

О. Б. Абакумова, д. филол. н.

Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, Орел,
Российская Федерация

O. B. Abakumova, Doctor of Sc. (Philology)

Orel State University named after I. S. Turgenev, Oryol, Russian Federation

ТРАНСФОРМИРОВАННЫЕ ПОСЛОВИЦЫ В МЕДИАТЕКСТЕ: ФУНКЦИИ И ПЕРЕВОД

TRANSFORMED PROVERBS IN THE TEXTS OF MEDIA: FUNCTIONS AND TRANSLATION

Статья посвящена проблемам трансформации пословиц, их функционирования в медиатекстах и способам их перевода. Анализ показал, что трансформация структуры и семантики пословиц связана с их текстовыми функциям привлечения внимания. Среди способов перевода преобладают калькирование и псевдо-пословичные соответствия.

Ключевые слова: пословицы; трансформация; медиатекст; функция; перевод.

The paper covers the problems of transformation of proverbs in the texts of media, their functions and translation. The results show that transformed proverbs are linked with their textual functions. The preferred ways of translation are loan translation and pseudo proverbial utterances.

Key words: proverb; transformations; media texts; function; translation.

Отечественными и зарубежными исследователями выделены типы видоизменения пословиц, которые можно считать универсальными: добавление, опущение, замена компонентов, а также сплитинг, блендинг, или контаминация [Naciscione 2001; Litovkina et al. 2022].

Мы определяем пословицу как замкнутую предикативную единицу гибридного типа, совмещающую признаки языкового знака и минитекста, с обобщенным, чаще метафорически мотивированным значением в ритмически организованной форме, используемую в речи как средство реализации разных коммуникативных целей и стратегий. Анализ трансформированных пословиц в медиадискурсе был проведен с помощью метода фразеологической идентификации и моделирования смысла пословиц в тексте с помощью модели КДМ [Абакумова 2013].

В результате исследования было выявлено, что трансформации семантики и структуры пословиц в текстах медиа связаны с намерением автора привлечь внимание читателей к своему материалу, а наиболее типичные функции трансформированных пословиц в медиатексте (аттрактивная; моделирующая; функция эконоимии; социально-регулирующая; метаязыковая и экспрессивно-оценочная) чаще всего

выступают в разных комбинациях с доминированием одной из функций в конкретном тексте.

Результаты проведенного исследования демонстрируют следующие способы перевода пословичных трансформов в медиатекстах.

Пример 1. *Money talks. We translate.*

Транслят 1: *Деньги говорят. Мы переводим.* Используется способ калькирования, позволяющий реализовать социально ориентированную стратегию, выполнить главную прагматическую функцию привлечения внимания будущих клиентов бюро по оказанию помощи в оформлении финансовых документов. При этом сохраняются указание на ситуацию, структура, образ и развернутая метафора через добавление клаузы и экспрессивно-оценочная стилистическая характеристика высказывания.

Транслят 2: *Деньги решают все. Мы помогаем.* В данном случае используется частичное пословичное соответствие с сохранением образа, структуры и развернутой метафоры, реализуются социально-регулирующая и фатическая функции, но лексическое наполнение меняется, экспрессивная оценочность теряется.

Пример 2. *You can't make an omelet without breaking the bank.*

Транслят 1: *Нельзя приготовить омлет, не разорившись.* Оригинальное окказиональное пословичное высказывание построено путем слияния пословицы “*You can't make an omelet without breaking the eggs*” и фразеологизма *to break the bank* (‘выйти за границы бюджета, сильно потратиться’). В качестве переводного эквивалента заголовка газетной статьи используется калькированное высказывание с частичным сохранением образа и экспрессивно-оценочной функции. Ведущая прагматическая функция связана с социально-ориентированной коммуникативной стратегией и моделирует ситуацию, связанную с увеличением цен на продукты питания в Нью-Йорке, что заставит людей затянуть пояса и ограничить себя в потреблении привычных продуктов.

Транслят 2: *Не разбив коптилку, яичницу не сделаешь.* При таком переводе получаем псевдо-пословичное соответствие [Виноградов 2004: 194], в котором переводчик «изобретает» пословицу, полного эквивалента которой нет в русской культуре, воспроизводя ее образное содержание и смысл, а также традиционную грамматическую структуру русской пословицы.

Библиографические ссылки

- Абакумова О. Б. Пословичные концепты в паремическом дискурсе: автореф. ... д-ра филол. наук. Орел, 2013. 46 с.
- Виноградов В. С. Перевод: Общие и лексические вопросы. М.: КДУ, 2004. 240 с.
- Litovkina A. T. et al. Antiproverbs in five languages. Structural features and verbal humour devices. Palgrave Macmillan Switzerland AG, 2021. 240 p.
- Naciscione A. Phraseological units in discourse: towards applied stylistics. Riga: Latv. acad. of culture, 2001. 283 p.