

*МАКЕЕВА Марина Николаевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация» Тамбовского государственного технического университета. Автор 72 научных публикаций, в т. ч. 5 монографий**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3779-7386>

*БОРОДУЛИНА Наталия Юрьевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация» Тамбовского государственного технического университета. Автор 25 научных публикаций, в т. ч. 4 монографий***

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9252-9037>

МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К ПЕРЕВОДУ МЕТАФОР ЯЗЫКА ЭКОНОМИКИ

На материале русского, английского, немецкого и французского языков проводится анализ метафор предметной области ЭКОНОМИКА и методов их перевода. Отмечено, что в настоящее время экономике отводится важная роль в глобализованном мире и что язык экономики не может обойтись без метафор, особенно в связи с увеличением материала экономической направленности в СМИ. Показано, что метафоры, используемые в языке экономики, могут иметь общий для всех анализируемых языков источник переноса значения, а также обладать национально-культурной спецификой. Ввиду этого возрастает необходимость учета анализа фактора культуры в метафорическом словообразовании. Данный факт объясняет актуальность обращения к проблеме перевода метафоры в языке экономики. Новизна проведенного исследования заключается в анализе методов и подходов к переводу метафоры экономики на материале четырех европейских языков, в создании авторского алгоритма перевода метафор предметной области ЭКОНОМИКА на основе использования опыта работы со студентами, обучающимися по специальности «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». В статье предлагаются стратегии перевода метафоры в русле когнитивного подхода, которые включают буквальный перевод, изменение структуры высказывания, обязательную лингвистическую адаптацию и факультативную культурную адаптацию. Подчеркивается, что эти стратегии могут взаимно дополняться. Иллюстративный материал получен путем сплошной выборки из интернет-источников и собранной авторами базы данных метафор языка экономики. Дается обоснование эффективности когнитивного подхода к переводу метафор языка экономики и намечаются перспективы дальнейших исследований.

Ключевые слова: язык экономики, перевод метафоры языка экономики, когнитивный подход в переводе, национально-культурная специфика метафоры.

*Адрес: 392032, г. Тамбов, ул. Мичуринская, д. 112; e-mail: marnikma@inbox.ru

**Адрес: 392032, г. Тамбов, ул. Мичуринская, д. 112; e-mail: nat-borodulina@yandex.ru

Для цитирования: Макеева М.Н., Бородулина Н.Ю. Методы и подходы к переводу метафор языка экономики // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2020. № 3. С. 24–31. DOI: 10.37482/2227-6564-V016

Язык науки экономики рассматривается как один из языков для специальных целей. В настоящее время языку экономистов придается большое значение, что связано с глобализацией мировой экономики, ее влиянием на национальную и интернациональную коммуникацию, пронизанную дебатами на экономические темы. В СМИ и на интернет-площадках ежедневно обсуждаются курсы валют, цены, зарплаты, пенсионная реформа, результаты биржевых торгов и т. п. Дискуссии, посвященные событиям и реалиям мира экономики, не обходятся без использования языковых средств, свойственных бытовому общению, оцениванию и навязыванию взглядов, нужных продуценту, т. е. формированию определенного (часто нужного автору сообщения) мнения у реципиента. И здесь трудно обойтись без метафор. В связи с этим обращение к теме метафоры в экономике, и в частности проблемам ее перевода, представляет актуальность данной статьи.

Научная новизна усматривается в том, что впервые на материале русского, английского, немецкого и французского языков обосновывается необходимость когнитивного подхода к проблеме перевода метафор экономического лексикона. В научный оборот одновременно включаются метафоры, представленные в языках четырех европейских стран, переживающих эпохальное развитие, сопровождаемое и успехами, и кризисными периодами, и борьбой за достойное место в мировом экономическом сообществе. Актуализация понятий, описывающих наиболее важные направления экономического развития, достигается очень часто, как показывает проведенное исследование, за счет использования метафор, раздвигающих возможности профессионального языка. Метафоры не только придают ему творческий характер, но и становятся орудием научного поиска. Анализ метафор на материале четырех европейских языков позволяет сопоставить метафорический фонд последних и продемонстрировать сближение языкового выражения национальных представлений и образов, ле-

жащих в основе метафор языка экономики, а также национально-культурную специфику в каждом конкретном случае. Практическая значимость подобного изыскания видится в использовании полученных результатов при обучении переводу аутентичных текстов студентов, магистрантов и аспирантов экономических специальностей.

Целью данной статьи является выработка алгоритма перевода метафор предметной области ЭКОНОМИКА.

Для достижения обозначенной цели авторы ставят перед собой следующие задачи:

- 1) проанализировать степень разработанности вопроса перевода метафор;
- 2) методом сплошной выборки из интернет-источников и собранной авторами базы данных представить корпус метафор, используемых в экономике;
- 3) обосновать эффективность когнитивного подхода к переводу метафор языка экономики;
- 4) сформулировать стратегии перевода метафор указанной предметной области, основываясь на когнитивном подходе к исследуемой проблеме.

В отечественной лингвистике проблемой перевода образных языковых средств занимались как маститые ученые, так и молодые филологи. Например, В.И. Кудинова и А.А. Свиридов в ходе сопоставительного анализа переводов метафор политического дискурса англоязычных газет на русский язык предлагают комплексный способ анализа и приводят алгоритм исследования прагматической составляющей перевода, интегрирующий трансформационный и когнитивный подходы [1]. А.В. Немировская анализирует стратегии перевода авторской и концептуальной метафор, добавляя такие методики, как замена метафоры собственными интерпретациями, перевод образным сравнением или устойчивыми языковыми метафорами, замена образа и т. п. [2]. М.П. Котюрова и А.Ю. Кетова уделяют внимание информативно-воздействующей функции печатных СМИ, а также пониманию термино-

системы экономического текста и «подтекста высказывания», в котором сконцентрированы выразительные средства [3]. Н.И. Маругина рассматривает перевод как часть межкультурной коммуникации, осуществляемой в рамках диалога культур, а метафору – как единицу принадлежности культуры [4].

Проблема перевода метафоры затрагивается и зарубежными учеными. Ж.-П. Вине и Ж. Дарбелне, опираясь на труды Шарля Балли, проводят классификацию по трем фигурам речи: конкретные образы, аффективные образы (или ослабленные) и мертвые образы [5, р. 199]. Авторы считают, что можно говорить о двух способах перевода метафор: есть метафоры, которые могут быть переведены буквально, и есть метафоры, которые не могут быть переведены буквально.

Более подробно к проблеме перевода метафоры подходит П. Ньюмарк, полагающий, что перевод метафоры зависит от ее типа. Выбор относительно того, сохранять или снимать метафору в переводе, переводчик делает, исходя из того, с каким типом текста он работает, каково количество индивидуально-авторских метафор в тексте и насколько вообще целесообразно в конкретной ситуации прибегать к метафоризации [6].

А.-К. Хагстром выделяет следующие стратегии перевода метафор:

- 1) буквальный перевод;
- 2) чистое сравнение;
- 3) перевод с помощью неметафорической интерпретации;
- 4) замена другой метафорой;
- 5) опущение;
- 6) частичное опущение;
- 7) метафорическое добавление;
- 8) та же метафора, но с объяснением и возможным расхождением.

К ним добавляются еще разделение на подтипы и определения [7, р. 65].

С. Витакер констатирует частое использование риторической фигуры персонификации, особенно если речь идет о текстах, посвященных медицине и экономике. Автор рассма-

тривает персонификацию как разновидность метафоры [8, р. 203]. Практическое описание результатов перевода метафор также освещается в работах зарубежных исследователей [9].

В конце XX – начале XXI века появились фундаментальные труды в области перевода, где культурный фактор оказывается доминирующим. Учитываются те единицы языка, в которых закодированы концепты, т. е. ментальные образования, выступающие результатом процесса вербальной и культурной переработки реального мира носителями языка либо лингвокультурной общностью. «Когнитивное форматирование перевода на базе фреймов и матриц позволило задать множество проблем для его исследования, что крайне важно, потому что проблематизация является существенным элементом научной деятельности вообще. Адекватная проблематизация задает релевантное поле и перспективы научной деятельности, что значимо для достижения научного результата», – пишет А.Н. Злобин [10, с. 133], подразумевая под форматом знания определенную форму представления знания на мыслительном (концептуальном) или языковом уровнях.

Включение фактора культуры в смысл метафоры создает новые проблемы перевода: степень переводимости зависит от культурного опыта и семантических ассоциаций, привнесенных в метафору; в каждом конкретном случае возможны совпадения и различия образов, лежащих в основе метафорического переноса.

Проведенное исследование показало, что основание переноса зачастую одинаково в русском, английском, немецком и французском языках, что значительно упрощает поиск эквивалентов, даже если в основе метафоры лежат символика цвета и зоосимволика, культурно маркированные метафоры:

tigrы / tiger / der Tiger / tigrес – экономики и экономические модели стран, демонстрирующие очень агрессивный рост;

драконы / dragon / der Drachen / dragon – страны, которые из разряда развивающихся переходят к высокоразвитой экономике;

бык / bull / der Stier / taureau – инвестор на бирже, играющий на повышение;

медведь / bear / der Bär / ours – инвестор на бирже, играющий на понижение;

белые, серые, синие воротнички / white, grey, blue collars / die Ameisenzähler, die Blaumänner, die Graumänner, die Blaumänner / cols blancs, gris, bleus – инженерно-технические служащие, работники отраслей социальной сферы и занятые физическим трудом рабочие соответственно.

Существенно облегчает понимание метафор опыт, «заимствованный» из других наук. Перейдя в новый экономический контекст, эти метафоры утверждаются как термины и фиксируются в словарях:

эластичность спроса / elasticity of demand / die Nachfrageelastizität / l'élasticité de la demande;

прозрачность экономической деятельности / transparency / die Transparenz der Wirtschaftstätigkeit / la transparence de l'activité économique;

текучесть кадров / fluctuation movement of personnel / die Kaderfluktuation / la fluctuation de personnel.

Благодаря метафорической проекции абстрактные понятия могут осмысляться как физические вещества, обладающие физическими свойствами, которые легко объясняются элементарными познаниями человека. Такие науки, как физика, химия, история, анатомия, активно коррелируют с языком экономики. Устанавливающиеся между ними отношения В.С. Степин метафорически называет «парадигмальными прививками» [11, с. 578]. С помощью метафор картина науки экономики становится особым звеном научного знания, которое тесно контактирует с универсалиями культуры, обладает высоким мировоззренческим статусом.

Когнитивный подход к переводу метафоры, учитывающий культурный компонент, заложенный в основе концептуальной метафоры, позволяет увидеть, как в разных культурах структурируется опыт человека. Пере-

вод метафоры – это процесс поиска решения, обусловленного во многом функциональными доминантами текста: в качестве последних может выступать, например, ключевая текстовая метафора, с помощью которой автор ведет диалог с читателем.

Для переводчика очень важным является четкое представление об области знания, к которой относится переводимый им текст. В нашем случае это область экономических знаний. Помимо проблем поиска эквивалентов или дословного (буквального) перевода переводчик может встретиться и с другими проблемами, касающимися лексического наполнения содержания текста, где встречаются слова, отражающие понятия, не относящиеся к повседневному общению. Это могут быть так называемые ученые слова, создающие проблему переводчику, не понимающему их. Некоторые проблемы могут быть связаны со стилем изложения, поскольку в перечисленных типах текстов фигурируют и излагают свои мысли и свои позиции конкретные люди, часто известные, исказить высказывания которых недопустимо.

Из сказанного можно сделать вывод о том, что важным и одним из самых обсуждаемых сегодня является вопрос о переводе метафор.

На основе анализа примеров, взятых из переводческих работ студентов, обучающихся по специальности «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации», мы свели стратегии перевода к четырем основным типам.

Стратегия 1. Буквальный перевод.

Стратегия 2. Изменение структуры высказывания.

Стратегия 3. Обязательная лингвистическая адаптация.

Стратегия 4. Факультативная культурная адаптация.

Следует отметить, что при переводе может одновременно использоваться несколько стратегий.

Пример буквального перевода метафоры с сохранением культурной адаптации, которая отсылает к известному образу и несет от-

рицательную оценку состояния российской экономики:

A sinking "Titanic" was the dominant image on Russian social networks during their Christmas and New Year, which lag behind the West due to different calendars [12] – Тонуций «Титаник» был доминирующим образом в российских социальных сетях во время Рождества и Нового года, которые отстают от Запада из-за разных календарей¹.

Знание мировой культуры всегда предполагает адекватное осмысление высказывания. В основе следующего примера – миф о подаренном данайцами Трое огромном деревянном коне, укравшем в себе воинов, которые, выйдя из него, впустили войско, напавшее на город. Троянский конь стал, таким образом, символом предательства. Использование данного образа в качестве основания метафоры формирует у реципиента настороженное отношение к описываемой ситуации. Сложность для переводчика представляет передача понятия *Cheap gas*, которое он, изменяя структуру слова, перевел как *дешевый газ*:

Cheap gas can be a Trojan horse for America [13] – Дешевый газ может быть «троянским конем» для Америки.

Перевод следующей цитаты вырван из контекста студенческого опроса. Молодой человек заявляет, что выборы 2017 года мало что изменят для молодежи и люди не боятся того, что произойдет после. Метафора «avoir froid aux yeux» (букв. «иметь холод в глазах») – это узуальный фразеологизм, который когда-то имел негативную коннотацию и применялся для характеристики физического недостатка человека. Сегодня фразеологизм получил нейтральную семантику «бояться». Образ основан на том, что холод в глазах ассоциируется с боязнью. Стратегия факультативной культурной адаптации приводит к деметафоризации, но смысл высказывания передан адекватно:

Pour lui, il s'agit d'une jeune génération qui montre qu'elle n'a pas froid aux yeux [14] – Для него речь идет о молодом поколении, которое ничего не боится.

В следующем примере транспортная метафора переводится с лексической адаптацией (сложное слово в немецком языке *Konjunkturlokomotive* и словосочетание *экономический локомотив* с лексической трансформацией в русском), что не меняет общего смысла:

Deutschland bleibt auf absehbare Zeit die Konjunkturlokomotive Europas [15] – Германия в обозримом будущем остается экономическим локомотивом Европы.

Выбрав в качестве объекта исследования проблему анализа и перевода когнитивной (концептуальной) метафоры в тексте экономической направленности, авторы придерживались того, что необходимо раскрыть и убедительно показать, что представляет собой феномен метафоры в языках и культурах, прежде всего в европейских (русском, английском, немецком и французском) языках. Кроме того, авторы придерживались того мнения, что на сегодняшний момент практически сформирована метафорическая картина мира экономики, в которой идентичные метафоры выступают в качестве основы формирования терминологического аппарата языка науки экономики (метафорические термины), а метафоры – не термины участвуют, и вполне активно, в репрезентации экономической картины мира, а также представляют аксиологический аспект в означивании объектов и субъектов мира экономики.

Исследование концептуальных метафор и возможностей их перевода вскрыло те проблемы, что связаны со смысловым наполнением и теми трудностями, которые встречаются при реконструировании смысла, переданного на языке оригинала, в частности когда речь идет о феноменах, содержащих в себе социальный

¹Здесь и далее представлен перевод предложений, выполненный студентами Тамбовского государственного технического университета.

или социолингвистический контекст, а также так называемый образ мышления и культурные ценности.

Авторы демонстрируют преимущества когнитивного подхода к переводу метафоры, который приводит к тому, что и продуцент, и реципиент, и переводчик обязательно вовлекаются в творческий процесс. Переводчик имеет выбор стратегий и может переводить метафору не метафорой, а выразительным эквивалентом (персонификацией, сравнением, фразеологизмом, эпитетом, парафразой), т. е. он либо примет образный вариант, либо решит сохранить текст без изменения, прибегнув к буквальному переводу, либо выберет деметафоризацию.

Анализ переводов с английского, немецкого и французского языков, приведенный авторами в качестве иллюстративного материала, показал, что образность может и должна быть сохранена при интерпретации аутентичных текстов экономической проблематики. Случаи деметафоризации крайне редки и применяют-

ся, только если это оправдано лакунарностью в лингвокультурном фоне языка, на который осуществляется перевод. Возможны также объяснения и сноски при использовании трудно воспринимаемых русским реципиентом метафор.

Ценность использования, понимания и адекватного перевода метафор заключается в развитии творческих способностей современного человека, формировании у него потребностей в углублении как лексикографических, так и культурологических познаний, расширении общего кругозора.

Перспективы дальнейших исследований в данном направлении усматриваются в акцентировании внимания на экстралингвистических средствах, сопровождающих образное наполнение текста по специальности, в частности на функционировании в экономических текстах большого пласта визуальных метафор, которые встречаются в креолизованных текстах, и на выработке стратегий их понимания.

Список литературы

1. Кудинова В.И., Свиридов А.А. Исследование влияния методов перевода метафоры на ее прагматическую составляющую // Сиб. филол. журн. 2016. № 3. С. 238–252. DOI: 10.17223/18137083/56/24
2. Немировская А.В. Метафора турецкого художественного текста как объект перевода // Вестн. Иркут. гос. лингвист. ун-та. 2009. № 4(8). С. 57–62.
3. Котюрова М.П., Кетова А.Ю. Формирование терминосистемы текстов по экономике в печатных СМИ // Вестн. Перм. ун-та. Сер.: Рос. и зарубеж. филология. 2010. Вып. 3(9). С. 52–56.
4. Маругина Н.И. Когнитивный аспект перевода метафоры (на материале повести М.А. Булгакова «Собачье сердце» и ее переводов на английский язык) // Язык и культура. 2008. № 4. С. 42–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-aspekt-perevoda-metafory-na-materiale-povesti-m-a-bulgakova-sobachie-serdtse-i-ee-perevodov-na-angliyskiy-yazyk> (дата обращения: 21.12.2019).
5. Vinay J.-P., Darbelnet J. Stylistique comparée du français et de l'anglais. Paris: Les Editions Didier, 1958. 331 p.
6. Newmark P.A. Textbook of Translation. Harlow: Pearson Education Limited, 2008. 292 p.
7. Hagström A.-Ch. Un miroir aux alouettes? Stratégies pour la traduction des métaphores. Uppsala, 2002. 172 p.
8. Whittaker S. Modulation et métaphores // Översättning och språkkontrast i nordiskt-franskt perspektiv / ed. by O. Eriksson. Växjö, 2000. P. 196–211.
9. Delisle J. L'enseignement pratique de la traduction. Ottawa, 2015. 280 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/297658960_Jean_Delisle_L'enseignement_pratique_de_la_traduction (дата обращения: 21.12.2019).
10. Злобин А.Н. Перевод в когнитивном формате знания: моногр. / науч. ред. С.И. Дубинин. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012. 152 с.
11. Степин В.С. Теоретическое знание. М.: Прогресс-Традиция, 2003. 744 с.

12. Dufaur L. Is that the Titanic Sinking? No! It's Russia's Economy! URL: <https://www.tfp.org/is-that-the-titanic-sinking-no-its-russias-economy/> (дата обращения: 21.12.2019).

13. Marsden R. How Cheap Gas Could Be a Bad Thing. URL: <https://www.freep.com/story/opinion/contributors/2015/01/03/gas-prices-china-oil-america/21199963/> (дата обращения: 21.12.2019).

14. N'avoir pas froid aux yeux. URL: <https://www.expressio.fr/expressions/n-avoir-pas-froid-aux-yeux> (дата обращения: 21.12.2019).

15. Wachstumsprognose gesenkt – aber Deutschland bleibt 'Konjunkturlokomotive' Europas. URL: <https://www.rtl.de/cms/wachstumsprognose-gesenkt-aber-deutschland-bleibt-konjunkturlokomotive-europas-1469053.html> (дата обращения: 21.12.2019).

References

1. Kudinova V.I., Sviridov A.A. Issledovanie vliyaniya metodov perevoda metafory na ee pragmaticheskuyu sostavlyayushchuyu [Investigation into the Influence of the Method of Translating a Metaphor on Its Sociopragmatic Component]. *Sibirskiy filologicheskiy zhurnal*, 2016, no. 3, pp. 238–252. DOI: 10.17223/18137083/56/24

2. Nemirovskaya A.V. Metafora turetskogo khudozhestvennogo teksta kak ob'ekt perevoda [Metaphor of Turkish Literary Text as the Object of Translation]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2009, no. 4, pp. 57–62.

3. Kotyurova M.P., Ketova A.Yu. Formirovanie terminosistemy tekstov po ekonomike v pechatnykh SMI [Forming the Term System of Economic Print Media]. *Vestnik Permskogo universiteta. Ser.: Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya*, 2010, no. 3, pp. 52–56.

4. Marugina N.I. Kognitivnyy aspekt perevoda metafory (na materiale povesti M.A. Bulgakova "Sobach'e serdtse" i ee perevodov na angliyskiy yazyk) [The Cognitive Aspect of Metaphor Translation (on the Basis of the Story by M. Bulgakov "The Heart of a Dog" and Its Translations into English)]. *Yazyk i kul'tura*, 2008, no. 4, pp. 42–52. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-aspekt-perevoda-metafory-na-materiale-povesti-m-a-bulgakova-sobachie-serdtse-i-ee-perevodov-na-angliyskiy-yazyk> (accessed: 21 December 2019).

5. Vinay J.-P., Darbelnet J. *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris, 1958. 331 p.

6. Newmark P.A. *Textbook of Translation*. Harlow, 2008. 292 p.

7. Hagström A.-C. *Un miroir aux alouettes? Stratégies pour la traduction des métaphores*. Uppsala, 2002. 172 p.

8. Whittaker S. Modulation et métaphores. Eriksson O. (ed.). *Översättning och språkkontrast i nordiskt-franskt perspektiv*. Växjö, 2000, pp. 196–211.

9. Delisle J. *L'enseignement pratique de la traduction*. Ottawa, 2015. 280 p. Available at: https://www.researchgate.net/publication/297658960_Jean_Delisle_L'enseignement_pratique_de_la_traduction (accessed: 21 December 2019).

10. Zlobin A.N. *Perevod v kognitivnom formate znaniya* [Translation in the Cognitive Format of Knowledge]. Saransk, 2012. 152 p.

11. Stepin V.S. *Teoreticheskoe znanie* [Theoretical Knowledge]. Moscow, 2003. 744 p.

12. Dufaur L. *Is That the Titanic Sinking? No! It's Russia's Economy!* Available at: <https://www.tfp.org/is-that-the-titanic-sinking-no-its-russias-economy/> (accessed: 21 December 2019).

13. Marsden R. *How Cheap Gas Could Be a Bad Thing*. Available at: <https://www.freep.com/story/opinion/contributors/2015/01/03/gas-prices-china-oil-america/21199963/> (accessed: 21 December 2019).

14. *N'avoir pas froid aux yeux*. Available at: <https://www.expressio.fr/expressions/n-avoir-pas-froid-aux-yeux> (accessed: 21 December 2019).

15. *Wachstumsprognose gesenkt – aber Deutschland bleibt 'Konjunkturlokomotive' Europas*. Available at: <https://www.rtl.de/cms/wachstumsprognose-gesenkt-aber-deutschland-bleibt-konjunkturlokomotive-europas-1469053.html> (accessed: 21 December 2019).

DOI: 10.37482/2227-6564-V016

Marina N. Makeeva

Tambov State Technical University;
ul. Michurinskaya 112, Tambov, 392032, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3779-7386> e-mail: marnikma@inbox.ru

Nataliya Yu. Borodulina

Tambov State Technical University;
ul. Michurinskaya 112, Tambov, 392032, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9252-9037> e-mail: nat-borodulina@yandex.ru

METHODS OF AND APPROACHES TO TRANSLATING METAPHORS IN THE LANGUAGE OF ECONOMICS

Using the material of the Russian, English, German and French languages, the authors analysed metaphors of the subject field ECONOMICS and methods of translating them. It is shown that, at present, economy plays an important role in the globalized world and that its language cannot do without metaphors, especially due to the increasing scope of economic materials in the media. Therefore, addressing the problem of translating metaphors in the language of economics is highly relevant. Further, it is demonstrated that these metaphors can have a common source of the transfer of meaning for all the languages under study, as well as have national cultural features. Thus, the cultural factor in metaphorical word formation should be studied and taken into account. The novelty of this research lies in the analysis of methods of and approaches to translating metaphors in the language of economics using the material of four European languages, as well as in the authors' algorithm for their translation based on the experience of working with students having "translation in the sphere of professional communication" as their specialty. The paper suggests translation strategies in line with the cognitive approach, which include the following: literal translation; changing the structure of the utterance; compulsory linguistic adaptation and optional cultural adaptation. It is emphasized that these strategies can be mutually reinforced. Illustrative material was obtained by continuous sampling from Internet sources and a database of metaphors for the language of economics created by the authors. In conclusion, the effectiveness of the cognitive approach to translating metaphors of the language of economics is substantiated and the prospects for further research are outlined.

Keywords: *language of economics, translating metaphors in the language of economics, cognitive approach in translation, national cultural features of the metaphor.*

Поступила: 19.01.2020

Принята: 06.05.2020

Received: 19 January 2020

Accepted: 6 May 2020

For citation: Makeeva M.N., Borodulina N.Yu. Methods of and Approaches to Translating Metaphors in the Language of Economics. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2020, no. 3, pp. 24–31. DOI: 10.37482/2227-6564-V016