УДК 811.111’373.7:811.161.2’25:33
Хавкіна О.М.[1], Чайка-Лобачова Т.В.[2]
[1] доц. НУ «Запорізька політехніка»
[2] студ. гр. ГФз-315м НУ «Запорізька політехніка»

МЕТАФОРИЧНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНГЛОМОВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

О.М. Хавкіна, Т.В. Чайка-Лобачова

Сучасний економічний дискурс характеризується високим рівнем метафоризації, що зумовлено абстрактністю економічних понять і необхідністю їх концептуалізації через більш конкретні сфери досвіду. Метафора – вид тропа, що побудований на основі вживання слів або виразів у переносному значенні за подібністю, аналогією тощо і служить одним із засобів посилення образності й виразності мови [1, с. 128].

Матеріалом дослідження слугує глосарій із 120 англомовних фразеологізмів економічного дискурсу, який демонструє системність метафоричних моделей і їх високу частотність у професійній комунікації.

У структурному плані метафоричні фразеологізми англомовного економічного дискурсу репрезентовані переважно словосполученнями типу Adj+N (***bear market, black market***), N+N (***price war, market share***) та дієслівними конструкціями V+O (***break even, weather the storm***).

Крім того, зафіксовано значну частку розгорнутих ідіоматичних одиниць із складною синтаксичною організацією (***tighten one’s belt, climb the corporate ladder, keep one’s head above water***), що свідчить про різнорівневу структурну репрезентацію метафор у межах економічного дискурсу.

У семантичному плані досліджувані одиниці можна класифікувати за джерельними доменами. Найпродуктивнішими є такі концептуальні моделі, де економіка сприймається як: 1) живий організм (***the market is recovering, economic growth***); 2) рух / подорож (***on the decline, climb the ladder, go under***); 3) війна / боротьба (***price war, fight tooth and nail***); 4) механізм (***engine of growth, run the system***). Подібна типологія підтверджується результатами сучасних досліджень, де зазначається, що найчастотнішими джерельними сферами є «journey, living organism, sport, and building» [3].

Особливістю економічних фразеологізмів є їхня часткова десемантизація та конвенціоналізація. Деякі одиниці функціонують як так звані «мертві метафори», однак навіть вони зберігають когнітивний потенціал, залишаються «активними метафорично» та впливають на дискурс.

З перекладознавчого погляду, метафоричні фразеологізми становлять значну складність. Це пов’язано з їхньою культурною маркованістю та образністю. Водночас їх переклад вимагає врахування не лише семантики, а й прагматичного ефекту.

Аналіз корпусу дозволив виокремити основні стратегії перекладу:

1) еквівалентний переклад, що передбачає використання усталеного відповідника в мові перекладу (***black market*** – *чорний ринок;* ***bear market*** – *ведмежий ринок;* ***price war*** – *цінова війна*);

2) описовий переклад, який полягає у передачі значення фразеологізму через розгорнуте пояснення без збереження образної форми (***cash cow*** – *стабільне джерело доходу;* ***golden parachute*** – *велика компенсація при звільненні;* ***dead cat bounce*** – *короткочасне підвищення після падіння*);

3) калькування, тобто буквальне відтворення структури та внутрішньої форми іншомовної одиниці (***climb the corporate ladder*** – *підніматися корпоративною драбиною;* ***market share*** - *частка ринку;* ***economic downturn*** – *економічний спад*);

4) адаптація, що передбачає заміну образу на функціонально близький і природний для мови перекладу (***tighten one's belt*** - *затягнути паски;* ***fight tooth and nail*** - *боротися до останнього;* ***keep one's head above water*** – *триматися на плаву*);

5) деметафоризація, яка полягає у частковій або повній втраті образності з передачею лише концептуального змісту (***throw money down the drain*** – *марно витрачати гроші;* ***weather the storm*** - *витримати кризу;* ***go under*** – *збанкрутувати;* ***break even*** - *вийти на нульовий прибуток*).

Економічні метафори, на відміну від художніх, часто мають усталений характер, що полегшує їх переклад. Водночас дослідники наголошують, що «переклад метафори є процесом трансформації, який створює нове значення» [2, с. 152], що особливо актуально у міжмовній комунікації.

Отже, метафоричні фразеологізми є важливою складовою англомовного економічного дискурсу, виконуючи як когнітивну, так і комунікативну функції. Їх структурно-семантична організація відображає універсальні моделі концептуалізації економічної реальності, тоді як переклад вимагає комплексного підходу, що поєднує лінгвістичні та культурні чинники.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Голянич М. І., Стефурак Р. І., Бабій І. О. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія. Івано-Франківськ : Сімик, 2011. 272 с.

2. Dobrota C. Aspects of Metaphor in Economic Discourse. Galați : Europlus, 2017. 202 p.

3. Zeng W. H., Burgers C., Ahrens K. Framing Metaphor Use over Time: 'Free Economy' Metaphors in Hong Kong Political Discourse (1997–2017). *Lingua*. 2021. March. Vol. 252. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/ abs/pii/S0024384120301637 (date of access: 29.03.2026).