

Кравцова Елена Константиновна

студентка

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

Пишкова Елена Юрьевна

канд. филол. наук, доцент, преподаватель

Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

НАИБОЛЕЕ УДАЧНЫЕ СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

***Аннотация:** статья посвящена исследованию трудностей передачи экономических метафор, которые являются достаточно употребительными в экономическом дискурсе. Метафора является довольно частым явлением в экономических текстах, в частности в текстах СМИ. В целях корректного понимания и осмысления экономической ситуации в стране и мире необходима точная интерпретация и правильная передача экономических метафор с одного языка на другой. При написании данной статьи были применены метод описания, сравнительно-сопоставительный метод, а также метод сплошной выборки. Материалом нашего исследования послужили статьи экономической направленности онлайн-издания *The Economist*. Как результат, были найдены наиболее употребительные, а также наиболее эквивалентные методы перевода метафоры с английского языка на русский.*

***Ключевые слова:** метафора, тип метафоры, перевод, публицистический дискурс.*

Метафоризация – универсальный метод перепредставления и смыслообразования, который характеризуется семантической двуплановостью. Свойства одного предмета выражаются через признаки другого, из-за чего общие качества данных предметов становятся ярче. Под воздействием значения

метафоризирующего компонента преобразуется смысл метафоризируемого компонента. Сочетание на первый взгляд абсолютно различных смыслов придает значению некоторый драматизм и привлекает внимание читателя. Главная функция метафоры – пробудить рефлексии реципиента, привлечь его внимание к тексту [4, с. 25–47].

Роль метафоры в публикациях на экономическую тематику крайне важна. Часто метафоры используются для оценки той или иной экономической ситуации или экономического явления. Важно отметить, что оценка может быть как объективной (*декабрьская паника*), так и субъективной (*социальная бесчувственность*).

По утверждению Е.В. Темновой, «роль метафоры может трактоваться как одно из средств реализации тенденции к экспрессивности, постоянному обновлению формы с целью нестандартного, экспрессивного эффекта, способного прервать обыденность газетных оборотов». Также стоит отметить, что цель использования метафор заключается в максимальной информативности и доступной передаче оценки автора [5, с. 64].

Значительную роль при переводе метафоры играет ее тип: антропоморфная, артефактная, природная и пр. Концепты экономических метафор совпадают как в русском, так и в английском языках, что позволяет переводчику подобрать наиболее эквивалентный способ перевода в рамках одного и того же концепта: концепт «Экономика – человек», «Экономика – живое существо», «Экономика – природа», «Экономика – машина».

На основе метода сплошной выборки и количественного анализа, мы можем сделать заявление о том, что наиболее распространенным типом метафоры в экономическом публицистическом тексте является конвенциональная метафора. Полученные данные не вызывают сомнений – как в языке оригинала, так и в языке перевода образовалось огромное количество стёртых экономических метафор, которые играют особую роль среди прочих языковых средств. Подобные метафоры активно участвуют в процессе научного осознания экономической

действительности, другими словами, экономические понятия переосмысливаются семантически для наилучшего слияния вербальной единицы с реальностью.

Зачастую метафоры выполняют лишь номинативную функцию, а их выразительные экспрессивные качества нивелируются: *замораживание активов, быки и медведи, двойное дно (экономическая ситуация дважды повторяющегося снижения цены до максимального уровня)*. Данные выражения напрочь лишены экспрессии и превратились в конвенциональное средство передачи значения экономической тематики. Некоторые из таких выражений на данный момент относятся к научным метафорам-терминам [3, с. 5–6].

Наиболее употребительными оказались метафоры, основанные на концепте «движения». Они, как правило, передают значение уменьшения или увеличения чего-либо (активов, цен, курса, стоимости, уровня инфляции и т. д.). Такие метафоры утрачивают свое образное значение, однако подчеркивают характер движения, его особенности: внезапное снижение, крайне резкий подъем, взлет и проч. Подобные метафоры часто апеллируют к нестандартным явлениям, таким как кризис, катастрофа, внештатные ситуации.

Наиболее разнообразной и насыщенной группой метафор оказались метафоры, передающие значение роста, повышения: *surge in demand, inflation jumps, explosion in trade, capacity splurge*. При переводе данных метафор, как правило, подбирается одно из устойчивых эквивалентных, либо вариативных выражений, которыми изобилует русский язык в данной категории: *всплеск, скачок, отскок, взлет*. Аналогичная ситуация наблюдается и при выражении значения понижения: *inventories have plunged, poverty has tumbled, rents collapsed*, которые также имеют ряд схожих стертых аналогов в русском языке, например, *упасть, рухнуть, обвалиться*.

Распространенной метафорой также является метафора колебания: *wriggling by owners of capital, bitcoin lurches*. Очевидно, что экономика характеризуется своей нестабильностью и непредсказуемостью, что объясняет огромное количество стертых метафор в английском языке, связанных с этим явлением.

Противоположному состоянию стагнации, покоя, отсутствия движения также характерно выражение посредством метафоры: *slumbered economy will wake up, it had mothballed*.

Любопытным мы находим частотное сравнение экономики с живым организмом, в частности человеком. Это обусловлено тем, что в обеих культурах экономика воспринимается как живое существо, которое проходит различные стадии жизни, переживает успехи и поражения, взаимодействует с другими организациями и проч. С точки зрения переводческого анализа, необходимо отметить тот факт, что подобный концепт существует в обоих языках, что позволяет передавать метафору концепта «Экономика-человек» наиболее эквивалентным способом:

the trauma of the pandemic – травма, вызванная пандемией.

the economy can get back on its feet – экономика может встать на ноги.

Отдельного внимания заслуживают метафоры-термины, которые преимущественно являются интернациональными и передаются на другой язык посредством эквивалентного соответствия или экспликации: *seed capital* – начальный капитал; *greenwash* – «зеленый камуфляж»; *redlining* – практика «красной черты».

В непрофессиональном публицистическом экономическом тексте довольно часто появляется так называемая профессиональная метафора: *демографический бум, денежный голод и т. д.* Профессиональная метафора в экономических журналах также может сводиться к более сложным понятиям, например, *детская облигация* – облигация номиналом ниже среднего.

Публицистический экономический дискурс более богат оригинальными живыми метафорами, по сравнению с профессиональными экономическими текстами. Выбор экспрессивной метафоры стоит за автором и его авторским замыслом. Подобная метафора используется в случаях скрытого сравнения экономических реалий с другими предметными существительными и прилагательными с конкретным значением: *валютные бури, нефть нашла дно*.

Тексты СМИ довольно часто включают в себя художественные метафоры, которые сохраняют в себе экспрессивно-выразительные свойства. Автор прибегает к использованию данных средств выразительности дабы создать некую ассоциацию в голове у читателя для более глубокого понимания идеи автора публикации: *борьба маятника, светлое будущее*. Подобные конструкции рассчитаны на интуитивное восприятие реципиентом.

Наряду со стертыми и художественными метафорами в публицистической экономике распространены метафоры-клише – метафоры, которые потеряли свою образную составляющую и все чаще используются лишь в коннотативной функции. Довольно часто в языке перевода невозможно подобрать прямой метафорический эквивалент, в таком случае приходится прибегать к использованию нейтральных выражений: *at the end of the day – в конечном счете*.

Любопытно также отметить, что разница в использовании метафор в двух разных языках может отражать разную языковую картину мира [6, р. 16]. Очевидно, что русская и британская картины мира не всегда полностью совпадают, именно поэтому мы можем отметить некоторые расхождения в использовании метафор между русскоязычным и англоязычным экономическими публицистическими дискурсами. Это обусловлено «различием структур человеческого языка». По мнению В. Гумбольдта, слово, обозначающее тот или иной предмет, передает лишь субъективное восприятие этого предмета, либо специфическое понятие о нем [1, с. 103–117].

Следует признать, что русскоязычный экономический дискурс более скуп на метафоры и менее образен, нежели английский экономический дискурс во всем его разнообразии метафорических выражений. Например, английскую живую метафору *a capacity splurge* (*splurge – транжирство, хвастовство*) более уместно перевести русским неметафорическим выражением *увеличение производительности*, так как русский язык не имеет устойчивого привычного для русскоговорящего читателя аналога со схожим образом.

Это объясняется тем, что для британских авторов характерно использование различных способов «разнообразия речи» с целью привлечения внимания

читателя. Нередко в английской публицистике можно встретить «вольности» авторов, разговорные выражения, фамильярный стиль и прочие особенности, неприемлемые для русского читателя официальной экономической литературы. В эту категорию мы также относим широкое употребление живых метафор, которые часто встречаются в статьях британских изданий, но которые, однако, не всегда могут быть переведены эквивалентом на русский язык [2, с. 178–190].

Важно отметить, что цель экономических текстов в СМИ в первую очередь заключается в том, чтобы донести научное знание до широкой аудитории различного возраста и образования. К тому же публицистический текст должен сформировать определенное отношение реципиента к описываемым фактам. Метафора как метод передачи смысла успешно справляется с данными задачами. В то же время нельзя забывать о разнице между англоязычным и русскоязычным публицистическими текстами и учитывать особенности каждого отдельного языка при переводе.

Список литературы

1. Гумбольдт В.О. О различиях организмов человеческого языка / В.О. Гумбольдт. – СПб., 1859.
2. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – СПб.: Златоуст, 1999. – 319 с
3. Махницкая Е.Ю. Фразеологические единицы в сфере экономической терминологии / Е.Ю. Махницкая. – 2001. – 159 с.
4. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка / Ю.М. Скребнев. – М.: Высшая школа, 2003. – 238 с.
5. Темнова Е.В. Функционально-прагматическая роль метафоры в публицистическом дискурсе / Е.В. Темнова. – М.: 2004. – 212 с.
6. Cameron L. Confrontation or complementarity. Metaphor in language and cognitive metaphor theory. *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 2007, 136 с.