

Лаврухина В. Л.,
ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, г. Харків

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КАК ОБЪЕКТА ПЕРЕВОДА

Стаття розглядає переклад фразеологічних одиниць як складний процес, який ґрунтується на культурно-фонових знаннях. Урахування національної специфіки фразеологізмів надає можливість їх адекватного перекладу.

Ключові слова: лінгвокультурологія, культурний компонент, фразеологічна одиниця, переклад.

Статья рассматривает перевод фразеологических единиц как сложный процесс, который базируется на культурно-фоновых знаниях. Учет национальной специфики фразеологизмов дает возможность их адекватного перевода.

Ключевые слова: лингвокультурология, культурный компонент, фразеологическая единица, перевод.

The article considers the translation of phraseological units as a complex process based on a cultural background. The approach gives the possibility to translate phraseological units with maximum adequacy to the original.

Key words: linguistics and culture studies, cultural component, phraseological unit, translation.

В последнее время все большее внимание уделяется таким направлениям в современной науке, как лингвокультурология, лингвострановедение. Большое количество работ, так или иначе затрагивающих проблему «язык и культура» свидетельствует об актуальности изучения явлений языка в их соотносительности с его коммуникативной, культуроносной функцией. Это предполагает выявление национально-культурной специфики языковых единиц и прежде всего слова как комплексной единицы языка и культуры. В основу лингвокультурологического направления положено идею взаимосвязи языка и культуры, в которой переплетаются разные теории, связанные с вопросом взаимодействия языка и культуры (В. Фон Гумбольдт, А. Потебня, Е. Березович, В. Маслова, В. Телия, Ш. Балли, Г. Шпет, Л. Вейсгербер, Р. Барт, В. Виноградов, Д. Шмелев, Ю. Апресян, Е. Верещагин и др.).

Среди национально-окрашенных пластов лексики особое место занимают фразеологические единицы. Цель статьи – рассмотреть фразеологизмы как особые языковые знаки, как средства сохранения и передачи культурной информации и способы их перевода.

Актуальность выбранной темы определяется культурологической значимостью проблемы соотношения языка и культуры и важностью той роли, которую приобрела английская лексика в современном языковом общении.

Фразеология особенно ярко отражает историю, культуру, быт и характер народа, его взгляды. Ассоциации прошлого, представления закреплялись в языке, становились всенародным достоянием. В некоторых случаях они были очень похожи у разных народов, а иногда приводили к самым неожиданным проявлениям. Н.Г. Комлев считает, что национально-культурный компонент – часть семантики слова, которая связана с национальной культурой [2, с. 15].

Национально-культурная семантика особенно выразительна во фразеологических единицах. Национальную языковую специфику указанных единиц составляют внутренний образ (первоначальный денотат), который лежит в основе единиц, семантика и структура фразеологической единицы, лексический состав и стилистические характеристики. Исследователь В.М. Огольцев считает, что фразеологизмы обладают культурным компонентом значения, который лежит в основе сопоставительного описания семантической структуры фразеологических единиц, которые сопоставляются между собой по семантической и грамматической форме. Он подчеркивает, что национальная самобытность языка находит самое яркое и непосредственное выражение во фразеологии [4, с. 130].

Для полного понимания функционирования фразеологических единиц в языке необходимо связывать их с менталитетом нации. Менталитет – это категория, которая отражает внутреннюю организацию и дифференциацию ментальности, состав ума, состав души народа; менталитеты представляют собой психо-лингвоинтеллекты разномасштабных лингвокультурных сообществ. Обычно, под менталитетом понимают некую глубинную структуру сознания, которая зависит от социокультурных, языковых, географических и других факторов. Фразеологические единицы концентрируются в языке веками и снова образуются в каждой эпохе, т.к. они вбирают в себя культурную информацию, дают возможность сказать много, используя меньше языковых средств, и в то же время достигают глубин народного духа, культуры [3]. Фразеологизмы несут в себе языковые образы, которые являются способом восприятия картины мира и делают значительный вклад в ее формирование, отражают оценочное отношение к действительности. Рассмотрение традиционной ментальности народов помогает пролить свет на современные реалии действительности. Именно менталитет отражает характерное отношение к миру разных наций.

По мысли В.Н. Телии, основной целью лингвокультурологического анализа фразеологических единиц является «выявление и описание культурно-национальных коннотаций, узуально сопровождающих значение в форме образных ассоциаций с эталонами, стереотипами и другими культурными знаками и соотносимых друг с другом посредством когнитивных процедур, придающих этим коннотациям осмысление» [5, с. 308]. Таким образом, в рамках лингвокультурологического подхода национально-культурное своеобразие фразеологизмов видится в том, что они заключают в себе комплекс наивных представлений носителей языка о

том или ином эталоне, стереотипе, концепте национальной культуры. Анализ фразеологизма, каким-либо образом указывающего на определенное понятие духовной культуры, выявляет национально-культурную коннотацию анализируемого понятия. Фразеологические единицы относятся к языковым репрезентациям лингвокультурных явлений благодаря своей способности отражать национальный менталитет и систему ценностей народа, который говорит на данном языке. Наиболее яркой репрезентацией лингвокультуры можно считать фразеологизмы с онимами, так как имена собственные занимают особое место в любом языке: они в наибольшей степени связаны с фоновыми знаниями. Дело в том, что ряд имен собственных может иметь переносное значение, обладая необходимой экспрессивностью, что является отличительными чертами фразеологизмов: *Croesus*, *Tommy* (*Tommy Atkins*), *Yankee*, *Mrs. Grundy*, *Jack Ketch* и др. Эти имена собственные приобрели свое постоянное значение в процессе развития нации и нельзя путать их с обычными именами людей. При переводе целесообразно применять описательный перевод. Так, *Mrs. Grundy* обозначает *мир, люди, существующая мораль*; *Jack Ketch* – *палач*; *Tommy Atkins* – *английский солдат*; *Yankee (in Europe)* – *янки/американец* и т.д.

Аналогично поступают с фразеологизмами, которые связаны с национальными образами и отражают обычаи, традиции, поведение, образ жизни определенного народа. Их значение из-за отсутствия в языке перевода идентичного фразеологизма может быть интерпретировано описательно посредством объяснения. Объяснение, в зависимости от семантической структуры переводимой языковой единицы, может быть сведено даже к одному слову: *an odd/queer fish* – *чужак*; *Canterbury tale* – *небылица, выдумка*. Большинство же, однако, передаются словосочетаниями: *to dine with Duke Humphrey* – *остаться без обеда (ничего не поесть)*; *to cut off with a shilling* – *лишить кого-либо наследства*.

В английской фразеологии, *take smb. by the button, и bend smb. 's ear* обозначают «задерживать длительными разговорами, долго и нудно рассказывать что-либо кому-либо». Дословный же перевод данных фразеологизмов соответствует: «взять за пуговицу» и «наклонить ухо». Русские ФЕ *стоять (торчать) над душой* – «надоедливо, назойливо приставать с чем-л., просить о чем-л.», *вымотать (всю) душу* – «измучить, довести до полного изнеможения, надоедая чем-либо неприятным», *влезть (залезть и т. П.) в душу* – «путем назойливых расспросов проникнуть в личную, интимную жизнь кого-либо» отражают одну из особенностей русской фразеологии – частое употребление во ФЕ лексемы «душа».

Культура нации ярко отражена в поговорках, которые также относят к фразеологическим единицам. Пословица *A hedge between keeps friendship green* отражает дух индивидуализма, присущий британцам: даже с друзьями англичанин общается на некотором психологическом (и физическом) расстоянии (как бы через ограду – *hedge*).

Бережливость, трудолюбие, смелость являются ценностями и для русских, и для англичан. *There's no such a thing as a free lunch* пословица, предостерегающая: нельзя что-то получить, при этом не отдав ничего взамен, за все надо в конце концов заплатить. Идиома употребительна с середины XX века, первоначально в США, в качестве аксиомы, относящейся к экономике и финансам. Синоним: *Money does not grow on trees. With time and patience the leaf of the mulberry becomes satin* – со временем и при терпении и тутовый лист станет атласом. Ср.: *Терпенье и труд – все перепрут. He who would eat the nut must first crack the shell* – пословица: если не совершить действия, требующего напряжения сил (не разгрызть ореха), не достигнешь желаемого результата (не съешь ядра). В данной пословице проводится мысль: ничто хорошее не дается без усилий. Синонимы: *He who would catch fish must not mind getting wet, He that will eat the kernel must crack the nut, He that would eat the fruit must climb the tree*. В русском языке есть аналоги: *Без труда не вытащишь и рыбку из пруда; без труда нет плода; любишь кататься – люби и саночки возить*.

После всего вышесказанного возникает важный вопрос – вопрос адекватного перевода фразеологизмов, который зависит от наличия или отсутствия у них национальной окраски. Переводу фразеологизмов уделено немало внимания в теоретических работах, в каждом пособии по переводу, в особенности по переводу художественной литературы, во многих публикациях по теории фразеологии и сопоставительной лингвистике. Связанные с этим проблемы рассматриваются по-разному, рекомендуются различные методы перевода, встречаются несовпадающие мнения. Большинство исследователей (В.Н. Комиссаров, Л.Ф. Дмитриева, С.Е. Кунцевич, Е.А. Мартинкевич, Н.Ф. Смирнова) выделяют четыре основных способа перевода образной фразеологии. Первый тип соответствий обычно именуют фразеологическими эквивалентами с тождественной семантикой, структурно-грамматической организацией и с тождественным компонентным составом. Это значит, что в русском языке существует эквивалент, который по значению, образной основе и стилистической окрашенности соответствует английскому фразеологизму: *the Trojan horse* – *троянский конь*; *never judge a book by its cover* – *о книге по обложке не судят*. Часто эти фразеологизмы имеют одинаковое происхождение – библейское, мифологическое, латинские пословицы и поговорки: *a living dog is better than a dead lion* – *живой не лучше мертвого Льва* (библ.); *not all is gold that glitters* – *не все то золото, что блестит*; *to cut the Gordian knot* – *разрубить гордиев узел* (миф). Фразеологические эквиваленты могут быть полными и частичными. Полная эквивалентность ФЕ понимается как полное совпадение их существенных характеристик, которые модифицируются в параметры, или критерии в контрастивном изучении: семантический, стилистический, лексический, синтаксический и морфологический. Например: ФЕ – полные эквиваленты: *To keep smb. at a distance* – *держат кого-либо на расстоянии*; *to be born under a lucky star* – *родиться под счастливой звездой*; *white magic* – *белая магия*. ФЕ – частичные эквиваленты: *to kill goose that lays the golden eggs* – *убить курицу, несущую золотые яйца*.

В случае отсутствия фразеологического эквивалента, следует подобрать в языке перевода фразеологизм с таким же переносным значением, основанном на ином образе. Например: *to turn back the clock* – *повернуть*

вспять колесо истории; *a bird in the hand is worth in the bush* – лучше синицу в руки, чем журавля в небе. Это второй тип фразеологических соответствий – так называемые фразеологические аналоги. Большое количество фразеологизмов переводят посредством подбора в языке перевода выражений, имеющих то же лексическое значение и ту же экспрессивность: *a grass widow (widower)* – соломенная вдова (вдовец); *not to see a step beyond one's nose* – дальше своего носа ничего не видеть; *measure twice and cut once* – семь раз отмерь, а раз отрежь.

Значительное количество фразеологизмов может быть переведено третьим типом – описательным переводом. В зависимости от сложности значения фразеологизм может быть выражен в языке перевода несколькими способами: 1) одним словом: *out of a clear blue of the sky* – вдруг, внезапно; *poor fish* никчема; *to sell smoke* – обманывать; *to set a limit to smth.* – ограничивать, сдерживать; *to go aloft* – умереть; 2) при помощи свободного словосочетания (наиболее частотный способ перевода): *to run amock* – нападать неожиданно на первого встречного; *to sell someone short* – недооценивать кого-либо; *to shat Abraham* – притворяться больным; *short odds* – почти равные шансы; *to sit above the salt* – сидеть на почетном месте; *a stitch in time* – своевременное действие/ поступок; *to eat humble pie* – проглотить обиду, смириться; *to drop a brick* – допустить бестактность, сделать ляпсус, промах; *monkey business* – всякие штучки, фокусы, глупости, дурачества; 3) предложением или более длинным описанием, когда лексическое значение переводимого фразеологизма представлено в «сжатой» форме или основывается на национально-специфических понятиях / имеет структуру, не имеющую аналога в языке перевода: *white elephant* – подарок, от которого трудно избавиться (то, что приносит больше проблем, чем пользы); *yes man* – человек, который со всеми соглашается, поддакивает.

Четвертый тип – калькирование – используется в тех случаях, когда в русском языке нет соответствующего стилистического оборота или в тех случаях, когда замена его другим образом или безобразным оборотом не создает необходимого эффекта. Как отмечает Л.Ф. Дмитриева, дословный перевод, калькирование фразеологических единиц может быть применен лишь в том случае, если в результате калькирования получается выражение, образность которого легко воспринимается русским читателем и не создает впечатления неестественности и несвойственности общепринятым нормам русского языка. Например: *put the cart before the horse* – «поставить телегу впереди лошади»; *the moon is not seen when the sun shines* (пословица) – когда светит солнце, луны не видно. Однако есть случаи, когда русский вариант не полностью передает значение английского фразеологизма. К примеру, идиома *to carry coals to Newcastle* не должна переводиться русской пословицей – *ездить в Тулу со своим самоваром*. В данном случае возможны два решения: а) сохранить образ английской фразеологической единицы – *никто не возит уголь в Ньюкасл*; б) воспользоваться описательным переводом – *заниматься бесполезным делом*. Возможно соединение двух способов как взаимодополняющих.

На наш взгляд, необходимо избегать языковых эквивалентов с национальной окраской, даже если они выражают ту же самую идею, что и переводимый фразеологизм. Это не совсем адекватный перевод, т.к. он передает чуждые ассоциации и совершенно другую национальную окраску.

Следует иметь в виду, что словосочетаниям, так же как и словам, свойственны многозначность и омонимия, причем одно из значений может быть фразеологическим и один из омонимов – фразеологизмом. Например, словосочетание *to burn one's fingers* имеет значения 1. *обжечь пальцы* и 2. *обжечься на чем-либо, ошибиться*; *to be narrow in the shoulders* может иметь прямой смысл (*быть узкоплечим*) и фразеологическое значение (*не понимать юмора*). *Don't mention it* может значить: *Не напоминай мне об этом* и *Не стоит благодарности, пожалуйста*. Фразеологизм *to throw the book at smb.* означает *приговорить кого-либо к максимальному сроку заключения*. Но теоретически возможен контекст, в котором это словосочетание употреблено как переменное. Фразеологизм может иногда отличаться от переменного словосочетания лишь артиклем, который является в данном случае формальным дифференцирующим признаком. Например: *to go to the sea* – *отправиться к морю*, *to go to sea* – *стать моряком*; *to draw a line* – *проводить черту*, *to draw the line* – *устанавливать границу дозволенного*.

Таким образом, фразеология – микросистема, которая входит в общую систему языка и имеет национально-культурную специфику, т.к. тот или иной объект в определенной культуре существует в специфических условиях, свойственных только данной культуре, имеет культурно обусловленные ассоциативные связи. В рамках лингвокультурологического подхода национально-культурное своеобразие фразеологизмов видится в том, что они заключают в себе комплекс наивных представлений носителей языка о том или ином эталоне, стереотипе, явлении национальной культуры.

Литература:

1. Квеселевич Д. И. Современный русско-английский фразеологический словарь: свыше 5000 фразеологизмов / Д. И. Квеселевич. – М. : Астрель: АСТ, 2005. – 620, [4] с.
2. Комлев Н. Г. О культурном компоненте лексического значения / Н. Г. Комлев // Вестн. МГУ. Филология. – 1966. – № 5. – С. 15-27.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб/ заведений / Маслова В. А. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с. 4. Огольцев В. М. Семантизация культурного компонента языковой единицы в учебном словаре устойчивых сравнений / В. М. Огольцев // Словари и культуроведенье. – М. : [б. и.], 1982. – С. 130-137.
5. Телия В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов / В. Н. Телия // Славянское языкознание. XI международный съезд славистов. М., 1993. – С. 308.
6. Longman Idioms Dictionary – Barcelona : Addison Wesley Longman Limited, 1998. – 398 p.