

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В АНГЛИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Л.Г. Просвирнина

Аннотация. Рассмотрены примеры использования английских экономических терминов и терминологических сочетаний, образованных на основе метафорического переноса, в современном английском экономическом дискурсе. Метафорический перенос является распространенным приемом, который в наше время широко используется в научном и публицистическом стилях. Широкое использование метафоры характерно для разных отраслей научного знания, в том числе для экономических текстов. При переводе терминов, образованных на основе метафорического переноса, на русский язык мы часто используем слова в их прямом значении, однако это не всегда возможно, в связи с тем, что картина мира у представителей различных стран нередко не совпадает. Возникает проблема эквивалентности терминов в английском и русском языках. Подобные термины отражают суть маркетинговых стратегий и экономической деятельности, которую ведут носители английского языка. Социолингвистический подход позволяет нам проследить историю возникновения и развития значения английских экономических терминов, образованных при помощи метафоры, когнитивный подход дает возможность объяснить мировосприятие и способы формирования терминов на основе реалий в разных языках.

Ключевые слова: метафора; научный дискурс; терминологическая система; ассоциативные связи; английская экономическая терминология.

Широкое использование метафоры характерно для разных отраслей научного знания, в том числе для экономических текстов. Распространение метафоры в разные виды дискурса позволило существенно расширить «материальную базу» ее исследования: метафоры исследуются в различных терминологических системах, в разных видах массовой медиа, в языке рекламы, наименованиях товаров, заголовках. По мнению Н.Д. Арутюновой, «утилитарные преимущества» метафоры в повседневной и научной речи позволяют авторам повысить эстетическое восприятие речи, обогатить понимание человеческих действий, знаний и языка [1. С. 8].

В «Большом энциклопедическом словаре. Языкознание» дается следующее определение понятия «дискурс»: это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами, как текст, взятый в событийном аспекте, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания; дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [2. С. 36]. Термин «дискурс» в «Энциклопедии Кругосвет» рассматривается как указание на коммуникативное своеобразие субъекта

социального действия, причем этот субъект может быть конкретным, групповым или даже абстрактным [3].

К.И. Алексеев приводит классическое определение Аристотеля, согласно которому метафора представляет собой «несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид, или по аналогии» [4. С. 41].

Как отмечают Дж. Лакофф и М. Джонсон, метафорический перенос представляет собой сложную мыслительную операцию, при помощи которой мы абстрагируем какой-либо признак от одного предмета и видим его в другом [5. С. 394]. Таким образом, метафора представляет собой троп, т.е. оборот речи, термин или терминологическое сочетание, употребляемое в переносном, иносказательном смысле на основе аналогии, сходства или сравнения с денотатом, наименование которого лежит в основе подобного переноса.

А.А. Реформатский писал о том, что «метафора, то есть “перенос” является самым типичным случаем переносного значения. Перенос наименования при метафоре основывается на сходстве реалий по внешнему виду, форме, цвету, ценности, положению, характеру движений» [6. С. 83].

Ранее метафора считалась недопустимой в научных сочинениях, «совершение метафоры» приравнивалось к совершению преступления (ср. англ. **to commit a metaphor** по аналогии с **to commit a crime**).

Рассмотрим, к примеру, сокращенный английский экономический термин **BRIC** (сегодня **BRICS**), который очень похож на английское слово **brick**, что в переводе на русский язык означает *кирпич*. Именно данное сходство легло в основу формирования данного сокращенного термина и символизирует кирпичики, из которых будет строиться экономический успех этих стран и на чем будет основываться рост финансовых рынков. По данным Алекса Корсини [7], под одним названием эта группа стран с развивающейся рыночной экономикой приобрела больший вес в глазах международного инвестиционного сообщества.

Мы полагаем, что в данном случае имеет место перенос значения слова по смыслу, или метафорический перенос, поскольку моделью, используемой для формирования данного термина, является кирпич – строительный материал, сделанный из глины, и, несмотря на его небольшой размер, построенные из него здания очень прочны, надежны и долговечны [8. С. 86]. В данном случае подтверждаются высказывания таких ученых, как Д.И. Розенталь и В.М. Лейчик. В частности, Д.И. Розенталь говорит о том, что метафорический перенос происходит за счет переноса качеств с одного предмета на другой [9. С. 22, 32], а В.М. Лейчик пишет, что метафора лежит в основе многих новых терминов, объясняя факт их эмоциональной окрашенности и экспрессив-

ности, происхождением терминов от слов естественного языка со всеми их свойствами [10. С. 21].

О важности ассоциативных связей пишет В.В. Борисов. По его данным, ассоциативные связи, которые возникают именно на основе совпадения фонемного состава сокращения и общеупотребительного слова, приводят как к структурным, так и семантическим изменениям в самих сокращениях, а также к переосмыслению тех лексических единиц, с которыми ассоциируются эти сокращения [11. С. 265–273].

При переводе терминов, образованных на основе метафорического переноса на русский язык, мы часто используем слова в их прямом значении. Ниже приведены примеры употребления метафоры в англоязычном экономическом тексте:

1. Explore the cities that will drive **dramatic** growth, demographic changes, and consumption over the next generation.

Слово **dramatic** переводится *драматичный*, но в данном примере имеется в виду значение *резкий, быстрый*. Здесь демонстрируется неэквивалентность исходной и переводимой сфер, в результате чего при переводе на русский язык наблюдается процесс реметафоризации [12. С. 35].

2. Information Minister Jonathan Moyo labeled some of the payments «**disguised theft**» at a press conference this week.

В данном примере термин выражение **disguised theft** – *замаскированные кражи* употребляется в значении **payments**, таким образом происходит указание на то, что ряд платежей производится на незаконных основаниях.

3. Companies looking for cities that will generate the most GDP growth will find another different list of potential urban **hot spots** (**hot spots** – горячие точки).

4. Thursday after **a council salary schedule leaked** to the local press showed he was on a base monthly salary of \$37,000 (**a council salary schedule leaked** – *утечка данных по графику зарплаты в совете*).

Данный пример демонстрирует внутрисемантический перенос, который происходит внутри семантической микросистемы движения в семантическое поля движения [13. С. 26], например глаголов движения (бежать, лететь, парить, ползти, скакать, плыть: *ползти по течению*).

5. **Early-bird price** – *цена для первых ласточек (пониженная цена, действующая в течение некоторого времени после начала реализации определенного товара или услуги)*.

По функциональному параметру можно определить данную метафору как декоративную [13. С. 27], т.е. служащую средством украшения речи.

6. **Price war** – *ценовая война*.

В данном примере метафора образуется за счет другой микросистемы, «внешней» по отношению к существующей, например путем переноса из семантического поля «состояние» в семантическое поле «формирование».

7. **Cannibalism** – каннибализм (нанесение ущерба сбыту существующих товаров появлением нового товара или нанесение ущерба сбыту существующей торговой точки открытием новой торговой точки), **cannibalization** – каннибализация («поедание» доли рынка одних товаров другими из одной и той же ассортиментной группы, т.е. продажи одного товара снижаются в результате возрастания продаж другого товара, имеющего небольшие отличия от первого).

Данный термин отражает суть маркетинговых конкурентных стратегий, к которым прибегали компании-лидеры для защиты своих позиций. По своей сути конкурентные стратегии в маркетинге – это жесткая и жестокая борьба между торговыми марками, брендами, инновациями, ценами, производителями, системами дистрибуции.

Ф. де Соссюр считал, что «в метафорах наиболее выражает себя дух народа, они вернее всего передают разницу в мышлении и чувствовании...» [14. С. 76] представителей разных стран, так как различны не только языковые картины мира, но и образы, стоящие за словами, обозначающими одну и ту же реалию в разных языках. Рассмотренные нами метафоры номинируют определенные идеи в сфере экономики, через систему ассоциаций связанные у носителей языка с представлением о конкретном явлении в проекции на экономическую деятельность человека, определяют представления о конкретном объекте или частной категории. Точность метафоры обусловлена образным компонентом плана ее содержания, в основе которого лежит национально-культурная специфика носителей языка.

В заключение можно сделать вывод о том, что в современном экономическом дискурсе широко используются термины, образованные на основе ассоциаций и посредством метафорического переноса. В результате использования данного приема термины становятся яркими, образными и запоминающимися. В то же время существует проблема эквивалентности подобных терминов при переводе на русский язык, которая возникает в результате несовпадения объемов их значения.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. М., 1990. С. 5–32.
2. *Большой* энциклопедический словарь. Языкознание. М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.

3. *Энциклопедия* Кругосвет. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия. URL: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html (дата обращения: 15.04.2015).
4. *Алексеев К.И.* Метафора в научном дискурсе // Психологическое исследование дискурса. М. : ПЕРСЕ, 2002. С. 40–50.
5. *Lakoff G., Johnson M.* *Metaphors We Live By*. Chicago, 1980. 420 p.
6. *Реформатский А.А.* Введение в языковедение : учеб. для вузов / под ред. В.А. Виноградова. М. : Аспект Пресс, 2001. 536 с.
7. *Корсини Алек.* БРИК: Четверка, непревзойденная в развитии. Бразилия : Monitor Mercantil, 2007.
8. *Просвирнина Л.Г.* Временная динамика семантического наполнения экономического термина // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2012. № 3. С. 85–88.
9. *Розенталь Д.Э., Голуб И.Б., Теленкова М.А.* Современный русский язык : учеб. пособие для студентов-филологов. М. : Высш. шк., 1991. 559 с.
10. *Лейчик В.М.* К определению философских основ терминоведения // Отраслевая терминология и ее экстралингвистическая обусловленность : межвуз. сб. науч. тр. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1986. С. 14–25.
11. *Борисов В.В.* Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках. М. : Воениздат, 1972. 319 с.
12. *Мишанкина Н.А., Деева А.И.* Нефтегазовая метафорическая терминология: асимметричность и эквивалентность перевода (на материале русского и английского языков) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. № 6 (26). URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/fil/26/image/26-029.pdf>
13. *Беззатеева Э.Г.* Особенности английской терминологии маркетинга и их социолингвистическая обусловленность : дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2006. 188 с.
14. *de Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики // Труды по языкознанию. М. : Наука, 1977. 423 с.

METAPHORICAL TERMS IN THE ENGLISH ECONOMIC DISCOURSE

Prosvirnina L.G. PhD., Associate Professor of Social and Humanities and Foreign Languages, Siberian Institute of Business and Information Technology (Omsk, Russia). E-mail: ludmila_p73@mail.ru

Abstract. The article discusses examples of the use of English economic terms and term combinations formed on the basis of metaphorical transfer in modern English economic texts. The widespread use of metaphor is characteristic for different branches of scientific knowledge, including economic texts. When translating terms formed on the basis of metaphorical transfer into the Russian language, but it is not always possible, due to the fact that the picture of the world in representatives of different countries are often not the same. These terms reflect the essence of marketing strategies and economic activities, which are native English speakers. Sociolinguistic approach allows us to trace the history of the emergence and development of the value of British economic terms formed with the help of metaphors, cognitive approach helps explain the perception of the world and the ways of formation of terms on the basis of the realities in different languages.

Keywords: metaphor; scientific discourse; terminological system; associative links; the English economic terminology.