

УДК 821.111(73)

РОЛЬ МЕТАФОРИ В ОРГАНИЗАЦІЇ ТЕКСТУ (НА ПРИКЛАДІ АНГЛІЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ)

Лутай Н.В.

*Харьковский национальный экономический университет, г. Харьков, Украина
E-mail: lutain@rambler.ru*

Бесараб Т.П.

*Харьковский национальный университет «Юридическая академия Украины
им. Ярослава Мудрого», г. Харьков, Украина
E-mail: besarabtp@mail.ru*

В статье обосновывается важность развития метафорической компетенции, а также предлагается рассматривать метафоры в когнитивном и лингвистическом контекстах для улучшения их узнаваемости, интерпретации и употребления в публицистических текстах экономической направленности.

Ключевые слова: метафора, текст, экономический дискурс, влияние, целостность.

Постановка проблеми. Стаття присвячена структуроутворюючій ролі метафори в текстах англійського економічного дискурсу. Одним з напрямків наукової журналістики стає популяризація досягнень науки і самих наукових текстів. Воно утворює особливу галузь журнальних публікацій і в якості головної мети ставить наближення результатів наукових досліджень до читачів з метою їх практичного використання.

Ця мета зумовила постановку наступних завдань: показати рівні сенсоутворення в економічному контексті; дослідити прагматичний аспект метафор економічного лексикону з метою виявлення їх культурно-аксіологічного і соціального характеру, наявності універсальних і специфічних рис в українській та англійській мовах. Матеріалом для дослідження служать метафори і метафоричні контексти вибрані зі статей економічного змісту британських та американських журналів і газет за останні десять років.

Актуальність роботи. Наразі дослідження метафори в економічному дискурсі є одним з найбільш перспективних та динамічно розвинутих напрямків лінгвістики. Актуальним нині є вивчення науково-популярної проблематики в пресі, автори яких є фахівцями в тій чи іншій науковій галузі і прагнуть донести наукове знання до аудиторії зі зміною за віком, освітою і здібностями сприймати наукову інформацію. З цієї причини вони або обирають компактну і доступну форму для передачі інформації, або прагнуть викликати певне ставлення до описуваних подій, що досягається за допомогою ряду лексичних засобів, у тому числі й використанням метафор.

Мета цієї роботи - продемонструвати сенсоутворюючий характер метафор мови науки економіки та аналіз метафор у різноманітних частинах тексту з точки зору розкриття їх прагматичного потенціалу.

Починаючи з Античності і по теперішній час відзначається прояв особливого інтересу до метафори з боку таких наук, як логіка, теорія номінації, філологічна герменевтика, риторика, семіотика, філософія, психологія, концептологія, лінгвокультурологія і аксіологія. На думку Ю. В. Рождественського, нині особливе значення набуває наукова журналістика, представлена періодичними науковими виданнями та адресована читачам, що цікавляться наукою [1, 23].

Метафора завжди приваблювала дослідників своєю неоднозначністю: її визначали як мовний і ментальний феномен, як відхилення від норми [2, 67] як стилістичний прийом, що прикрашає мову, і як найважливіший розумовий механізм. Незважаючи на цю подвійність, погляд на метафору найчастіше був одностороннім. Однак в світлі когнітивних досліджень останніх десятиліть (Дж. Лакофф [2], Р. Холм [3, 46], А.П. Чудинов [4, 7], А.Н. Баранов [5, 73-94] та ін.) з'явилася можливість інтеграції різних підходів з метою опису цього явища в усій його повноті. При цьому дослідники звертаються до різних аспектів використання метафори та мають на меті різні цілі та задачі, такі як, наприклад, класифікація та опис основних видів та моделей метафори, виділення характерних для економічної комунікації функцій метафори, виявлення закономірностей розкриття метафоричних образів в економічних текстах та ін.

Одним з найменш досліджених аспектів у дослідженні метафори є її роль в організації певних текстів всередині економічного дискурсу. Як справедливо відзначає А. П. Чудинов, метафори в політичних та економічних текстах представляють собою не випадковий набір абсолютно автономних елементів, а свого роду систему.[4, 95] Фокусування даної роботи на метафорах пояснюється тим, що вони грають особливу роль серед мовних засобів управління мовними комунікаціями, що застосовуються при обговоренні проблем глобалізації і економічного об'єднання Європи, а також при вирішенні конфліктів та протиріч, що характеризують стан української економіки.

За рахунок використання взаємопов'язаної системи метафор досягається змістовне та емоційна єдність тексту. Метафори, розподілені по всьому тексту, як би пов'язують різні його частини в єдине ціле, посилюючи тим його прагматичний потенціал. При цьому особливу цікавість представляють випадки, коли автор використовує в тексті не тільки латентні, традиційні метафори, та й яскраві індивідуально-авторські метафори. Саме вони й відтворюють нестандартні образи, які найбільш впливають на свідомість адресату.

Традиційно метафора розглядалася головним чином у стилістичному відношенні як засіб досягнення образності (художній текст) і впливу на аудиторію (публіцистика, газетний стиль). Роль концептуальної метафори в економічних текстах очевидна і визнається багатьма дослідниками. Механізм концептуальної метафори полягає у перенесенні деяких смислових рис з концептуальної галузі (донорської) одного об'єкта в концептуальну галузь (галузь реципієнта) іншого об'єкта.

Наприклад, термін *bull and bears* відображає образи ведмеда, який масивною лапою опускає котирування на фондовому ринку, та бика, який на рогах піднімає ці котирування. Вважається, що символами біржової торгівлі ці тварини стали завдяки памфлетам шотландця Джона Арбетноту. [6, 1-4]

Економічна та фінансова спільнота вирішила, що ці образи адекватно відображають біржову діяльність. З тих пір учасників ринку поділяють на два світи: тих, що грають на зростанні цін називають «биками» (зростаючий ринок - «бичачий»), а гравців на зниженні - «ведмежками» («ведмежий» ринок). [2, 82] Приклади даної метафори можна побачити в назвах статей та самих статтях журналу «Економіст» (The Economist): “Bulls, bears and Greenspan”, “Please do feed the bears”, “Bear bottom”, “Bulls, bears and ivory towers” [7].

Вираз *Dead-cat bounce* означає короткочасне поліпшення ситуації на фінансовому ринку після кризи і відноситься до опису ситуації, коли трейдери в надії на вдалу покупку купують акції після різкого падіння їх вартості, але роблять це занадто рано, тому що після періоду тимчасової стабілізації на ринку ціни на ці акції знову сильно падають. Тлумачення метафори полягає в тому, що навіть мертва кішка може підстрибнути, якщо її скинути з великої висоти. Цю метафору також можна зустріти в назвах та тексті статей журналу «Економіст» (The Economist): “Dead-cat bounce”, “Point of no return?” [8].

Необхідно відзначити, що метафори, які використовуються в економічному дискурсі, відображають культуру народу або символіко-міфологічну специфіку регіону, картину світу мови і народу, економічна діяльність якого описується. Так, вважається, що територія Китаю населена драконами. Приклади використання такої метафори можна зустріти в статтях економічних журналів «Економіст» (The Economist) та «Бізнес-Вік» (Business Week): “When dragons dance with bears”, “Drag on the dragon” [9], “The Tech Dragon Stumbles” [10].

В статтях економічної галузі часто можна зустріти військові терміни:

We've been making successful inroads into their market for 18 months, and now is the time for a change of tactics [8]. - Протягом 18 місяців ми успішно вторгалися у їхній ринок, і тепер настав час для зміни тактики.

We have an excellent product, and if we use all the weapons in our arsenal, we should be able to convince consumers of this fact [8]. - У нас є відмінний продукт, і якщо ми використаємо всі зброї у нашому арсеналі, ми маємо бути в змозі переконати споживачів у цьому.

We will mobilize all our resources and launch a media campaign [11]. - Ми повинні мобілізувати всі наші ресурси та запустити кампанію в ЗМІ.

We have also recruited twenty new sales reps and we are going to send our troops into the field, to invade their markets [11]. - Ми також узяли на роботу двадцять нових торгових представників, і ми збираємося послати наші війська у поле бою, аби проникнути на їх ринки.

They probably expect us to retaliate, and a small price cut won't deter them [7]. - Вони, ймовірно, очікували що ми будемо мститися, і невелике падіння цін не стримує їх.

We have enough cash reserves to win a price war, so I suggest that we cut our price by 20% immediately [12]. - У нас достатньо резервів готівки, щоб виграти цінову війну, так що я пропоную зараз же знизити ціни на 20%.

After striking the first blow with their unsuccessful dawn raid last month, Wright and Bergkamp have now launched a takeover bid for their High street rivals Merson's [13]. -

Після першого удару своїми невдалими раптовими рейдами в попередньому місяці, Райт і Бергкамп вже почали висувати свою пропозицію щодо поглинання їх головним суперником Мерсонам.

Також досить часто зустрічаються терміни, пов'язані в першу чергу з біологією:

Business is blossoming in the industrial north of the country [12]. - Бізнес процвітає на індустріальному півночі країни.

We believe that we are sowing the seeds of profitable activities in the future [14]. - Ми вважаємо, що сіємо насіння прибуткових видів діяльності в майбутньому.

We are going to have to weed out the less profitable items in the product line [8]. - Ми збираємося, відсіяти найменш прибуткові товари в нашому асортименті.

We're opening new branches at the rate of one a week [9]. - Ми відкриваємо нові філіали через один тиждень.

Small micro-electronics companies suddenly sprouted all over the valley [15]. - Кількість невеликих компаній, що займаються мікроелектронікою раптом зростає по всій долині.

Результати. Ключовим завданням текстів економічного дискурсу є надання впливу на свідомість адресата, а метафора є потужним інструментом впливу на свідомість адресата і перетворення його картини світу. Наразі метафора стала невід'ємною частиною економічних текстів.

Висновки та перспектива. В даній роботі проаналізовані англійські статті спеціалізованих економічних видань. Також була визначена роль концептуальної метафори в економічних текстах. Метафора використовується для позначення різноманітних мовних реалій, а також для передачі культурно-національних особливостей певного народу. Таким чином досягається більша образність та емоційність в зображенні економічних процесів. Використання метафор є не тільки ефективним інструментом впливу на свідомість адресату, але й забезпечує змістову та емоційну цілісність тексту.

Усі ці особливості слід враховувати при перекладі текстів економічної тематики для досягнення точної та адекватної передачі змісту.

Література

1. Рождественский, Ю. В. Общая филология / Ю. В. Рождественский - М.: Новое тысячелетие. - 1996 - с. 23
2. Лакофф, Дж. / Метафора и война: система метафор для оправдания войны в заливе. - Екатеринбург - 2006 - с. 67
3. Holme R. Mind . Metaphor and language teaching / Holme R. Mind . - Palgrave Macmillan, 2004 - с. 36.
4. Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ / А.П. Чудинов // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. ч. 2. - Изд-во МГУ, 2004. - 283с.
5. Баранов А.Н. / О типах сочетаемости метафорических моделей / А.Н. Баранов // Вопросы языкознания [гл. ред. Т.М. Николаева] №2. - М.: Наука- 2003. - с.73-94.
6. 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.- с.33-35
7. Business Week// [Электронный ресурс] – Режим доступа до журн.: <http://www.businessweek.com>
8. Karlsson Stefan/The Future of World Economy [Электронный ресурс] / Stefan Karlsson //Mises Daily – 2005. – Режим доступа до статті: <http://mises.org/1804>

9. The Economist [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн.: <http://www.economist.com>
10. Lemon aid// The Economist [Електронний ресурс] – July 8th, 2010. – Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/16542836>
11. Lessons learned //The Economist [Електронний ресурс] – January 6th, 2011. – Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/17851511>
12. Monetary illusions//The Economist [Електронний ресурс] – September 2nd, 2010. – Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/16943653>
13. Shifting sands//The Economist [Електронний ресурс] – January 4th, 2007. – Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/8491658>
14. The Jobs crisis// The Economist [Електронний ресурс] – March 12th, 2009. - Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/13278305>
15. Three-way split//The Economist [Електронний ресурс] – December 9th, 2010. – Режим доступу до статті: <http://www.economist.com/node/17677746>

Лутай Н.В. Роль метафори в організації тексту (на прикладі англійського економічного дискурсу) / Н.В. Лутай, Т.П. Бесараб // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 287-291.

В статті обґрунтовується важливість розвитку метафоричної компетенції і пропонується розгляд метафор в когнітивному та лінгвістичному контексті для поліпшення навичок розпізнавання, інтерпретації та застосування метафор в публіцистичних текстах ділової спрямованості.

Ключові слова: метафора, текст, економічний дискурс, вплив, цілісність.

Lutai N. Functions of Metaphors in the Text Structure (on the basis of Economic Discourse) / N. Lutai, T. Besarab // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2011. – Vol. 24 (63), No 3. – P. 287-291.

This article devotes particular attention to current research on metaphors referring to economic discourse. As well as it traces the influence of cognitive and linguistic contexts on comprehension and usage of metaphors in political and economic journalism.

Key words: metaphor, text, economic discourse, influence, coherence.

Поступила в редакцію 01.09.2011 г.