

конкретний, лінгвістичний текстовий аналіз вживання мови в соціальній взаємодії, а дискурсивна психологія сконцентрована на риторичному використанні мови.

На наш погляд, інтерес до даної проблематики буде зростати, продовжатимуться дослідження окремих видів дискурсів, потім буде проводитися порівняльний аналіз різних видів дискурсу в окремих та різноструктурних мовах, а надалі можливий розвиток і дискурсивної типології.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ “Академія”, 2004. – 344 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник / М. П. Кочерган. – К. : ВЦ. “Академія”, 1999. – 288 с.
3. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, Изд-во Вовчок О. Ю., 2004. – 336 с.
4. Серажим Е. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти : автореф. д-ра філол. наук : 10.01.08 / Е. С. Серажим. – К., 2003. – 32 с.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОР У ПРОФЕСІЙНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Ципіна Діана (м.Харків, Україна)

Сучасну професійну мову фахівців економічного профілю можна визначити як прагматично-утилітарну, яка, за твердженням науковців, вже не може бути стилістично нейтральною. Останні тенденції її формування пов'язані з експресивними виразними засобами, використанням великої кількості виразних термінів, в основі яких є метафора.

З позицій мовленнєво-актового підходу (Д. Вандервекен, Г.П. Грайс, С. Левін Дж. Сьорл, та ін.) метафоричне висловлювання будується на навмисному порушенні постулату Якості принципу Кооперації Грайса, який охоплює дві субмаксими: а) не кажи того, що ти вважаєш хибним; б) не кажи того, для чого у тебе немає достатньо підстав [2, с.142]. Дослідники метафори як об'єкта прагматичного аналізу виходять з того, що у цьому випадку співвідносяться прямі (буквальні) ілюкутивні акти (що говориться) та непрямі (небуквальні, що мається на увазі), тобто явно або неявно співвідносяться два об'єкти (фізичні або металеві сутності, які їх відображають, – ознаки, значення, концепти), як різні референти, що умовно зближуються на основі порівняння, аналогії або уподібнення). Наприклад, метафоричне висловлювання «У цього працівника голова - комп'ютер» має парафраз «Голова цього працівника міркує дуже швидко».

Основою низки метафоричних (фігуральних) висловлювань є буквальні. Наприклад, речення «Тут стає гаряче» може означати як

непрямий мовленнєвий акт з проханням відкрити вікно, або метафоричне висловлювання про наростаючу агресивну атмосферу. Від буквального висловлювання метафоричне відрізняється тим, що у першому значення того, що промовляється, співпадає з тим, що мається на увазі; крім того, буквальне значення задає набір фонових припущень. Отже, сутність метафоричного висловлювання можна передати за допомогою формули [2, с.168]: «Мовець виголошує речення типу $S \in P$, маючи на увазі, що $S \in R$ ».

Важливим питанням є інтерпретування метафоричного висловлювання. Під час сприйняття актуального метафоричного висловлювання реципієнту необхідно знати не тільки рідну/іноземну мову, але й володіти спільними з автором висловлювання фоновими уявленнями, а також додатковою фактичною інформацією, що дозволить йому вірно інтерпретувати метафоричне висловлювання.

Метафоричне висловлювання має первинне та вторинне значення, виявленню першого слугує прагматична компетенція, яка потребує врахування обома комунікантами спільних для них фонових знань, конкретної обстановки мовленнєвого спілкування, правил теорії мовленнєвих актів та Принципу Кооперації. Щоб встановити вторинне значення, комунікант має володіти мовною компетенцією.

Процес інтерпретації метафори ускладнюється, якщо спілкування відбувається іноземною мовою. Вченим Т. Казаковою пропонуються такі способи перекладу метафоричних висловлювань: 1) повний переклад, якщо в мові оригіналу та перекладу збігаються і правила сполучуваності, і традиції вираження емоційно-оцінної інформації, ужиті в метафорі; 2) додавання/опущення використовуються в тих випадках, коли підтекст у мові оригіналу та мові перекладу відмінний, і потрібна або експлікація того, що малюється на увазі у вихідному тексті (прийом додавання), або, навпаки, імплікація словесно висловленого у вихідному тексті (прийом опущення); 3) заміна застосовується у випадках лексичної або асоціативної невідповідності між елементами метафори в мовах оригіналу та перекладу; 4) структурне перетворення застосовується при відмінності традицій граматичного оформлення метафори в мовах оригіналу й перекладу; 5) традиційний відповідник уживається стосовно метафор фольклорного, біблійного, античного походження, коли в мовах оригіналу й перекладу склалися різні способи вираження метафоричної подібності; 6) паралельна номінація метафоричної основи використовується під час перекладу текстів, побудованих на поширеній метафорі, коли необхідна заміна або структурне перетворення вихідної метафори, а за характером інформації, яка передається, вихідний образ слід зберегти [1, с. 245–246].

Успішність метафори у професійному економічному дискурсі встановлюється на основі 8 принципів: 1) релевантність властивостей P ; 2) їх відомість; 3) згода на нереальність для P деяких властивостей R ; 4) міркування здорового глузду, природних та культурних факторів;

5) подібність станів Р та R; 6) обмеженість застосування деяких властивостей Р; 7) реляційний характер метафори; 8) припущення трактування метонімії та синекдохи як особливих випадків метафори [2, с.169–170].

Використання метафор може бути універсальним для будь-якої економічної спеціальності, наприклад: fat cat – багатій, black swan – подія, яку не можна передбачити, lucky dog – щасливчик, under dog – підкорена сторона, cash cow – дійна корова та ін., або вузько спеціалізованим. У біржовій сфері, наприклад, широко застосовуються такі метафори, як hot money – гарячі гроші, cheap money – дешеві гроші, butterfly spread – спред «метелик» та ін.

Отже, використання метафор у професійному економічному дискурсі надають виразності, експресивності та підкреслюють її прагматично-утилітарний характер.

ЛІТЕРАТУРА

1. Казакова Т. А. Приемы перевода метафорических единиц / Т. А. Казакова // Практические основы перевода. – Санкт-Петербург : Союз, 2001. – С. 237–258.
2. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика. – Винница : Нова Књига, 2009. – 272 с.

PERCEPTION AND REPRODUCTION OF THE TEXT: POINT OF VIEW

Olha Sushkevych (Uman, Ukraine)

Contemporary world could be interpreted as the system of hypertexts where a human being is constantly decoding messages, produces some of his/her own. In a definite life situation a person is surrounded with a number of texts – TV programmes, books, neighbour's talks and many others which form reality. A speaker is constantly trying to single out something of greater importance, something which really matters in the current of information. Less meaningful aspects of the text are left without thorough consideration [2: 380]. A speaker can also render and interpret information in his/her own way.

But the question is how clearly can an addressee understand the text, its details and how he/she reflects such information in speech or another text? Is this process adequate? To what extent? And what is the role of the speaker's point of view? To find the answer to all these questions it is necessary to single out the criteria according to which the point of view forms. They are *speaker's personal and psychological peculiarities, social background and relations, communicative role and position* as well as *interests and benefits from the message and essence of information*. All these criteria predetermine the way a person realizes his/her "ego" in communication. Still consciously or subconsciously a speaker transmits not only personal point of view but also points of view of someone else – media, government, authoritative people,