошки и собаки) также имеет отношение к животному миру и очень популярна среди инвесторов. Англоязычная метафора «cats and dogs» (кошки и собаки) обозначает сомнительные, высокоспекулятивные акции, которые не имеют длительной истории по продажам, доходам и выплатам по ним дивидендов.

Относительно данной метафоры русскоязычная аудитория может определенно испытать лингво-культурологический шок при отсутствии фоновых знаний о когнитивном мышлении англоязычной аудитории. С позиции англоговорящей аудитории, кошки и собаки в качестве домашних питомцев на протяжении многих столетий живут у людей бок о бок под одной крышей. Никто не осмелится, на наш взгляд, утверждать, что их дружба является прочной и долговечной. Как раз, наоборот, их кажущаяся прочная дружба на самом деле носит кратковременный и неустойчивый характер, готовая рухнуть в любой удобный момент. Метафора «cats and dogs» заимствована из английской идиомы *fight like cats and dogs* (дословно: драться как кошки с собаками), которая известна для русскоязычной аудитории как «жить/ругаться как кошка с собакой».

Следующие две метафоры «coattail investing» и «sidecar investing» относятся к инвестиционным стратегиям инвесторов и трейдеров. Поскольку инвестирование денежных средств в определенный вид акции несет в себе определенные риски, инвесторы предпочитают предвидеть и предугадать эти потенциальные риски и максимально минимизировать свои убытки. В силу отсутствия или нехватки профессиональных навыков или опыта, многие инвесторы полагаются на профессиональную смекалку опытных инвесторов.

Метафоры «coattail investing» и «sidecar investing» на русский язык можно переводить как «подражающее инвестирование» и «пассивное инвестирование». Во избежание лингво-культурологического шока со стороны русскоязычной аудитории желательно прибегнуть к описательному переводу, так как их дословный перевод «инвестирование с фалды фрака» и «инвестирование с коляски мотоцикла» может вызвать у русскоязычной аудитории наибольший шок. Англоязычные метафоры «coattail investing» и «sidecar investing» неслучайно оказались в финансово-экономическом дискурсе. Они живо и красочно описывают различные виды стратегий и решений, предпринимаемые со стороны англоязычных инвесторов при вложении своих денежных средств в определенные типы ценных бумаг. Метафора «coattail investing» заимствована из английской идиомы *ride on somebody's*

*coattails*, что дословно переводится, как прокатиться на чьей-либо фалде, а в переносном смысле означает добиться успеха с помощью влиятельного лица. Поэтому инвесторы, которые действуют на основе информации о сделках успешных инвесторов, естественно ведут себя как те, кто желают подзаработать благодаря своим связям. Исходя из вышеупомянутого определения можно выдвинуть следующие варианты перевода: инвестирование по благу и инвестирование на чужом горбу. Однако, нам представляется, что такие переводы могут вызвать у русскоязычного реципиента еще больше шока и смятения.

Что касается второй метафоры *sidecar investment/investing*, данная стратегия инвестирования, т.е. пассивное инвестирование отличается от подражающего инвестирования тем, что здесь инвестор не прилагает никаких усилий, чтобы рационально размещать свои инвестиции. В понимании англоязычного бизнесмена, такой инвестор подобен пассажиру, который сидит в коляске мотоцикла и доверяет свою безопасность мотоциклисту; он полностью передает свои финансовые средства более опытному инвестору для размещения. В качестве еще одного из эквивалентов перевода данной англоязычной метафоры можно предложить следующее: «инвестирование с пассажирского места» или «инвестирование пассажира». А если быть более точным, то данную метафору целесообразнее переводить на русский язык следующим образом: инвестирование с ограниченной ответственностью, так как все риски, связанные с инвестициями уже несет его инвестор-партнер, который знает толк в этой сфере.

Выше перечисленные две метафоры в определенной степени отражают склад и образ мышления представителей англоязычного мира. Если метафора *coattail investing* корнями уходит к английской идиоме *ride on somebody's coattails*, вторая метафора *sidecar investing* скорее всего ассоциируется с современными реалиями, т.е. областью-источником «Транспорт», если точнее, водителем мотоцикла. Мотоциклист, как правило, относится к числу самых уязвимых и незащищенных среди водителей автотранспорта и, следовательно, больше подвержен опасности на дорогах. Если водитель двухколесного мотоцикла еще прицепит к себе коляску, он также подвергает опасности здоровье и жизнь пассажира в коляске во время езды.

Из этой же области-источника целесообразно упомянуть еще одну метафору, используемую в сфере инвестиции – *kicking the tires* (дословно: попинать шины), которая для русскоязычной аудитории будет более понятна как «обстукивать покрышки/колеса», а иносказательно – «прощупать почву». Англоговорящие инвесторы, прежде чем вложить свои средства, тщательно исследуют инвестиционные портфели, подобно покупателям, проверяющим годность автотранспорта перед покупкой, обстукивая все его имеющиеся колеса.

Яркий и образный метаязык англоязычного финансово-экономического дискурса, на наш взгляд, действительно заслуживает должного внимания со стороны русскоязычной аудитории, так как даже их калькированный русский перевод остается им не понятным при отсутствии знания о специфичных реалиях англоязычного мира.

В качестве примеров, рассмотрим следующий ряд концептуальных метафор: *graveyard market*, *tombstone*, *golden coffin*, которые дословно переводятся как *рынок-кладбище*, *надгробный камень*, *золотой гроб*. Метафора *graveyard market* означает завершающий этап медвежьего рынка, когда наблюдается вялое состояние рынка и редко совершаются торги и этот рынок определенно напоминает нам мертвый рынок, т.е. кладбище. А если красочно и образно передать миропонимание англоязычных представителей в отношении данной метафоры, то инвесторы, занимающие определенные позиции в том рынке, не могут покинуть его, подобно мертвецам, которые не могут выйти из могилы, а инвесторы, которые еще не вошли туда, как и все живые люди, не торопятся туда попасть.

Вслед за предыдущей метафорой, следующая англоязычная метафора из тематики «Смерть» – *tombstone* также требует пояснений. Как правило, на надгробном камне или

плите пишется имя и фамилия усопшего, его дата рождения и смерти. Бизнес-метафора tombstone точь в точь копирует все выше перечисленные данные, обозначая объявление, размещаемое инвестиционными банками о первичном размещении ценных бумаг, которое подобно надгробной плите содержит следующую информацию: период продажи ценных бумаг и имена андеррайтеров, участвующих в данной сделке (сравните с датой рождения и смерти, а также именем и фамилией усопшего). В этой связи, tombstone также принято называть эпитафией.

Касательно третьей метафоры – golden coffin, неподготовленному русскоязычному читателю первое, что может прийти на ум – это золотой гроб какого-нибудь египетского фараона. Вполне допустимо, что областью-источником данной англоязычной метафоры являются египетские фараоны.

В сфере бизнеса, golden coffin (золотой гроб) означает пакет денежных пособий, предоставляемый наследникам руководителей высшего звена, которые скончались во время службы в компании. Согласно данной бизнес-метафоре, горем убитым наследникам руководителей компании, полагается обильная сумма денежных пособий, которую можно сравнить с несметным наследством, причитающееся многочисленным наследникам усопшего фараона.

А теперь рассмотрим еще две метафоры: beauty contest (дословно: конкурс красоты) и hot waitress index (дословно: индекс жгучей официантки-красотки) из области-источника или из тематики “Красота”.

Эти две метафоры, на наш взгляд, также являются неопровержимым доказательством того, что англоязычное видение реальной экономической действительности своеобразно и уникально.

В контексте инвестиции, многочисленные андеррайтеры на рассмотрение комиссии представляют свои предложения относительно выпуска новых ценных бумаг, и эти предложения оцениваются исходя из различных профессиональных аспектов. По итогам так называемого «конкурса красоты», достойные (по мнению большинства членов комиссии) андеррайтеры удостоиваются чести стать ведущими организаторами размещения новых акций на биржевом рынке. Одним словом, андеррайтеры должны убедить своими предложениями членов комиссии, подобно красивым участницам конкурса красоты, желающих впечатлить членов жюри своими физическими и умственными данными. Данная метафора была выдвинута английским экономистом Джоном Мейнардом Кейнсом. Суть метафоры – конкурса красоты – по мнению Дж.Кейнса мы привели среди выше представленных примеров.

Что касается, метафоры hot waitress index, она используется англоязычными, если точнее, американскими экономистами для определения экономического состояния страны. Согласно данному экономическому показателю, при анализе экономисты берут в расчет общее количество привлекательных девушек и женщин, работающих официантками. Как правило, обладательницы красивой внешности в период стабильного функционирования экономики не испытывают особых проблем с трудоустройством, так как привлекательный персонал жизненно необходим для любого процветающего бизнеса и компании. Однако в период рецессии (во времена кризиса) им приходится временно устраиваться на менее перспективные и низкооплачиваемые места работы. Таким образом, индекс жгучей официантки-красотки гласит о том, что чем больше привлекательного персонала, трудоустроенного в ресторанах, кафе и отелях, тем плачевнее выглядит общее состояние экономики в стране.

Завершая наш лингво-культурологический и лингво-когнитивный экскурс, следует особо подчеркнуть особую роль и значимость понятийной и языковой картины мира представителей стран англоязычного мира. Использование метафор в качестве вторичной номинации новых, современных экономических реалий и феноменов, как показыва-

ет вышеразвернутый наш анализ, является естественным явлением и эти метафоры пронизывают все стороны жизнедеятельности представителей англоязычного мира, которые выполняют роль донора (области-источника), хотя диапазон использования выше рассмотренных метафор в большей степени ограничен с узконаправленной профессиональной деятельностью специалистов.

Как показывает наш анализ, англоязычный финансово-экономический дискурс, представленный в финансово-аналитических медиатекстах, имеет свои особенности со своеобразным и многогранным пластом специальной лексики. Эти лексические единицы в рамках развернутого текста включают в себя слова общего употребления, официально-делового и научного стилей, а также эмоционально-экспрессивные лексические единицы (метафоры), которые стали терминами-профессионализмами. Наряду с этими метафоричными терминами-профессионализмами, в финансово-экономическом дискурсе имеются метафоры, которые обслуживают данный дискурс, однако пока еще твердо не закрепились в нем. А это явление можно объяснить тем фактом, что метафоры, являясь ментальным явлением, будут активно отражать, по мере их появления, новые финансово-экономические феномены, процессы и события на экономической арене.

Относительно перевода англоязычных финансово-экономических метафор на русский язык, следует учитывать множество факторов, которые должны обеспечить адекватное восприятие и понимание англоязычных реалий со стороны русскоязычной аудитории. Учет фоновых знаний, т.е. гео-политических, историко-культурологических, лингво-культурологических и когнитивных аспектов англоязычного мира, на наш взгляд, во многом будет способствовать адекватной передаче данных метафор на русский язык.

В проделанном нами переводах отдельных фрагментов англоязычных текстов с концептуальными метафорами (взяты из финансово-аналитических статей, авторских статей и монографий), мы попытались максимально приблизить оригинал в исходном языке (ИС) с переводом в переводимом языке (ПЯ).

При переводе мы использовали все существующие переводческие приемы, учитывая лингвистические, культурные и когнитивные аспекты исходного и переводимого языков. Мы использовали как прямые переводческие приемы (заимствование, калькирование, дословный перевод), так и косвенные переводческие приемы (трансформацию, модуляцию, переформулирование или поиск лексического эквивалента, адаптацию, компенсацию) для того, чтобы максимально точно и адекватно перевести англоязычные реалии.

Большинство англоязычных финансово-экономических метафор обозначают те явления, которые зародились именно в странах англоязычного мира, они первичны по отношению к неанглоязычному миру. Поэтому в большинстве случаев приходилось прибегнуть к калькированному переводу (полному и частичному) метафор и при этом сопровождать перевод толкованием для того, чтобы русскоязычный реципиент получил развернутую информацию об иноязычном явлении. При осуществлении перевода англоязычных медиатекстов мы комбинировали калькированный перевод с поиском лексического эквивалента. В некоторых случаях мы отказались от поиска лексического эквивалента в переводимом языке, так как это могло сбить с толку русскоязычного реципиента и направить его совершенно в другом направлении. Следовательно, при осуществлении переводческих решений в отношении данных метафор, как отдельно взятых, так и в контексте, необходимо комбинировать различные приемы и способы перевода, в зависимости от множества факторов, такие как виды информации, ее цели и задачи, целевая аудитория, время, место и т.п.

## Список литературы

- 1 Назарова Т.Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Ученые записки Орловского государственного университета. / Т.Б. Назарова – Орел, 2015. – Том 1, № 57. – 271 с.
- 2 Лакофф Дж., Джонсон М.. Метафоры, которыми мы живем. / Под ред. А.Н. Баранова. – Москва: Едиториал УРСС, 2004.
- 3 Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». / С.Г. Тер-Минасова – Москва : 2000. – 262 с.

### Т.А. Мырзаханов

*Абылай хан ат. Халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан*

#### Ағылшынның қаржы және экономикалық метафораларын аударудағы лингвомәдениеттанудың қырлары

**Аңдатпа.** Аталмыш мақалада қаржылық-экономикалық дискурстың метатіліне қатысты мәселелер, әсіресе қаржылық және экономикалық терминологияның бір бөлігін құрайтын концептуалды метафора туралы мәселе қозғалады. Мақалада метафоралар ағылшын тілді қоғамдастықтар өкілдерінің тілдік, мәдениеттік және логикалық ойлау ерекшеліктерін ескеру арқылы қарастырылады. Сонымен қатар, күрделі экономикалық ұғымдарды танып түсінуде метафоралардың атқаратын рөліне көп мән беріледі. Концептуалды метафоралардың аталмыш дискурста атқаратын қызметін практика жүзінде көрсету мақсатында метафораға әртүрлі мәдени-тарихи, әлеуметтік-мәдени, тілдік-мәдени, сонымен қатар, когнитивтік тұрғыдан жан-жақты талдау жүргізіледі. Мақалада ағылшын тілді қаржылық-экономикалық метафораларды орыс тілді аудиторияға жеткізудің тиімді аударма тәсілдері ұсынылады. Экономика тілінде кездесетін метафораға жасалған бұл талдау мақсатты аудиторияның ой өрісін тілдік және когнитивтік тұрғыдан елеулі түрде кеңейтуге мүмкіндік береді.

**Түйін сөздер:** қаржылық-экономикалық дискурс, іскери дискурс, метатіл, лексикалық қабаттар, когнитивтік сипат, аударма тәсілдері, жүйелі сипат, айналық шағылу

### Т.А. Myrzakhanov

*Abylai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan*

#### Lingual and Cultural Aspects of Translation of Metaphors in Financial and Economic Discourse

**Astract.** This article considers the issues relating to the metalanguage of financial and economic discourse, particularly conceptual metaphors as part of financial and economic terminology. The article deals with the metaphors under consideration at the intersection of language, culture and mode of thought of representatives of the English community and it also places emphasis on the role of metaphors in comprehending complex economic concepts.

As a practical example of functioning of conceptual metaphors within this discourse, a thorough analysis has been conducted, taking into account various cultural and historic, sociocultural, lingual and cultural and lingual and cognitive peculiarities of the target language.

This article provides possible options for how best to deal with translation of English financial and economic metaphors into Russian. The analysis of metaphors in the language of economics allows the target audience to broaden their horizons linguistically as well as cognitively.

**Key words:** financial and economic discourse, business discourse, metalanguage, lexical strata, cognitive pattern, translation techniques, systemic nature, mirror reflection

---

---

## References

- 1 Nazarova T.B. Dinamicheskiye protsessy v slovarnom sostave angliiskogo yazyka deolovogo obshcheniya [Dynamic processes in the Vocabulary of English Business Communication]: Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta [Scientific notes of Orel State University] (Oryol, 2015. – T. 1, № 57. – 271 p.). [in Russian]
- 2 Lakoff, G., Johnson M. Metaforы, kotorymi my zhivem [Metaphors that we live in] / pod red. A.N. Baranova. (Editorial URSS, Moscow, 2004). [in Russian]
- 3 Ter-Minassova S.G. Yazyk b mezhkul'turnaya kommunikatsia [Language and intercultural communication]: Ucheb. possobie dlya studentov i soiskatelei po spets [Teaching aid for students, graduate students and job seekers on special. «Linguistics and Intercultural Communication»] (Moscow, 2000. – 262 p.). [in Russian]

### Сведения об авторе:

**Мырзаханов Т.А.** – докторант PhD III года обучения Казахского Университета Международных Отношений и Мировых Языков имени Абылай хана, специальность 6D020700 «Переводческое дело», Алматы, Казахстан.

**Мырзаханов Т.А.** – Абылай хан атындағы Халықаралық Қатынастар және Әлем Тілдері Университеті III курс PhD докторанты, 6D020700 - «Аударма ісі» мамандығы, Алматы, Қазақстан.

**Myrzakhanov T.A.** – The 3rd year PhD student at Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, specialty 6D020700 – Translation studies, Almaty, Kazakhstan.

**«Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы.  
Филология сериясы» журналында мақала жариялау ережесі**

**1. Журналдың мақсаты.** Филология ғылымдарының өзекті мәселелерін, тіл және әдебиетті оқыту әдістемелерін және де ғылыми конференциялардың ең маңызды материалдарын, библиографиялық шолу мен сын пікірлерді көрсететін әдебиеттану және тілтану саласындағы мұқият тексеруден өткен түпнұсқа ғылыми жұмыстарды жариялау.

**2. Журналда мақаланы жариялаушы автор** Ғылыми басылымдар бөліміне (мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қаласы, Қ. Сәтпаев көшесі, 2, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 408 кабинет) қолжазбаның қол қойылған 1 дана қағаз нұсқасын тапсыру және **Word** форматындағы нұсқасын **vest\_phil@enu.kz** электрондық поштасына жіберу қажет. Қағазға басылған мақала мәтіні мен электронды нұсқасы бірдей болулары қажет. Мақаламен бірге автордың жұмыс орнынан **Ілеспе хат** та тапсырылуы қажет. Мақалалар **қазақ, орыс, ағылшын** тілдерінде қабылданады.

**3.** Авторлардың редакцияға мақалаларды жіберуі «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысында» басуға және шет тіліне аударып, қайта басуға келісімін білдіреді. Автор мақаланы редакцияға жіберу арқылы өз туралы мәліметтің дұрыстығына, мақала көшірілмегендігіне (плагиаттың жоқтығына) және басқа да заңсыз көшірмелердің жоқтығына, барлық көшірмелердің, кестелердің, сұлбалардың, иллюстрациялардың тиісті түрде рәсімдеуіне кепілдеме береді.

**4. Ұсынылатын мақала көлемі** (жекедеректер мен әдебиеттер тізімін қоса):

- мақалалар үшін - 8 ден 16 бетке дейін;
- сын пікірлер (монографияға, кітапқа) және конференция туралы пікір - 6 дан 12 бетке дейін.

**5. Мақала мәтінінің пішіні:**

- **Microsoft Word** (docx) форматындағы файлда;
- **Times New Roman** шрифінде;
- жақтау жолағы 2x2x2x2;
- 1,5 жоларалық интервалы;
- 14 кегл;
- мәтінді жақтау көлеміне сәйкестендіру керек;
- Әрбір азатжол қызыл сызықтан басталуы қажет (1 см шегініс);
- **транслитерация** Library of Congress (LC) жүйесінде жасалуы керек.

**Мақаланы құру сұлбасы:**

**XҒТАР** <http://grnti.ru/> - бірінші жолдың сол жақтауында;

**Автор(лар) туралы метамәліметтердің мазмұны** (Рәсімдеу үлгісі / Образец оформления статьи / Template қараңыз)

**Автор(лар)дың аты-жөні** – жолдың ортасында **қою әріппен** жазылады;

**Мекеменің толық атауы, қаласы, мемлекеті** (егер авторлар әртүрлі мекемелерде жұмыс істесе, онда автордың тегі мен тиісті мекеменің қасында бірдей белгіше қойылады) Автор(лар)дың **E-mail**-ы – жақша ішінде (*курсивпен*);

**Мақала атауы** – жолдың ортасында (жартылай қоюмен)

**Аңдатпа** – (100-200 сөз) формуласыз, мақаланың атауын мейлінше қайталамауы қажет; әдебиеттерге сілтемелер болмауы қажет; мақаланың құрылысын (кіріспе, зерттеу әдіснамасы мен әдістемесі, зерттеу нәтижелері, қорытынды) сақтай отырып, мақаланың қысқаша мазмұны берілуі қажет.

**Түйін сөздер** («Түйін сөздер» сөз тіркесі **жартылай қоюмен** белгіленеді) (5-8 сөз немесе сөз тіркестері) - Түйін сөздер зерттеу тақырыбын өте дәл бейнелеу керек, сонымен қатар, ақпараттық-ізвестіру жүйелерінде мақаланы жеңіл табуға мүмкіндік беретін мақала мәтінінің терминдерін және де басқа маңызды ұғымдарды қамтуы қажет.

**Мақаланың негізгі мәтіні** кіріспені, мақсат пен міндеттерді қоюлуын, зерттеу тақырыбы бойынша жұмыстардың шолуын, зерттеу әдістерін, нәтижелер/талқылау қорытынды қамтуы қажет (жоларалық интервал - 1, азат жол «қызыл жолдан» - 1 см, беттеу жолағы – еніне сай жасалады.

**Кестелер, суреттер** – аталғаннан кейін орналастырылады. Әр иллюстрация қасында оның аталуы болуы қажет. Сурет айқын әрі сканерден өтпеген болуы керек.

Мақаладағы формулалар тек мәтінде оларға сілтеме берілсе ғана нөмірленеді.

Жалпы қолданыста бар аббревиатуралар мен қысқартулардан басқаларына міндетті түрде алғаш қолданғанда түсініктеме берілуі қажет.

Қаржылай көмек туралы ақпарат бірінші бетте көрсетіледі.

**Әдебиеттер тізімі.** Мәтінде әдебиеттерге сілтеме тікжақшаға алынады. Мәтіндегі әдебиеттер тізіміне сілтемелердің нөмірленуі мәтінде қолданылуына қатысты жүргізіледі: мәтінде кездескен әдебиетке алғашқы сілтеме [1, 153 б.] арқылы, екінші сілтеме [2, 185 б.] арқылы т.с.с. жүргізіледі. Мақаланың негізгі мәтініндегі кітапқа сілтеме қолданылған беттерді көрсету керек (мысалы, [1, 45 б.].

Жарияланбаған еңбектерге сілтемелер жасалмайды. Сонымен қатар, рецензиядан өтпеген басылымдарға да сілтемелер жасалмайды (әдебиеттер тізімін, әдебиеттер тізімінің ағылшынша әзірлеу үлгісін төмендегі мақаланы рәсімдеу үлгісінен қараңыз).

Мақала соңындағы әдебиеттер тізімінен кейін библиографиялық мәліметтер орыс және ағылшын тілінде (егер мақала қазақ тілінде жазылса), қазақ және ағылшын тілінде (егер мақала орыс тілінде жазылса), орыс және қазақ тілінде (егер мақала ағылшын тілінде жазылған болса) беріледі.

**Авторлар туралы мәлімет:** аты-жөні, ғылыми атағы, қызметі, жұмыс орны, жұмыс орнының мекенжайы, телефон, e-mail – қазақ, орыс және ағылшын тілінде толтырылады.

**6. Қолжазба мұқият тексерілген болуы қажет.** Техникалық талаптарға сай келмеген қолжазбалар қайта өңдеуге қайтарылады. Қолжазбаның кейін қайтарылуы, оның журналда басылуына жіберілуін білдірмейді.

**7. Электронды корректурамен жұмыс істеу.** Ғылыми басылымдар бөліміне түскен мақалалар жабық (анонимді) тексеруге жіберіледі. Эксперттер ұсынылған мақалаға оның жариялау мүмкіндігі, жақсарту қажеттілігі немесе қабылданбауы туралы дәлелді қорытындысын қамтитын жазбаша сын пікір береді. Жарамсыз деп таныған мақала қайтара қарастырылмайды. Мақаланы түзетуге ұсыныс берген жағдайда авторлар үш күн аралығында мақаланың корректурасын жіберу керек. Мақаланың түзетілген нұсқасы мен автордың рецензентке жауабы редакцияға жіберіледі. Оң сын пікірлер алған мақалалар оларды талқылау және басылымға бекіту үшін журналдың редакциялық алқасына ұсынылады.

**Журнал жиілігі:** жылына 4 рет.

**8. Төлемақы.** Басылымға рұқсат етілген мақала авторларына келесі реквизиттер бойынша төлем жасау қажет (ЕҰУ қызметкерлері үшін - 4500 тенге; басқа ұйым қызметкерлеріне - 5500 тенге).

**Реквизиттері:**

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК  
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

*«За публикацию ФИО автора»*

## Provisions on articles submitted to the journal “Bulletin of the L.N. Gumilyov Eurasian National University. Philology Series”

**1. Goal of the journal.** Publication of carefully selected original scientific papers in the fields of literary studies, linguistics, reflecting the actual problems of philology, language and literature teaching methods, most significant proceedings of scientific conferences, bibliographic summaries and reviews.

**2. An author who wishes to publish a paper in the journal must submit the paper in one hard copy (printed version),** signed by the author, to the scientific publication office (at the address: 010008, the Republic of Kazakhstan, Astana, Satpayev St., 2. The L.N. Gumilyov Eurasian National University, Main Administrative Building, Office 408) and by e-mail **vest\_phil@enu.kz** in **Word** format. At the same time, strict compliance between Word-version and the hard copy is required. And also the authors need to submit a cover letter.

**Language of publications:** Kazakh, Russian, English.

**3.** Submission of papers to the scientific publication office means the authors' consent to the right of the Publisher, the L.N. Gumilyov Eurasian National University, to publish papers in the journal and their re-publication in any foreign language. By submitting the text of the paper for publication in the journal, the author guarantees the correctness of all information about themselves, lack of plagiarism and other forms of unauthorized use in the article, proper formulation of all borrowings of text, tables, diagrams, and illustrations.

**4. The recommended volume of the paper (including metadata and references):**

- for papers – between 8-16 pages;
- for reviews (of monographs, books), reviews on conferences – between 6-12 pages.

**5. Text formatting requirements:**

- Microsoft Word file format (docx);
- Times New Roman font;
- the size of the fields 2 \* 2 \* 2 \* 2;
- line spacing 1,0;
- size 14;
- text alignment in width;
- each paragraph beginning with the main line (indent 1 cm);
- transliteration is carried out according to the Library of Congress (LC) system.

**Structure of the article:**

**IASTI** <http://grnti.ru/> – first line, left

The content of the metadata about the author (see Рәсімдеу үлгісі / Paper template)

Initials and Surname of the author (s) – center alignment, italics

Full name of the affiliation, city, country (if the authors work in different organizations, you need to put the same icon next to the name of the author and the corresponding organization)

**Author's e-mail (s)** – in brackets (italics)

**Paper title** – center alignment (bold)

**Abstract (100-200 words)** must not contain formulas or repeat the content of the paper; it must not contain bibliographic references; it must reflect the summary of the paper, preserving the structure of the paper – introduction, methodology and research methods, research results, conclusion.

**Key words** (the phrase «Keywords» is bold) (5-8 words/word groups). Keywords must be extremely accurate to reflect the subject area of the study, include terms from the text of the paper and other important concepts that make it possible to facilitate and expand the possibilities of finding the paper by means of an information retrieval system).

The main text of the paper must contain an introduction, setting goals and objectives, a review of works on the research topic, research methods, results / discussions conclusion / conclusions – line spacing – 1, «main line» indent – 1.25 cm, justified alignment.

Tables, figures must be placed after the mention. Each illustration must be followed by the inscription. Figures should be clear, clean, and unscanned. Only those formulas referenced in the text are subjected to numbering.

All abbreviations and shprtentions, with the exception of obviously well-known, must be decoded when first used in the text.

Information about the financial support of the work is indicated on the first page in the form of a footnote.

**References.** In the text, references are indicated in square brackets. References must be numbered strictly in the order of mention in the text. The first reference in the text to a reference must have the number [1, 153 p.], the second – [2, 185 p.], Etc. The reference to the book in the main text of the article should be accompanied by an indication of the pages used (for example, [1, 45 p.]). Links to unpublished works are not allowed. Undesirable references to unlicensed publications are not recommended (examples of the description of the list of references, descriptions of the list of references in English, see below in the sample article).

**At the end of the paper,** after the list of references, it is necessary to indicate bibliographic data in Russian and English (if the paper is in Kazakh), in Kazakh and English (if the paper is in Russian) and in Russian and Kazakh (if the paper is in English language).

**Information about the authors:** last name, first name, patronymic, scientific degree, position, affiliation, full business address, telephone, e-mail – in Kazakh, Russian and English.

**6. The manuscript must be carefully verified.** Non-compliant manuscripts will be returned for revision. Returning for revision does not mean that the manuscript has been accepted for publication.

**7. Work with electronic proofreading.** Papers submitted to the Department of Scientific Publications (editing office) are sent for anonymous review. Experts give a written review of the submitted paper with a reasoned conclusion about the possibility of its publication, the need to send for revision or (rejection) of the paper. Papers that have received a negative review are not accepted for reconsideration. Authors should, within three days, send the proofreading of the paper if it is decided to finalize the paper. Corrected versions of papers and the author's response to the reviewer are sent to the editor. Papers with positive reviews are submitted to the editorial board of the journal for discussion and approval for publication.

**Periodicity of the journal:** 4 times a year.

**8. Payment.** Authors who have received a positive opinion on publication must pay to the following banking details (for ENU employees – 4,500 KZT, for outside organizations – 5,500 KZT):

**Реквизиты:**

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК  
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 ВТВ 0000003104

*«За публикацию ФИО автора»*

## Положение о рукописях, представляемых в журнал «Вестник Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева. Серия Филология»

**1. Цель журнала.** Публикация тщательно отобранных оригинальных научных работ в области литературоведения и языкознания, отражающих актуальные проблемы филологических наук, методы преподавания языка и литературы, а также наиболее значимые материалы научных конференций, библиографические обзоры и рецензии.

**2. Автору, желающему опубликовать статью в журнале,** необходимо представить рукопись в твердой копии (распечатанном варианте) в одном экземпляре, подписанном автором, в Отдел научных изданий (по адресу: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Сатпаева, 2, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Учебно-административный корпус, каб. 408) и по e-mail [vest\\_phil@enu.kz](mailto:vest_phil@enu.kz). При этом должно быть строго выдержано соответствие между Word-файлом и твердой копией. А также авторам необходимо представить **сопроводительное письмо**.

**Язык публикаций:** казахский, русский, английский.

**3. Отправление статей в редакцию означает согласие авторов на право Издателя** – Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева – публикации статей в журнале и переиздания их на любом иностранном языке. Представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций.

**4. Рекомендованный объем** (включая метаданные и список литературы):

- для статей – от 8 до 16 страниц;
- для рецензий (на монографии, книги), отзывов о конференциях – от 6 до 12 страниц.

**5. Требования к форматированию текста:**

- формат файла Microsoft Word (docx);
- шрифт Times New Roman;
- размер полей 2\*2\*2\*2;
- междустрочный интервал 1,0; – кегль 14;
- выравнивание текста по ширине;
- каждый абзац должен начинаться с красной строки (отступ 1 см);
- транслитерация осуществляется по системе Library of Congress (LC).

**Схема построения статьи:**

**ГРНТИ** <http://grnti.ru/> – первая строка, слева

**Содержание метаданных об авторе** (см. Рәсімдеу үлгісі/Образец оформления статьи/ Template)

**Инициалы и фамилия автора(ов)** – выравнивание по центру (начертание курсивом)

**Полное наименование организации, город, страна** (если авторы работают в разных организациях, необходимо поставить одинаковый значок около фамилии автора и соответствующей организации)

**E-mail автора(ов)** – в скобках (начертание курсивом)

**Название статьи** – выравнивание по центру (начертание полужирным)

**Аннотация** (100-200 слов) не должна содержать формулы, по содержанию повторять название статьи; не должна содержать библиографические ссылки; должна отражать краткое содержание статьи, сохраняя структуру статьи – введение, методологию и методику исследования, результаты исследования, заключение.

**Ключевые слова** (словосочетание «Ключевые слова» выделяется полужирным) (5-8 слов/словосочетаний). Ключевые слова должны предельно точно отражать предметную область исследования, включать термины из текста статьи и другие важные понятия, позволяющие облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информа-

ционно-поисковой системы).

**Основной текст** статьи должен содержать введение, постановку цели и задач, обзор работ по теме исследования, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы – межстрочный интервал – 1, отступ «красной строки» – 1,25 см, выравнивание по ширине.

**Таблицы, рисунки** необходимо располагать после упоминания. С каждой иллюстрацией должна следовать надпись. Рисунки должны быть четкими, чистыми, несканированными. В статье нумеруются лишь те формулы, на которые по тексту есть ссылки.

Все аббревиатуры и сокращения, за исключением заведомо общеизвестных, должны быть расшифрованы при первом употреблении в тексте.

Сведения о финансовой поддержке работы указываются на первой странице в виде сноски.

**Список литературы.** В тексте ссылки обозначаются в квадратных скобках. Ссылки должны быть пронумерованы строго по порядку упоминания в тексте. Первая ссылка в тексте на литературу должна иметь номер [1, 153 с.], вторая - [2, 185 с.] и т.д. Ссылка на книгу в основном тексте статьи должна сопровождаться указанием использованных страниц (например, [1, 45 с.]). Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Нежелательны ссылки на нерецензируемые издания (примеры описания списка литературы, описания списка литературы на английском языке см. ниже в образце оформления статьи).

В конце статьи, после списка литературы, необходимо указать библиографические данные на русском и английском языках (если статья оформлена на казахском языке), на казахском и английском языках (если статья оформлена на русском языке) и на русском и казахском языках (если статья оформлена на английском языке).

Сведения об авторах: фамилия, имя, отчество, научная степень, должность, место работы, полный служебный адрес, телефон, e-mail – на казахском, русском и английском языках.

**6. Рукопись должна быть тщательно выверена.** Рукописи, не соответствующие техническим требованиям, будут возвращены на доработку. Возвращение на доработку не означает, что рукопись принята к опубликованию.

**7. Работа с электронной корректурой.** Статьи, поступившие в Отдел научных изданий (редакция), отправляются на анонимное рецензирование. Эксперты дают письменную рецензию на представленную статью с мотивированным заключением о возможности ее опубликования, необходимости направить на доработку или (отклонении) статьи. Статьи, получившие отрицательную рецензию, к повторному рассмотрению не принимаются. Авторам в течение трех дней необходимо отправить корректуру статьи в случае принятия решения о доработке статьи. Исправленные варианты статей и ответ автора рецензенту присылаются в редакцию. Статьи, имеющие положительные рецензии, представляются редколлегии журнала для обсуждения и утверждения для публикации.

**Периодичность журнала:** 4 раза в год.

**8. Оплата.** Авторам, получившим положительное заключение к опубликованию, необходимо произвести оплату по следующим реквизитам (для сотрудников ЕНУ – 4500 тенге, для сторонних организаций – 5500 тенге):

**Реквизиты:**

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК  
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

*«За публикацию ФИО автора»*

**Редактор: Дихан Қамзабекұлы**  
Шығарушы редактор: І.Р. Құрманғалиев  
Дизайн: І.Р. Құрманғалиев

**Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің**  
**ХАБАРШЫСЫ. Филология сериясы.**  
- 2018. - 3 (124). - Астана: ЕҰУ. 210-б.  
Шартты б.т. - 26,2   Таралымы - 35 дана

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді.

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,  
Астана қаласы, Қ.Сәтпаев көшесі, 2.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті  
Тел.: (87172) 709-500 (ішкі 31-413)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің  
баспасында басылды