

эмоциональный отклик у читателя. Однако при переводе текстов туристического дискурса на русский язык возникают трудности при передаче метафорических единиц из-за различий в культурных представлениях и особенностях двух языков, расхождений языковых и речевых норм и пр. С учетом данных факторов переводчику необходимо выбрать наиболее подходящий способ перевода: сохранение образа, полную или частичную замену образа или деметафоризацию. При этом текст перевода должен отвечать критериям адекватности, он должен заинтересовать читателя, чтобы он захотел посетить ту или иную страну, регион, что является главной целью туристического дискурса.

Библиографический список

1. Алексеева, И. С. Профессиональный тренинг переводчика / И. С. Алексеева. – Санкт-Петербург, 2001. – 288 с.
2. Илюхин, В. М. Стратегии в синхронном переводе: на материале англо-русских и русско-английских комбинаций перевода / В. М. Илюхин. – Москва : Моск. лингв. ун-т, 2000. – 24 с.
3. Казакова, Т. А. Художественный перевод: Учебное пособие / Т. А. Казакова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2002. – 113 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме / Н. С. Морозова. – Москва : Издательский центр Академия, 2008. – 192 с.
5. Насонова, О. С. Особенности перевода рекламных текстов по туризму / О. С. Насонова, Ю. В. Привалова // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 7 – С. 79–80.

*Сундеев А.А., студент 4 курса Лингвистического института,
Заюкова Е.В., канд. филол. наук, заведующий кафедрой перевода и межкультурной
коммуникации*
Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С АНТРОПОНИМАМИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. В данной статье проводится сравнительный анализ фразеологических единиц с антропонимами в русском и английском языке. В ходе анализа были выделены полные фразеологические эквиваленты, фразеологические аналоги и фразеологические лакуны. Актуальность работы состоит в выявлении особенностей перевода, употребления и восприятия фразеологизмов с антропонимами в русском и английском языках.

Ключевые слова: фразеологизм, антропоним, полный эквивалент, фразеологический аналог, фразеологическая лакуна.

**A. A. Sundeyev,
E. V. Zayukova**

COMPARATIVE ANALYSIS OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ANTHROPONYMS IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Abstract. This paper provides a comparative analysis of phraseological units with anthroponyms in the Russian and English languages. The analysis reveals elements such as complete phraseological equivalents, phraseological analogues and phraseological lacunae. The relevance

of the work consists in identifying the features of translation, use and perception of phraseological units with anthroponyms in the Russian and English languages.

Keywords: phraseologism anthroponym, complete equivalent, phraseological analogue, phraseological lacuna.

Актуальность работы заключается в том, что фразеологические единицы с антропонимами могут иметь национально-маркированный элемент, или же их использование может быть сопряжено с некоторыми стилистическими приёмами, что, по итогу, представляет собой непростую переводческую задачу.

Перед тем, как приступить к сравнительному анализу, стоит ввести некоторые понятия, являющиеся основными в заданной теме.

Фразеологическая единица (или фразеологизм) – это устойчивое словосочетание, которое функционирует как самостоятельное слово и компоненты которого целиком или частично утратили свое значение, в связи с чем семантическое значение словосочетания не выводимо из суммы значений входящих в него слов [1].

В лингвистике существует множество классификаций фразеологизмов, которые могут включать различные компоненты. Одними из таких компонентов являются антропонимы.

Антропоним – это единичное имя собственное или совокупность имён собственных, называющих человека [2].

Антропоним в составе фразеологизма играет определённую роль. В составе фразеологизма антропоним является именем собственным, закреплённым за конкретным индивидом. Он становится именем, которое обозначает множество объектов, выделяемых и объединяемых по тем или иным общим свойствам.

Так как мы говорим о сравнительном анализе, нам стоит ввести сами элементы, на которых будет основано проведение анализа. В ходе анализа были выделены три группы фразеологических единиц в переводческом аспекте: полные фразеологические эквиваленты; фразеологические аналоги; фразеологические лакуны.

Начнём с анализа полных фразеологических эквивалентов.

(1) *Путин назвал зависимость от зарубежной продукции в АПК ахиллесовой пятой* [3].

(2) *Scientists find coronavirus «Achilles Heel» – that could be targeted by drugs or vaccine* [4].

В данном случае фразеологическая единица с антропонимом будет передаваться с помощью полного эквивалента, так как образ полностью сохраняется ввиду единого источника, а именно мифа. Антропонимы, взятые из мифов и религиозной литературы, зачастую переводятся полными соответствиями. В данном случае имеет место быть использование переводческой традиции, так как в русском языке перевод имени *Achilles* является уже устоявшимся, а именно как *Ахиллес*, а не как, например, с помощью транскрибирования *Экилиз*.

Перейдём к рассмотрению фразеологических аналогов.

(3) *Brown, Jones and Robinson*. Данный фразеологизм обозначает простых рядовых англичан. В книге английского писателя Энтони Троллопа «*The Struggles of Brown, Jones & Robinson*» [5] повествуется о жизни и нравах простых людей английского общества.

В русском же языке существует аналог для вышеуказанного фразеологизма: *Иванов, Петров, Сидоров*.

Можем наблюдать использование данного фразеологизма на примере предложения:

(4) *Уберут Клинчаева, появятся Иванов, Петров, Сидоров. Этот процесс уже не остановить* [6].

Здесь мы видим использование фразеологизма с антропонимами, под которыми понимаются обычные граждане нашей страны. Аналогами данные фразеологизмы делает их смысловая наполненность, так как в обоих случаях речь идёт о наиболее

распространённых фамилиях людей на территории Англии и России, а также использование данных антропонимов как фразеологизмов действует в плане того, что оба они играют роль для обозначения простых жителей страны. Отличительной чертой здесь будет лишь национальный оттенок, а именно отнесенность данных фамилий к разным странам.

Теперь стоит рассмотреть фразеологические лакуны. Многие фразеологизмы, включающие в себя антропонимы, не имеют каких-либо соответствий в одном из языков.

(5) *Jane Doe identified more than 40 years after dying in hospital* [7].

В данном случае нас интересует антропоним *Jane Doe*. Данный антропоним уже имеет фразеологическое значение, которое закреплено в «Cambridge International Dictionary of Idioms». Значение данного фразеологизма состоит в том, что именем *Jane Doe* или *John Doe* (в зависимости от пола человека, к которому применяется фразеологизм) называют людей, чья личность не была установлена. Зачастую данный фразеологизм применяется в судебной медицине по отношению к найденным телам людей, личность которых не удалось установить. Данный фразеологизм стоит переводить с помощью описательного перевода, так как даже перевод с калькированием данного антропонима не поможет реципиенту понять коммуникативную ситуацию и вызовет больше вопросов, чем даст ответов. Описательный перевод может быть представлен как неизвестный / неизвестная или же, как женщина / мужчина, чья личность не установлена. Перевести вышеуказанное предложение можно следующим образом: *Личность неизвестной женщины была раскрыта более чем через 40 лет после того, как она умерла в больнице.*

Ещё одним примером фразеологической лакуны с антропонимом является выражение «*In like Flynn*». Оно не имеет никаких аналогов в русском языке и единственный способ передачи данного фразеологизма – описательный перевод. Данный фразеологизм означает достижение успеха без особых проблем или приложения больших усилий.

Обратим внимание на пример употребления данного фразеологизма:

(6) *Their starting player was in like Flynn, and the first to react whenever the ball came his way on the field* [8]. Это предложение можно перевести следующим образом: *Игрок их стартового состава всегда легко добивался успеха и первым реагировал на то, когда мяч попадал в его поле.*

Стоит отметить, что фразеологические лакуны составляют наибольшую сложность для передачи и перевода, в отличие от аналогов и полных эквивалентов, а также иногда и сами носители языка могут не знать о значении данного фразеологизма с антропонимом. Продемонстрируем вышесказанное на примере диалога, взятого из видеоигры *Uncharted 2*. Для большего понимания смысла диалога введем контекст ситуации, при которой данный диалог состоялся: два героя произведения, одного из которых зовут Флинн, пытаются взобраться на уступ. Сам диалог на языке оригинала выглядит так:

(7) - *In like Flynn right?*

- *What?*

- *In like Flynn.*

- *I don't get it.*

- *Just give me a boost.*

В данном случае мы можем наблюдать использование фразеологизма с антропонимом в комбинации с употреблением стилистического приёма, а именно игрой слов, так как имя одного из героев совпадает с антропонимом, используемым во фразеологизме. Сценаристы не случайно написали подобный диалог, в котором используется фразеологизм и стилистический приём, так как сам игровой эпизод не наполнен действием и не играет важной сюжетной роли, а служит лишь для того, чтобы разбавить относительно пустую обстановку. Также стоит учесть то, что вся серия игр *Uncharted* наполнена огромным количеством различных фразеологизмов, как уже устоявшихся, так и авторских, а также столь же большим количеством стилистических приёмов.

Теперь давайте взглянем на то, как этот же диалог был переведен в русской локализации:

- Ай да Флинн
- Что?
- Ай да Флинн.
- О чём ты?
- Просто подсади меня.

В русской локализации смысл диалога был полностью утерян. Значение фразеологизма с антропонимом также не было передано. О смысле диалога можно лишь догадаться с помощью соединения зрительной информации, а именно вида самого уступа, демонстрируемого в игре, и последней фразы диалога. Говоря в целом, переводчик не смог осуществить адекватный перевод, превратив задумку оригинального автора в набор фраз.

Как итог, мы можем говорить о том, что фразеологические единицы с антропонимами являются весьма разнообразными. Есть множество факторов, влияющих на перевод и восприятие таких фразеологизмов. Например, как мы могли заметить, это могут быть полные соответствия, когда фразеологизм с антропонимами воспринимается одинокого в обоих языках, ввиду единого источника, но при этом различия в переводе продиктованы переводческой традицией. Могут быть фразеологические аналоги, восприятие и понимание которых зависит от культурного элемента, который может передавать единое значение, но при этом относиться к разным культурам. Также могут быть фразеологические лакуны, при переводе которых стоит использовать метод описательного перевода или, в редком случае, калькирования. Мы также могли отметить, что наиболее сложными для перевода и передачи являются фразеологические лакуны.

Библиографический список

1. Большой энциклопедический словарь : [сайт]. – Москва, 2005. – URL: https://gufo.me/dict/translatology/фразеологическая_единица (дата обращения: 19.03.2024).
2. Большой энциклопедический словарь : [сайт]. – Москва, 2005. – URL: <https://gufo.me/dict/translatology/антропоним> (дата обращения: 19.03.2024).
3. РИА НОВОСТИ : [сайт]. – Москва, 2004. – URL: <https://ria.ru/20240305/putin-1931310739.html> (дата обращения: 20.03.2024).
4. The Sun : [сайт]. – Великобритания, 2005. – URL: <https://www.thesun.co.uk/news/11339284/scientists-find-achilles-heel-weak-spot-coronavirus/> (дата обращения: 20.03.2024).
5. Trollope, A. The Struggles of Brown, Jones and Robinson / A. Trollope. – London : Penguin Books, 1994. – 240 p.
6. Русская народная линия : [сайт]. – Санкт-Петербург, 2010. – URL: https://ruskline.ru/news_rl/2014/03/11/uberut_klinchaeva_poyavyatsya_ivanov_petrov_sidorov_et_ot_process_uzhe_ne_ostanovit (дата обращения: 20.03.2024).
7. 13 WIBW : [сайт]. – США, 2002. – URL: <https://www.wibw.com/2023/05/30/officials-jane-doe-identified-more-than-40-years-after-dying-hospital/> (дата обращения: 20.03.2024).
8. GRAMMATIST : [сайт]. – Канада, 2024 – URL: <https://grammarist.com/idiom/in-like-flynn/> (дата обращения: 21.03.2024).