

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-94>

УДК 811.111'04

Глінка Н.В., Городиловська О.В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ МЕТАФОРИ В ТЕКСТАХ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

Анотація. Стаття присвячена аналізу концептуального підходу до визначення поняття метафори. Тут досліджено умови ефективного перекладу метафори та розуміння її лексико-семантичного та експресивно-оцінного наповнення. В дослідженні систематизується частотність вживання метафори в сфері перекладу публіцистичного дискурсу англійської мови. Розглядаються основні методи перекладу метафори в сфері публіцистичного стилю англійської мови, а також функціонування метафори. Відомо, що мова політики користується підвищеною увагою при відкритому та демократичному житті суспільства. Дана мова політики видозмінюється залежно від конкретної історичної епохи, оскільки під впливом різних факторів, з активного вжитку одні вирази чи слова безслідно зникають і на їх місце приходять абсолютно інші. Це є свідченням того, що політичні сили намагаються звернути увагу широких мас на новизну політичної системи, на свої погляди та переконання, а також зберегти вплив на аудиторію. Дані намагання політичних сил виражаються експліцитно та імпліцитно. Оскільки лексичний та граматичний склад таких текстів при перекладі на іноземну мову вимагає ретельного добору еквівалентів перекладу, то нерідко при цьому виникають певні труднощі.

Ключові слова: публіцистичний стиль, політична метафора, політична комунікація, політичний дискурс, експресія, стратегії перекладу.

Glinka Nataliia, Horodylovska Olena

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Polytechnic Institute»

PECULIARITIES OF THE METAPHORS RENDERING IN TEXTS OF PUBLICISTIC STYLE

Summary. The article is devoted to the analysis of the conceptual approach to the definition of the concept of metaphor; considering the conditions of effective translation of the metaphor and awareness of its lexical-semantic and expressive-evaluative content. The study systematizes the frequency metaphors usage in the field of English publicistic discourse. The main methods of metaphor translation in the field of publicistic style of English, as well as the functioning of metaphor are considered. In the course of our research, a number of issues related to the metaphors rendering in English-language publicistic texts were considered. The publicistic style is used in political literature and is represented by mass media – newspapers, magazines, radio, television and documentary films. It deals with a wide range of topics of politics, economy, ideology, philosophy, culture, sport, everyday life, current events, which are covered in the light of certain ideological aims. The general aim of publicistic style is to make a deep influence on public opinion, to convince the reader or the listener that the interpretation given by the writer or the speaker is the only correct one and to cause him to accept the point of view expressed in the speech, essays or article nor merely by logical argumentation but by emotional appeal as well. In different language styles, especially in the publicistic style, language tools are widely used, which enhance the effectiveness of expression due to the fact that their logical content is added to different expressive and emotional nuances. The language of publicistic style differs from all others primarily in that it performs an aesthetic function. One of the most widely used tropes in publicistic style is a "metaphor". It is a figure of speech that identifies something as being the same as some unrelated thing, for rhetorical effect, thus highlighting the similarities between the two. Metaphor is a widely used linguistic tool in a publicistic text, according to O. Filimonova, it is one of the dominants of speech. This is due to its high evaluative potential, its imagery, the ability to effectively implement the author's intention and influence the audience. The methods of metaphor translation are dominated by the principle of preserving a similar metaphorical image (80%), the principle of paraphrasing (15%) and replacing the equivalent metaphor in the language of translation (5%).

Keywords: publicistic style, political metaphor, political communication, political discourse, expression, translation strategies.

Постановка проблеми. Зростаючий інтерес до функціонування метафор у способах перекладу на іноземні мови та різних галузях вживання є характерним для сучасного етапу розвитку лінгвістики та перекладознавства. У різноманітних стилях мови, особливо у публіцистичному, широкого використання знайшли мовні засоби, що підсилюють дієвість словолування дякуючи різним експресивно-емоційним відтінкам, що додані до їх змісту. Естетична функція є характерною для публіцистики,

оскільки подає навколишню дійсність в конкретно-чуттєвій, образній формі [1, с. 120–135]. Причому публіцистичному стилю лексика, має описовий, а не просто інформативний, характер. Лексика публіцистичного стилю характеризує певний предмет, його додаткові ознаки, які зафіксовані у словниках та закріплені за даною словниковою одиницею. Посилити виразність мови можна за допомогою різних засобів, першими з яких є так звані лексичні засоби створення образності – тропи. В публіцистичних текстах,

одним із найбільш поширених видів тропів є *метафора*. Основним завданням нашого дослідження є виявлення як саме переклад зберігає метафорику публіцистичних текстів.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Метафора є ефективним засобом мовного вираження. Вона досить глибоко досліджена у філософсько-гносеологічному, семіотичному, семантичному та ономазіологічному аспектах. Мовознавці розглядають метафору в різних стилях. Найбільш дослідженим є функціонування метафори в публіцистиці та художній літературі. Багатогранність метафори та її активне використання як в усному, так і в писемному мовленні зумовлюють дослідницький інтерес до вивчення цього тропу, а, отже, й актуальність розвідок, пов'язаних з цією проблематикою.

Метафору, як мовний засіб комунікації, досліджували ціла низка науковців попереднього століття (Ю. Караулов, В. Володіна, В. Костомаров, Г. Солганик, А. Чудінов) та сьогодення (І. Брага, Х. Дацишин, Л. Павлюк, О. Сербенська, І. Філатенко, О. Чадюк, Г. Яворська та ін.).

Основні особливості публіцистичного стилю у своїх працях досліджували І.В. Арнольд, О.С. Кубрякова, В. Гумбольдт. Що стосується лексичних особливостей перекладу публіцистичних текстів, то їх вивчали Т.В. Анісімова, О.В. Бакун, В.Л. Будаєв та інші. Стилiстику перекладу публіцистичних матеріалів аналізували у своїх наукових працях Е. Бенвеніст, В.А. Чабаненко, О.Е. Філімонова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У формуванні нації та пробудженні суспільної свідомості на зламі епох неабияку роль відіграла публіцистика. Майстри пера у своїх пристрастних, аналітичних, викривальних виступах, часто-густо впливали на емоційну сферу реципієнтів, а не лише викривали важливі соціально-політичні поняття. Саме метафора і є одним з таких вербальних засобів, що увиразнює публіцистичний дискус, відтворює індивідуально-авторську картину світу митця, забезпечує суттєвий потенціал тексту та успішність комунікативного акту. Роль метафори надзвичайна, оскільки вона виступає засобом актуалізації уваги адресата, збагачує інформативне наповнення матеріалу та насичує його образами, надаючи йому більшої виразності, яскравості та емоційної впливовості, а також підкреслює позицію автора. Згідно із В. Калько, у політичному дискурсі, зафіксованому в ЗМІ, метафора виступає інструментом впливу та, іноді, і маніпулюванням свідомості широких мас населення.

Завдяки тому, що метафора є одним із найбільш яскравих та часто вживаних засобів увиразнення мови, за її допомогою можна проаналізувати індивідуально-авторську мовну картину світу кожного окремого митця, дослідити їх інтерпретацію суспільно-політичних реалій та забезпечити впливовий і комунікативний потенціал тексту. Визнаною ознакою публіцистики є вплив на оцінні позиції реципієнтів, тому метафора є саме тим тропом, який оживляє мову автора, роблячи його думку оригінальною, несподіваною, і тим самим посилюючи результативність комунікативного акту. Мова автора завжди була багата на тропи, і це дозволяє науковцям, у су-

купності з іншими ознаками, говорити про публіцистику письменника, як про окреме наукове поняття, яке «...в системі журналістських жанрів формально відноситься до публіцистичного роду, очолюючи специфічну й різноманітну групу жанрів художньої публіцистики, яка відрізняється від наукової, політичної, конфесійної й власне журналістської публіцистики» [9, с. 135].

Усі когнітивні процеси, що відбуваються у літературі чи суспільстві відбиваються у метафорах публіцистичного стилю, які характеризуються рухливістю та необхідністю експлікації з тексту. Визначено, що необхідною умовою для функціонування певного стилю мови та одним із засобів створення експресії поруч із фразеологічними одиницями, виступають метафори, які використовуються в публіцистичному стилі англійської мови [2, с. 356–358].

Виклад основного матеріалу. Функціональний різновид літературної мови представляє собою публіцистичний стиль мовлення. Цей стиль характеризується широким вживанням у різноманітних сферах суспільного життя: в друкованих виданнях (газети, журнали), на телебаченні та радіо, у діяльності партій та суспільних об'єднань, а також у публічних політичних виступах. Даний стиль також називається *газетно-публіцистичним, газетним стилем, суспільно-політичним стилем*. Пояснити назву **«газетний стиль»** можна історією його утворення, адже саме у періодичних виданнях (і перш за все у газетах) оформилися його мовленнєві особливості. Сьогодні вимагає певних змін, тому газетний стиль із друкованих видань поширюється і на електронні засоби масової інформації. Більш точно вказує на тісний зв'язок публіцистичного стилю із суспільним та політичним життям **«суспільно-політичний стиль»**, який притаманний і неполітичним сферам спілкування, адже охоплює спорт, культуру та діяльність суспільних організацій. Оскільки суспільно-політичний стиль характеризує саме змістовні особливості творів, що відносяться до нього, то, зрозуміло, що його назва тісно пов'язана із поняттям публіцистики.

Аналізуючи публіцистику англійської преси, а саме таких журналів та газет як New York Times, Washington Post, Newsweek, Daily Telegraph, Science, National Geographic тощо, можна помітити невелику різницю у кількості метафор у текстах різної тематики. В основному метафори поширені у тих статтях, які присвячені спортивним подіям, подорожам та проблемам повсякденного життя чи розвагам. Найчастіше метафори вживаються в текстах культурної тематики, а ось при описі економічних чи політичних подій – вживаються достатньо рідко. Особливо широкого поширення метафори мають в текстах інформаційно-аналітичного змісту.

При більш детальному дослідженні публіцистичних текстів на економічну та політичну тематику, було виявлено, що політичні метафори зустрічаються у тих статтях, які висвітлюють фінансові питання, або торкаються бізнесу чи промисловості. Це є наслідком того, що метафори здійснюють своєрідний вплив на громадську думку, настрої суспільства, а, іноді, містять заклик до дії. Можна стверджувати, що політичну картину світу формує політична метафора,

основними характерними особливостями якої є: іронічність, яскравість, образність та оригінальність. Читач ніколи не залишиться байдужим від вдало підібраної політичної метафори. Публіцистичні тексти наукової тематики відносяться до інформаційного жанру та характеризуються відносною лаконічністю та формальністю. В даних текстах інформаційного характеру метафори повідомляють широким масам про наукові відкриття, винаходи та експерименти [4, с. 215–217].

«If true, this **primordial nuclear age could have played a role** in the evolution of early life forms» – Насправді, це **споконвічне ядерне століття могло б зіграти роль** в еволюції ранніх форм життя.

Різноманіття метафор можна побачити в багатьох існуючих наукових текстах публіцистики. Метафори в цих текстах, так само, як і в художніх, виступають індикаторами ставлення автора до певної проблеми чи теми статті, а не лише пояснюють її зміст.

«Researchers are interested in spotting and studying such far-out objects because they provide a **window on the early universe**» – Дослідники зацікавлені у вивченні таких далеких об'єктів, оскільки вони забезпечують **вікно до Всесвіту** [6, с. 440–449].

У публіцистичних текстах політичного характеру непрямим учасником дискурсу є масова аудиторія, що виступає адресатом мовленнєвої діяльності. Саме тому, як у виступах політиків, так і в статтях, експресивна загальновідома мова має широке поширення.

Метафора є дієвим способом переконання та передачі експресії у політичному тексті. О.В. Дітріх впевнений, що метафора не зосереджує на собі увагу реципієнта, тому впливає не на його свідомість, а, найімовірніше, на несвідомі компоненти його психіки [8, с. 235]. Л.І. Шадаєва стверджує, що метафора стає матеріалом формування колективних уявлень та ідеологічних доктрин, і долучаючись до системи образів, що застосовуються для пропаганди тієї чи іншої думки, метафора, на переконання вченої, починає функціонувати на рівні конструювання символічного простору соціуму.

Дякуючи своїй образності, політична метафора виконує прагматичну інтерактивну функцію, покликану згладжувати небезпечні висловлювання політичних діячів, що торкаються суперечливих політичних проблем, а також, за допомогою метафори можна мінімізувати відповідальність політика за можливу буквальну інтерпретацію його слів реципієнтом. Метафора у співрозмовників у політичному сенсі створює певну спільну платформу, через яку політик має можливість доносити до свідомості адресата свої думки та переконання, які не є загальноприйнятими у суспільстві. Це відбувається завдяки тому, що метафора, зазвичай апелює до фонду загальних знань. Вдало підібрані метафори не лише мають змогу викликати короточасні емоції, але і надовго закарбуватися у пам'яті слухача [9, с. 162].

Переклад метафори має відношення до вирішення цілої низки проблем, що пов'язані з філософією, лінгвістикою, літературою та культурою конкретної країни. На сьогодні налічується декілька класифікацій перекладу метафор, які

описані в працях таких вчених як Н.І. Борковец, П. Ньюмарк, К. Шеффнер тощо [8, с. 235]. На нашу думку, класифікація стратегій перекладу метафор Т.А. Казакової найкраще описує усі наявні проблеми, які виникають під час перекладу. В даній класифікації містяться наступні правила відтворення метафор:

1. При збіганні в мові оригіналу та перекладу і традицій вираження емоцій, і оцінки інформації, і правил сполучення, що використані в метафорі, застосовується повний переклад метафоричних одиниць. Наприклад:

There is no battlefield of liberty on which there is not a piece of land that is marked out as American and there is no day of remembrance in Britain that is not also a commemoration of American courage and sacrifice far from home. – *Немає такого поля бою за свободу, де б не було ділянки землі, на якій не відзначились би американці. Під час будь-якого поминального дня в Британії згадують мужність і саможертвність американців, які загинули далеко від дому* [8, с. 234].

2. В ситуації, коли ступінь очікуваної схожості в мові оригіналу та перекладу має певні відмінності – використовується додавання чи випущення.

Our task must be to build tomorrow today. – *Наше завдання має полягати в тому, щоб побудувати це завтра сьогодні* (додавання).

Ironically, Bernanke, the academic expert on the Great Depression, adopted what had been described by Ethan Harris, chief U.S. economist for Barclays Capital, as a «see no evil, hear no evil, speak no evil» policy with respect to asset bubbles. – *Бернанке, академічний спеціаліст з Великої депресії, іронічно перефразував вислів Етана Харріса, головного економіста Баркліз Кепітал: політика «ігнорування та замовчування» фінансових пірамід* (випущення) [8, с. 236].

3. При асоціативній чи лексичній невідповідності між основними елементами метафори під час перекладу з мови оригіналу застосовується зміна.

When there's a cloud hanging over our reputation, we'll address it, as we have done by setting up an inquiry into whether this country was complicit in the mistreatment of detainees. – *Коли щось може залямувати нашу репутацію, ми вживатимемо заходів, як це було зроблено у випадку звинувачення країни у поганому поводженні із затриманими. У відповідь ми розпочали розслідування* [8, с. 238].

4. В ситуації, коли традиції граматичного оформлення метафори при перекладі з мови оригіналу значно відрізняються, використовується структурне перетворення.

Saif, who won't vote for the Conservatives, scoffs at the idea work is an automatic route out of poverty. – *Саїф, який не голосуватиме за консерваторів, висміює ідею, що робота – це шлях, який автоматично виведе з бідності* [8, с. 241].

5. При перекладі метафор, що відносяться до біблійного, фольклорного чи античного походження, використовується традиційна відповідність.

Labour's Achilles' heel has been government spending, which blew out in significant fashion in 2008, the last year Labour was in power. – *Ахіллесова п'ята Лейбористської партії – державні витрати, які були суттєво роздуті у 2008 році, – останньому році, коли Лейбористська партія була при владі* [8, с. 245].

6. При перекладі текстів з поширеною метафорою, коли, відповідно до міжмовних правил, необхідно замінити метафору або змінити її структурний елемент, а початковий образ варто передати незмінним, використовується паралельне іменування метафоричної основи.

It was courage that made us such a successful political force, but our journey must understand where it went wrong. – *Такою успішною політичною силою зробила нас мужність, проте ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху* [8, с. 248].

Висновки та пропозиції. У ході проведеного дослідження, нами було доведено, що метафори, які являють собою образні засоби, є дієвим способом, за допомогою якого можна впливати на аудиторію, особливо в політичному дискурсі. Цікавішою для сприйняття є мова, у якій застосовуються фігури та тропи. Використання тропів у політичній комунікації, на думку А.П. Чудинова, є певним засобом, за допомогою якого доповідачі відображають політичну реальність у свідомих та несвідомих уявленнях комунікантів. Варто зазначити, що необхідно враховувати при їх перекладі відповідні культурно-історичні реалії, а не лише політичну ситуацію в тій чи іншій країні. Окрім того, важливим аспектом перекладу англійських текстів, на думку Т.М. Лобанова,

є визначення адекватності даного перекладу за допомогою саме зіставлення реакції аудиторії на оригінальний текст та переклад, а не лише порівняння.

Від того, наскільки варіанти перекладу є функціонально й комунікативно доречними і визначається ефективність публіцистичних текстів. При перекладі публіцистичних текстів важливою складовою є ступінь актуалізації етноспецифічних та універсальних метафор у мові перекладу, а також яким чином даний переклад сприяв запозиціонуванню – шляхом калькування чи транскодування, та при яких умовах оказіональний переклад метафори може закріпитися як усталений.

Отже, можна зробити висновок, що важливим елементом українського публіцистичного дискурсу є метафора, яка пронизує всю політичну комунікацію. Саме за допомогою прагматичного, когнітивного потенціалу метафори, і досягається головна мета політичного дискурсу – вплив на аудиторію та формування певної суспільно-політичної думки населення. Сучасна метафора є способом мислення населення і являє собою багатий матеріал для мовної картини світу та когнітивного осмислення мови. Цілісність та зв'язність тексту забезпечується за допомогою метафор, які додають йому експресивності та естетичності.

Список літератури:

1. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике. Москва : Высшая школа, 1991. 140 с.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. Москва : Прогресс, 1990. 512 с.
3. Грабовська З. Багатогранність мовної метафори. Київ : Вища школа, 1997. С. 8–17.
4. Деркач-Степанова Т.В. Питання метафори у сучасній українській літературній критиці. Полтава : Ранок, 2002. С. 215–217.
5. Карпова Н.С. Роль метафори в развитии лексико-семантической системы языка и языковой картины мира. Саратов : Государственный университет им. Чернышевского, 2007. С. 248–256.
6. Скопненко О.І. Класифікація метафори. Київ : Вища школа, 2006. С. 355–449.
7. Солодуб Ю.П. Структурная типология метафоры. Москва : ООО «Филологические науки», 1999. С. 67–74.
8. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Москва : Флинта, 2012. 256 с.
9. Шадаева Л.И. Когнитивные и дискурсивные особенности метафоры в аргументативе современного английского языка (на материале текстов речей А. Линкольна). Иркутск, 2004. 162 с.

References:

1. Arnol'd, I.V. (1991). *Osnovy nauchnyh issledovanij v lingvistike* [Fundamentals of scientific research in linguistics]. Moscow: Vysshaya shkola. (in Russian)
2. Arutyunova, N.D. (1990). *Metafora i diskurs* [Metaphor and discourse]. Moscow: Progress. (in Russian)
3. Hrabovska, Z. (1997). *Bahatohrannist movnoi metafory* [Versatility of language metaphor]. Kyiv: Vyshcha shkola. (in Ukrainian)
4. Derkach-Stepanova, T.V. (2002). *Pytannia metafory u suchasni ukrainskii literaturnii krytytsi* [The issue of metaphor in modern Ukrainian literary criticism]. Poltava: Ranok. (in Ukrainian)
5. Karpova, N.S. (2007). *Rol' metafory v razvitii leksiko-semanticheskoy sistemy yazyka i yazykovoy kartiny mira* [The role of metaphor in the development of the lexical-semantic system of language and the linguistic picture of the world]. Saratov: Gosudarstvennyj universitet im. Chernyshevskogo. (in Russian)
6. Skopnenko, O.I. (2006). *Klasyfikatsiia metafory* [Classification of metaphor]. Kyiv: Vyshcha shkola. (in Ukrainian)
7. Solodub, Yu.P. (1999). *Strukturna typolohiia metafory* [Structural typology of metaphor]. Moscow: ООО «Fylohohycheskye nauky». (in Russian)
8. Chudynov, A.P. (2012). *Polytycheskaya lynchvystyka* [Political linguistics]. Moscow: Flynta. (in Russian)
9. Shadaeva, L.I. (2004). *Kognitivnyye i diskursivnyye osobennosti metafory v argumentativе sovremennogo anglijskogo yazyka* [Cognitive and discursive features of metaphor in the argumentation of modern English]. Irkutsk. (in Russian)