

МЕТАФОРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА

О.Н. Карабанова

Международный институт экономики и лингвистики
Иркутского государственного университета, Иркутск

В статье рассматривается одно из выразительных средств экономического дискурса – метафора. В статью приводятся доминантные сферы-источники метафоризации в экономическом дискурсе, а также рассматриваются способы перевода метафор при помощи классификации, предложенной Питером Ньюмарком в книге «A Textbook of Translation».

Ключевые слова: метафора, сфера-источник, перевод, экономический дискурс, классификация, когнитивная метафора.

Одной из задач дисциплины «Деловой иностранный язык» является овладение студентами навыками перевода с английского языка на русский текстов экономического характера. Для решения этой задачи могут быть использованы тексты из электронной версии англоязычных журналов и газет таких, как *Business Week*, *The Economist*, *Fortune*, *The Washington Post*, *Financial Times*. Выполняя перевод, переводчик должен, прежде всего, правильно понять содержание высказывания на языке оригинала, а затем точно и правильно передать это содержание средствами языка перевода.

Одна из проблем с которой сталкивается переводчик – это перевод метафор. Использование метафор в экономических текстах позволяет донести информацию в компактной и доступной форме до аудитории, различающейся по возрасту и уровню образования, и сформировать определенное отношение к описываемым фактам.

В статье рассматривается использование метафор в экономических текстах, которые являются неотъемлемой частью экономического дискурса, и способы их перевода на русский язык при помощи классификации, предложенной Питером Ньюмарком в книге «A Textbook of Translation».

Одной из особенностей экономического дискурса является «его метафоричность, проявляющаяся в устойчивой потребности в использовании метафор при объяснении и осмыслении экономических реалий и событий» [Шереметьева [http](http://)].

Метафора обычно определяется как скрытое сравнение, осуществляемое путем применения названия одного предмета к другому и выявляющее таким образом какую-нибудь важную черту второго [Арнольд 1990: 83]. Тайна метафоры привлекала к себе крупнейших мыслителей – от Аристотеля до Руссо и Гегеля и далее до Э. Кассирера, Х. Ортеги-и-Гассета и многих других.

Изучение метафоры традиционно, но было бы неверно думать, что оно поддерживается только силой традиции. Напротив, оно становится все более интенсивным и быстро расширяется, захватывая разные области знания – философию, логику, психологию, психоанализ, герменевтику,

литературоведение, литературную критику, теорию изящных искусств, семиотику, риторику, лингвистическую философию, разные школы лингвистики. Интерес к метафоре способствовал взаимодействию названных направлений научной мысли, их идейной консолидации, следствием которой стало формирование когнитивной науки, занятой исследованием разных сторон человеческого сознания. «В ее основе – предположение о том, что человеческие когнитивные структуры (восприятие, язык, мышление, память, действие) неразрывно связаны между собой в рамках одной общей задачи – осуществления процессов усвоения, переработки и трансформации знания, которые, собственно, и определяют сущность человеческого разума» [Арутюнова 1990: 5].

В 1980 году была издана книга «Метафоры, которыми мы живем» (*Metaphors We Live By*), ставшая для специалистов по когнитивной лингвистике библией когнитивного подхода к метафоре. Авторы книги Дж. Лакофф и М. Джонсон изложили основы когнитивного подхода к изучению метафоры. По глубокому убеждению Дж.Лакоффа и М.Джонсона, метафоры пронизывают всю нашу жизнь – в языке, мышлении и в действии. Они возникают на том культурном фоне, который окружает нашу жизнь [Хахалова 2011: 21]. «Суть метафоры – это понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида» [Лакофф 2004: 27].

В основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между структурами знаний двух концептуальных доменов – сферы-источника (*source domain*) и сферы-мишени (*target domain*). В результате однонаправленной метафорической проекции из сферы-источника в сферу-мишень, сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень.

Говоря о концептуальной метафоре, следует сказать, что она играет очень важную роль в экономическом дискурсе, что отмечается многими исследователями. В наше время все чаще рассматривается метафорический механизм концептуализации научных реалий в экономическом тексте. Все большее признание получает мысль о необходимости изучения и применения концептуальной метафоры как инструмента познания и метода научного исследования, а также в методике обучения иностранным языкам, в частности, в курсе английского для специальных целей и экономического перевода [Каширина [http](http://)].

Для правильного понимания экономических проблем, обозначенных метафорой, необходимо осмысление ее связей с внеязыковой реальностью [там же].

В проанализированных статьях, опубликованных в 2013-2015 гг, чаще всего прибегают к метафоризации при помощи сферы-источника «болезнь/ лечение болезни», так как они посвящены состоянию экономики и негативным последствиям, вызванным санкциями против России и падением цены на нефть. Например:

1. *Russia's wounded economy* could fall into a crisis.
2. Its oil-fired economy surged upward on rising energy prices; now that oil has tumbled, from an average of almost \$110 a barrel in the first half of the year to below \$80, *Russia is hurting*.
3. Western sanctions *have also caused pain*, as bankers have applied the restrictions not just to Mr Putin's cronies, but to a much longer tally of Russian businesses.
4. The immediate worry is the oil price. Mr Putin is confident it *will recover*.
5. Cheaper oil should act like *a shot of adrenalin* to global growth.
6. Even so *the pain* from these could spread abroad quickly, both to countries that rely on Russian trade (exports to Russia account for fully 5% of GDP in the Baltics and Belarus) and through financial ripple effects.

К этой же сфере-источнику можно отнести и следующие примеры:

1. If other countries *sneeze*, will US *catch a cold*?
2. Levy's forecast for a global recession is an extreme one, but worth considering given so much is riding on the dominant view that economies *are healing*.
3. Although it's early days for the oil glut, Houston is starting *to feel the pain*.
4. Continental Europe's economy has plenty of big underlying weaknesses, from poor demography to heavy debt and *sclerotic labour markets*.
5. The shale oil revolution is providing a great gusher of profit, jobs, and swaggering entrepreneurship. It epitomizes the optimism surrounding *America's economic recovery*.
6. The world economy *is not in good shape*.

В экономических текстах часто используются слова *nerve*, *heart*, *backbone* и *arm* в переносном смысле для описания различных процессов в экономике и бизнесе, например:

1. A lot of that money flows through Houston, *the nerve center of the U.S. oil business*.
2. Instead, the moral authority of the head of state gives him a central role in *the arm-twisting* required behind the scenes in the search for a compromise.
3. The prospects for Scotland's economy are at *the heart of the debate* over independence, the flagship policy of the Scottish National Party, which runs the semi-autonomous government in Edinburgh.
4. U.S. small businesses are *the backbone of our economy*, and the Commerce Department is committed to supporting them.
5. Yet Bank of Canada Governor Stephen Poloz says the loss of so much exporting potential has damaged the *«backbone of the economy»* and the country must «go through a longer rebuilding phase.»
6. Finance is *the nervous system of capitalism*.
7. That failed to calm *the market nerve*.

Так, в примере (1) выражение «the nerve center» означает самое

чувствительное место нефтяного бизнеса США, через которое проходят большие денежные потоки. А слово «backbone» в примерах (4,5) употребляется в значении «хребет, основа» экономики.

В экономических текстах также используются метафоры с исходной понятийной сферой «животные», особенно когда речь идет об экономике Индии и Китая. Пример:

1. That would drive a lot of companies out of Switzerland. *The fat cats don't come just for the skiing.*
2. India's animal economics: *Is the country an elephant, a tiger or maybe even a beehive?*
3. Every now and then Indians got impatient and envied *the "tiger" economies* of southeast Asia or *the dragon of Chinese economic growth*, which appeared to burn brighter and sprint faster.
4. People call us an elephant. *We are not an elephant. We are a beehive.*
5. The plunge in global stock markets took the Standard & Poor's 500 Index down to 1,862 today and has set off a shouting match between *bulls*, who expect a quick recovery, and *bears*, who think stocks have farther to fall. Trillions of dollars are riding on who's right.

В примере (5) метафора *bulls and bears*, относящаяся к так называемому «биржевому сленгу». Этот термин отражает образы медведя, опускающего мощной лапой рыночные котировки и быка, поднимающего их рогами. В экономических словарях приводятся следующие толкования данных понятий: «Бык» (bull) – это покупатель финансового инструмента, товара, который надеется продать его по более высокой цене через некоторое время. Иначе говоря, это спекулянт, играющий на повышение. «Медведь» (bear) – это участник фондовой, валютной или товарной биржи, играющий на понижение. Он старается продать финансовые активы, чтобы затем купить их по более низкой цене. Таким образом, характер биржевой деятельности и ее участников уподобляется биологическим и поведенческим особенностям обоих животных, и на этом стоит метафора, потерявшая свою образность и перешедшая в разряд термина [Каширина <http>].

При переводе текстов экономической направленности всегда следует помнить, что практически ни одно слово не переводится своим основным словарным значением, а, следовательно, основополагающим фактором в выборе правильного слова является контекст в самом широком понимании этого термина. Не следует приступать к переводу, четко не разобравшись в тематике переводимого текста и сути описываемых процессов и явлений. Необходимо всегда помнить о приоритетах перевода: во-первых, необходимо передать смысл переводимого текста, во-вторых, язык, на который выполняется перевод, должен выглядеть грамотно с точки зрения носителя языка и, в-третьих, необходимо сохранить близость к исходному тексту. Только соблюдение всех этих правил обеспечит правильный перевод текстов экономической тематики [Нечаева 2013: 71].

Для преподавателя важно научить студентов переводить экономические

тексты не только идентично аналогу, но текст перевода не должен содержать лишней информации. Для этого преподаватель должен знать, объяснить и заинтересовать студентов происхождением того или иного слова, термина, метафоры.

Проблеме перевода метафор посвящено много работ, одной из которых является книга переводчика-практика Питера Ньюмарка «A Textbook of Translation». В ней автор предлагает свою классификацию метафор и способы их перевода. Под метафорой он понимает любое образное выражение: слово, использованное в переносном значении, персонификацию абстрактного понятия и др. Структурно метафоры подразделяются на простые, которые представлены одной лексической единицей, и развернутые, или распространенные, которые могут быть представлены словосочетанием, фразой, предложением или целым текстом [Шикалов [http](http://)].

Ньюмарк выделяет следующие функции метафоры: коннотативную (способность более полно описывать абстрактные и конкретные понятия) и эстетическую (способность оказывать эстетическое воздействие на читателя). Ньюмарк пишет, что эти две функции отлично сочетаются в метафоре. Его классификация включает шесть типов метафор: стертая (dead), метафора-клише (cliché), общая (stock), адаптивная (adapted), недавняя (recent) и оригинальная (original) [Ньюмарк 2008: 106].

К стертым метафорам относятся метафоры, фигуральный характер которых уже не ощущается. Метафорами нередко становятся слова, обозначающие части тела, природные явления, астрономические абстрактные понятия. Например: *taxation body* – налоговый орган; *the retailing arm of the business* – отдел розничной продажи предприятия; *to get to the top of the corporate tree* – занять руководящую должность в компании. По мнению Ньюмарка, при переводе стертых метафор необходимо подобрать соответствующую стертую метафору в языке перевода.

Метафоры-клише – метафоры, которые несколько потеряли свою эстетическую составляющую и всё чаще используются лишь в коннотативной функции, для того, чтобы яснее, с большей долей эмоций, выразить свою мысль. Например: *to go to the dogs* – разоряться; *to be in a tight corner* – находиться в тяжелой ситуации; *to be in a war for talent* – бороться за таланты; *glass ceiling* – препятствие для продвижения по службе. При переводе таких метафор выбор делается в пользу экспрессивного средства, так как оно оказывает большее воздействие на читателя.

Обычная метафора дает эффективное описание конкретного или абстрактного понятия, оказывает эмоциональное воздействие на читателя и обладает активной эстетической функцией. Например: *to make both ends meet* – сводить концы с концами; *to throw light on* – проливать свет на что-либо; *to play the nationalist card* – разыграть националистическую карту. Для перевода обычных метафор следует подобрать эквивалентную метафору со схожим образом в языке перевода.

Адаптивная метафора – авторский метафорический окказионализм, при переводе которого следует максимально адаптировать метафору на

иностранном языке под носителя языка перевода, сохранив при этом и форму, и содержание. Однако, если это не возможно, выбор делается в пользу содержания.

Под недавними метафорами П.Ньюмарк понимает метафорические неологизмы, широко распространённые в языке оригинала. Например: *headhunter* – специалист по поиску и подбору персонала; *marzipan layer* – среднее звено управления компании, которое считается лишним и не приносящим ей пользу. Переводить их стоит так же, как неологизмы.

Индивидуально-авторские метафоры (оригинальные) рекомендуется передавать почти дословно, поскольку они отражают индивидуальный стиль автора. Но дословный перевод не всегда возможен, поскольку чрезмерное следование оригиналу может внести дисбаланс в общий стиль текста. В этом случае переводчик делает перевод исходя из норм русского языка. Например:

«After a tough budget, the Secretaries let out a collective howl of pain at the sight of the Treasury's knife».

Предложение можно перевести следующим образом:

«После ознакомления с жёстким бюджетом министры пришли в ужас и единодушно выразили своё негодование по поводу сокращения расходных статей, предпринятого министерством финансов».

«Too many suits and not nearly enough skirts in the boardrooms».
Слишком много мужчин и мало женщин в зале заседаний совета директоров.

«The world hopes to ride on the coattails of the U.S. consumer», says Eswar Prasad, an economist at Cornell University, «but the U.S. consumer isn't in a position to take on the burden». «Мир надеется на американского потребителя, – говорит Эсвар Прасад, экономист Корнелльского университета, – но американский потребитель не готов взвалить на себя такую ношу».

Если же метафора содержит культурный элемент, который может быть не ясен получателю информации, то следует заменить образ на более близкий образ в языке перевода.

Итак, чтобы перевести метафору, ее необходимо понять и проанализировать, затем подобрать соответствующие средства в языке перевода, при этом постараться сохранить содержательное и эмоциональное значение метафоры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: (Стилистика декодирования): Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.» / И.В. Арнольд. – 3-е изд. – М.: Просвещение, 1990. – 300 с.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры: Сборник. / Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой; Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
3. Каширина Н.А. Особенности перевода метафоры в экономической публицистике [Электронный ресурс] / А.Н. Каширина, Д.И. Клименко. – Таганрог, 2012. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-metafor-v-ekonomicheskoy-ublitsistike>.
4. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем /Лакофф Дж., М. Джонсон. Пер. с англ. /

- Под ред. и с пред. А.Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
5. Нечаева Т.А. Выразительные средства языка научных текстов [Электронный ресурс] / Т.А. Нечаева. – Таганрог, 2013. – URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/vyrazitelnye-sredstva-yazyka-nauchnyh-tekstov>
 6. Хахалова С.А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры: монография [Текст] / С.А. Хахалова. – 2-е изд., испр. и доп. – Иркутск: ИГЛУ, 2011. – 292 с.
 7. Шереметьева А.А. Основные характеристики экономического дискурса [Электронный ресурс] / А.А. Шереметьева. – Новокузнецк, 2001. – URL: <http://vestnik.kuzsra.ru/journals/17>
 8. Шикалов С.В. Способы перевода метафор в концепции Питера Ньюмарка [Электронный ресурс] / С.В. Шикалов. – Москва, 2010. – URL: <http://www.thinkaloud.ru/sciencesya.html>.
 9. Newmark P. A Textbook of Translation / P. Newmark. – Harlow: Pearson Education Ltd, 2008. – 292 p.

METAPHORS IN ECONOMIC DISCOURSE AND THE WAYS OF METAPHOR TRANSLATION

O.N. Karabanova

Irkutsk State University, Irkutsk

The article focuses on the metaphor as one of the most expressive means of economic discourse. It represents dominant sphere-sources of metaphorization in economic discourse and the ways of translating metaphors based on Peter Newmark's classification.

***Key words:** metaphor, economic discourse, translation, source domain, classification, cognitive metaphor.*

Об авторе:

КАРАБАНОВА Ольга Николаевна – преподаватель кафедры европейских языков Международного института экономики и лингвистики Иркутского государственного университета, *e-mail:* olg-Karabanova@yandex.ru