

Мельничук М. В. Метафора в англоязычном бизнес-дискурсе / М. В. Мельничук, В. М. Осипова // Научный диалог. — 2015. — № 11 (47). — С. 31—41.



УДК 811.111'373.612.2:330

Метафора в англоязычном бизнес-дискурсе

© **Мельничук Марина Владимировна (2015)**, доктор экономических наук, кандидат педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой «Иностранные языки-3», федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Москва, Россия), mvmelnichuk@gmail.com.

© **Осипова Валентина Михайловна (2015)**, доцент кафедры «Иностранные языки-3», федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Москва, Россия), valentinaios-2012@yandex.ru.

Метафора в англоязычном бизнес-дискурсе рассматривается как средство концептуализации представлений об экономических реалиях. Анализируются метафорические фразы и выражения, присутствующие в текстах тематической области «Финансы и экономика». В качестве источников текстов выступили британский еженедельник «The Economist», сайты BBC News и CNNMoney.com (временной горизонт 2012—2015). Авторы опираются на теорию Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Показано, что метафоры служат важным коммуникативным инструментом для передачи специализированной информации. Примеры, взятые из аутентичных экономических текстов, наглядно демонстрируют использование метафорического языка для концептуализации экономических реалий. Среди наиболее распространенных в экономическом дискурсе концептуальных метафор выделяются в зависимости от сферы-источника, то есть вектора ассоциации, следующие базовые модели: «Economy is a Human body (its health and illness)», «Economy is a War / Sports», «Economy is Nature & natural forces», «Economy

is a Machine» и др. Доказано, что метафора в бизнес-дискурсе служит тем инструментом, с помощью которого удастся осмыслить финансово-экономические явления. Уделяется внимание трудностям перевода метафорических языковых единиц.

Ключевые слова: бизнес-дискурс; концептуальные метафоры; когнитивная лингвистика; методы перевода.

1. Вводные замечания

Учеными Дж. Лакоффом и М. Джонсоном была разработана теория, изложенная в книге «Metaphors We Live By», которая внесла системность в описание метафоры как познавательного процесса [Lakoff, 1993, с. 205—210]. Авторы утверждают, что перенос значения не ограничивается лишь сферой языка, само мышление в большинстве своем метафорично. По словам ученых, «наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична» [Lakoff et al., 2003, с. 118] и представляет собой феномен взаимодействия языка, мышления и культуры. Это значит, что осмысление и переживание явлений одного рода происходит в терминах явлений другого рода. Соотнесение разнопорядковых доменов осуществляется через механизм метафоры. Сама метафора не генерирует новые понятия и представления, но она помогает смутное и неясное сделать прозрачным и понятным.

Дж. Лакофф и М. Джонсон выделили в английском языке системы концептуальных метафор, базирующихся на принятых в англоговорящем обществе точках зрения на те или иные объекты обозначения [Lakoff et al., 2003, с. 117—118]. Концептуальные метафоры — это устойчивые соответствия между сферой-источником и сферой-целью, зафиксированные в языковой и культурной традиции общества [Lakoff et al., 2003, с. 14]. Метафора позволяет осмыслить абстрактный неструктурированный предмет благодаря наличию базовых концептов, которые являются общими и разделяются всеми членами некоторых сообществ либо в силу естественного мышления либо эмпирического опыта.

2. Методика исследования

В связи с тем, что метафора стала интерпретироваться на основе получившего большое распространение когнитивного подхода, пред-

ставляется интересным рассмотреть с применением когнитивного анализа метафорические фразы и выражения, присутствующие в текстах тематической области «Финансы и экономика». В качестве источников использовались британский еженедельник «The Economist», сайты BBC News и CNNMoney.com (временной горизонт 2012—2015) [Hooker, 2014; Metaphors; The Economist; CNNMoney]. Выбор источников объясняется главным образом тем, что в этих изданиях представлены сведения о последних событиях, тенденциях, аналитические материалы и комментарии в сфере экономики, финансов и бизнеса.

Рассмотрим, как используются метафоры в бизнес-дискурсе. Анализ свидетельствует о том, что в этих публикациях метафоры используются достаточно активно и эффективно. С целью иллюстрации приведем метафоры из британского еженедельника «The Economist»: *retailing behemoths arriving with a splash; a spy in your pocket; monetary medicine; asset-price bubbles pricked; drugs giants taking steps towards the dark side; money-begging conference; the struggling markets of eastern Europe; Michelin axing jobs in painful surgery; like Japan's before it; America's stock-market bubble was inflated on the back of a mountain of corporate debt; a package cutting the budget deficit* [Metaphors].

3. Метафора как инструмент концептуализации представлений об экономических реалиях

Среди наиболее распространенных в экономическом дискурсе концептуальных метафор можно выделить в зависимости от сферы-источника, то есть вектора ассоциации, следующие базовые модели: «Economy is a Human body (its health and illness)», «Economy is a War / Sports», «Economy is Nature & natural forces», «Economy is a Machine» и др.

3.1. Economy is a Human body / Экономика как организм (человеческое тело). Совокупность воплощенных в номинациях представлений о функционировании человеческого организма может служить сферой-источником. Иначе говоря, экономические концепты раскрываются путем обращения к понятийной сфере «Человек». Экономика предстает как живое существо, подверженное болезням

(*pain, headaches, criminal cancer, pre-election fever, etc*), но его можно восстановить, сделать деятельным, живым.

«ЗДОРОВЫЙ ОРГАНИЗМ → ЗДОРОВАЯ ЭКОНОМИКА»: *America is doing well, with relatively **healthy** growth in jobs. The overall economy still seems **healthier** than it has been for a long time. India now boasts **robust** economic growth. In general, Japanese companies are looking **healthy**. But plenty are not at all **fit**. America's economy continues to grow **robustly**. MasterCard is **doing nicely**.*

«СИМПТОМЫ ЗАБОЛЕВАНИЙ → ПРОБЛЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ»: *He vowed to do all the right things: revive a **sick** economy, reduce corruption. Without easy credit, dear oil will cause more **pain**. Any hint of a surge will be likely to send market into **spasms**. This is the biggest **headache** of all for the Indian industry as a whole. The danger is that Wall Street's **sneeze** will bring a **case of flu** with it. The Japanese economy has long seemed **allergic** to growth. There is a growing realization that their strategies for dealing with **chronic** problems are failing. Even the American Food and Drug Administration are **suffering serious side effects**.*

«МЕДИЦИНСКОЕ ЛЕЧЕНИЕ → ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕРЫ»: *They are not ready to **swallow** the nasty **medicine** of change. Reform is always painful. Whether a **triple dose** of carmakers is the right **remedy** is less obvious. Equally unclear is how much money the **donors** actually want to give. Countries, including Austria, Britain, France and Germany were now trying their own ways **to stop the bleeding**. The banks say there is not much point in a **bypass** mechanism. Dell has tried to develop a service division **to remedy** this. There are no takeovers, no dramas, no **miracle cures**. Can Bill Gates **cure** the world? Two insurers **injected** €450m of capital into the **wounded** bank. The IMF view is that prevention is better than cure.*

3.2. Economy is a War, Sports / Бизнес как война, спорт. Другой кластер метафорических выражений, которые отображают экономические реалии, базируется на образе борьбы и военных действий. Когда мы думаем о войне, то, как правило, в нашем сознании возникают такие образы, как сражения, поле сражений, вооруженные силы, войска, солдаты, оружие, стратегии войны и исход войны. В когнитивном аспекте они служат в качестве исходных доменов, в то время как целевыми доменами являются деловые переговоры, рынок, бизнес-партнеры, стратегии, используемые в бизнесе, и результаты.

Между этими двумя областями могут быть установлены следующие соответствия: деловые переговоры отображаются как битвы, цель которых — достичь соглашения и заключить сделку. Бизнесмены, банкиры и маркетологи предстают в образах сражающихся солдат. Чтобы получить преимущество или добиться успеха в войне, используются различные стратегии и тактики. Фактически бизнес-стратегии отображаются как военные стратегии (военные операции, порядок, фронт, минные поля, нападения, контратаки, оборона, прекращение огня и т. д.). Пытаясь достичь соглашения и заключить выгодную сделку, представители бизнес-групп будто выступают противниками на войне, нападающими друг на друга, с оружием отстаивающими свои позиции и интересы, иногда рискующими, отступающими или занимающими новые позиции для атаки. Деловые переговоры, как и сражения, часто длительные, могут привести либо к успеху, либо к неудаче, а иногда обе стороны отказываются от первоначальных намерений.

«ПОЛЕ СРАЖЕНИЯ → ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ»: *Struggling to keep moving. Whatever happens in the **battle** over this particular deal, consolidation seems impossible. The main **battlefield** at present is retail trade. Any difficulties for an overloaded Airbus today could spill over into efforts to take on Boeing on the new **battlefront**. Stock exchanges: **A war on two fronts**.*

«СОЛДАТЫ → ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА»: *That would raise returns for China's **army** of small savers. Google, having made many **enemies**, must now **fight many battles**. Witro and Infosy each employ more than 50, 000 people, and this year are planning to **recruit**, respectively, 15, 000 and 25, 000.*

«ВОЕННЫЕ СТРАТЕГИИ → БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ»: *German **invasion**. Financial **weapons** of mass destruction. It is true that the foundation's **strategy** is not to monopolise the field. But that tactic no longer works. The danger is that by **attacking on all fronts** ... Instead of **mounting** a really effective **attack** on the market leader, the new magazines seem to be obsessed with **fighting** each other. Italy again in the **firing line**. Now the most illustrious publisher is **under fire**. The same day a group of big investment banks **fired its latest broadside in the war** over trading fees. American stock exchanges: **Redrawing the battle lines**.*

«ИСХОД ВОЙНЫ → ИТОГ В БИЗНЕСЕ»: *an economic Pearl Harbor; even so the ceasefire may not last.*

«СПОРТ → СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ, БАНКОВ»: *win the economic marathon; trusty canoe to navigate the most rapid and treacherous waters* (в контексте подхода к установлению процентных ставок); *the recovery stays on track. Shall we just sweat out this recession?* (надпись к фото бегущего спортсмена)

3.3. Economy is Nature & natural forces / Экономика и природа, силы природы. Финансовый кризис ввел в оборот огромное количество апокалиптических метафор, в которых вектор ассоциаций — природные катаклизмы. Кроме того, встречаются метафоры, в которых «природный» вектор — образы шторма, климата, жары и т. д. — служит средством концептуализации представлений об отсутствии экономического роста, изменении экономических условий, бурном развитии событий и т. д. «СТИХИЙНЫЕ БЕДСТВИЯ — ПРОБЛЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ»: *Europe is starting to feel the heat; financial meltdown; to sound the alarm; calmed the storm; a torrid day on October 7th; the climate has changed; turbulence; in America, the centre of the storm; flood of immigrants; a tsunami of home foreclosures; a wave of mergers and acquisitions; the global credit crisis is washing up on Asia's shores; the credit drought; landslide of prices; remain in the doldrums.*

3.4. Economy is a Machine / Экономика как машина. Машина состоит из многих деталей, которые обеспечивают ее функционирование. При этом работа машины поддается анализу, прогнозу и контролю. Использование образов машины и механизмов для описания экономической системы и процессов помогает создать впечатление, что все в экономике под контролем, предсказуемо. «РАБОТА МАШИНЫ — ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ»: *firms are less geared; put a brake on the trend; Germany can't decouple; economic overheating; the American economy is operating well above capacity; the media is important to a well-functioning economy; fuel the Russian economy; money supply is not adequate to grease the wheels of economic growth.*

3.5. Economy is an Animal / Экономика и мир животных. Метафоры этой группы иногда отражают национально-культурные традиции определенных стран и регионов: драконы используются для описания китайской экономики, тигры — Южной Кореи, Сингапура,

Гонконга и Тайваня, слоны — Индии [Каширина и др., 2012, с. 154]. «ЖИВЫЕ СУЩЕСТВА — ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОНЯТИЯ»: *GDP growth in India and China: catching the dragon*; *Daily chart: Racing the elephant against the dragon*; *The dragon's new teeth*; *Tiger, tiger, burning bright*; *Tiger finance*; *An elephant, not a tiger*.

4. Трудности перевода метафорических языковых единиц из англоязычных публикаций

Перевод метафор может представлять трудности, несмотря на то, что благодаря своей образности такие выражения хорошо отражают сущность явления. Дело в том, что разброс значений в словаре достаточно велик, и, чтобы понять конкретный смысл, необходимо обратиться к контексту или специальной литературе.

Идеальное решение — подобрать эквивалент со схожим образом в языке перевода [The Economist], как, например, в следующих примерах перевода заголовков: *Business is a war* [The Economist, Feb 7th 2015] — «В бизнесе, как на войне»; *The winning formula?* [The Economist, May 8th 2015] «Формула победы?»; *The China wave* [The Economist, Sep 13th 2014] — «Великая китайская волна»; *An awakening giant* [The Economist, Feb 8th 2014] — «Пробуждение гиганта».

Если в языке перевода нет эквивалента, передающего точный смысл метафоры, целесообразно прибегнуть к описательному переводу или включать в перевод пояснительные описательные элементы: *Leave dead presidents in peace* [The Economist, Sep 20 2014] — «Переход на электронные деньги»; *Why you need to own the Four Horsemen of Tech?* [CNMMoney (New York) July 17, 2015] — «Зачем нужны эти 4 высокотехнологичные компании — Google, Facebook, Apple и Amazon?»; *Oil and trouble* [The Economist, Oct 4th 2014] — «Зависит ли экономический рост от цен на нефть?»; *Signs of life* [The Economist, Nov 15th 2014] — «Признаки жизни: активизация процесса глобализации»; *An appetite for junk* [The Economist, Oct 19th 2013] — «Возрос аппетит на высокодоходные, но ненадёжные облигации»; *Valley of the dudes* [The Economist, Apr 4th 2015] — «Кремниевая долина: территория для мужчин»; *Leviathan of last resort* [The Economist, Apr 12th 2014] — «Государство-левиафан: кредитор последней инстанции».

Во многих случаях применим только описательный перевод. Такие метафорические термины, как *crown jewels*, *samurai bonds* [CNNMoney], понятны лишь для узкого круга специалистов, поэтому предпочтительнее использовать описание или наряду с калькой дать пояснение, например: ...*where really the crown jewels of an organization is often located* [CNNMoney, 19.12.2013] — «...где действительно часто находятся наиболее привлекательные активы компании»; *Greece has repaid \$94.6M of samurai bonds* [CNNMoney, 09.07.2015] — «Греция во выплатила долги по так называемым “самурайским бондам” — выпущенным 20 лет назад облигациям, номинированным в японских иенах».

Систематизацию и толкование таких метафорических терминов предлагает словарь-справочник Александра Дэвидсона [Davidson, 2008, с. 63—354].

5. Заключение

На основе анализа представленных в печати и на Интернет-ресурсах статей из тематической области «Бизнес, финансы и экономика» была предпринята попытка обосновать утверждение теоретиков когнитивной лингвистики [Geary, 2012; Jaynes, 2000; Lakoff, 1987; Lakoff, 1993; Lakoff et al., 2003] о том, что метафоры пронизывают наше мышление, являются инструментом концептуализации и категоризации мира, специфически кодифицируя и трансформируя информацию. Метафоры не являются исключительно поэтическим приемом. Как видно из приведенных примеров, деловые издания насыщены метафорами. Мы воспринимаем и истолковываем абстрактные экономические понятия через конкретные образы. В статье приведен ряд базовых концептов (ВОЙНА, БОЛЕЗНЬ, ЖИВОЙ ОРГАНИЗМ и др.), которые активно эксплуатируются в языке бизнеса, финансов и экономики, служат векторами ассоциирования.

Литература

1. Каширина Н. А. Особенности перевода метафор в экономической публицистике / Н. А. Каширина, Д. И. Клименко // Успехи современного естествознания. — 2012. — № 5. — С. 153—154.

2. Шикалов С. В. Способы перевода метафор в концепции Питера Ньюмарка / С. В. Шикалов // Вестник МГЛУ, серия «Языкознание». — 2010. — Вып. 9 (588). — С. 156—162.
3. *CNNMoney* — Business, financial and personal finance news [Electronic resource]. — Access mode : www.CNNMoney.com.
4. Davidson A. How to Understand the Financial Pages : A Guide to Money and the Jargon : 2nd edition / A. Davidson. — London and Philadelphia : Kogan Page, 2008. — 385 с.
5. Geary J. I Is an Other: The Secret Life of Metaphor and How It Shapes the Way We See the World / J. Geary. — NY : Harper Collins Publisher, 2012. — 320 с.
6. Hooker L. The seven best metaphors for the economy [Electronic resource] / L. Hooker. — Access mode : <http://www.bbc.com/news/business-30208476>.
7. Jaynes J. The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind / J. Jaynes. — Boston, New York : A Mariner Book, Houghton Mifflin Company, 2000. — 479 с.
8. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. — Chicago : University of Chicago Press, 2003. — 256 с.
9. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought / A. Ortony (ed.). — Cambridge : Cambridge University Press, 1993. — С. 202—251.
10. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things / G. Lakoff. — Chicago : University of Chicago Press, 1987. — 632 с.
11. *Metaphors* [Electronic resource]. — Access mode : www.economist.com/style-guide/metaphors.
12. *The Economist* [Electronic resource]. — Access mode : www.economist.com.

Metaphor in English Business Discourse

© Melnichuk Marina Vladimirovna (2015), Doctor of Economy, PhD in Education, professor, Head of Department, “Foreign Languages-3” Department, Federal State Educational Budgetary Institution of Higher Education “Financial University under the Government of the Russian Federation” (Moscow, Russia), mvmelnichuk@gmail.com.

© Osipova Valentina Mikhailovna (2015), associate professor, “Foreign Languages-3” Department, Federal State Educational Budgetary Institution of

Higher Education “Financial University under the Government of the Russian Federation” (Moscow, Russia), valentinaios-2012@yandex.ru.

Metaphor in the English business discourse is considered as means of conceptualizing the ideas about economic realities. The metaphorical phrases and expressions in the texts of the thematic area of “Finance and Economics” are analysed. The sources of the texts were British weekly «The Economist», the BBC News website and CNNMoney.com (2012–2015 time horizon). The author relies on the theory of J. Lakoff and M. Johnson. It is shown that metaphors are an important communicative tool for the transfer of specialized information. Examples taken from authentic economic texts demonstrate the use of metaphorical language to conceptualize economic realities. Among the most common conceptual metaphors in the economic discourse depending on the source sphere, i.e. the vector of association, there are the following basic models: “Economy is a Human body (its health and illness)”, “Economy is a War / Sports”, “Economy is Nature & natural forces”, “Economy is a Machine” and others. It is proved that metaphor in business discourse is the instrument through which it is possible to understand the financial and economic phenomena. Attention is paid to the difficulties of translation of metaphorical language units.

Key words: business discourse; conceptual metaphors; cognitive linguistics; methods of translation.

References

- CNNMoney — *Business, financial and personal finance news*. Available at: www.CNNMoney.com.
- Davidson, A. 2008. *How to Understand the Financial Pages: A Guide to Money and the Jargon*. 2nd edition. London and Philadelphia: Kogan Page. 385.
- Geary, J. 2012. *It Is an Other: The Secret Life of Metaphor and How It Shapes the Way We See the World*. NY: Harper Collins Publisher. 320.
- Hooker, L. *The seven best metaphors for the economy*. Available at: <http://www.bbc.com/news/business-30208476>.
- Jaynes, J. 2000. *The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind*. Boston, New York: A Mariner Book, Houghton Mifflin Company. 479.
- Kashirina, N. A., Klimenko, D. I. 2012. Osobennosti perevoda metafor v ekonomicheskoy publitsistike. *Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya*, 5: 153—154. (In Russ.).

- Lakoff, G., Johnson, M. 2003. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press. 256.
- Lakoff, G. 1993. The contemporary theory of metaphor. In: A. Ortony (ed.). *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press. 202—251.
- Lakoff, G. 1987. *Women, Fire and Dangerous Things*. Chicago: University of Chicago Press. 632.
- Metaphors*. Available at: www.economist.com/style-guide/metaphors.
- Shikalov, S. V. 2010. Sposoby perevoda metafor v kontseptsii Pitera Nyumarka. *Vestnik MGLU, seriya «Yazykoznanie», 9 (588): 156—162.* (In Russ.).
- The Economist*. Available at: www.economist.com.