

УДК 811.161

**К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
МЕТАФОРИЧЕСКИХ И МЕТОНИМИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ
В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Черноус Захар Валентинович, менеджер, ОДО «Светлана-Стиль»

Изотова Лариса Александровна, преподаватель

Полесский государственный университет

Chernous Zahar Valentinovich, manager, ALC «Svetlana-Style»,

zaharchernous34@maail.ru

Izotova Larisa Alexandrovna, lecturer, lar-izotova@ya.ru

Polesky State University

Аннотация. В данной статье рассматривается использование метафор и метонимий в экономическом дискурсе, что расширяет возможности передачи новых смыслов, обеспечивает экономию языковых средств, а также увеличивает экспрессивное воздействие текста на адресата.

Ключевые слова: метафора, метонимия, интерпретация, перевод, переводоведение, дискурс.

Изучение способов передачи метафорических и метонимических высказываний в процессе перевода является одним из важных направлений в лингвистике и позволяет изучить особенности языковой картины мира автора и переводчика. Метафору в современной когнитивистике принято определять как ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира. В свою очередь, метонимия представляет собой троп или механизм речи, состоящий в регулярном или окказиональном переносе имени с одного класса объектов или единичного объекта на другой класс или отдельный предмет, ассоциируемый с данным по смежности, сопредельности, вовлеченности в одну ситуацию.

Изучением процессов метафорического моделирования, классификаций метонимических паттернов занимались А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, Ю.Н. Караулов, И.М. Кобозева, Т.Г. Скребцова, А.М. Стрельников, А.П. Чудинов, Дж. Лакофф, Г. Стерн, М. Джонсон, Г. Радден, З. Ковечеш и другие.

Метафора и метонимия являются разными тропами, однако не всегда ясно, как классифицировать то или иное выражение. В метонимии источник и цель объединяются в референциальной единице, тогда как в метафоре источник вытесняется целью. Таким образом, эксплицитный элемент в метафоре теряет свое конвенциональное значение и преференцию, а в метонимии конвенциональное значение остается прежним, но теряется преференциальная способность, поскольку он выступает в функции модификатора имплицитного элемента. Роль эксплицитного элемента в метафоре заключается в содержании признаков, некоторые из которых определяют цель. Признак, выражаемый эксплицитным элементом в метонимии, соотносится с целью как таковой, источник же в метафоре только частично соотносится с целью. Важнейшим компонентом метафорической интерпретации является выбор признака, при котором интерпретатор привлекает разнообразные знания об источнике, которые соотносились бы с данным контекстом. Выбранный признак отчуждается от источника и применяется к цели, обогащая смысл и создавая новый [1, с. 68].

Таким образом, главное отличие между метафорой и метонимией состоит в том, что в метонимии происходит переориентировка фокуса внимания, а в метафоре сохраняются общие признаки, которые будут совмещать, интегрировать пространство. Изменение фокуса происходит на познавательном уровне, реализуется в качестве экономии языковых средств, то есть является неким семантическим эллипсисом, когда характеристики становятся знаками события. В отличие от метонимии метафора не ориентирована на экономию языковых средств. Кроме того, отличие метафоризации и метонимизации заключается в том, что метафора ориентирована на связь с существительным, потому что формирует у человека определенный образ, который обладает некими признаками, служащими для метафоризации его значений, даже в глаголах видна ориентация на имя, потому что возникает параллелизм разноуровневых явлений. Метонимия же может взаимодействовать в сфере глагола без возникающих ассоциаций с существительным, используя перефокусировку внимания с действия на признак, например, качественную характеристику [2, с. 212].

В когнитивной лингвистике главное отличие метафоры от метонимии заключается в том, что в случае метафоры проецирование происходит в рамках двух доменов, а в случае метонимии задействован один домен. В лингво-когнитивном подходе проблемы возникают в связи с тем, что определить границы доменов оказывается не так просто, поэтому не всегда удается с уверенностью сказать, является ли данное выражение метафорой или метонимией.

Один из известных специалистов в области переводоведения П. Ньюмарк предложил классификацию метафор, основанную на их природе в процессе перевода. В своих работах автор утверждает, что переводчик должен понимать, к какой группе принадлежит метафора, прежде чем он сможет переводить ее другой язык. Согласно П. Ньюмарку, метафоры могут быть разделены на шесть типов, среди которых выделяют много и долго используемые метафоры (стертые), присутствовавшие в языке в течение многих лет с метафорическим значением в лексическом слое; метафоры-клише; обычные метафоры, схожие с метафорическими клише с сохранением эстетической сущности; адаптивные метафоры, которые могут быть адаптированы в процессе перевода; метафорические неологизмы, возникающие в результате сочетания нескольких ключевых слов; а также метафоры оригиналы, придуманные автором и часто используемые в речи.

Существует несколько разновидностей метонимического переноса, среди которых исследователи называют локальный, каузальный, атрибутивный, темпоральный и партитивный типы. Локальный тип метонимии отражает в сознании говорящих объективные пространственные связи между определенными предметами и явлениями и основывается на упоминании, например, территории вместо объекта, страны или столицы вместо ее правительства, руководства.

Казуальный тип метонимического переноса обусловлен причинно-следственной связью между понятиями смежных объектов. Причина и следствие образуют в сознании непрерывное единство, отражающееся в виде ассоциаций между ними, которые через отношения со смежным элементом позволяют выделить характерные признаки определяемого элемента.

Темпоральный тип метонимии основан на временной связи между смежными понятиями. В сознании говорящего объект ассоциируется с каким-либо временным параметром, существующим в конкретный период времени.

Атрибутивная метонимия возникает между понятиями характерного признака объекта и самим объектом, обладающим этим признаком. В сознании говорящего существует ассоциация, которая лингвистически выражается переносом обозначения признака на предмет или явление, который обладает этим признаком. Эвфемизм, основанный на этом типе метонимии, может имплицитно выражать характеристику действий, намек на лица, их осуществляющих, доминирующее негативное качество людей.

Партитивный тип метонимии, или синекдоха, возникает на месте употребления названия части объекта вместо целого, частного вместо общего или, наоборот, на основании их ассоциаций в сознании говорящего [1, с.98].

Отличительной чертой метафоры в языке для специальных целей (включая области науки и профессиональной деятельности) является то, что она выступает в качестве первичного наименования обозначаемого объекта по той причине, что другого названия у нее нет.

Профессиональный экономический дискурс включен в контекст профессиональной деятельности, и вследствие этого обладает высокой степенью предметности, конкретности и практической направленности. Поэтому метафора в профессиональном экономическом дискурсе содержит элементы, сближающие ее с профессионализмами, но не с научной метафорой, такие как собственно профессиональные, т.е. обозначение конкретных реалий, понятий, элементы эзотерики, тайны от посторонних, а также смеховые, направленные на клиента или на «чужого» (например, в аргументах биржевиков мелких спекулянтов, непрофессиональных торговцев на бирже иронично-пренебрежительно именуют «публика»).

В непрофессиональном экономическом дискурсе, имеющем много общего с дискурсом СМИ, метафора чаще всего помогает избежать излишней усложненности изложения, сделать материал более понятным, основываясь на хорошо знакомых читателям конкретных образах, к тому же она создает эмоциональный фон повествования. Иными словами, метафоры, встречающиеся в текстах непрофессионального экономического дискурса, часто имеют больше общего с художественными метафорами, нежели с научными.

Кроме того, каждая метафора, независимо от того, к какому виду метафор она принадлежит, может быть как узуальной, то есть языковой (в традиционной классификации), так и сугубо специфической, узкопрофессиональной. Так, например, в экономическом дискурсе узуальными можно считать и профессиональные метафоры, такие как «челнок», «капуста» (деньги), «бросовый товар», «замороженный счет», и научные – «скелет», «барометр», «дерево целей», «дерево задач». А специфической по отношению к общелитературному языку соответственно – «белый рыцарь» (желательный инвестор, помогающий избежать выкупа контрольного пакета акций), «армрестлинг» (жесткий диктат продавца или покупателя при назначении цен).

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что метафора в экономическом дискурсе является весьма продуктивной, используется для репрезентации важнейших понятий экономического дискурса и, таким образом, может с полным правом считаться привычной дискурсивной практикой. В свою очередь, инвентаризация и категоризация дискурсивных практик вносит значительный вклад в изучение метафорики определенного вида дискурса, ее когнитивных и прагматических аспектов, в разработку методов лингвистического мониторинга, и, в целом, анализа общественного сознания на основе исследования текстов. Кроме то-

го, следует отметить, что термины-метафоры экономического дискурса имеют многочисленные сферы-источники, самой продуктивной из которых является бытовая сфера.

Метонимия, в отличие от метафоры, не несет в себе образности и экспрессии, а метонимическая недоговоренность представляет собой маркер имплицитного смысла, выступая как одно из проявлений тенденции к компрессии речи. Языковые метонимии образуются чаще всего в результате элиминации стержневых компонентов словосочетаний, что приводит к абсолютивному использованию зависимого компонента и семантической конденсации им управляющего компонента [3, с. 11].

Таким образом, метонимия требует привлечения больших фоновых знаний и является более сложным механизмом передачи имплицитного смысла. Данное свойство речи чрезвычайно важно для профессионального и делового общения, так как его участникам, ограниченным этикетом и конвенциональными нормами, нередко приходится проявлять осторожность в выборе уместных вербальных средств, особенно если необходимо выразить недовольство или покритиковать партнера и при этом не пожертвовать коммуникативной эффективностью дискурса [4, с. 168].

Список использованных источников

1. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: Рефл-бук, 2006. – 651 с.
2. Venuti, L. The Translator's Invisibility / L. Venuti. – London: Routledge, 2008. – 365 p.
3. Некрасова, Н.А. Имплицитность разноуровневых синтаксических конструкций в русском и английском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н.А. Некрасова; Южный федер. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2003. – 29 с.
4. Малюга, Е.Н. Функционально-прагматические особенности речевого поведения британских и американских участников межкультурной деловой коммуникации / Е.Н. Малюга. – Москва: РУДН, 2007. – 194 с.