

## ВІДТВОРЕННЯ ПУБЛІЦИСТИЧНОЇ МЕТАФОРИ СТИКИ В АНГЛО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Впродовж багатьох століть метафора була і залишається одним з найбільш традиційних об'єктів дослідницької уваги філологів та філософів. Предметом вивчення тут ставали об'єм і зміст даного поняття, характер асоціативних блоків, що лежать в основі метафори і певною мірою визначають її природу; її стилістичні можливості, семантика і функції, закономірності процесу метафоризації, пристрій метафоричного знаку, особливості використання метафор в конкретному стилі.

В сучасній лінгвістиці та перекладознавстві метафора – дуже поширене явище. Її дослідженням займалися та займаються багато вчених: Арутюнова Н.Д., Блек М., Виноградов В.В., Гальперін Н.Д., Баранов А.Н., Караулов Ю.Н., Петрова З.Ю., Склярєвська Г.Н., Нікітін М.В., Ньюмарк П. та інші. У сучасних працях з метафори можна виділити три основних погляди на її лінгвістичну природу: метафора як спосіб існування значення слова; метафора як явище синтаксичної семантики; метафора як спосіб передачі змісту в комунікативному акті.

Метафора — могутня зброя в стилістичному арсеналі сучасної преси. Метафора – важливий компонент публіцистичних текстів, який повною мірою відображає всю динаміку живого функціонування мови ЗМІ. В англійських публіцистичних текстах метафоричні засоби вживаються доволі широко, адже вони сприяють передаванню і сприйняттю інформації в більш доступній формі, привертають увагу читача до поставленої проблеми, а також дозволяють авторові в більш зрозумілій формі обґрунтувати правомірність своїх поглядів, залучити читача до своїх міркувань. Виникає реальна необхідність у вивченні цього важливого мовного явища і в наданні конкретних рекомендацій з перекладу метафоричних засобів.

В нашій роботі ми розглядаємо функціонування метафори та способи її перекладу в публіцистичних текстах.

Актуальність роботи визначається складністю перекладу публіцистичних метафор та необхідністю подальшого вивчення метафоричних процесів, як стилістичних особливостей текстів засобів масової інформації (далі – ЗМІ).

Отже, темою нашого дослідження є «Відтворення публіцистичної метафористики в англо-українському перекладі».

Об'єктом магістерської роботи є стилістичний прийом метафори в матеріалах англійської преси.

Предметом роботи є способи передачі семантичних, лексичних, граматичних та стилістичних особливостей англійської метафори та труднощі її перекладу українською мовою.

Метою дослідження є визначення поняття метафори, її класифікації, функції і роль в тексті та способи перекладу. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дати характеристику метафори як стилістичного прийому;
- проаналізувати класифікацію метафор;
- розглянути головні функції метафори у мові;
- вивчити особливості публіцистичної метафори;
- дослідити основні способи перекладу метафори;
- визначити основні труднощі перекладу метафор.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що його результатом є вивчення метафори в системі публіцистичного мовлення, розробка теорій та моделей перекладу публіцистичних метафор для загальної теорії перекладу; визначення типології перекладу англійських публіцистичних метафор українською мовою з урахуванням семантичних, лексичних, граматичних та стилістичних особливостей.

Для газетного стилю більш характерні мовні (стерті) метафори. Мовна метафора є оптимальним вирішенням. Вона зрозуміла для всіх і разом з тим виразна: to boil, to denote, to embrace, to explode, to flare, to galvanize, to ignite, to smile, та інші.

У мові газети типовим є вживання "конверсійної метафори", тобто відіменникове дієслово з переносним значенням: to bomb, to bubble, to claw, to cloud, to comb, to cream off, to cushion, to ferret out, to hammer, to hear, to mushroom, to nail down, to nose out, to pepper, to pump, to rage, to rain down, to rocket, to saddle, to shower, to snowball, to spark, to thread.

Знаходження спільної основи та взаєморозуміння в суспільно-політичних справах – основна ідея метафор будівництва: *political architects: to build a new world economic architecture*. Процес будівництва асоціюється зі спільними зусиллями, оскільки колективна робота сприяє виробленню єдиної думки, а отже, компромісу та примиренню [4, с.155].

Група дорожніх метафор дає змогу уявити процес, у якому мета є кінцевим пунктом, а цілеспрямована дія – рухом до місця призначення. Шлях як лінійна та динамічна форма простору знайшов відображення в мові сучасних публіцистичних текстів: *to pockmark the road; to steer down the road to democracy*. Суспільно-політичне життя як абстрактне явище осмислюється через таке конкретне поняття, як дорога.

На мову публіцистичних текстів помітно впливає спортивна лексика: *political game, a major player*. Серед спортивних метафор вагоме місце посідають ті, що порівнюють суспільно-політичне життя з шаховим турніром, картярською грою та боксом: *to think three moves ahead; back to square one; Do you feel you overplayed the Indonesian card; Al Gore once described him as the "the ring leader" of the "cable Cosa*

*Nostra*». Спортивні метафори відображають підсвідомі схеми мислення читачів і є прикладами того, як люди звично сприймають суспільно-політичне життя.

У сучасних публіцистичних текстах зустрічаються театральні та музичні концептуальні метафори: *world stage, new overture from Washington; to end presidency on a good note*, через які суспільно-політичне життя осмислюється як театр або концерт.

Група хімічних концептуальних метафор дає змогу по-новому поглянути на суспільно-політичні проблеми: *a new political chemistry; to galvanize coalition*.

Про метафору написано безліч робіт, спроби створення теорій метафори робилися лінгвістами різних напрямків як вітчизняними, так і зарубіжними (Х. Ортега-і-Гассет, М. Блек, Дж. Серль, Дж. Лакофф, М. Джонсон, В.Н. Телія, О.Е. Вошина, Д.М. Колесник, О.І. Глазунова, Г.Н. Скляревська та інші.)

Дослідники відмічають, що в газетній лексиці є велика кількість власних назв: назв організацій, закладів, топонімічних назв. А також широко використовуються газетні кліше. Це «готові формули», які або вказують на джерело інформації: *according to well-informed sources*, або є просто політичними штампами: *generation gap; vested interests*.

В обох мовах газетно-інформаційному стилю властива лаконічність. Проте в англійських текстах ця вимога дотримується строгіше, ніж в українській. Тому в англо-українських перекладах нерідко доводиться вибрати більш просторовий варіант:

*According to W.H.O. statistics, heart diseases were the No. 1 killer.*

*Згідно з даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, перше місце серед усіх причин смертності зайняли серцеві захворювання.*

Ознайомившись із основними вимогами до перекладу метафор, можна запропонувати наступні способи передачі метафори із англійської мови на українську:

1) спосіб повної відповідності образу. Наприклад: *shade of doubt* – тінь сумніє, *grain of truth* – зерно істини, *political front* – політичний фронт.

2) спосіб часткової відповідності образу. Такий спосіб передає той же загальний ефект, але іншими образами: *a sea of poverty* – океан бідності, *flood of customers* – наплив клієнтів, *bring to light* – вивести на чисту воду.

3) описовий спосіб. Наприклад: *have one's head in the cloud* – бути неуважним, літати думками поза хмарами, *to give smb the wind* – відшити когось, *asylum shopping* – пошук країни притулку.

4) спосіб перекладу метафор, який полягає у використанні засобів порівняння. Наприклад: *star-bright* – яскравий як зоря.

5) переклад метафор, що здійснюється шляхом калькування, дослівного перекладу. Наприклад: *frozen assets* – заморожені активи, *ecological footprint* – екологічний слід.

6) спосіб антонімічного перекладу. Наприклад: *anti-spat filter* – фільтр спаму.

Отже, переклад метафор передбачає використання різних видів семантичних, граматичних, лексичних та стилістичних трансформацій для адекватної передачі образу. Метафора здатна поєднувати в собі абстрактне й конкретне, тобто логічні сутності різних порядків, і синтезувати такого роду відомості в нові концепти, може розглядатися як механізм, що приводить у дію і пізнавальні процеси, і емпіричний досвід, і культурне надбання колективу, і його мовну компетенцію, щоб відобразити у мовній формі почуттєво не сприймані об'єкти й унаочнити невидиму картину світу – створити його мовну картину, яка сприймається за рахунок вербально образних асоціацій тих слів і виразів, що її складають. Вона є важливим стилістичним тропом, який сприяє образності тексту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н.Д. Метафора і дискурс // Теорія метафори. – М., 1990. – 512 с.
2. Банин В.А. Особенности функционирования субстантивной метафоры в процессе коммуникации // Вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков. – Курск, 1996. – С. 137-142.
3. Бессарабова Н.Д. Метафора як мовне явище // Значення та смисл слова. М., 1987. – 158 с.
4. Глазунова О.И. Логика метафорических преобразований. – СПб., 2000. – 190 с.
5. Казакова Т.А. Практические основы перевода. – Издательство Союз, 2001. – 320 с.
6. Каплан А.Л. Актуальные вопросы теории и практики метафоры // Стилистика художественной речи: Сб. науч. трудов. – Л. Изд-во госуд. пед. института им. А.И. Герцена, 1986. – С. 54-73.
7. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: граматичні труднощі, лекс., термінолог. та жанрово-стиліст. проблеми. – Вінниця: Нова книга, 2002. – 564 с.
8. Backman G. Meaning of Metaphor. – Upsula, 1991. – 105 p.

Кобильник М.

Науковий керівник – доц. Олійник Т.С.

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

Політична діяльність відіграє важливу роль в житті суспільства. Від певної політичної позиції або ситуації залежить місце країни на міжнародній арені, її взаємини з іншими державами та роль в діяльності світової спільноти. Проте важливу роль у визначенні іміджу країни грає спосіб її презентації політичними лідерами даної держави.