

Полупан М. О.

Сумський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ МАС-МЕДІА

У статті проаналізовано особливості вживання метафоричних моделей в економічних текстах у розрізі сучасних засобів масової інформації. Увагу зосереджено на вивченні особливостей використання англійських економічних термінів та словосполучень, утворених на основі метафоричного перенесення. Досліджено найбільш продуктивні шляхи перекладання метафоричних моделей, базуючись на матеріалах провідних світових журналів. За допомогою соціолінгвістичного методу було проаналізовано історію формування та розвитку значень англійської економічної термінології, утвореної шляхом метафоризації. Шляхом застосування когнітивного аспекту дослідження було розглянуто засоби формування термінів на основі реалій та світосприйняття різних країн. Зазначено актуальність подальшого дослідження теми в межах лінгвістичної науки.

Ключові слова: економічний дискурс, метафора, мас-медіа, метафорична модель, перенесення значення, асоціативні зв'язки, світосприйняття.

Постановка проблеми. Мас-медіа є невід'ємною частиною життя сучасної людини. Раніше інформація отримувалась через журнали, газети та довідники, проте зараз ті ж самі формати перейшли на сторінки Інтернет-простору. Для привернення уваги читачів до складних економічних рубрик, журналісти мас-медіа звертаються до застосування метафоричних моделей під час написання текстів. Чому ж метафора настільки важлива в економічному дискурсі?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема функціонування метафори в різних галузях людської діяльності неодноразово виступала об'єктом наукових досліджень. В історії лінгвістичних студій особливо помітними є праці Н. Д. Арутюнової, М. А. Журицької, Т. В. Терещенко, О. П. Винника, Х. П. Дацишина, Е. В. Темнової, О. О. Чорної, М. С. Малашняк, К. І. Алексєєва, Л. Г. Просвірної, Н. І. Маругіної, Є. Г. Беззатєєвої, М. Ф. Гайнаншіна, С. І. Сметаніної, С. М. Виноградової, А. П. Чудінова, З. І. Резанової, К. А. Кедрова, Б. С. Котова, С. В. Ніконенко, А. Хаверкампа, Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Д. Девідсона, Д. Пінтера тощо.

Постановка завдання. Під час дослідження були поставлені такі цілі:

- формулювання поняття «дискурсу»;
- ознайомлення з лінгвістичним терміном «метафора»;

- розгляд метафоричних моделей в економічних текстах мас-медіа;

- вивчення асоціативних зв'язків у мові оригіналу та мові перекладу;

- вплив світогляду на формування метафоричних моделей.

Виклад основного матеріалу. Семантичний діапазон терміна «дискурс» у лінгвістиці дуже широкий. Його асоціюють з усіма виявами комунікації в суспільстві: у межах окремих каналів таких, як слуховий, візуальний, тактильний, та виявом правил спілкування, засобів викладу, втілення прагматичної мети мовців тощо [1, с. 138].

Дискурс (від французького слова «discours» – «мовлення») – це текст в аспекті події, зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними факторами; це мовлення, яке виступає цілеспрямованим соціальним актом, що бере участь у взаємодії людей та їхніх когнітивних процесах [2, с. 168].

Метафори доволі часто зустрічаються у текстах з абсолютно різних наукових сфер. Не є винятком і економічна тематика. Різноманітні види дискурсу безупинно збагачуються метафорами, відкриваючи широкий спектр можливостей для її дослідження. Н. Д. Арутюнова стверджує, що так звані «утилітарні переваги» метафори (як у мові буденного вжитку, так і в науковій) дають змогу автору покращити рівень естетичної рецеп-

ції мови, поглибити розуміння людської поведінки, знань та безпосередньо мови [3, с. 8].

Класичне визначення Аристотеля приводиться К. І. Алексєєвим, відповідно до якого метафора є невластивим ім'ям, перенесеним або з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією [4, с. 41].

Дослідники Дж. Лакофф та М. Джонсон зазначають, що коли значення переноситься шляхом метафоричного втілення, ми опосередковано відділяємо характерну рису одного предмета і шляхом складних розумових операцій, переносимо її на інший [5, с. 124]. Отож, метафора – це мовний зворот (троп) або ж термінологічна єдність, до якої вдаються, щоб алегорично підкреслити подібність, аналогію або ж порівняти з денотатом. При цьому назва самого денотата становить собою підґрунтя для такого перенесення. Як зазначає українська дослідниця Т. В. Терещенко у своїй науковій праці з розгляду метафори в бізнес-дискурсі, для реалізації значення метафори необхідна наявність декількох супроводжувальних слів, що розшифровують її значення [6, с. 76].

Варто зазначити, що вживання метафори у наукових працях доволі довго було повністю неприйнятним. Чого варто лише вживання англійського виразу «**to commita metaphor**», що недвозначно натякає на спорідненість із виразом «**to commita crime**».

Метафоричні моделі мають доволі різноманітні прояви. Це легко простежити саме в економічному дискурсі. У конкретній ситуації метафорою сприймається певний кінцевий результат, що досягається когнітивним зусиллям, направленим на поєднання незалежних поняттєвих систем. Одна з таких систем є звичною і зрозумілою для сприймача інформації, тоді як інша є маловідомою. Зрозуміти метафору неможливо без контексту. Свою функціональність вона проявляє лише у тісному текстово-мовному симбіозі. Зазвичай ним є словосполучення. Варто зазначити, що до розряду метафор входять і такі одиниці, як фразеологізми, порівняння чи метонімії.

Далі перейдемо безпосередньо до розгляду того, як функціонують вищезгадані моделі в економічному дискурсі. Як було зазначено, метафора виконує свою функцію лише за наявності певного контексту.

Текст має осмислюватися «одиницею мовлення». Він є надважливою ланкою комунікативної послідовності: той хто робить звернення до групи слухачів передбачає, що отримає від аудиторії зворотну реакцію на інформацію, що

була повідомлена. У конкретному прикладі текст – медійний публіцистичний твір і головна вимога – організувати його таким чином, щоб у процесі комунікації була досягнута ціль.

Успішні бізнесмени та їх підприємства вже давно взяли на озброєння метафоричні моделі зі здатністю ефективно сприяти створенню іміджу. Метафора дає змогу підкреслити важливі моменти в самій діяльності фірми. Наприклад: «залізна дисципліна» – непорушний порядок; «вбивчі ціни» – ціни, що вражають; «налагоджений механізм» – дієва робота колективу тощо.

Людина так влаштована, що її свідомість прагне поділити на категорії всі явища навколишнього світу. Звідси й бере початок метафора як «природний» мовний засіб відображення людської свідомості. До так званого «концептуального каркасу» людини входять найрізноманітніші метафоричні моделі. Метафори не лише є засобами поділу понять на категорії, але й допомагають накопичувати знання та досвід як окремим людям, так і цілим спільнотам. Головний принцип такої категоризації зводиться до того, що в процесі пізнання складні, безпосередньо неспостережувані розумові простори співвідносяться через метафору з більш простими і конкретними спостереженнями [7, с. 29].

Коли в людини виникає потреба осмислити щось нове та домалювати новий фрагмент до дійсного розуміння реальності, вона підсвідомо вдається до вже відомих їй складників «концептуального каркасу».

Можна вдатися до припущення, що мова – це набір символів у довільному порядку, де їх частини можна вільно переміщати з однієї сфери в іншу. Таким чином, заповнюючи утворену порожнечу, процес метафоризації можна порівняти із «зьянням», деякою чужорідністю будь-яких нових явищ реальності. Оскільки у сформованій картині світу їм ще не виділили місця, вони потребують своєрідного «поводиря», котрий допоміг би їм акумулюватися в новій сфері вжитку. Це одна з особливостей економічного дискурсу, компонентами якого є нові реалії, не властиві минулій командній економіці України за часів радянського періоду. Беручи до уваги той факт, що економіка України зазнає багатьох змін, пристосовуючись до явищ ринкової моделі, нові поняття та терміни є актуальною темою для досліджень.

Розглянемо, наприклад, скорочений англійський економічний термін **BRIC** (зараз **BRICS** – *аббревіатура від Brazil, Russia, India, China, SouthAfrica*). На думку одразу спадає англій-

ське слово «**brick**», що в перекладі на українську мову означає «цегла». Саме на цій спорідненості базується формування цієї аббревіатури. Заглиблюючись у семантику значення, легко дійти висновку, що цеглинки є складниками економічного успіху перелічених країн. Згідно з думкою Алекса Корсіні [8], ця група країн із ринковою економікою набула більшої ваги в очах міжнародного інвестиційного співтовариства, особливо дякуючи самій її назві, що ще раз доводить вагомість метафоричних моделей у розрізі сучасних реалій.

Метафоричне моделювання в економічному дискурсі завжди знаходить своє втілення на конкретних публіцистичних прикладах. Англійські терміни та словосполучення, утворені на основі метафоричних перенесень, як правило, мають у своїй структурі слова в первинних значеннях. Це ускладнює завдання для перекладача, оскільки задля здійснення адекватного перекладу необхідно дослідити сам термін та віднайти еквівалент у мові реципієнта. Нижче наведені приклади вживання метафори в англійських економічних текстах провідних журналів (*The Guardian* та *Kyiv Post*):

1. In 2020 the commission forecasts that with a growth rate of 1.2% again, Britain will be the **slowest grower** in the EU – assuming it hasn't left [9].

Первинне значення словосполучення «**slowgrower**» відноситься до сільськогосподарського дискурсу та перекладається як «*рослина, що найбільш повільно росте*». Окреме слово «**grower**» може позначати український еквівалент зі значення «садівник». Проте згідно з контекстом запропонованого речення найбільш влучним буде переклад словосполучення як «*виробник, що пасе задніх*».

2. Contrary to what Andy Haldane, chief economist at the Bank, has claimed, there is no compelling evidence of a **new dawn breaking** for pay growth [9].

Для підсилення враження автори економічних текстів доволі часто вдаються до таких засобів художньої виразності, як метафоричні епітети. Саме завдяки цьому текст стає стилістично виразним, образним та яскравим для реципієнта. У цьому разі вдало поєднано два метафоричних вислови «**new dawn**» та «**to break the dawn**», що в перекладі позначають «*нова зоря*» та «*світати*» відповідно.

За функціональною характеристикою можна визначити цю метафору як декоративну [10, с. 27], тобто вона відіграє роль прикрашення мови тексту.

3. The uncertainty about Brexit, which has been a **dampener** on business investment and economic growth for the past couple of years, seems unlikely to be quickly resolved [9].

Цікаве застосування слова «**dampener**» – «*зволжувач*» в економічному тексті журналу *The Guardian* щодо гострої теми навколо Брексіту. Під час перекладу ми застосуємо трансформацію іменника на дієслово з внутрішньо-семантичним перенесенням – «*послаблювати, бути перепороною*».

4. Anything less would amount to **pulling the wool over the eyes** of parliamentarians and the people we represent [11].

Наглядний приклад застосування метафоричного англійського виразу «**topull the wool over the eyes**» в економічному дискурсі. Це словосполучення відносять до австралійського сленгу. Якщо розглядати буквально значення наведеного виразу – «*натягувати вовну на очі*», то виходить якась нісенітниця. Адекватним перекладом цього виразу є українські метафоричні відповідники «*вводити в оману*» та «*пускати пил в очі*».

5. The events taking place in Beijing from Nov. 8 to 10 are dominated by official roundtable discussions and meetings **behind closed doors** that are rounding up the weeklong expo in which Chinese organizers hosted more than 300,000 visitors and delegates from 172 countries [12].

Українські ЗМІ зі сфери економіки також часто звертаються до застосування метафоричних моделей. Словосполучення «**behind closed doors**» первинно позначає «*за закритими дверима*», після семантичного метаморфозу ми отримуємо логічне перенесене значення «*таємно*», «*без свідків*».

Ф. де Соссюр уважав, що в метафорах відображається дух народу, вони передають різницю в мисленні та сприйнятті [13, с. 205] представників різних націй. Безсумнівним фактом виступає твердження про те, що світове різнобарв'я народів, культур та менталітету породило різні не тільки мовні картини світу, але й образи, що стоять за словами та позначають місцеві реалії.

Висновки та пропозиції. Розглянуті нами метафори номінують певні ідеї у сфері економіки, визначають уявлення про конкретний об'єкт або категорію через систему асоціацій у носіїв мови економічного тексту. Важливість використання метафори в будь-якому дискурсі зумовлена її компонентним складником змісту, що базується на національно-культурній специфіці народу.

Як висновок необхідно підкреслити, що сучасний економічний дискурс у розрізі засобів масової інформації наповнений цілим спектром термі-

нології та словосполучень, в основі яких лежать метафоричні перенесення за допомогою асоціацій та уявлень поціновувачів.

У результаті використання цього прийому терміни стають яскравими, образними, а також такими, що запам'ятовуються. Водночас є про-

блема еквівалентності таких термінів під час перекладу українською. Причиною її виникнення є не повний збіг або відсутність збігу значення у мові перекладу. Таким чином, тема метафоричних моделей в економічних текстах є актуальною та потребує подальшого дослідження спеціалістами.

Список літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / 2-ге видання, доповнене Ф. С. Бацевич. Київ: ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / 2-е издание, дополненное. ред. В. Н. Ярцева. Москва: Большая рос. энцикл., 2002. 709 с. URL:<http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/diskurs/168>
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры / под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. Москва: Прогресс, 1990. 257 с.
4. Алексеев К. И. Метафора в научном дискурсе. Психологическое исследование дискурса / Отв. ред. Н. Д. Павлова. Москва: ПЕРСЕ, 2002. С. 40–50
5. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By* / Publisher: University of Chicago Press; 1st edition, 2008. 294 p.
6. Терещенко Т. В. Метафора в бізнес-дискурсі (морфологічний аналіз). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2014. № 11. Том 2. С. 75–78. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v11/v11-2/24.pdf>
7. Маругина Н.И. Метафора в процессе текстопорождения: на материале повести М. А. Булгакова «Собачье сердце» и ее переводов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. 211 с.
8. Корсини А. БРИК: Четверка, непревзойденная в развитии. Страны, способствующие совершенствованию мировой экономики. Бразилия: Monitor Mercantil, 2007. URL: <https://inosmi.ru/world/20070515/234504.html>
9. The Guardian. UK economy could get much worse without a sensible Brexit deal. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/business/2018/nov/21/uk-economy-could-get-much-worse-without-a-sensible-brexit-deal>
10. Беззатеева Э.Г. Особенности английской терминологии маркетинга и их социолингвистическая обусловленность: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2006. 188 с.
11. The Guardian. Jo Johnson backs bid to force Treasury to reveal no-Brexit forecasts. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2018/nov/19/jo-johnson-backs-bid-to-force-treasury-to-reveal-no-brexit-forecasts>
12. Kyiv Post. Ukraine's Global Voice. In Beijing, Ukraine and China begin talks on free trade agreement. 2018. URL: <https://www.kyivpost.com/business/in-beijing-ukraine-and-china-begin-talks-on-free-trade-agreement.html>
13. де Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. Труды по языкознанию. / Пер. с франц. А. А. Холодовича. Москва: Прогресс, 1977. 696 с.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТАФОРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ МАСС-МЕДИА

В статье проанализированы особенности употребления метафорических моделей в экономических текстах в разрезе современных средств массовой информации. Внимание сосредоточено на изучении особенностей использования английских экономических терминов и словосочетаний, образованных на основе метафорического переноса. Исследовались наиболее продуктивные пути перевода метафорических моделей, основываясь на материалах ведущих мировых журналов. С помощью социолингвистического метода были проанализированы истории формирования и развития значений англоязычной экономической терминологии, образованной путем метафоризации. За счет применения когнитивного аспекта были рассмотрены способы формирования терминов в рамках медиа на основе реалий и мировосприятия разных стран.

Ключевые слова: *экономический дискурс, метафора, СМИ, метафорическая модель, перенос значения, ассоциативные связи, мировосприятие.*

FUNCTIONAL PECULIARITIES S OF METAPHORIC PATTERNS IN THE ECONOMIC DISCOURSE OF MASS MEDIA

The article analyzes the features of metaphorical patterns' functioning in economic texts in the light of modern media resources. In particular, attention is focused on the study of the English economic terms and use of phrases that are formed on the basis of metaphorical transfer. The most productive ways to translate the metaphorical patterns based on materials from leading international journals are investigated. Using the sociolinguistic method, the history of the formation and further development of the meanings of English economic terminology formed by metaphORIZATION process was analyzed. By applying the cognitive method, the term building within the media based on realities and world perception of different countries was considered.

Key words: *economic discourse, metaphor, mass media, metaphoric model, transfer of meaning, associative links, world perception.*