

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-2-132-137
УДК 372.881.111.1(045)

О переводе или поиск визуального образа и его сатирическое прочтение на иностранном языке как инструмент познания на примере изучения экономических понятий

Е.М. Захцер
Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Визуальные образы являются неотъемлемым инструментом для осознания абстрактных понятий, в том числе и в экономике, где они могут облегчить понимание сложных идей. Однако такой подход требует не только знания языка, но и понимания культурологических нюансов, специфичных для общества людей, говорящих на этом языке. В данной статье представлен инновационный подход к изучению экономических понятий на иностранном языке, который включает как поиск визуального образа, так и его сатирическое прочтение. Результаты показали, что использование данного метода может повысить уровень восприятия, понимания и запоминания экономических терминов у студентов нелингвистических вузов, изучающих иностранный язык.

Ключевые слова: образование; обучение иностранному языку; визуальные образы; карикатура; экономическая терминология; эффективность; мотивация; интерпретация; перевод

Для цитирования: Захцер Е.М. О переводе или поиск визуального образа и его сатирическое прочтение на иностранном языке как инструмент познания на примере изучения экономических понятий. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(2):132-137. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-2-132-137

ORIGINAL PAPER

Seeking for an Image and its Satirical Reading in a Foreign Language as a Cognition Tool Using the Example of Economic Concepts Research

E.M. Zakhtser
Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

Visual images are an integral tool for understanding abstract concepts, including in economics, where they can facilitate the understanding of complex ideas. However, this approach requires the language knowledge and the understanding of the cultural nuances specific to the society of people speaking that language. The paper presents an innovative approach to the study of economic concepts in a foreign language, which includes both the search for a visual image and its satirical reading. The results showed this method using could increase the level of perception, cognition and fixation of economic terms among students of non-linguistic universities studying a foreign language.

Keywords: education; foreign language teaching; visual images; caricature; economic terminology; efficiency; motivation; interpretation; translation

For citation: Zakhtser E.M. Seeking for an image and its satirical reading in a foreign language as a cognition tool using the example of economic concepts research. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta. Humanitarian and social sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(2):132-137. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-2-132-137

ВВЕДЕНИЕ

Описание карикатуры и ее роли в обществе

Всем известно, что самая престижная журналистская премия в США носит имя отца жанра «желтой прессы», Джозефа Пулитцера [1] — того самого, который в 1883 г. приобрел газету «The New York World». Чтобы привлечь читателя, он совмещал статьи о политической коррупции, журналистские расследования, сенсации в различных областях жизни, юмор, спортивные новости, секс-скандалы, достаточное количество рекламы и яркие иллюстрации. Пулитцер придавал особое значение визуальному ряду. В 1896 г., когда газета получила четырехцветный печатный станок, «родился» Желтый малыш — персонаж комикса Ричарда Ф. Аутколтома «Переулок Хогана», напечатанного в первом воскресном цветном приложении [2]. Комикс (по определению Жоржа Садуля) — это «рассказ в картинках», соединяющий единство повествования и визуального действия. По-английски он называется «cartoon», которое имеет 3 значения: «карикатура», «комикс» и «мультфильм»¹. Можно сказать, что комикс — это многокадровая карикатура. Кстати, появлению карикатур на первой полосе «Мир» (как иногда переводит искусственный интеллект название газеты «The New York World») также обязан Пулитцеру.

Карикатура существовала еще в самом начале зарождения человечества — в виде грубых, но характерных набросков, высмеивающих противника [3]. В Египте в смешной форме изображали льва и газель, играющих в шахматы, намекала на царя и царицу, а сражающиеся кошки и мыши символизировали воинов. Предметом карикатуры в Греции были боги и герои. Найдены римские карикатуры эротического содержания и рисунки последователей Эпикура, осмеивающие отрекающихся от земных радостей и благ христиан. В XV в. предметом смешных картинок становится смерть в виде длинного иссохшего скелета со страшной ухмылкой. Средневековая карикатура обратилась к морали и боролась с человеческими пороками, а в эпоху Возрождения сосредоточилась на человеческой глупости: ее носитель — разукрашенный бубенчик или дурак — стал основным персонажем.

Безличная карикатура сменилась авторской. Известно, что Леонардо да Винчи активно искал людей с уродствами для использования в качестве моделей. Их портреты не только способствовали его анатомическим наблюдениям, но и обладали большой художественной выразительностью, что сегодня уже не удивительно, так как, согласно исследованиям в когнитивной психологии, восприятие человека активизируется при встрече с объектами, которые лишь частично соответствуют его ожиданиям. Кстати, название «карикатура» происходит от итальянского слова «caricare», которое означает «нагружать», «преувеличивать». Леонардо да Винчи предложил рассматривать карикатуру как отдельный жанр изобразительного искусства, в котором позднее работали такие мастера, как Лукас Кранах и Питер Брейгель Старший.

Полноценное зарождение жанра состоялось в XVI в. в Германии, во время Крестьянской войны и периода Реформации. Неизвестные народные авторы изображали на печатных листках сатирические образы представителей власти и католической церкви. С развитием книгопечатания и гравирования открывалась широкая возможность использовать карикатуру как удобный способ для распространения идей. Э.Х. Гомбрих утверждает, что «карикатура является наследником символического искусства Средневековья, когда дидактический образ предназначался церковью для обучения неграмотного мирянина священному слову» [4]. Во время активной религиозной и политической борьбы в Англии в XVII в. карикатура приобрела большой вес. Для ее обрамления активно использовался текст. Политика Наполеона I повлияла на то, что Россия, Англия, Испания, Германия выпустили множество рисунков, полных пламенной злобы и ненависти к поработителю народов. После этого в XIX в. карикатура уже более не переживала такого единодушия — в каждой стране она жила своей обособленной жизнью, обратившись к внутренним вопросам. Воспроизведение карикатуры в гравюре, на дереве или металле было заменено более дешевым, простым и совершенным способом литографии. Трудность исправления заставляла художников выражать свою мысль с первой попытки, — так воспитывалась уверенность штриха и бойкость рисунка, которые не утратили актуальности и в наши дни при большом разнообразии печатных и электронных изданий.

¹ Словарь английского языка МакМиллан: для продвинутых учащихся. Лондон: Издательство МакМиллан, 2006 / Macmillan English Dictionary: For Advanced Learners. London, UK: Macmillan Education Ltd; 2006.

Актуальность проблемы

Современная карикатура продолжает оставаться одним из наиболее популярных и эффективных средств коммуникации. Произведения этого жанра классифицируют по следующим критериям: области применения (для печатных СМИ, в качестве книжных иллюстраций, в календарях, буклетах); цветовому решению (монохромная или цветная); технике исполнения (графика, живопись, коллаж, плакат, инсталляция); степени критического воздействия (оскорбительная или дружелюбная); тематике (политическая, социальная, бытовая, научная, религиозная, рекламная). Карикатура используется в качестве инструмента для критического анализа различных социальных, политических и экономических явлений, а также для повышения образовательного потенциала в различных областях знания, включая экономику [5].

В этой связи данный жанр может стать одним из возможных инструментов повышения эффективности обучения языку. Сатирические материалы способны привлечь внимание и вызвать интерес студентов к изучению языка, а также помочь запомнить новую лексику. Кроме того, использование сатиры может способствовать развитию критического мышления и улучшению коммуникативных навыков, ведь история карикатуры, юмористического рисунка — это еще и история смеха. Когда, в какие времена и почему одни вещи вызвали смех, а другие — нет? Человеческий смех — самое загадочное явление на свете не только потому, что в разные эпохи смешными становились диаметрально противоположные вещи, но и потому, что источник смеха варьируется от общества к обществу, от народа к народу, от одного социального класса к другому. И, если коммуникативной целью комикса и основной его функцией является развлечение читателей, то цель карикатуры — сатирическое или юмористическое удовлетворение их познавательного интереса. Поэтому она рассчитана на аудиторию, обладающую необходимыми фоновыми знаниями.

Таким образом, цель данной работы — изучение эффективности использования карикатуры как визуального образа в процессе понимания и усвоения профессиональной лексики на английском языке.

МЕТОДОЛОГИЯ

Условие

В рамках Недели английского языка, проводимой департаментом английского языка и профессиональной коммуникации Финнуниверситета при Правительстве РФ, мы обратились к карикатуре на экономическую тематику. Студентам 1-го курса факультета налогов, аудита и бизнес-анализа был предложен творческий конкурс «Экономика в картинках». Обозначив целью изучение экономических вопросов и понятий на английском языке, мы сузили область фоновых знаний. Игра состояла из раундов и длилась 2 академических часа. Каждый раунд представлял собой последовательность событий:

1. Визуализация: предложение командой карикатуры для 2-минутного обсуждения увиденного командой-противником.
2. Импровизация: минутная импровизация и устное прочтение карикатуры командой-противником.
3. Говорение: устное прочтение в течение одной минуты домашней заготовки командой, предложившей карикатуру.
4. Оценивание импровизации и домашней заготовки судейской бригадой старшекурсников по заранее определенным критериям.

Затем следовало ответное выступление второй команды, включающее те же этапы.

При поиске изображений студенты должны были руководствоваться такими вопросами, как:

- Какую экономическую тему поднимает карикатура?
- Актуальна ли поднятая тема?
- Соответствует ли она учебным целям?
- Достаточно ли у сокурсников знаний для полного понимания карикатуры (изображения и текста)?
- Важны ли культурологический, политический и исторический аспекты?
- Соответствуют ли персонажи стереотипам страны изучаемого языка?
- Какая основная деталь позволяет понять смысл карикатуры?
- Какова доля скрытого смысла в карикатуре?
- Какую реакцию производит карикатура? Смешная она или нет?
- Насколько карикатура риторически эффективна? Запомнится ли она?

Задачи

На конкурс выносились карикатуры, выполняющие 4 основные функции:

1. Установления повестки — т.е. самостоятельный выбор студентами наиболее существенных понятий и вопросов из курса по экономике.

2. Обрамления или культурной памяти — т.е. сведения сложных вопросов к единому запоминающемуся образу.

3. Снижения напряжения, когда благодаря символическому упрощению предметной области студентам предоставляется возможность выражения собственных мыслей в устной форме на английском языке, а также инициативно-го и реактивного говорения.

4. Развлекательная, которая проистекает из способности карикатур заставлять нас смеяться.

Задачей конкурса, помимо повторения материала 1-го курса по экономике на английском языке и погружения в культуру изучаемого языка, было развитие визуальной грамотности, которая, в отличие от языковой (чтение и письмо), не является обязательной, хотя в последние несколько десятилетий наша культура во все большей степени выступает продуктом того, что мы смотрим [6]. Этот так называемый «изобразительный поворот» диктует необходимость развития визуального интеллекта. Кроме того, в области когнитивной и социальной психологии имеются существенные данные, свидетельствующие о влиянии визуальных образов на создание смыслов. Образы имеют иконический характер, т.е. они прямо напоминают то, на что ссылаются, они яркие и спонтанные и, как любой невербальный сигнал, универсальны. Во множестве исследований подчеркивается эффект превосходства изображений над языком при обработке информации — они легче запоминаются и хранятся в памяти дольше, чем вербальная информация, так как кодируются быстрее и обрабатываются на более глубоких семантических уровнях. Известно, что от 60 до 93% смысла в любой социальной ситуации передается невербальной информацией.

Карикатура — уникальная форма визуальной коммуникации — абстрактного процесса, который предполагает не только описание, т.е. передачу информации, но и ее анализ. Последний подразумевает общение на более абстрактном уровне и требует синтаксиса, чтобы проводить аналогии, делать сравнения, устанавливать причинно-

следственные связи и обобщать. Таким образом, карикатура развивает способности к дедукции (вывод наблюдаемого результата из общего правила и установленного ранее частного случая), индукции (вывод общего правила из установленного ранее частного случая) и абдукции (вывод гипотезы или частного случая из общего правила и установленного ранее факта) — взаимосвязанным приемам, без которых невозможен научно-исследовательский процесс.

Глядя на карикатуру, читатель сразу получает много информации благодаря взаимодействию вербальных и невербальных компонентов. И даже если ему кажется, что он охватывает все (ведь некоторые коды, например, «бизнесмен» или «капиталист», изображаемый как человек с сигарой, или «турист» — с фотоаппаратом на шее, универсальны), всегда присутствует доля неуловимого, именуемого «сторонним влиянием» [7]. С одной стороны располагается автор, который показывает ситуацию в рамках традиционных символов, свойственных его культуре и менталитету, а с другой — читатель, который находится в том или ином культурологическом контексте и прочитывает карикатуру в зависимости от своего образования, воспитания и родного языка, влияющего на последовательность восприятия деталей глазом. Например, взгляд араба будет скользить справа-налево, сверху-вниз; японца: слева-направо, снизу-вверх; русского: слева-направо, сверху-вниз. Прочсть и понять сатирический рисунок — не такое простое дело, как кажется на первый взгляд. Во-первых, лаконичность изобразительных средств требует от зрителя остроты восприятия. Во-вторых, изображение основывается на недосказанности: карикатурист набрасывает основное, а дальше, если и говорит, то намеками, культурными кодами. В-третьих, чистый вымысел в карикатуре, в отличие от комикса, невозможен, — зрителю нужно перевести аллегорию рисунка на язык фактов и идей, что без понимания изображаемого предмета, знания тематики и связанной с ней проблематики невозможно. С другой стороны, карикатура — это не только глубокие размышления, но и «хихиканье». Занимательность — ее отличительное свойство. Она не оставляет зрителя равнодушным — он эмоционально вовлечен и, следовательно, достаточно мотивирован, чтобы воспринять информацию, содержащуюся в карикатуре.

Образовательные цели и критерии их оценивания

Теперь перечислим критерии достижения целей и оценивания студенческих команд, разделив процесс на 3 этапа:

1. Оценивание предложенного командой изображения:

- соответствие изображения пройденному в рамках курса материалу;
- риторическая эффективность изображения;
- визуальная метафоричность для краткой передачи сложной информации;
- количество элементов, способствующих коммуникативному сообщению;
- аналитическая оправданность текстовой подписи;
- богатство словаря текстового обрамления;
- соотношение между визуальными искажениями и визуальной пародией.

2. Оценивание понимания карикатуры:

- работа с изображением на денотативном уровне;
- референциальный анализ языковой пары английский-русский;
- эффективность обращения к эксплицитной памяти;
- соотнесение креолизованного текста с актуальными идеями, событиями, действиями;
- наличие фоновых знаний для понимания имплицитной информации;
- интерпретация визуальных пародий;
- узнавание культурных аллюзий и метафорических значений;
- отбор конвенциональных культурных ассоциаций;
- прочтение коннотаций;
- умение анализировать и обобщать, активность критического мышления.

3. Оценивание устного описания и объяснения смысла визуального сообщения:

- коммуникативное умение;
- владение речевыми навыками;
- логика и точность речи;
- владение фонетическими (темп, тембр, степень громкости и пр.) и кинетическими (жесты, позы, мимика и другие выразительные движения) паралингвистическими средствами.

Хочется отдельно отметить важность организации работы студентов в судейской бригаде и разработки шкалы измерений. Так как критери-

ев много, рекомендуется распределить их между членами жюри, чтобы оценивание по определенному критерию было ответственностью отдельного человека. Преподаватель должен контролировать распределение, так как он знает сильные стороны старшекурсников и может обеспечить качество измерений по установленной в начале игры шкале. Следует осуществлять контроль времени, дающегося как на обдумывание, так и на ответ. Желательно, чтобы после каждого раунда проводился подсчет и объявление результатов. При оглашении финального решения необходимо озвучить комментарии и пожелания.

РЕЗУЛЬТАТЫ И АНАЛИЗ

Использование визуальных сатирических материалов в процессе изучения экономической терминологии на английском языке может значительно повысить эффективность обучения. Опрос, проведенный среди студентов — участников Недели английского языка — показал, что использование карикатуры помогло им легче запомнить экономические термины, улучшило понимание соответствующих концепций, а также способствовало погружению в культуру изучаемого языка. Участники также отметили, что работа с визуальными образами — их поиск и интерпретация — способствует трансформации процесса рутинного запоминания лексики в увлекательное и интересное действие, одновременно способствующее тренировке навыков говорения.

Также было выявлено, что использование карикатуры помогает студентам развивать критическое мышление, так как они вынуждены находить в образах скрытые значения, понимать иронию и анализировать смыслы. Все это повышает мотивацию студентов к обучению и способствует улучшению их результатов.

Поиск визуального образа и его сатирическое прочтение на иностранном языке в лингвистическом вузе представляет собой не только практическую, но и научную значимость. Данный подход к изучению иностранного языка способствует более глубокому пониманию экономических концепций и терминов, а также предлагает новый взгляд на их применение в реальной жизни.

ВЫВОДЫ

Если обратиться к трудам Чарльза Пирса по семиотике [8] и принять карикатуру за знак, то можно заключить, что ее отличительной особен-

ностью является то, что она как и знак требует интерпретации. Знак, по Пирсу, указывает на *что-то*, *что-то* обозначает и *что-то* значит. Но что именно — из него самого не ясно. Он может быть истолкован, интерпретирован с помощью другой мысли-знака. То есть интерпретация есть перевод одной мысли в другую или одного знака

в другой. Но и последний может быть знаком только потому, что он и сам интерпретируется, т.е. переводится в следующий и т.д. Таким образом, процесс познания — это действие, не имеющее ни начала, ни конца при переводе одного знака в другой. Для обучения этому и была организована наша игра.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. McGrath M.J. Pulitzer: A life in politics, print and power. New York: Harper Collins; 2010.
2. Outcault R.F. At the circus in Hogan's alley. New York: New York World; 1895.
3. Кротков А.П. Карикатура. Непридуманная история. М.: Издательство АСТ; 2015.
4. Гомбрих Э.Х. История искусства. М.: Искусство — XXI век; 2021.
5. Linus A. Effectiveness of Cartoons as a uniquely visual medium for orienting social issues. *Journalism & Communication Monographs*. 2009;11(2):117–165.
6. Барт Р. Camera Lucida. М.: Винтажные книги; 2000.
7. Greth K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations: memoire de DEA. Paris: Université de Marne-la-Villie; 2003.
8. Пирс Ч.С. Что такое знак? *Вестник Томского Государственного университета*. 2009;3(7):88–95.

REFERENCES

1. McGrath M.J. Pulitzer: A life in politics, print and power. New York: Harper Collins; 2010.
2. Outcault R.F. At the circus in Hogan's alley. New York: New York World; 1895.
3. Krotkov A.P. Caricature. Non-adventurous history. Moscow: Izdatel'stvo AST; 2015 (In Russ.).
4. Gombrich E.H. History of Art. Art — XXI century. Moscow: Iskusstvo — XXI vek; 2021. (In Russ.).
5. Linus A. Effectiveness of cartoons as a uniquely visual medium for orienting social issues. *Journalism & Communication Monographs*. 2009;11(2):117–165.
6. Barthes R. Camera Lucida. Moscow: Vintazhnye knigi; 2000. (In Russ.).
7. Greth K. Caricature in Russia as a mirror of representations. Paris: University of Marne-la-Villiers; 2002. (In French).
8. Pearce C.S. What is a sign? *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Tomsk State University*. 2009;3(7):88–95. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Елена Михайловна Захцер — старший преподаватель департамента английского языка и профессиональной коммуникации, Финансовый университет, Москва, Россия

Elena M. Zakhtser — Senior Lecturer, Department of English Language and Professional Communication, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-9044-4881>

zakhtser@mail.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 23.11.2023; принята к публикации 20.12.2023.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article received on 23.11.2023; accepted for publication on 20.12.2023.

The author read and approved the final version of the manuscript.