

ПЕРЕВОД МЕТАФОРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

THE TRANSLATION OF METAPHOR IN ECONOMIC DISCOURSE

O. Melnik

Annotation

This study aims to explore the translation of metaphor in English economic discourses by applying the classification proposed by Peter Newmark and investigate how phrases and expressions are metaphorically used in different contexts in the field of economy. This paper also offers a cognitive analysis of conceptual metaphors dealing with how abstract economic concepts are structured in terms of metaphors in the context of journalistic economic texts.

Keywords: Metaphor, mapping, economic discourse.

Мельник Ольга Геннадьевна
Южно-Федеральный
Университет, Таганрог

Аннотация

В статье предпринимается попытка исследовать перевод метафоры в английском экономическом дискурсе при помощи классификации, предложенной Питером Ньюмарком, а также рассмотреть метафорическое использование выражений в различных контекстах. Предлагается когнитивный анализ концептуальных метафор, показывающий, как абстрактные экономические концепции структурируются при помощи метафор в контексте публицистического экономического текста.

Ключевые слова:

Метафора, метафорический перенос, экономический дискурс.

Экономика, как и политика, тесно связана с человеческим обществом. Она является настолько важным аспектом жизни людей, что в повседневной жизни они зачастую говорят об экономике и связанных с ней проблемах, используя такие термины как *insurance*, *interests*, *GDP* и многие другие. Газетный текст представляет собой целостную систему, в которой большинство исследователей выделяют три значимых параметра – информативность, оценочность и экономность средств выражения. Метафора, позволяющая мгновенно осознать, схватить мысленно самую суть статьи, проникнуть в ее содержание, как раз является стратегической языковой единицей, соответствующей вышеназванным параметрам. "Удачно подобранная метафора "экономична", поскольку экономит время и слова, необходимые для пространных объяснений" [5].

В настоящее время активно ведутся исследования метафоры в различных типах дискурсов (Гусева, 2000; Бунеева, 2001; Юрковская, 2001; Катаева, 2002; Будаев, 2008; Калугина, 2009; Мельник, 2011 и др.). Целью данной статьи является рассмотрение особенностей перевода метафор в экономическом дискурсе. Наш выбор обусловлен той ролью, которую играет в настоящее время экономика в жизни социума и каждой отдельной личности, а следовательно, и экономическая лексика в силу ее активного использования. Материалом для исследо-

вания послужили статьи экономической направленности из двух известных британских периодических изданий, *the Financial Times* и *the Economist*, представляющих собой образец экономического дискурса на примере обзора самых последних новостей.

С точки зрения когнитивной науки, любая метафора реализует один и тот же процесс – проекцию знаний из одной понятийной области в другую. Более поэтическое определение дается в работе Д. Дэвидсона [2, 34]: "*Metaphor is the dreamwork of language*", где понимание метафоры сравнивается с толкованием снов. Современные исследователи опираются на когнитивную и дескрипторную теорию метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, согласно которой метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии [7]. Своим утверждением, что наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути, авторы подчеркивают когнитивную роль метафоры [6, с.3–45]. В соответствии с этой теорией, в основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между структурами знаний двух концептуальных доменов: *source domain* и *target domain*. Авторы выдвинули гипотезу о том, что язык и концептуальная система человека построены, в основном, на неосознаваемых концептуальных метафорах.

Пожалуй, самой первой метафорой, употребленной в экономическом контексте, является упоминание "невидимой руки". Еще в 18 веке, основатель современной экономической науки Адам Смит утверждал, что невидимая рука рынка регулирует цены для наиболее эффективного распределения скудных ресурсов в соответствии с предпочтениями потребителей и затратами производства. [1].

Многие лингвисты предлагают свои классификации метафор, тем не менее, однако до недавнего времени не предпринимались попытки систематизировать принципы перевода метафор в зависимости от их типа. Такая классификация была предложена в работе П. Ньюмарка "A Textbook of Translation" [3]. В лингвистических кругах Питер Ньюмарк известен как "переводчик-практик, который в своих трудах старается абстрагироваться от теоретических изысканий и максимально приблизиться к практическому анализу конкретных примеров, на базе которого он пытается сформулировать принципы разрешения ряда крупных переводческих проблем" [8]. По мнению П. Ньюмарка, переводчик сталкивается с двумя основными проблемами в своей деятельности: "выбор оптимального переводческого принципа для текста в целом и перевод метафор" [3, с. 104].

Под метафорой П. Ньюмарк подразумевает любое образное выражение: будь то слово, использованное в его переносном значении (*to dominate the market*) или персонификация (*China is passing another landmark*). Структурно метафоры подразделяются на простые, которые представлены одной лексической единицей, и развернутые, или распространенные, которые могут быть представлены словосочетанием, фразой, предложением или целым текстом.

П. Ньюмарк выделяет шесть типов метафор: стертая (*dead*), метафора-клише (*cliche*), общая (*stock*), адаптированная (*adapted*), "недавняя" (*new*) и оригинальная (*original*).

Рассмотрим каждую из них.

1. Стертые метафоры

Под стертыми метафорами понимаются метафоры, фигуральный характер которых уже не ощущается. Стертые метафоры часто встречаются при описании времени и пространства, географических объектов и при обозначении деятельности людей. Метафорами нередко становятся слова, которые обозначают части тела, природные явления, астрономические абстрактные понятия. К примеру, в английском языке к таким словам относятся "field", "top", "foot", "mouth", "arm", "fall", "rise" и т.д.

The initial public offering will turn global attention to Alibaba's remarkable rise.

Как правило, переводчик редко испытывает трудности при переводе стертых метафор, но проблема в том, что далеко не всегда такие метафоры можно перевести дословно. К примеру, английскому выражению *flat fee* соответствует русская метафора "фиксированная оплата", а не "плоская".

Некоторые слова могут принимать узкоспециальное значение в экономических текстах. Например, "leverage" – "рычаг" – используется в экономических текстах в значении "кредитное плечо" – использование заемных средств для осуществления проекта.

При переводе стертых метафор следует руководствоваться принципами лексической сочетаемости в языке перевода, т.е. стертым метафорам языка оригинала следует подбирать эквивалентные стертые метафоры языка перевода. Образ, на котором основана метафора, может не совпадать в различных языках. Но ведь стертая метафора тем и специфична, что "образность" ее полностью снята, передается лишь семантическое значение.

2. Метафоры-клише

К метафорам-клише П. Ньюмарк относит метафоры, которые несколько потеряли свою эстетическую составляющую и всё чаще используются лишь в коннотативной функции, для того, чтобы яснее, часто, с большей долей эмоций, выразить свою мысль, как в следующем примере: *Mao made an incredible difference when he said women hold up half the sky, since then it has been assumed that all women in China will work.* [FT]

Нередко при переводе возникает необходимость их замены на другой образ. Такая замена помогает сохранить уровень экспрессии оригинала и сделать перевод более идиоматичным.

Однако Ньюмарк полагает, что в анонимном тексте переводчику следует избегать дословного перевода метафор-клише. Здесь переводчику следует либо вообще снять образность переводимой метафоры, либо предложить менее образную метафору. Рассмотрим пример.

Concerns about its positioning, and envious gazes across the Rhine, have been spurred by a strong revival in Germany's economy. – Переживания Франции по поводу ее положения и ее ревнивые взгляды, направленные на другой берег Рейна, вызваны тем, что Германия быстро выходит из экономического кризиса.

3. Обычные метафоры

П. Ньюмарк отмечает, что поля обычных метафор и метафор–клише частично пересекаются. Под обычной метафорой понимается такая метафора, которая является эффективным способом описания конкретного или абстрактного понятия, которая оказывает эмоциональное воздействие на читателя и в отличие от стертой метафоры обладает активной эстетической функцией. Перевод таких метафор может иногда создавать для переводчика ряд трудностей, потому что метафора может быть устаревшей (*to pass a landmark*) или же употребляться только представителями какого–то конкретного социального или возрастного класса (*to throw a party*).

Идеальным решением было бы подобрать эквивалентную метафору со схожим образом в языке перевода: например,

For the government to clip Alibaba's wings without a good cause would be wrong. – подрезать крылья.

Такой метод лучше всего подходит для простых метафор. Для перевода развернутых метафор такой метод менее универсален, как, например, в статье *"Technology Giants at War. Another Game of Thrones"*, которая целиком построена на проведении аналогии между романом Дж. Мартина "Борьба престолов" и конкуренцией между технологическими гигантами.

Mr Martin's tales of a world that has lost its king echoes the reality of today's technology industry, where the battle lines between the four large companies seen as dominating the consumer internet—Google, Apple, Facebook and Amazon—are in furious flux.

Символы и аллюзии при переводе следует передавать без изменений, с тем условием, что передаваемый образ будет правильно и полно понят носителем языка. Т.В. Андриухина отмечает, что метафоры, использующиеся в экономическом дискурсе, отражают картину мира языка и народа, экономическая деятельность которого описывается [4]. Так, экономическая территория Индии "населена" преимущественно слонами, а Китая – драконами. Такая метафора используется в статье, описывающей механизм поглощения западных компаний китайскими.

Being eaten by the dragon. What it feels like to be bought by a Chinese firm? (Ec.)

Иногда при переводе пословиц и поговорок образы могут также совпадать: например, *"as you sow, so you reap"* – "что посеешь, то и пожнешь". Но не всегда удается подобрать метафору, которая была бы создана на схожем образе, однако общий смысл и эмоциональное воздей-

ствие в вполне возможно передать в переводе. К примеру, английское выражение *"There's no such thing as a free lunch"* переводится как "Бесплатный сыр бывает только в мышеловке". Когда метафоры основываются на схожих образах, уровень эквивалентности при переводе значительно возрастает.

4. Адаптированные метафоры

К адаптированным метафорам П. Ньюмарк относит авторские метафорические окказионализмы и при переводе таких конструкций советует максимально "адаптировать" метафору на иностранном языке под носителя языка перевода. Так, например, фраза В.В. Путина: "Идите ко мне, Бандерлоги!", переведенная дословно, не была бы понятна ни одному из носителей других языков. Она была приведена в контексте обращения к обладателям российских паспортов, действующих в интересах иностранных государств и использующих зарубежное финансирование. Большинство носителей русского языка знакомы с этой цитатой из романа Р. Кипплинга благодаря популярному советскому мультфильму 1973 г.

Безусловно, при переводе таких метафор переводчик должен стремиться сохранить и форму, и содержание. Тем не менее, в случае, когда это не представляется возможным, выбор делается в пользу последнего. Особенно, если речь идет об экономическом тексте.

5. Недавние метафоры

Под недавними метафорами П. Ньюмарк понимает метафорические неологизмы, многие из которых "анонимны" и широко распространены в языке оригинала. К таким метафорам можно отнести: *"tie-ups"* в значении "полезные финансовые связи".

Некоторые метафорические неологизмы обозначают новые понятия. При их переводе следует руководствоваться принципами перевода неологизмов: *"start up"* – описательный перевод "недавно основанный бизнес" или транслитерация – "стартап".

6. Оригинальные метафоры

Под оригинальными метафорами П. Ньюмарк подразумевает индивидуально–авторские метафоры, которые используются автором индивидуально и не распространены в повседневном употреблении. П. Ньюмарк полагает, что авторские метафоры следует передавать как можно ближе к оригиналу, поскольку: а) авторская метафора отражает индивидуальный стиль и личность автора

и б) авторские метафоры способствуют обогащению словарного запаса языка перевода. Таким образом, он рекомендует передавать авторские метафоры почти дословно. Тем не менее, если на взгляд переводчика метафора содержит культурный элемент, который может быть неясным для получателя перевода, выполняемый перевод следует адаптировать под читателя методом замены образа на более близкий получателю образ.

Например, смысл заголовка *EU telecoms regulation. Kroes control (Ec.)* не вполне прозрачен. После прочтения всего текста становится ясно, что автор статьи осуществляет метафорический перенос с автомобильной функции "круиз-контроль" на деятельность еврокомиссара по цифровым технологиям Натали Круз.

Так, П. Ньюмарк выступает за то, чтобы по максимуму сохранять изначальную форму авторской метафоры, но вместе с тем он соглашается, что чрезмерное следование оригиналу может внести дисбаланс в общий стиль текста.

And as China moves beyond digging stuff out of the ground to more complex consumer industries, let alone creative ones,

better management will be essential. – По мере того как Китай переходит от примитивного производства к более сложным потребительским индустриям, не говоря уже о творческой деятельности, хорошее руководство им явно понадобится.

Лексические утраты в процессе переводческих трансформаций неизбежны, но переводчик должен стремиться к тому, чтобы вся образность оригинала была передана в переводе. По мнению П. Ньюмарка, в каждом конкретном случае переводчик делает выбор между эмфатизацией и нейтрализацией. Выбор этот определяется типом текста, количеством авторских метафор в тексте и целесообразностью. Использование метафор явно не чуждо текстам экономической направленности, являясь яркой иллюстрацией тенденции к экономии языковых средств. Метафора оказывается очень эффективным приемом описания, поскольку выражает основные представления, присутствующие в сознании определенного языкового сообщества.

В силу своей дескриптивности, метафора придает убедительный вид сообщаемым фактам, реализуя прагматическое воздействие на целевую аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Boers, Frank and Murielle Demecheleer, 1997. "A few Metaphorical Models in (Western) Economic Discourse". In *Discourse and Perspective in Cognitive Linguistics*, Liebert, Wolf-Andreas, Gisela Redeker and Linda R. Waugh (eds.), P. 45.
2. Davidson, D. "Inquiries into Truth and Interpretation" (Second Edition) CLARENDON PRESS – OXFORD, 2001. С. 29–34.
3. Newmark, P. *A Textbook of Translation*. – Harlow: Pearson Education Limited, 2008. – 292 p.
4. Андрюхина Т.В. Быки и медведи: роль метафоры в концептуализации экономических реалий / Т.В. Андрюхина // *Лингвострановедение: методы анализа, технология обучения (Пятый межвузовский семинар по лингвострановедению)/ МГИМО (У) МИД России*. – М., 2008.
5. Воякина Е.Ю. Особенности ономастической метафоры экономического дискурса. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 43 (181). Филология. Искусствоведение. Вып. 39. С. 35–39.
6. Лакофф, Дж., Джонсон, М. *Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова*. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
7. Мельник О.Г. Компьютерная метафора в современном англоязычном дискурсе. *Известия ЮФУ. "Гуманитарные науки в инженерном образовании XXI века"*. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011. ? № . ? № 10 (123). – С. 37–42.
8. Шикалов С.В. Способы перевода метафор в концепции Питера Ньюмарка. – <http://www.thinkaloud.ru/sciencesya.html>.

© О.Г. Мельник, (melnikog@sfedu.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

