

**КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ІДІОМ
З АНТРОПОНІМАМИ**

Dovga V. M.
(Ukraine, Ivano-Frankivsk)

**COGNITIVE ASPECT OF TRANSLATING ENGLISH IDIOMS CONTAINING
PROPER NAMES**

Стаття присвячена проблемі перекладу англійських ідіом з ономастичним компонентом. Зроблено спробу застосувати когнітивний підхід до згаданої проблеми й виділити найбільш ефективні способи передачі значень цього виду ідіом українською мовою.

Ключові слова: ідіома, антропонім, концепт, еквівалентний переклад, транслітерація, описовий переклад.

The article deals with the problem of translating English idioms containing anthroponyms. An attempt has been made to apply the principles of cognitive linguistics to the investigation of the problem. The most effective ways of rendering the meaning of idioms with onomaestic component have been suggested.

Key words: idiom, anthroponym, translating by using equivalents, transliteration, descriptive translating.

Проблема перекладу ідіом завжди була актуальною, оскільки існує певна асиметричність у співвідношенні значень конститuentів ідіоми та значення самого вислову, і тому важко зберегти специфіку кожної ідіоми з етномаркованим компонентом при перекладі її на іншу мову. Спроби перекласти фразеологізми робилися багатьма видатними перекладознавцями, в т.ч. германістами, і вже досягнуто чималих успіхів у цій галузі. Зокрема, сформульовано головні способи передачі значення ідіом різних видів такими вітчизняними вченими, як І. В. Корунець, Б.М. Ажнюк та Р.П. Зорівчак. Однак переклад ідіом, що містять антропонім як етномаркований елемент, має свою специфіку і труднощі, позаяк ім'я вже саме по собі несе певне культурне знання, необхідне для правильного декодування змісту ідіоми. Необхідність докладного дослідження способів передачі значення ідіом такого типу очевидна – інтенсивність міжкультурної комунікації зростає постійно, причому як на побутовому (між окремими представниками різних культур), так і на міжнародному рівні (політичні перемовини, інформаційні випуски мас-медіа,

переклад літературних творів). Усе частіше антропоніми (та й інші власні назви) стають частиною ідіоматичних виразів або самостійними ідіомами. Але поки що не існує єдиної думки щодо способів їх перекладу.

Метою статті є знайти оптимальні способи передачі значення ідіом з антропонімами, було використано основні положення теорії когнітивної лінгвістики.

Як уже було згадано, власна назва – особливий компонент ідіоми, оскільки вже сама вона називає індивідуалізований предмет/особу і водночас співвідносить їх з певним загальним поняттям. Наприклад, *Петро* – це ім'я особи чоловічої статі, а слово *Нью-Йорк* співвідноситься в свідомості мовця з поняттям мегаполіса. Тобто, онім викликає в свідомості певний «квант знань», або концепт, що являє собою результат нагромадження відомостей про об'єкти та їх властивості та поєднання цих відомостей з особистими припущеннями, судженнями, уявленнями мовця про об'єкти світу. Тут доречно згадати визначення терміну «концепт», запропоноване Ю.С. Степановим: концепт – це своєрідний «згусток культури в свідомості людини, те, у вигляді чого культура входить у ментальний світ людини... це той «пучок» уявлень, понять, знань, асоціацій, переживань, які супроводжують слово. На відміну від понять, концепти не лише мисляться – вони відчуваються, переживаються. Вони – предмет емоцій, симпатій і антипатій, а іноді й зіткнень» [1; стр. 40-41]. Іншими словами, концепт є культурно-ментально-мовним явищем. І величезний пласт культури представлений у нашій свідомості саме антропонімами. Це імена відомих митців, державних діячів, учених, релігійних провідників, котрі не просто є «ярликом» для ідентифікації особи, а кодом для великої порції культурного знання. Тобто співвідношення концепту й слова у випадку з власними назвами є багатограним, неоднозначним. Концепт, експлікований в ідіомі антропонімом, певним чином взаємодіє з базовим концептом ідіоми, роблячи значення виразу повнішим і зрозумілішим (за умови відповідного рівня фонового знання мовця). Метою перекладача є зберегти унікальність

ідіоми, якою вона завдячує імені в своєму складі, і водночас зробити вираз максимально доступним для розуміння представником іншої культури.

Для досягнення цієї мети було запропоновано такі способи перекладу:

1. **Описове пояснення значення** [1; стр.160]. І. В. Корунець наводить у своїй книзі наступний приклад: “*the Tommies were numbered, formed fours, right turned and marched away.*” І його переклад: «*Рядових солдатів порахували, вишикували по чотири, повернули праворуч і відвели геть*» [1; стр.161]. Ідіома-антропонім, перекладена описовим виразом, не знаходить повного відображення всіх тонкощів значення в українському варіанті (Tommy – умовне ім'я, що використовувалося в зразках офіційних документів для військових). Але тут жодним чином не спотворено перекладу, оскільки таке фонове знання в даному контексті не є необхідним для розуміння змісту висловлювання. Проте так відбувається не з кожною ідіомою. В тому ж джерелі наводиться ще один варіант перекладу ідіоми – антропоніма: *he's upset, because we don't run Jim Crow buses*” (B.Gerry) = «*Він дуже засмутився, що в нас не ходять автобуси тільки для негрів*» [1; ст.161]. Тепер явно видно, що у формуванні концепту україномовного читача буде бракувати конотації, що несе в собі назва *Jim Crow*. Як пояснює фразеологічний словник, таке **зневажливе** прізвисько дали чорношкірим американські расисти, за назвою пісні Т. Райса, написаної в ХІХ столітті, яка була частиною негритянських шоу [2; стр.415]. Український варіант мав би якимось чином зберегти цю конотацію і замінити нейтральне слово «негри» на більш емоційно забарвлене, скажімо, «чорнопікі». Ясна річ, речення з такою заміною буде звучати з відтінком іронії, як і в англійському оригіналі, хоча зберегти вживання власної назви тут неможливо через граматичні відмінності англійської та української мов. Але з погляду когнітивної лінгвістики це й непотрібно. Неважливо, яким вербальним засобом викликатиметься потрібне для розуміння тексту знання, важливим залишається результат – україномовний реципієнт матиме в основному ті ж думки, відчуття, переживання, що й англомовний, коли читатиме дане речення в перекладі. А отже, концептуальна структура ідіоми не зазнає суттєвих змін, принаймні

наскільки це можливо в рамках міжкультурних відносин. Концепт буде лише мати інший «ярлик» – звуковий комплекс, який, в силу специфіки описуваного способу перекладу, може бути вже не антропонімом, а загальною назвою чи взагалі іншою частиною мови.

2. **Транслітерація** з поясненням, тобто додатковим знанням, необхідним для розуміння ідіоми. З позицій когнітивної лінгвістики такий спосіб досить зручний для перекладу більшості фразеологічних одиниць із власними назвами, оскільки сприяє формуванню в свідомості читача певного фрейму, який буде евокуватися щоразу, коли читач/слухач накраплятиме на відповідний антропонім. Так, наприклад, ідіома *honest Abe* – *чесний Ейб* мусить супроводжуватися уточненням, що мова йде про Авраама Лінкольна, шістнадцятого президента США, котрий і справді володів рисою, згаданою в ідіомі, – віддавав усі борги вчасно. У такому випадку можна буде уникнути плутанини значень, адже згадка про чесність може надати іронічного відтінку фразі при перекладі, якщо не знати про деталі, пов'язані з ім'ям «Ейб», котрі відомі пересічному американцеві. Цікаво, що такі ідіоми-антропоніми, як *honest Abe* можуть розширяти своє значення. Тоді фонове знання буде незамінним при декодуванні значення ідіоми.

3. Щораз більшої популярності в перекладі ідіоматичних виразів набуває **еквівалентний переклад**. Цей спосіб використовується і для досліджуваного в цій статті виду ідіом. Поте досить складно знайти в мові перекладу ідіому-еквівалент з відповідним антропонімом. Для цього перекладачеві необхідно добре розуміти суть ідіоми в цілому, а також роль антропоніма в ній. Іншими словами, слід визначити ступінь взаємодії концептів і вибрати (чи винайти) таку ідіому, в якій зберігалось б таке ж співвідношення. У цьому випадку не слід забувати про емоції й відчуття, які мала б породжувати ідіома-еквівалент у ментальності україномовного реципієнта.

Варто зазначити, що цей вид перекладу видається можливим застосовувати в основному до ідіом, у яких власна назва не несе унікального культурного знання (як в ідіомі *to rob Peter to pay Paul*, де антропоніми є

метонімічними назвами єпархій у Великобританії. Цей фразеологізм набув поширення в XVI ст., коли Вестмінстерська єпархія, чийм покровителем вважають апостола Петра, була приєднана до Лондона, частина власності Вестмінстерського абатства перейшла у володіння єпархії Лондона, покровителем якої вважається апостол Павло і на чий території розташовано Собор св. Павла [4]). Такі еквіваленти зручні для перекладу фразеологізмів типу *Tom, Dick and Harry* або їх варіантів, оскільки антропонім не несе інформацію про конкретну культурно значиму постать, а лише представляє концепт «пересічна особа, простак». Це добре видно на прикладі: «*Increasing the number of University places will mean that in future every Tom, Dick and Sheila will have a degree.* [5; стр.355] =кількість місць в університетах збільшується, так що скоро будь-який Іван, Петро чи Параска зможуть отримати диплом про вищу освіту.

Знання про конотативне значення імен «Іван», «Параска», «Петро» в українській мові (прості невчені люди) дозволяє вживати їх для перекладу англійської ідіоми чи її варіанту. При цьому зберігається співвідношення між концептом виразу й концептом імені, навіть вжито варіацію за аналогією до англійського фразеологізму.

Ще один приклад застосування цього способу перекладу можна знайти в книзі І.В. Корунця: *let George do it* =Іван киває на Петра [2; стр.199,200]. Імена, вжиті в обох виразах, не несуть етнокультурного забарвлення, а знову ж таки вживаються на позначення пересічної людини (проте вже без того зневажливого відтінку, який спостерігається в попередньому прикладі). Цікаво, що з таким же успіхом в цих ідіомах можна вжити будь-яке інше поширене в народі ім'я.

Таким чином, дослідження специфіки перекладу ідіом з ономастичним компонентом дає можливість розширити гаму засобів передачі значення таких ідіом, визначити оптимальні способи їх перекладу за допомогою застосування положень когнітивної лінгвістики. Перспективою подальших досліджень є аналіз ідіом-метонімії в англійській мові та пошук ефективних способів їх

перекладу, зокрема можливостей застосування еквівалентного перекладу, в межах контекстуального аналізу та основних положень когнітивістики.

Список використаної літератури

1. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры: опыт исследования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
2. Ішко V. Korunets'. Theory and Practice of Translation. Nova Knyha. 2001
3. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1984.
4. Коллинз В.Х. Книга английских идиом. Л.: Учпедгиз, 1968. – 258 с.
5. Longman Idioms Dictionary. – Pearson Longman? 1998.