

ПЕРЕДАЧА ЭКСПРЕССИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА К. ХЬЮЗ «ПИСЬМО»)

Л. И. Ибадова

Научный руководитель Е. И. Цвирко, старший преподаватель

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: leylin33@gmail.com

В данной статье рассматривается экспрессивный потенциал метафор в современном британском романе К. Хьюз «Письмо». В различных языковых и речевых стилях широко используются такие стилистические средства, которые не только усиливают действенность высказывания, но и добавляют к его логическому содержанию различные экспрессивно-эмоциональные оттенки. Наиболее яркими средствами выступают тропы, среди которых важнейшее место принадлежит метафоре.

Ключевые слова: К. Хьюз; роман «Письмо»; тропы; метафора; художественный текст; экспрессия; экспрессивность; экспрессивный потенциал; стилистика.

Введение. Во многих языковых и речевых стилях широко используются стилистические средства, которые не только усиливают действенность высказывания, но и добавляют к его логическому содержанию различные экспрессивно-эмоциональные оттенки. Наиболее яркими и часто встречающимися средствами выступают тропы и стилистические фигуры.

Согласно теме нашего исследования необходимо отметить, что значительно большим экспрессивным потенциалом обладают тропы, среди которых важнейшее место принадлежит метафоре.

При всем разнообразии определений метафоры, в нашем исследовании мы отдаем предпочтение понятию, предложенной Н. Д. Арутюновой. «Метафора в ее наиболее очевидной форме – это транспозиция идентифицирующей лексики, предназначенной для указания на предмет речи, в сферу предикатов, предназначенных для указания на его признаки и свойства» [1, с. 16].

Экспрессия – это усиление выразительности, изобразительности, увеличение воздействующей силы сказанного. И все, что делает речь бо-

лее яркой, сильнодействующей, глубоко впечатляющей, является экспрессией [2, с. 35].

Основная часть. Экспериментальный корпус нашего исследования составил 161 метафору, содержащую элементы экспрессии. Метафоры отбирались из оригинального текста романа Кэтрин Хьюз «Письмо» [3]. Данные метафоры были разделены по традиционной классификации метафор, предложенной Н. Д. Арутюновой, которая выделяет четыре типа языковых метафор, основанные на функционально-прагматическом аспекте: номинативная, образная, когнитивная и генерализирующая [1, с. 20]:

1) метафора, утратившая образный элемент, которая называется номинативной: *the foot of the hill* – ‘подножие холма’;

2) метафора, служащая для характеристики, которая называется когнитивной: *sharp mind* – ‘острый, проницательный ум’;

3) метафора, которая является результатом когнитивной метафоры, называется генерализирующей: *soft pillow* ‘мягкая подушка’ – *soft sound* ‘тихий звук’;

4) метафора, выполняющая оценочную либо эстетическую функцию, называется образной: *Her hair is pure gold.* – ‘Ее волосы - чистое золото’.

Также был проведен анализ способов перевода данных метафор по концепции П. Ньюмарка. Он выделил следующую классификацию способов перевода метафор, которая на наш взгляд является наиболее полной и подходящей: 1) сохранение аналогичного метафорического образа, т.е. дословный перевод; 2) перевод метафоры сравнением; 3) замена эквивалентной метафорой переводящего языка; 4) сохранение аналогичного метафорического образа с добавлением объяснения; 5) перефразирование [4].

Ниже мы прокомментировали некоторые примеры перевода вышеназванных типов метафоры (переводы взяты из [5]).

Образные метафоры: *You didn't know it was going to take on Shakespearean proportions.* – ‘Ты же не знал, что все это обернется шекспировской трагедией’ (в данной метафоре экспрессивный потенциал со-

хранен полностью и согласно классификации способов перевода П. Ньюмарка переведена путем дословного перевода).

Когнитивные метафоры: *The cycle was so familiar*. – ‘Все это она проходила не раз’ (экспрессивный потенциал метафоры передан полностью и переведена путем полного перефразирования)

Генерализирующие метафоры: *He had been **hopelessly in love with her since the day they met***. – ‘Он был **безнадежно влюблен** в нее с их самой первой встречи’ (полностью сохранена экспрессия и переведена дословно).

Номинативные метафоры: *Her complexion was **colourless and pallid** and her baby blue eyes were dimmed and filled with utter despair*. – ‘На **мертвенно-бледном лице** не было ни кровинки, а ее детские голубые глаза потускнели и наполнились отчаянием’ (экспрессивный потенциал метафоры полностью передан и переведена с помощью сохранения аналогичного метафорического образа с добавлением объяснения).

Заключение. Мы сделали выводы, что в романе Кэтрин Хьюз «Письмо» наиболее частотной является использование образной (45 %), когнитивной (29 %) и генерализирующей (17 %) метафоры. Номинативные метафоры (9 %) представлены в данном тексте довольно мало.

Передача экспрессивного потенциала метафор сегодня является довольно трудной задачей, решить которую переводчику помогают знание и применение соответствующих переводческих трансформаций и технических приемов перевода. В данных типах метафор наблюдается полное (55 %) и частичное (24 %) сохранение экспрессивного потенциала метафоры. Это связано с тем, что при передаче почти всех лексических элементов, переводчик сохранила в переводе образность и экспрессию, которая была в оригинале. Также (21 %) составляют метафоры, где экспрессивный потенциал отсутствует.

При переводе метафор переводчик воспользовалась следующими видами трансформаций, предложенными английским лингвистом П. Ньюмарком: 27 % метафор были переданы путем сохранения аналогичного метафорического образа; 5 % были переведены сравнением; к замене эквивалентной метафорой ПЯ были подвергнуты более 34 % ме-

тафор; 18 % метафор были переданы путем сохранения метафорического образа с добавлением объяснения и 16 % метафор переведены с помощью перефразирования. Метафора является мощным инструментом воздействия на сознание адресата. Использование метафоры и разнообразные способы ее выделения в тексте обеспечивают его смысловую, образную и эмоциональную целостность. Изучение способов передачи метафоры в переводе имеет значимость и ценность как в теоретическом, так и в практическом планах.

Библиографические ссылки

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Н. Д. Арутюнова. Теория метафоры : сб. / пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М. : Прогресс, 1990. С. 5-32.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М. : Флинта; Наука, 2009. 384 с.
3. Hughes K. The Letter. Troubador Publishing Ltd, 2013. 265 p.
4. Newmark P. A textbook of translation. Harlow : Pearson Education Limited, 2008. 292 p.
5. Хьюз К. Письмо : роман / пер. с англ. Н. А. Красавиной. М. : АСТ, 2016. 382 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Ю. Ю. Карловская

Научный руководитель Ю. В. Маслова, кандидат педагогических наук, доцент

*Липецкий государственный педагогический университет
имени П. П. Семенова-Тян-Шанского
Липецк, Российская Федерация
e-mail: kaplobcka9@mail.ru*

В данной статье речь идет об особенностях адаптации английских слоганов в русскоязычном пространстве, раскрываются тонкости при их локализации на примерах рекламных лозунгов больших корпораций, сравниваются дословный и фигуральный переводы.

Ключевые слова: перевод; реклама; слоган; рекламный текст; рекламный слоган.

Введение. С проявлением процесса глобализации во всех областях деятельности человека невозможно игнорировать экономическую и мар-