

Особливості відтворення англійських компаративних фразеологізмів (КФО): лінгвокультурологічний аспект

А. В. Тарасова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
Corresponding author. E-mail: anastasiia.tarasova@osce.org

Paper received 23.01.18; Revised 26.01.18; Accepted for publication 28.01.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2018-150VI43-15>

Анотація. Стаття присвячена вивченню особливостей відтворення англійських компаративних фразеологізмів (КФО) цільовою мовою у розрізі лінгвокультурології. Висвітлюються питання відтворення образності і фразеологічного значення КФО мови оригіналу цільовою мовою з огляду на міфопоетичні уявлення вихідної і цільової культур. Досліджуються особливості відтворення узуальних та оказіональних КФО з огляду задіяних перекладачем стратегій.

Ключові слова: КФО, переклад, узуальні КФО, оказіональні КФО, образність.

КФО виступають одним із важливих елементів мовної картини світу й через свою властивість створювати нові знання сприяють формуванню концептуальної картини світу у свідомості людини. КФО належать до потужних культурно маркованих елементів тієї чи іншої лінгвокультури, особливих для кожного етносу. При передачі образу конкретного КФО, транскодувачу необхідно відтворити його у такому цілісному образі, який був би прийнятним та зрозумілим саме для представників цільової культури. Між англійською і українською мовами існує розбіжність не тільки в образності, а й через особливе національне забарвлення, асоціативні зв'язки, що вкладені у зміст КФО.

Проблеми відтворення КФО у перекладі висвітлюються у наукових розвідках А. І. Воєхевич; Н. В. Глінки; Р. П. Зорівчак; О. О. Молчко; Н. С. Хижняк; Т. О. Цепенюк. Невирішеним залишається питання відтворення КФО в англо-українському перекладі з огляду їх лінгвокультурознавчої специфіки.

КФО є особливим класом фразеологічних зворотів (поряд з фразеологічними зрощеннями, єдностями, сполученнями і виразами), які вважаються максимально лексиколізованими зворотами мови і загалом не мають ніякого зв'язку із значенням їх компонентів. При переосмисленні компоненти КФО втрачають своє значення. Основу компаративної конструкції становить семантична кореляція предмета й образу порівняння, яка реалізує компаративну семантику конструкції в цілому.

Фразеологічне значення, як зазначають мовознавці, є двостороннім явищем: воно має план вираження (матеріальну оболонку фразеологічної одиниці) і план змісту (десигнат), які в сукупності утворюють єдність змісту і форми (О. В. Кунін).

Чи не найчастіше головною ознакою фразеологізмів називають їх відтворюваність у процесі мовлення, через що вони й набувають стійкості. Фразеологічна відтворюваність КФО у мовленні пояснюється тим, що вони існують в мові (свідомості і пам'яті) вже як готові кліше, з яких ми й конструємо (разом зі словами) речення та які використовуємо для образної вторинної номінації реалій, власне, найчастіше – ситуацій.

Підтвердженням життєздатності та усталеності КФО є те, що значна їх частина дійшла до нас ще з XVIII століття, коли Джонатан Свіфт опублікував свій вірш «Нова пісня порівнянь» (1757). Звичайно, деяких змін фразеологізми зазнали, особливо яскраво

це виявляється у компонентному складі та у відтінках значення. Наприклад, й досі англійці вважають несхожими крейду і сир – *(as) (a)like as chalk and cheese* (тж. *no more alike than chalk and cheese*), тоді як найбільшу схожість бачать у двох горошинах – *as like as (two) peas (in a pod)*. В українській мові повного еквівалента немає. А частковий еквівалент пропонує натомість інші образи: зовсім несхожі; = *схожі, як сова на яструба; дуже схожі; схожі, як дві краплі води*. Подібну картину спостерігаємо і у випадку з таким фразеологічними одиницями (далі – ФО), як *black as jet – чорний як дьоготь*. У цьому випадку частковий еквівалент дозволяє не пояснювати, що камінь агат є чорного кольору.

Найчастіше в українській мові *наймудрішими* є *змія* чи *ворон*, а от в англійській уособленням цієї якості є *сова* – *wise as an owl*. Ще у древньому Римі сова вважалася символом мудрості. Прикладом часткової відповідності є і наступна КФО: *as wet as a drowned rat – мокрий, як миша* (або *хлюц*). Джонатан Свіфт уособлював *худобу зі срібною монетою* – *thin as a groat*, проте зараз можна сказати і *thin as a lath / rail / whippingpost – худий як тростиночка*. Щодо позначення білого, то існує окрім відомого Шекспірівського *as white as snow* (*білий як сніг*) ще інший фразеологічний зворот, а саме: *as white as curds* (*білий як сир, творог*) – *дуже білий, білосніжний*.

Різними є і стереотипні порівняння: українці кажуть: *виряджений, як на весілля*, а у англійців існує порівняльний зоологізм – *(as) gaudy as a peacock*; задоволення англійці порівнюють з *кішкою, що з'їла вершки* – *like a cat that has had cream*, а українці – з *кішкою, що з'їла сало*; про щось зовсім несхоже українці кажуть *схожий, як сова на яструба, як колесо на оцет*; англійці – *as like as an apple to an oyster* (досл. *схоже як яблуко на устрицю*) чи *(as) (a)like as chalk and cheese* (досл. *схоже як крейда і сир*).

За частотою вживання та за поширенням КФО поділяються на узуальні (традиційні, сталі, загально-вживані) та індивідуальні (оказіональні, авторські).

1. Узуальні порівняння стали об'єктом лінгвістичних досліджень під різними назвами. Так, вчені І. Чернишова, В. Флейшер та Г. Шаде визначають їх як «компаративні фразеологізми», тоді як К. Пільц, Х. Бургер, Р. Хесскі використовують для них термін «фразеологічні порівняння». У порівняннях цього типу відтворюються загальноприйняті уявлення, традиційна репрезентація мовної картини світу певного

угруповання.

2. Індивідуальні (оказіональні, авторські) порівняння зустрічаються найчастіше у художній прозі, в поезії. Наприклад, *grinning like Cheshire Cat* – *всміхнений як чеширський кіт*

Чеширський кіт – літературний персонаж, який став відомим завдяки твору Льюїса Керролла «Пригоди Аліси в країні чудес». Посмішка Чеширського kota – це ремінісценція на примхи людського характеру. Вислів *grinning like a Cheshire cat* з'являється у творі Пітера Піндара (псевдонім Джона Уолкота) *Pair of Lyric Epistles* у 1792 р.: «Lo, like a Cheshire cat our court will grin».

Словник Френсіса Гроса має вступ наступного змісту: «CHESHIRE CAT. He grins like a Cheshire cat; said one who shows his teeth and gums in laughing». Тут же додається, що вислів ніколи ретельно не досліджували, але відомо, що сир, яким торгували у Чеширі, робили у формі всміхненого kota. Сир починали різати з хвоста, а в останню чергу з'їдали голову всміхненої кицьки. Чешир – англійське селище, яке славиться своїми сирами. Також там розвинені видобування солі і виготовлення шовку.

Багато свідчить про те, що Керролла на створення Чеширського kota надихнуло зображення всміхненого kota на стіні церкви Св. Вілфріда у Грапенхолі. Грапенхол – сусіднє селище поряд з місцем народження Л. Керролла. Проте є свідчення, що, можливо, зображення kota Керролл знайшов на колоні у церкві святого Миколая, куди він часто подорожував, коли жив у Гілфорді. Інша теорія щодо походження Чеширського kota розповідає про котів, які мешкали у порту Честер. До кінця 1980-х років там раніше був розташований сирний склад і пам'ятник Чеширському коту.

Розповідали, що коти у доці чекали на пацюків і мишей, які залишали кораблі, на яких транспортували чеширський сир до Лондону. Ці коти вважалися найщасливішими у цілому королівстві. Їхні посмішки привертала багато уваги і, найвірогідніше, свідчила про те, що гризуни були особливо пахучими для котів. Можливо, це був найбільш цікавий і смачний аромат для котів.

Цілком вірогідно, що Керроллівський Чеширський кіт певною мірою – сатира: постійно всміхнена кицька в очікуванні цікавих і «запашних» подій.

Зображення Чеширського kota знайдено і на гербі родини Гросвенор. Те, що спочатку повинно було зображувати лева з розкішною гривною, у незграбних мозолистих руках чеширських майстрів перетворилося на сп'янілого вуличного kota.

У творі «Аліса у Дивокраї» Аліса вперше зустрічає Чеширського kota на кухні Герцогині, а потім знадвору, коли кіт сидів на дереві. Він з'являвся і зникав, коли йому хотілося, і дивував Алісу. Кіт інколи торкається філософських питань, які дратують Алісу і заганяють її у глухий кут. Пізніше кіт раптово з'являється знову, аби підбадьорити Алісу на полі гри у крикет з королевою. Засуджений на смерть, кіт ставить всіх у безвихідь, демонструючи голову без тіла. Кат, королева і король сперечаються з приводу того, чи можливо відрубати голову тому, у кого немає тіла.

В іншому епізоді кіт зникає поступово і залишає

лише одну посмішку, що змушує Алісу вимовити, що часто їй доводилося бачити котів без посмішки, але ніколи не бачила посмішки без kota.

Саме Льюїс Керролл був першим, хто вводить у свою розповідь образ птаха Додо – *as dead as a dodo*. За часів Л. Керролла птахи ці вимерли, а okazіональний вираз набув популярності завдяки тому, що автор використав його у своєму творі. Подібне спостерігаємо у Ч. Діккенса, коли створюється вираз *as dead as a door-nail*. Стосовно останнього виразу припускають, що для Діккенса було типовим приписувати неживим предметам якості живих істот.

У довідниковій літературі наведені такі відомості про додо – птах, що не вмів літати, поширений на острові Маврикія в Індійському океані. Сягав приблизно 1 м (3 фути) у висоту, важив десь близько 20 кг, харчувався фруктами, гніздився на землі.

Додо вимерли у середині 17-го ст. Зазвичай назву птаха використовують як архетип вимерлих видів, які зникли із-за людської діяльності. Вперше про зображення птахів дізнаємося з голландських джерел. Голландці називали птаха Mauritius “wallow bird” чи “loathsome bird” із-за його смакових якостей. Проте вже більш пізні свідчення повідомляють, що м'ясо мало непоганий смак, але було дуже жорстким.

Про походження слова «додо» мало що відомо. Де хто вважає, що назва бере початок від голландського слова *dodoor*, що означає нероба (*sluggard*), чи, наприклад, від слова *dodaars* – пучок пір'їв на задніх кінцівках птахів.

Згідно з *Encarta Dictionary* та *Chambers Dictionary of Etymology* слово ‘dodo’ походить від португальського ‘*doudo*’ – дурний, тупий, навіжений.

Уявлення про додо як найбільш відомого представника зниклих видів, а також чудернацька зовнішність пернатого зробили птаха символом чогось застарілого, вимираючого і у творі виступає показником стилістичної мовної забарвленості розповіді.

До кінця не з'ясовано походження відомого вислову *mad as a hatter* – *шалений як капелюшник*. Капелюшник (*Hatter*) – літературний персонаж, який вперше зустрічається у творі Льюїса Керролла «Пригоди Аліси у країні чудес». Пізніше ми знову бачимо його у продовженні історії про пригоди Аліси «Аліса у задзеркаллі». Він добре відомий як «Шалений Капелюшник» (*Mad Hatter*), хоча жодного разу не названий подібним образом у творі Керролла. Проте Чеширський кіт застерігає Алісу, що Капелюшник шалений/навіжений (*mad*), і ексцентрична поведінка Капелюшника підтверджує це твердження.

Розділ, де вперше з'являється Капелюшник, часто називають «Чаюванням у шаленого Капелюшника» (хоча насправді чаювання відбувається у будинку шаленого зайця (*Mad Hare*)).

Колись у виробництві капелюхів використовували ртуть і капелюшники часто страждали від отруєння парами живого срібла. Пари ртуті спричиняли неврологічні порушення мовлення та проблеми зору. У ті часи капелюшники зазвичай мали стурбований вигляд і здавалися психічно неврівноваженими; багато капелюшників помирили у ранньому віці. Проте шалений Капелюшник не проявляє симптомів отруєння ртуттю, а саме: надмірна боязливість, невпевненість, роз-

губленість, сором'язливість, занепокоєння, бажання залишитися непомітним.

Прототипом створення образ Шаленого Капельюшника найвірогідніше був ексцентричний виробник меблів, а зовсім не жертва отруєння ртуттю. Вважають, що торговець та мебляр Теофілій Картер (Theophilus Carter) працював у одному з коледжів Оксфордського університету. Йому належить винахід ліжка з будильником. Це ліжко будило сплячого, вивертаючи людину у потрібний час. Представлено на виставці у 1851 р. Пізніше Теофілій Картер став власником меблевого магазину. Його почали називати шаленим капелюшником із-за його звички стояти на порозі свого магазину на вулиці Хай-Стріт, 48 у циліндрі. Як свідчать факти, Джон Тенніел (Sit John Tenniel) приїжджав до Оксфорду спеціально з метою змалювати цю особистість для ілюстрацій роману Л. Керролла.

Дослідження широких трансформаційних можливостей фразеологізмів, безперервного оновлення їх компонентного складу, форми і структури як внаслідок історичних змін, під впливом мовної системи так і під пером майстрів слова відповідно до сюжетної лінії, розуміння сталості (постійності) компонентного складу й структури фразеологічних зворотів як діалектичної єдності константного (інваріантного) і змінного (варіантного) спростовують твердження про незмінність фразеологічних висловів.

Важливими поняттями дослідження є терміни «проблема перекладу» і «стратегія перекладу», які є свого роду наріжним каменем при розгляді перекладу як процесу, під час якого розв'язується проблема. Ідентифікація проблеми спонукає до прийняття рішення щодо обрання відповідної процедури розв'язання проблеми. «Проблема» у нашому випадку полягає у розбіжності між мовою оригіналом – культурою і цільовою мовою – культурою. «Стратегія» – узагальнення типових заходів, що здійснює перекладач. Перекладацькі стратегії вважаються універсальними, незалежно від мов, залучених до процесу перекладу. На практиці, вони – стандартні засоби, процедури, що вирішують різноманітного роду проблеми, з якими зіштовхуються у процесі перекладу.

Перекладацькі трансформації – способи та прийоми, що сприяють досягненню еквівалентності перекладу та передбачають процедуру перетворення з метою переходу від одиниць оригінального тексту до одиниць перекладу.

Можливості досягнення повноцінного перекладу КФО залежать в основному від співвідношень між одиницями мови оригіналу і мови перекладу:

1) КФО має у мові перекладу точний, не залежний від контексту повноцінний відповідник (відтворено смислове значення та конотації) – еквівалент: *as alike as peas in a pod* – схожі, як дві краплі води; *(as) black as a thunder cloud* (або *as sin, as thunder, as a thunderstorm*) – темний, як чмара; *buzz like a beehive* гудіти, як вулик; *(as) clear as crystal* – чистий, як кришталь; *(as) close as an oyster* – німий, як риба;

2) КФО не має у мові перекладу ні еквівалентів, ні аналогів, не перекладається у словниковому порядку, тобто фразеологізм мови оригіналу не тотожний фразеологізму мови перекладу і тому відтворюється ін-

шими, нефразеологічними засобами.

а) Лексичний переклад застосовується, як правило, у тих випадках, коли певне поняття означене в одній мові фразеологізмом, а в іншій – словом: *(as) cool as a cucumber* – спокійний, байдужий, холоднокровний; *(as) good as a play* – дуже цікаво, забавно, кумедно; *(as) good as pie* – дуже гарний, симпатичний; *(as) hard as nails* – твердий; загартований; *(as) mad as hell* – дуже злий, розлючений.

б) Калькуванню віддають перевагу зазвичай у тих випадках, коли не можна передати КФО у цілості її семантико-стилістичного і експресивно-емоційного значення, а у зв'язку з різними причинами бажано «довести до бачення» читача образну основу. Передумовою для калькування служить достатня вмотивованість значення КФО значеннями її компонентів.

Тобто, калькування можливе лише тоді, коли дослівний переклад може донести до читача істинний зміст всього фразеологізма (а не значення його складових компонентів): *(as) old as Methuselah* – старий, як Мафусаїл; *(as) poor as Job (Lazarus)* – бідний, як Іов, злидений, нужденний [етим. біб.], *(as) rich as Croesus* – багатий, як Крез.

Отже, розрізняємо КФО, що мають еквіваленти у цільовій мові чи створюються перекладачем в залежності від контексту та безеквівалентні КФО. У першому випадку КФО мови-джерела перекладаються фразеологізмом у цільовій мові – фразеологічний переклад, до безеквівалентних КФО застосовують нефразеологічний переклад.

При комунікативному підході до перекладу, тобто в рамках міжмовної комунікації, переклад розглядається як процес і результат, при цьому враховується сукупність мовних та позамовних чинників, що визначають можливість і характер комунікації між людьми, що належать до різних лінгвокультур. До мовних факторів належить близькість фондів порівнювальних мов, наявність чи відсутність схожих КФО і міра співпадань КФО у фразеологічних системах мов оригіналу і перекладу. Іншими словами, переклад як особливий вид міжмовної та міжкультурної комунікації характеризується певними мовними та культурними чинниками. Під час перекладу відбувається зіткнення не тільки двох різних мов, але і лінгвокультур.

По відношенню до культури перекладач завжди має певний вибір: а) вважати важливішою культуру тексту оригіналу, чи б) вважати важливішою культуру цільову. Вибір на користь способу форенизації спантеличить читача, адже культурні особливості, збережені у перекладі, привернуть значним чином увагу своєю незвичністю, а інколи і незрозумілістю. Доместикація може змінити текст оригіналу і атмосферу культури таким чином, що переклад в багатьох випадках цілковито відрізнятиметься від оригіналу.

Стратегія «золотої середини» (В. В. Коптілов; О. В. Ребрій) як комплементарна стратегія між доместикацією та форенизацією дозволяє зберегти мовностилістичну специфіку ВТ та сприяє адекватному сприйняттю ПТ цільовою аудиторією.

Перекладач сприймає КФО не ізольовано, а як одиницю конкретного контексту і відтворює зворот у відповідності з його роллю, контекстуальною значи-

містю та індивідуальним сприйняттям оригінального художнього тексту. Під час контекстуального перекладу конструкція у тексті перекладу відповідає оригінальній КФО лише у цьому контексті і не пояснює значення англійської КФО поза даного контексту. Незалежно від того, який із контекстуальних засобів залучений, можна виділити два принципово відмінних різновиди контекстуального перекладу. У першому випадку конструкції у тексті перекладу відтворюють значення, якого КФО набуває у заданому контексті

оригіналу. У другому випадку конструкція у тексті перекладу набуває додаткових, контекстуально обумовлених значень.

Розуміння та врахування відмінностей у національних фольклорних системах матимуть важливе значення саме при відтворенні національно-культурної своєрідності КФО у перекладі. Для перекладача це означає врахування міфопоетичних очікувань цільової аудиторії.

REFERENCES

1. Carroll L. Alice's Adventures in Wonderland . – London : MacMillan and Co., Limited, 1911. – 130 p. Found There) : <http://literature.org/authors/carroll-lewis/through-the-looking-glass/>
2. Carroll L. Through the Looking Glass (And What Alice

Translation of English comparative phraseologisms: cultural aspect

A. V. Tarasova

Abstract. The article deals with the issues of translation of cultural aspects of English comparative phraseologisms into target language. The main translation challenge is caused by complexity of rendering imagery and phraseological meaning of the units. Difficulties in adequate rendering of the meaning of English language into Ukrainian arise for cultural discrepancies. Hence, translator is required to focus on rendering not only contents / meaning, but also expressive and stylistic colouring.

Keywords: comparative phraseologisms, translation, dictionary phraseology, author's phraseology, imagery of comparative phraseologisms.

Особенности перевода английских компаративных фразеологизмов (КФЕ): лингвокультурологический аспект

A. V. Tarasova

Аннотация. В статье изучены вопросы, связанные с переводом английских компаративных фразеологизмов (КФЕ) в целевом языке в разрезе их лингвокультурологических особенностей. Основные сложности возникают при передаче фразеологического значения и образности КФЕ. Исследуются особенности воспроизведения узуальных и окказиональных КФЕ с точки зрения задействования переводческих стратегий.

Ключевые слова: КФЕ, перевод, узуальные КФЕ, окказиональные КФЕ, образность КФЕ.