

Ономастична метафора

Всеукраїнський конкурс на кращу студентську наукову роботу
2020/2021 навчального року

Тема роботи: «Ономастична метафора. Особливості трансляції в
економічному дискурсі»

Галузь: **«Переклад»**

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1	4
Ономастична метафора в економічному дискурсі: загальна характеристика	4
1.1. Класифікація ономастичної метафори в економічному дискурсі	4
1.1.1. Антропонімічна метафора	5
1.1.2. Топонімічна ономастична метафора	7
1.1.3. Ідеонімічна ономастична метафора.....	8
1.1.4. Поетонімічна ономастична метафора	9
1.2. Особливості функціонування ономастичної метафори в економічному дискурсі	10
1.2.1. Експресивна функція ОМ.....	10
1.2.2. Когнітивна та комунікативна функції ОМ	10
1.2.3. Ергономічна функція	11
1.2.4. Асоціативна функція.....	11
1.2.5. Номінативна функція	12
РОЗДІЛ 2	13
Переклад ономастичної метафори в економічному дискурсі	13
2.1. Особливості перекладу економічної антропонімічної метафори	13
2.2. Особливості трансляції ідеонімічної та поетонімічної метафори	14
2.3. Особливості трансляції топонімічної метафори.....	15
ВИСНОВКИ	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	18
ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	24
ДОДАТОК А	25
ДОДАТОК Б	27
ДОДАТОК В	30

РОЗДІЛ 1

Ономастична метафора в економічному дискурсі: загальна характеристика

Обґрунтування теоретичних засад перекладу економічної ономастичної метафори передбачає дослідження особливостей цього мовного феномену, що реалізуються у різножанрових текстах сучасного економічного дискурсу.

Станом на сьогодні проблема трансляції англомовної ономастичної метафори як одного з фундаментальних понять економічного дискурсу привертає увагу українських перекладознавців [59; 41; 49]. Перед перекладачами постає завдання адекватного відтворення культурного компоненту значення ономастичної метафори, для чого необхідно вичерпно схарактеризувати явище такої метафори з огляду на її загальні характеристики, класифікацію та особливості функціонування в економічному дискурсі.

1.1. Класифікація ономастичної метафори в економічному дискурсі

Класифікація ОМ безпосередньо пов'язана з розглядом метафори як мовно-культурного явища. Ономастика є розділом мовознавства, який вивчає власні імена та назви [42, с. 427]. Метафора та ономастична метафора являють собою троп, принцип утворення якого полягає у заміні прямого найменування предмета образним, тому метафора «дозволяє нам розуміти відносно абстрактне або не досить структуроване поняття в термінах більш конкретних або більш структурованих понять» [37, с. 46]. Механізм дії ономастичної метафори полягає у розширенні семантичного поля онімів за рахунок позитивної або негативної оцінної семантики, яка актуалізується у додаткових конотаціях.

Вичерпну характеристику поняття дискурсу наводить О. Селіванова [43, с. 119]. Дослідниця К. Лут вважає, що економічний дискурс є системою текстів, «поєднаних однією тематикою, які виникають у процесі комунікації в сфері економіки під впливом різноманітних факторів (екстралінгвістичних,

прагматичних, соціокультурних та ін.)» [26, с. 3]. Зазначені фактори обумовлюють фразеологізацію ономастичної метафори у вигляді фразеологічних сполук або так званих фразеотермінів, що органічно поєднують у собі емоційно-експресивне навантаження, багатозначність та термінологічність. «Фразеотерміни – це полілексемні чітко дефіновані лексичні одиниці ускладненої структури, які поєднують у собі категоріальні риси фразеологічної одиниці та терміна.» [57, с. 5].

Дослідник В. Чудінов підкреслює, що «суттєвим етапом дослідження ОМ є звернення до її структури: сфер-джерел та сфер-мішеней» [10, с. 70]. Сферою-джерелом ОМ виступають антропоніми, топоніми, сфери-мішені являють собою суб'єкти і об'єкти з царини економіки. В більшості ОМ сфера-джерело і сфера-мішень належать до одного семантичного поля. Такі семантичні поля дослідниця О. Шиленко називає семантичними просторами [58, с. 6]. Джерелом метафоризації фразеотермінів виступають семантичні простори, які умовно поділяються на просторово-часовий, медично-біологічний, антропологічний, зоонімічний, простір об'єктів-неістот та їхнього стану. Звідси логічно виокремити антропонімічну, топонімічну, ідеонімічну та поетонімічну ономастичну метафору.

Виникнення ОМ пов'язане з питанням асоціативності номінації, що в свою чергу дотичне до асоціативності, побудованій на схожості та \ або контрасті. Наприклад, асоціація за суміжністю в просторі (топонімічна ОМ), асоціація за суміжністю в часі (топонімічна і антропонімічна ОМ).

Отже, умовно визначаємо дві теорії економічного дискурсу як сфери реалізації ОМ. Згідно з першою, ЕД є системою просторів, одиницями яких є різнокласові ономастичні метафори, а друга визначає ЕД як систему текстів, у яких функціонують ОМ.

1.1.1. Антропонімічна метафора

АМ – власні імена людей, які викликають певні асоціації, тим самим пояснюючи зміст більш складного, незрозумілого поняття. Імена є основною антропонімічною одиницею. Менш частотним є вживання таких видів

антропонімів, як прізвища. Синтаксично імена або прізвища, що є сферою-джерелом антропонімічних метафор, виступають в ролі означення, як у фронтальній, так і у постпозиції. Актуалізація ознак реалізується в дискурсі за принципом імплікаційних зв'язків – вживання імені викликає у свідомості пов'язані з ним ознаки. Наприклад, «Ukraine's 'new Shevchenko' has big boots to fill» [63] – щодо прийдешніх змін у футбольному контексті з точки зору державного фінансування. Часто, антропонім пов'язаний з прізвищем широко відомого державного діяча. Наведемо приклади:

This longitudinal Rose Line is the traditional marker of *King Arthur's Isle of Avalon* and is considered the central pillar of Britain's sacred geometry [64, с. 383]

The Obama Era: Their Importance to the Black Community [63, с. 1]

У наведених прикладах метафоричне порівняння *of King Arthur's Isle of Avalon* та *Obama-era* – експресивна характеристика епохи Б. Обами, його правління, тобто джерелом творення цієї ОМ є прізвище політичного діяча, який задовольняє очікування, імена реально існуючих сьогодні або в минулому людей (не персонажів) актуалізується імплікаційний зв'язок з антропонімічним семантичним простором британської та американської культур, добачаємо позитивну оцінну семантику.

Подібний зв'язок в деяких складних випадках майже неможливо дослідити. Так наприклад, віднести економічні метафори *boycott* та *tariff* до ономастичних можна лише у випадку знання їхньої етимології: обидві закорінено у часовіддалені культурні прошарки Великої Британії. *Boycott* актуалізує сферу-джерело, пов'язану з агітацією земельної ліги в Ірландії проти капітана Бойкота у 1880 р., натомість *tariff* має за сферу-джерело історію британських торговельних зав'язків, оскільки йдеться про офіційно встановлений розмір оплати або оподаткування чогось – від імені арабського полководця Таріфа Бен Маліка, який у VIII ст. першим розробив реєстр розмірів плати судновласників (в тому числі й англійських торговців) за користування морськими шляхами в Середземному морі.

Таким чином, глибоке знання ономастичних метафор, сферою-джерелом яких виступають прецедентні імена [46, с. 129; 19, с. 202; 48], по-

перше, залежить від когнітивної бази перекладача як неносія вихідної мови [8, с. 16], по-друге, від його культурно-мовної компетенції, яка «уможливорює самоідентифікацію людини як представника певного етносу та носія відповідної культури, тобто визначає параметри етнічності й культурної ідентичності – усвідомлення людиною своєї належності до певної культури шляхом визнання її цінностей, норм, ідей, пріоритетів, смаків, традицій тощо, ототожнення себе з культурними зразками, що дає змогу орієнтуватися в певному соціокультурному середовищі, упорядковувати власне життя, передбачувати її наслідки, обирати той чи інший тип, манеру й форму спілкування» [1, с. 33; 45, с. 367].

1.1.2. Топонімічна ономастична метафора

Серед різних ОМ особливе місце посідає топонімічна ономастична метафора, сферою-джерелом яких є власні назви – географічні об'єкти. За В. Ніконовим, власне топонім визначається як «назва будь-якого географічного об'єкта» [32, с. 30], тобто є репрезентантом просторово-часового семантичного простору. Основні топоніми, що стають прецедентними іменами, формують ментальні коди, тобто виступають маркерами знакових історичних подій в колективній пам'яті народу. Наведемо приклад:

The melancholy gentleman in direful *Carey Street* [64].

ОМ *Carey Street* походить від назви лондонської вулиці, де, згідно з історичними даними, знаходився суд з питань банкрутства Великобританії, тому знаходження там означало крах, банкрутство та вселяло жах, що зберіглось у ментальній пам'яті носіїв англійської мови та знайшло свою реалізацію у негативній оцінній конотації вищезазначеної ОМ.

Окрім класифікації за часовим періодом, існує так звана граматична класифікація ономастичної метафори, сутність якої полягає у визначенні граматичної складової ОМ. Наведемо приклад:

Will Eastern Ukraine *turn into Northern Ireland*? [67].

На відміну від ономастичної метафори *Carey Street*, основою якої є номінативна частина мови, іменник, ОМ *to turn into Northern Ireland* має

дієслівний характер, оскільки побудована за допомогою інфінітива *to turn*. Вживання інфінітива вказує на зміну стану, тому ОМ належить до двох семантичних просторів, а саме просторово-часового та простору стану об'єктів-неістот.

Імплікаційний зв'язок в деяких складних випадках майже неможливо дослідити, якщо об'єм фонового знання перекладача не є достатнім. Так наприклад, віднести економічні метафори *money* та *lombard* до ономастичних можна лише у випадку знання їхньої етимології: обидві закорінено у часовіддалені культурні прошарки Великої Британії, оскільки *money* походить від топоніма римського храму-основоположника карбування грошових одиниць Juno Moneta, натомість *lombard* відноситься до певного історичного періоду, пов'язаного з вигнанням єврейської громади з терен середньовічної Європи. На зміну позикодавцям єврейського походження прийшли представники ломбардських банківських домів, звідси й назва установи – *ломбард* – яку розглядаємо в діахронічному аспекті як ономастичну економічну метафору.

Отже, попри менш частотні звернення до ТОМ через начебто прозору семантичну структуру й фіксацію відомих топонімів у різних референційних джерелах, цей різновид метафори відкриває широке поле для подальших досліджень як в царині ономастики та лінгвокультурології, так і в царині перекладознавства, де ТОМ розглядається крізь призму співвідношення майстерності перекладача й сили опору мовного матеріалу.

1.1.3. Ідеонімічна ономастична метафора

Увійшовши до терміносистем когнітивної лінгвістики, лінгвокраїнознавства та лінгвокультурології, поняття ідеонімічної ономастичної метафори (далі ІОМ) в свою чергу привернуло увагу й перекладознавців. Детермінуючись історичними, національними та соціальними чинниками, ІОМ кожної епохи знаходить своє втілення у текстах економічного дискурсу. Її дослідженню присвятили свої праці такі

науковці, як А. Суперанська, М. Цілина, М. Торчинський та багато інших [49, с. 88–103; 55, с. 97; 53, с. 216].

Вперше уявлення про ІОМ сформовано детально у працях Н. Подольської у 80-х роках ХХ століття [35, с. 61], а трохи пізніше дефініцію сформульовано дослідницею А. Суперанською, яка зазначає, що ІОМ – це власні імена, «які називають літературні та мистецькі твори, тобто об'єкти духовної культури, відмінною рисою денотатів яких постає образність, художність, ідеальність.» [50, с. 203]. Згодом Н. Подольська запропонувала диференціювати ІОМ, що позначають твори людської культури, вирізнивши 7 типів ідеонімічної ономастичної метафори: артіоніми, бібілоніми, геортоніми, гемероніми, хрононіми, поетоніми і документоніми.

В економічному дискурсі ІОМ не є продуктивним засобом, через тяжіння економічних терміносполучень до компресії: на відміну від економічних термінів-словосполучень, ІОМ широко розкриває зміст поняття.

1.1.4. Поетонімічна ономастична метафора

У широкому розумінні, поетонімічна ономастична метафора є результатом метафоризації поетонімів [12;16]. За А. Воробйовою, поетоніми - це «віртуальний компонент, інакше – можливий, альтернативний світ» художнього тексту [5, с. 124], а власне термін *поетонім* влучно запровадив дослідник В. Калінкін [15, с. 109]. До характерних рис поетонімічної ономастичної метафори відносимо динамічність змісту, нестійкість приналежності до ономастичної лексики, що яскраво оприявлюється, коли така метафора вживається у економічному дискурсі.

Наведемо приклад:

Robin Hoods on the contrary: engage milenials on an exchange and enrich on their data [63]

ПОМ *Robin Hoods on the contrary* є посиланням на героя однойменної книги, тобто використанням художнього персонажа альтернативного світу роману у економічному дискурсі з метою побудови прийому сарказму,

побудованого на розверненні вектора позитивної оцінної конотації у протилежний бік.

1.2. Особливості функціонування ономастичної метафори в економічному дискурсі

Дослідники ономастичної метафори зазначають велике функціональне навантаження ОМ, яке, на їхню думку, безпосередньо пов'язане з типом дискурсу [61; 27; 16; 49]. У даній роботі ми вирізняємо шість основних функцій ОМ в економічному дискурсі: когнітивну, комунікативну, номінативну, асоціативну, ергономічну, експресивну. Розглянемо ці функції докладніше.

1.2.1. Експресивна функція ОМ

Сфера економічної діяльності вимагає постійного аналізу, що невід'ємний від експресивних характеристик економічних явищ, емоційно-експресивне забарвлення яких часто носить індивідуально-авторський характер. Тож прагматика текстів у економічному дискурсі наразі розглядається перекладачами з огляду на сугестивність висловлювань, що містять ОМ, а також приймаються до уваги культурні, ціннісні і суб'єктивні орієнтири учасників комунікативної ситуації.

1.2.2. Когнітивна та комунікативна функції ОМ

В когнітивних та комунікативних процесах аналогія відіграє не меншу роль, ніж формалізовані процедури раціонального мислення. Сфера-джерело у когнітивній теорії метафори постає досвідом практичного життя людини у світі, знання в сфері-джерелі організовані у вигляді образів-схем, тобто «відносно простих когнітивних структур, які постійно реалізуються в процесі фізичної взаємодії людини з дійсністю» [60, с. 10]. Вищевикладене є підґрунтям успішної реалізації максим П. Грайса, коли представники різних лінгвокультур стають учасниками економічного дискурсу. Саме завдяки ОМ відбувається ефективна комунікація між представниками не тільки різних культур, а й субкультур, тобто питання ОМ постає дотичним до розуміння стратифікації [2, с. 692]. За П. Грайсом, принципи успішної комунікації

можна сформулювати як максими. Повною мірою реалізовується максима ясності як наслідок вживання ОМ на заміну складних для розуміння термінів, які порушують стратегію кооперації і призводять до комунікативного дисонансу [Grice].

1.2.3. Ергономічна функція

Відповідно до так званого закону мовної економії [31; 11, 44, с. 364], комунікація є більш успішною, в разі якщо вживаються лаконічні мовні форми, що відзначаються максимально глибоким смисловим наповненням. В економічному дискурсі засобом мовної економії виступає ОМ. Тому пропонуємо термінувати таку функціональну особливість ОМ ергономічною функцією ономастичної метафори. Наведемо приклади такого функціонального навантаження ОМ.

Ономастичні метафори *Mavrodi* або *Davos* спрацьовують як своєрідні тригери у підсвідомості комунікантів, оскільки пробуджують асоціативні зв'язки з образами, вже закріпленими у лінгвокультурі (відповідно, слов'янській та англomовній), актуалізують певну оцінну семантику, достатню для реалізації кооперативної стратегії (за П. Грайсом) та уникнення когнітивно-комунікативного дисонансу.

1.2.4. Асоціативна функція

Асоціативна теорія ономастичної метафори безпосередньо пов'язана із необхідністю пізнання невідомого та зусиллями на перетворення невідомого у зрозуміле. Знанням же є не реальний предмет, а поняття про нього, тому у випадку відсутності поняття мозок людини застосовує аналогію, намагаючись з'ясувати та описати невідоме шляхом перенесення ознак одного предмету на інший. Цей механізм світопізнання є відтворенням існування і реалізації ономастичної метафори в економічному дискурсі [60, с. 192-197]. За Дж. Лакоффом і М. Джонсоном, те, що ми сприймаємо за допомогою ономастичної метафори є «свого роду луною, яка поширюється по низці наслідків, пробуджуючи і поєднуючи наш досвід і слугує можливим орієнтиром для майбутнього» [23, с. 34].

1.2.5. Номінативна функція

В процесі утворення ономастичної метафори також нерідко беруть участь асоціативно образні засоби метафоричної номінації, пов'язаних із з'ясуванням співвідношення понятійних форм мислення та яким чином утворюються, закріплюються та розподіляються найменування за різними фрагментами найменування [52, с. 23]. Метафоричну номінацію відрізняє здатність водночас виражати комплекс асоційованих з образом символом предикативних характеристик, здатність до експлікації не тільки зовнішніх, але й внутрішніх характеристик та взаємодію між ними на основі системи аксіологічних цінностей, закріплених у свідомості носіїв мови. Метафорична номінація дає можливість не тільки висловити якості або властивості, які мають еквіваленти в нейтральних мовних структурах, але й значення, що не піддається точній мовній експлікації при вживанні нейтральної лексики. [20, с. 87; 25; 29; 13].

РОЗДІЛ 2

Переклад ономастичної метафори в економічному дискурсі

Процес перекладу ОМ в різножанрових текстах економічного дискурсу починаємо з визначення типології тексту оригіналу за К. Райс [38, с. 211]. ТО-1 [64] як тип тексту перекладу орієнтований на предметний зміст та репрезентацію із нерозривною єдністю форми і змісту, при цьому форма підпорядковується змісту, індивідуальним стилем. ТО-1 як тип тексту перекладу є прагматичним спеціальним текстом. Тому переклад ТО-1 здійснюється нами з урахуванням його стилістичної домінанти – ономастичної економічної метафори. ТО-2 [4] є художнім текстом жанру юридичного детективу [28], ТО-3 [63] є публіцистичним текстом, який висвітлює питання галузі економіки, ТО-4 [68] є порталом новин економічного та політичного характеру.

2.1. Особливості перекладу економічної антропонімічної метафори

В аналізованих ТО [64; 4; 63; 68] спостерігається певна частотність у використанні АОМ: 12 одиниць. На нашу думку, подібна продуктивність застосування АОМ пояснюється прагматикою ТО, про яку нам ішлося вище. У ТО-1 й ТО-2 нейтральну оцінку семантику має більшість виокремлених ОМ (6 одиниць), натомість кількість ОМ з позитивною \ негативною оцінкою семантикою співпадає (відповідно, по 3 одиниці). В процесі трансляції оцінна семантика ОМ набуває певних змін. У ТП-1 й ТП-2 спостерігаємо ОМ з нейтральною оцінкою семантикою – 5 одиниць, ОМ з негативною оцінкою семантикою – 4 одиниці, ОМ з позитивною оцінкою семантикою – 3 одиниці. Звідси постає висновок щодо типу оцінної семантики ОМ, який найбільше піддається змінам: позитивна семантика зберігається в ста процентах випадків. Така особливість пояснюється низьким експресивно-емоційним забарвленням метафоричних термінів в українськомовних текстах економічного дискурсу [30; 17]. Звідси – продуктивність стратегії демегафоризації при перекладанні досліджуваних ТО-1 й ТО-2.

Аналізуючи способи відтворення економічної ОМ в процесі трансляції, зазначаємо домінування деме́тафоризації (8 випадків) порівняно із реметафоризацією (4 випадки). Подібна тенденція пояснюється специфікою смислового наповнення АОМ вихідного тексту, яке часто неможливо відтворити зі збереженням образного компоненту значення. Прийом конкретизації постає продуктивним засобом відтворення економічної ОМ (7 випадків). Розповсюдженість прийому конкретизації при перекладі з англійської мови українською пояснюється необхідністю звуження смислового об'єму ОМ у випадку відсутності прямого відповідника в українській мові [9; 39; 18]. Наведемо приклади.

One way is through the development of pressure groups, such as *Friends of the Earth* or local community action groups [64, с. 318].

Одним із способів є утворення впливових груп населення, прикладами яких постають зоозахисники та локальні мешканці із активною соціальною позицією.

Приклад унаочнює причину відсутності прямого відповідника в цільовій мові – АОМ *Friends of the Earth* закорінено в сучасну лінгвокультуру Великої Британії.

Прийом конкретизації супроводжується дотриманням правил так званого семантичного узгодження в ТП [34, с. 99–100].

Як було виявлено в процесі аналізу, генералізація постає непродуктивним способом перекладу антропонімічної ономастичної метафори. Причина такого явища пов'язана з особливостями англійської лексики, яка має більш абстрактний характер, ніж українська.

2.2. Особливості трансляції ідеонімічної та поетонімічної метафори

В аналізованих ТО [4; 64; 63; 68] спостерігається певна частотність у використанні ІОМ (1 одиниця) та ПОМ (0 одиниць). На нашу думку, подібна продуктивність застосування ІОМ та ПОМ пояснюється прагматикою ТО, про яку нам ішлося вище. В економічному тексті жанру наукової монографії ідеонімічна ОМ ілюструє думку дослідниці Н. Лазебної щодо

фразеологізації термінів, обумовленої зсувом пріоритетів виникнення інноваційної термінолексики сучасного економічного середовища від відображення феноменів актуальної дійсності до економічної, «що зумовлює необхідність визначення образного компонента в сучасному англomовному текстовому просторі, чим і пояснюється нове співвідношення категорії образності із термінами, а саме подання цієї категорії як інтегративного елемента англomовного текстового простору» [22, с. 1]. Натомість непродуктивність ІОМ в художньому тексті жанру юридичного детективу свідчить про «бурхливий розвиток сучасної англomовної терміносистеми та глибокого аналізу зазначеного фразеологічного шару англійської мови» [23, с. 1–2]. Наведемо приклад:

But if rules are not embedded in culture, how can they *be made to stick*? [64, с. 319]

Але яким чином правила можуть стати *загальнопоширеними і прийнятими*, якщо вони семантично не пов'язані з культурою ?

Наведене речення містить алюзивну ідеонімічну ономастичну метафору «*Be made to stick*», що є назвою англomовної книги за авторства Chip & Dan Heath. Образ є семантично непрозорим, оскільки встановити наявність алюзії та простежити інтертекстуальні зв'язки можна лише у випадку наявності глибоких фонових знань. Використано смисловий розвиток, переклад потребує ознайомлення із контекстом – змістом книги, або слоганом книги, яким є «*Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die?*», що вказує на напрям думки, а саме успішність певних ідей. Сфераджерело не змінюється, в ТО й ТП вона належить до простору об'єктів неістот.

2.3. Особливості трансляції топонімічної метафори

В аналізованих ТО [64; 66; 63; 68] спостерігається певна частотність у використанні ТОМ: 6 одиниць. Подібна продуктивність застосування зумовлена особливостями історичної складової вихідної та сприймаючої лінгвокультур. Негативну оцінку семантику має більшість виокремлених в

оригіналі ОМ (4 одиниці), натомість кількість ОМ з нейтральною оцінною семантикою вдвічі менша (2 одиниці). В процесі трансляції оцінна семантика ТОМ не змінюється. Звідси постає висновок щодо типу оцінної семантики ОМ, який найбільше піддається змінам: нейтральна і негативна оцінна семантика зберігається в ста процентах випадків. Домінація негативної оцінної семантики ТОМ існує через поширеність топонімічних асоціації з жахливими (війни, банкрутство тощо) подіями у підсвідомості людини. Наведемо приклади:

The melancholy gentleman in direful *Carey Street*. [66].

Цей понурий джентльмен *банкрут*.

У ТО та ТП яскраво виражена негативна оцінна семантика ОМ, шляхом метафоризації якої слугує топонімічний семантичний простір. Переклад здійснено застосуванням деметафоризації на конкретизацію з метою точного відтворення ОМ без втрати негативної оцінної семантики.

ВИСНОВКИ

Отже, виділення і ідентифікація предметів, згідно з нашим дослідженням, є основною функцією онімів у мові. Відповідно до проаналізованих ТО, оніми постали продуктивним джерелом метафор, які активно реалізовані в економічному дискурсі в різножанрових текстах та наразі вважаються ознакою ідіостилю багатьох відомих суспільних діячів на політико-економічній арені.

Хоча особливості та специфіка перекладу ОМ стали темою наукових розвідок багатьох українських вчених, як то В. Чудінов, О. Селіванова, А. Суперанська тощо, проте ми запропонували стратегії перекладу такої метафори в англо-українському напрямку.

У нашому дослідженні проаналізовано специфіку трансляції ономастичної метафори в економічному дискурсі (англо-український напрямок). Для досягнення поставленої мети, ми розв'язали певні завдання, а саме визначили специфіку явища ономастичної метафори в економічному дискурсі, класифікували ономастичну метафору в економічному дискурсі, розглянули особливості функціонування ономастичної метафори, визначили особливості трансляції ономастичної метафори в економічному дискурсі. Таким чином, теоретична цінність даної роботи визначається комплексним та узагальненим визначенням особливостей трансляції ономастичної метафори (англо-український напрямок), натомість практичне значення дослідження полягає у можливості використання матеріалів та результатів дослідження у лекційних курсах, у перекладацькій діяльності та підготовці перекладачів, на практиці при роботі, аналізі та перекладі текстів економічного дискурсу.

З вищевикладеного постають тези:

- Джерелом метафоризації ОМ слугують ономастичної семантичні простори.
- Власне ономастична метафора поділяється на чотири основних класи, продуктивність кожного зумовлено специфікою текстів економічного дискурсу.
- Ономастична метафора має п'ять найважливіших функцій, кожна з яких реалізується повною мірою при використанні ОМ в межах економічного дискурсу.
- При відтворенні ОМ (англійсько-український напрямок) найбільш продуктивним прийомом є деметафоризація з метою уникнення амбівалентності у тексті перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білоус І. А. Особливості ономастичної метафори в німецькомовному публіцистичному дискурсі : дис. ... докт. філол. наук : 10. 02. 16. Чернівці, 2013. – 133 с.
2. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання / О. Д. Бойко. – Навчальний посібник – Київ : Академвидав, 2010. 432 с.
3. Бондарчук Л. Метафорична номінація загальноекономічної фахової лексики англійської мови : автореф. дис. ... канд. філол. Наук : Львів, 2008. 172 с.
4. Браун Д. Код да Вінчі / Д. Браун – США : Doubleday Group, 2003. 383 с.
5. Воробйова Г. Ю. Вплив політичних метафор на прийняття політичних рішень / Г. Ю. Воробйова // Гілея: науковий вісник : збірник наукових праць гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ПП «Видавництво «Гілея». – Вип. 114 (№11). – С. 292–294.
6. Воякіна О. Ю. Ономастическая метафора в экономическом дискурсе. [Текст] : автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Москва, 2011. - 24 с.
7. Воякіна О. Ю. Ономастическая метафора как одна из составляющих экономического лексикона: автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Москва, 2011. - 24 с.
8. Голубенко Н. І. Відтворення англомовних репрезентацій концептосфери американського півдня в українському художньому перекладі (на матеріалі американських романів ХІХ – ХХ ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16 "Перекладознавство". Київ, 2016. 219 с.
9. Голубовская И. А. Антропологическая парадигма в современном языкознании : основные теоретические постулаты и модули лингвистического исследования / И. А. Голубовская – Studia Linguistica. Київ, 2009. Вип. 2. С. 110–122.

10. Гюттингер Ф. Разговор цитат Ф. Гюттингер // Мастерство перевода. – Москва : Советский писатель, 1970. С. 477–486.
11. Донец П. Н. Лингвокультурные контрасты и переводческие трансформации // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. Х., 2017. Вип. 85. С. 6–10.
12. Дьяконова Н. А. Функциональные доминанты текста как фактор выбора стратегии перевода : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 "Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание". Москва, 2004. 185 с.
13. Казимір І. С. Ептоніми В. Шекспіра: структурний та функціональний аспекти : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: 10.02.04 – Германські мови. – Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича. – Чернівці, 2017. – 31 с.
14. Калинин В. М. Поэтика онима / В. М. Калинин – Донецк: Юго-Восток, 1999. 409 с.
15. Калинин В. М. Теоретичні основи поетичної ономастики: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.02 / Київ. нац. ім. Тараса Шевченка. Київ, 2000. 465 с.
16. Карпенко С. Р. Метафора потока и социальная успешность в концепции М. Чиксентмихайи / С. Р. Карпенко // Гілея: науковий вісник. - 2016. - Вип. 111. - С. 254-257.
17. Кисель О. В. Коннотативные аспекты семантики личных имен : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2009. – 183 с
18. Коваль О. В. Мовностилістичні особливості використання метафори. Наукова думка. 1970. 53 с.

19. Ковлакас Е. Ф. Особенности формирования топонимической картины мира: лексико-прагматический и этнокультурные аспекты : автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Краснодар, 2009. – 51 с.
20. Кузнецова М. В. Функции и формы антропонимов в различных микро- и макросоциальных полях : автореф. дис. ... канд. филол. наук.– М., 2012. – 22 с.
21. Лазебна Н. В. Структурно-семантичні і функціональні особливості комп'ютерної термінологічної лексики з образним компонентом в сучасній англійській мові : автореф. дис. філол. наук: 10.02.04 / Наталія Валеріївна Лазебна. – Запоріжжя, 2013. – 20 с.
22. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Дж. Лакофф, М. Джонсон. – Белгород : Едиториал УРСС, 2004. – 254 с.
23. Ларионова М. Ч. Имя собственное или «имя культуры»? / М. Ч. Ларионова // Речевая деятельность. Текст. – Таганрог : Foundation, 2002. – С. 125–127.
24. Левина Э. М. Ономастическое пространство в художественной речи // Э. М. Левина. – Белгород : БелГУ , 2003. – 88 с.
25. Лут К. А. ЖАНРОВА ТИПОЛОГІЯ АНГЛОМОВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ : автореф. дис. філол. наук: 10.02.04 / Катерина Анатоліївна Лут. – Запоріжжя, 2012. 19 с.
26. Мжельская О. К. Семантическая специализация и концептуализация заимствований : на материале ономастических компонентов библейской фразеологии : диссертация ... кандидата филологических наук.- Омск, 2008. 151 с.
27. Меркулова Н.В. Французская эстетическая ономастика и ее функции в художественном тексте и интертексте: автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.филол.н. - Воронеж: 2005. - 26 с.

28. Муравлева Н. В. Имя собственное в концептосфере лингвострановедческого словаря Н. В. Муравлева // Актуальные проблемы современной лексикологии и фразеологии: сб. науч. тр. к 100-летию проф. И.И. Чернышевой / отв. ред. Г.М. Фадеева. – М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – С. 227-242.
29. Мурясов Р.З. Антропонимы в словообразовательной системе языка / Р. З. Мурясов – Уфа : Башкирский ун-т, 1982. 120 с.
30. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. [Текст] : монография / Е.А. Нахимова ; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2007. – 207 с.
31. Поветьева Е. В. Прецедентное имя как феномен интертекстуальности в англоязычном художественном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014.
32. Петренко В. Ф. Базовые метафоры психологических теорий // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология - 2013. - №1 - с. 4-23.
33. Пименова М. В. Языковая картина мира : [учеб. пособие]. М. : ФЛИНТА, 2014. 108 с.
34. Півуєва, Ю.В. Посібник по теорії перекладу / Ю. В. Півуєва – [Навчальний посібник]. Москва : Филоматис, 2004. 99-100 с.
35. Подольська Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольська – Москва : Наука, 1978. 356 с.
36. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика // З. Д. Попова, И. А. Стернин – Москва : АСТ : "Восток-Запад", 2007. 226 с.
37. Радченко О. А. Концептуальна метафора в англomовній терміносистемі маркетингу: процедура аналізу корелятивного домену / О. А. Радченко – Москва : Наука, 2003. 46 с.

38. Райс К. Типологія текстів релевантна для перекладу. / К. Райс – Москва : Международные Отношения, 1978. 209-211 с.
39. Рецкер Я. И. Учебное пособие по переводу с английского языка на русский / Я. И. Рецкер – Москва : Просвещение, 1982. 159 с.
40. Рослицька М. В. Прецедентне ім'я в політичному дискурсі: формально-семантичні ознаки і соціопрагматичний потенціал (на матеріалі промов президентів України, Польщі та Франції кін. ХХ–поч. ХХІ ст.) : квал. наук. праця на правах рукопису. Львів, 2018. 41 – 49 с.
41. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О.О. Селіванова – Полтава : Довкілля-К, 2008. 129 – 427 с.
42. Смольников С. Н. Актуальная и потенциальная русская антропонимия / С. Н. Смольников // Вопросы ономастики. № 2. – Екатеринбург : РС, 2005. С. 23 – 35.
43. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская – Москва : Наука, 1973. 366 с.
44. Суперанская А. В. и др. Теория и методика ономастических исследований / А. В. Суперанская, В. Э. Сталтмане, Н. В. Подольская, А. Х. Султанов. Изд. 2-е. — М.: ЛКИ, 2007. — 256 с.
45. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская – Изд.2. – Москва : Editorial URSS, 2007. – 368 с.
46. Уляшева О. Я. Значение определенности – неопределенности у имен собственных в системе языка и в речи // Функционально-семантический аспект единиц русского языка. Таганрог, 2001. С. 65–69.
47. Телія В. Н. Метафора у мові та тексті / В. Н. Телія – Москва: Наука, 1988. 176 с.
48. Торчинський М. М. Структура онімного простору // Київський нац. Університет імені Шевченко. 2008. 23-26 с.

49. Флейшер Е. А. Основы прецедентности имени собственного : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Флейшер ; Санкт.Петербургский гос. ун-т. Санкт.Петербург, 2014. 20
50. Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира. / Т. В. Цивьян – Москва : Наука, 1990. 207 с.
51. Шапошник О. М. Жанрово-стилістична та ідіостилістична специфіка перекладу фентезі (на матеріалі англomовних текстів сучасної дитячої літератури та їх українських перекладів) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16 "Перекладознавство". Херсон, 2014. 215 с.
52. Шиленко О. А. Фразеологізація та метафоризація в терміносистемах : відмінності та подібності / О. А. Шиленко // Українська термінологія і сучасність. – 2007. – С. 307–310.
53. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : УГПУ, 2001 – 238 с.
54. Шерстюкова Е. В. Парадигматическая и синтагматическая апелляция имён собственных (на материале немецкого языка) : Автореф. дис... канд. филол. наук. – Белгород: 2002. – 20 с.
55. Шпар Т. В. Прозвищные антропонимические номинации в социолингвистическом аспекте: (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2012. – 21 с.
56. Allen S. The Obama Era: Their Importance to the Black Community. URL : https://www-s3-live.kent.edu/s3fs-root/s3fs-public/file/The_Obama_Era.pdf
57. Brown D. The Da Vinci Code. : [A Novel]. New York : Delacorte Press, 2004. 363 p.
58. Grice P. Studies in the Way of Words. Monography. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

59. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago; London : The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
60. Munday J. *Introducing Translation Studies. Theories and applications.* London : Routledge Taylor & Francis Group, 2001. 221 p.
61. Mykolyshena T. Specifics of translating charactonyms in R. Dahl's fairy-tales // міжнар. наук.-практ. конф. "Współczesna filologia : aktualne kwestie i perspektywy badawcze", October 20–21, 2017. P. 166–168.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

62. Metonymy in modern business communication. URL <https://www.gramota.net/materials/2/2017/3-3/43.html>
63. News and Events. URL : <https://www.newsru.com>.
64. Sloman J. *ECONOMICS*. 9th Edition. John Sloman, University of Bristol. Dean Garratt, Aston Business School. Prof Alison Wride, University of Exeter. 318 – 320 p.
65. SPORTS NEWS MAY 24, 2016. URL : <https://www.reuters.com/article/soccer-euro-ukraine-yarmolenko-idINKCN0YF0CC>
66. The Saturday Review from 1922. URL : <https://carefulcleanatl.com/wp-content/ljp-party-prx/37a04d-street-meaning-slang>
67. The Washington Post Democracy Dies in Darkness. URL : <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/07/26/will-eastern-ukraine-turn-into-northern-ireland>
68. World Press. July 26, 2014. URL : <https://wordpress.com>.

ДОДАТОК А

ТЕКСТ-ДЖЕРЕЈО

Making the best use of common resources

In *Governing the Commons*, which was published in 1990, Elinor Ostrom of Indiana University described the rules needed to keep a commons going. She showed that there are almost always elaborate conventions over who can use resources and when.

What you take out of a commons has to be proportional to what you put in. Usage has to be compatible with the commons' underlying health (i.e., you cannot just keep grazing your animals regardless). Everyone has to have some say in the rules. And people usually pay more attention to monitoring abuses and to conflict resolution than to sanctions and punishment. Sometimes the rules of behaviour can be deeply embedded in culture. Thus indigenous peoples operating on marginal lands, such as the Aborigines in Australia or the San in the Kalahari, have a culture that respects common resources and puts sustainability at the heart of its philosophy.

Land is fundamental to the wellbeing of Aboriginal people. The land is not just soil or rocks or minerals, but a whole environment that sustains and is sustained by people and culture. For Indigenous Australians, the land is the core of all spirituality and this relationship and the spirit of 'country' is central to the issues that are important to Indigenous people today.

But if rules are not embedded in culture, how can they be made to stick? One way is through the development of pressure groups, such as Friends of the Earth or local community action groups. Mrs Ostrom suggests the so-called 'miracle of the Rhine' – the clean-up of Europe's busiest waterway – should be seen as an example of successful commons management because it was not until local pressure groups, city and regional governments and nongovernmental

organisations got involved that polluters were willing to recognise the costs they were imposing on others, and cut emissions. An inter-governmental body (the International Commission for the Protection of the Rhine) did not have the same effect.

Is there any way in which people's behaviour towards the global commons can be changed so as to reduce the problem of climate change?

To avoid the tragedy of the commons, one solution is to change the status of such resources. There are two obvious ways of doing this. The first is for the government or an inter-governmental agency either to take over the resources or to regulate their use. Thus a national or local government could pass laws preventing people from tipping waste onto common land or into rivers. Alternatively, groups of governments could act collectively to regulate activities. An example here is the EU's common fisheries policy or international agreements to ban whaling.

The second is to privatise such resources. Common land could be sold or given to private landowners. Such land would then have the property of excludability.

This solution clearly raises questions of fairness. How should the land be divided up? If it is sold, how should the previous users of the resource be compensated – if at all?

In the 'enclosure movement' in Britain in the eighteenth and nineteenth centuries, common lands were often acquired by wealthy aristocracy and hedges put around them. Poor peasants, who had previously used the land, either had to rent it from the landlords or left the land and were forced to take low-paid work

in the cities. But is there any way for resources to stay as common resources without them being overexploited? After all, economic theory would seem to suggest that the overexploitation of such resources is inevitable: that

common ownership will end in tragedy.

Social attitudes towards common resources

In practice, many common resources are used sustainably without government regulation. When economists began to look at how systems of commonly managed resources actually worked, they found to their surprise that they often worked quite

well. Swiss Alpine pastures; Japanese forests; irrigation systems in Spain and the Philippines. All these were examples of commons that lasted for decades. Some irrigation networks held in common were more efficiently run than the public and private systems that worked alongside them. Though there were failures, too, it seemed as if good management could stave off the tragedy.

The crucial factor here is whether a sense of individual responsibility can be engendered and whether some mechanism can be found for the users to act collectively to manage the resources – a form of quasi-government.

Also there has to be some agreement about what is a fair use of such resources and, in many cases, rules will have to be developed.

ДОДАТОК Б

ПЕРЕКЛАД

Еліно́р Остро́м у своїй книзі «Керування громадою» (1990, видавництво університету Індіани), описала правила існування громади.

Вона показала, що майже завжди правила споживання ресурсів є надскладними.

Кожен член громади отримує від неї пропорційно до вкладу. Витрати мають бути близькими до середнього показника (наприклад, неможливо вирощувати тварин безкоштовно). Кожен має бажання додати щось у існуючі закони. Зазвичай, люди приділяють більше уваги заборонам та вирішенню конфліктів, ніж до санкцій та покарань. Іноді правила існування започатковані глибоко у культурній складовій та підсвідомості громади. Таким чином, корінні народи мешкають на землях, обробка яких майже не приносить прибутків. Прикладами є австралійські аборигени та бушмени, культура яких передбачає поважне ставлення до звичайних ресурсів, і самодостатній розвиток, який лежить в основі їхньої філософії.

Тобто країна, земля, є запорукою благополуччя аборигенів. Земля – це не лише ґрунт або горні мінерали, а ціле середовище, яке існує та забезпечує існування людини та культури. Для корінних Австралійців земля є духовим ядром, та ставлення людей і дух країни є першочерговим питанням та метою нинішніх аборигенів.

Але яким чином правила можуть стати загальнопоширеними і прийнятими, якщо вони семантично не пов'язані з культурою? По-перше, утворення впливових груп населення, таких як зооохисники та локальні мешканці із активною соціальною позицією. Місіс Остром пропонує так зване «диво на Рейні», маючи на увазі очистку популярного європейського шляху водної комунікації, розглядати як приклад успішного керівництва громадою, тому що як тільки були залучені впливові групи, місцеві, регіональні органи керівництва, громадські організації, забруднювачі хотіли дізнатись вартість свого впливу та зменшити забруднення. Міжурядовий орган (Міжнародна комісія питань захисту Рейну) не досягла такого результату.

«Чи можливо змінити напрям розвитку громади на світовому рівні аби протистояти проблемі кліматичних змін?»

Змінити статус подібних ресурсів постає вірним рішенням аби запобігти трагедії громад. Наразі, є лише два способи досягнення вищезазначеної мети. Перший полягає у повному контролі споживання ресурсів з боку урядової та міжурядової влади. Таким чином державне або місцеве керівництво може запровадити закони з метою застереження населення щодо введення санкцій за скидання відходів у громадської землі або джерел водопостачання. Іншим шляхом є об'єднання керівничих груп з метою колективного контролю діяльності. Прикладом є спільна рибна політика Європейського Союзу або інтернаціональний договір щодо заборони полювання на китів. Державна земля може продаватись або віддаватись у володіння приватного власника. Така земля стає особистою власністю. Справедливість такого рішення є досить сумнівною. Який розподіл буде справедливим? У випадку продажу землі, яку компенсацію отримує колишній власник і споживач зазначеного ресурсу?

Рух приватизації землі у Британії вісімнадцятого-дев'ятнадцятого століть, земля громади часто огороджувалась, тобто була власністю заможних аристократів. Бідні селяни, яким належала земля до цього, мали орендувати її у нових власників або залишити і відправитись у місто в статусі чорноробочих. Але чи існує шлях залишити ресурси власністю громади і запобігти надмірного вживання? Економічна теорія наполягає на неминучості надмірного вживання ресурсів у випадку перебування їх у володінні громади.

Соціальні позиції стосовно ресурсів громади (РГ)

Як показує практика, більшість РГ використовуються раціонально без керівництва з боку влади. Коли економісти почали спостерігати як функціонує громадська система, вони, на свій подив, визнали, що вона працює доволі непогано. Швейцарське Альпійське підгір'я; Японські ліси; системи поливу в Іспанії та Філіппінах. Все це є прикладами громад, які

проіснували десятиріччями. Деякі поливні мережі, існуючі в громаді, були навіть більш ефективними ніж громадські та приватні системи, з якими вони працювали разом. Однак були й невдачі, також, і здавалось, що вправне керівництво не допустило би момент провалу.

Ключовим фактором, наразі, є сутність особистої відповідальності, яка може зароджена, та будь якого принципу, який може призвести до колективного використання ресурсів – форма квазі-влади. Також, можуть існувати певні домовленості з приводу чесного використання таких ресурсів, та, в багатьох випадках, розробкою правил.

ДОДАТОК В ТАБЛИЦЯ ОНОМАСТИЧНИХ МЕТАФОР

Ономастичні метафори в економічному дискурсі		Спосіб перекладу
Northern Hong Kong	Вільна економічна зона з особливим режимом.	Деметафоризація
Maidan	Державний переворот.	Деметафоризація
Ukraine turn into Nothern	Україна перетворюється на другу	Словниковий відповідник

Ireland	Північну Ірландію.	
Ivan Susanin	Микита Галаган.	Реметафоризація
Boycott	Мовчазний протест	Деметафоризація
Tariff	Податок.	Деметафоризація, словниковий відповідник
Money	Гроші.	Деметафоризація
Lombard	Ломбард	Транслітерація
The cold turkey strategy	Політика рішучих змін.	Деметафоризація
The so- called small menu	Метод малих затрат.	Деметафоризація
Obama-era	Епоха Обама.	Реметафоризація
Carey Street	1)Потенціальне банкрутство. 2) Доля Кері Стріт	1) Деметафоризація 2) Словниковий відповідник
Threshold Concept	Знання порогових значень.	Деметафоризація
Gini coefficient	Індекс Джині.	Реметафоризація, словниковий відповідник, транслітерація
Laissez-faire	Економічна теорія невтручання.	Деметафоризація
The Pareto optimality	Оптимум Парето	Деметафоризація
The free- rider problem	1) Неплатник и податків. 2) «Паразити» державного масштабу	1) Деметафоризація 2) Заміна терміну розповсюдженим аналогом іншої мови, реметафоризація

Iron Chancellor	Отто фон Бісмарк	Деметафоризація
The Coase theorem	1) Економічна теорема стосовно прав власності 2) Теорема Коазе	1) Деметафоризація, описовий переклад 2) Транслітерація
Code da Vinci	Код да Вінчі	Реметафоризація
New Shevchenko	Новий лідер	Деметафоризація
Sir Isaac Newton	Геніальний винахідник	Деметафоризація
HOLMES	Home Office Large Major Enquiry System	Деметафоризація
Michelangelo	Віртуоз	Деметафоризація
Leonardo da Vinci	«Універсальна людина»	Реметафоризація