

АДАПТАЦИЯ КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННЫХ ОНИМОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Д.А. Митрофанов (Москва, Россия)

Аннотация: Имена собственные, или онимы, встречаются практически ежедневно в различных сферах человеческой деятельности и служат индивидуализирующими репрезентантами различных объектов. Особую роль онимы играют в культурном пространстве социума и наряду с другими языковыми единицами могут служить маркерами культуры и носителями культурной информации. Сегодня вызывает особый интерес изучение культурного аспекта онимов и их функционирования в художественном тексте, что становится предметом особого направления в рамках науки об именах собственных – литературной ономастики. При этом имена собственные в таких текстах могут выступать в качестве реалий, то есть иметь привязку к определенной культуре и передавать национальный колорит. Данный факт представляет определенную проблему для переводчиков литературных текстов, где задачей становится адекватная адаптация подобных реалий с целью максимально возможного сохранения их культурного потенциала. Данная статья посвящена изучению особенностей функционирования имен собственных как культурно-маркированных онимов в художественном произведении, выступающем единицей художественного дискурса, а также их возможности быть адаптированными в переводном тексте.

Ключевые слова: *имя собственное, культурно-маркированный оним, код культуры, ономастический код, художественный дискурс, ономастическая реалия, адаптация реалий*

ADAPTATION OF CULTURALLY MARKED ONYMS IN LITERARY DISCOURSE

D. Mitrofanov (Moscow, Russia)

Proper names, or onyms, are encountered almost daily in various areas of human activity and serve as individualizing representatives of different objects. Onyms perform a specific role within the cultural space of a society and along with many other language units can act as cultural markers and carriers of cultural information. Today a great deal of interest is attracted to the study of the cultural aspect of onyms and their functioning in a literary text what becomes the subject of research of a special branch in the science of proper names – literary onomastics. At the same time proper names can act as culture-bound words in such texts; that is they may be associated with a particular culture and transmit national flavor. This fact presents a substantial problem for translators of literary texts where the main task lies in the adequate adaptation of these culture-bound words with the ultimate goal of preserving their cultural potential as fully as possible. The present article is devoted to the study of features of proper names, functioning as culturally marked onyms in a literary text, which acts as a unit of literary discourse. Another aim of the article is to study the possibility of onyms to be adapted in the course of translation.

Keywords: *proper name, culturally marked onym, cultural code, onomastic code, literary discourse, culture-bound word, adaptation of culture-bound words*

Имена собственные играют большую роль в жизни человечества. Люди практически ежедневно используют онимы в своей речи, когда репрезентируют разнообразные объекты и явления, ими названные. Для изучения имен собственных с позиции лингвистики была создана наука *ономастика*, важным направлением которой является литературная ономастика, занимающаяся исследованиями художественных текстов с точки зрения функционирования в них онимов [Васильева, Ворошилова 2009: 4].

В настоящее время все больше исследователей привлекает изучение имен собственных с позиций передачи в них культурного аспекта, что находит отражение в литературных текстах, принадлежащих к художественному дискурсу. Несмотря на то, что онимы понимаются как важные компоненты культуры и литературы, чему посвящены работы ученых по литературной ономастике и рассмотрению имен в аспекте культуры (Гарагуля С.И., Ковшова М.Л., Красных В.В. и др.), а также по специфике разных видов дискурса, включая художественный (Гаврюшина Е.А., Кулибина Н.В., Самарская Т.Б. и др.), многие проблемы остаются не до конца освещенными. Кроме того, имена собственные представляют определенную проблему для переводоведения, чему свидетельствуют отдельные главы, выделенные под ее рассмотрение, в работах как отечественных, так и зарубежных исследователей (Прошина Э.Г., Херви С., Хиггинс И. и др.). Зачастую эти проблемы рассматриваются в совокупности. В частности, сегодня большой интерес проявляется к вопросу об участии культурного кода, выраженного именами

собственными, в формировании идейно-содержательной стороны художественного произведения и его адаптации в переводном тексте.

Данная статья делает попытку рассмотрения данной проблемы и посвящена изучению особенностей функционирования имен собственных как маркеров культуры в художественном произведении, выступающем единицей художественного дискурса, и их возможности быть адаптированными в переводном тексте, где они выполняют роль транслятора чужой культуры.

Для данного исследования ключевыми представляются несколько понятий. Одним из них является *культурный код*, который рассматривается как разными способами кодируемая культурная и энциклопедическая информация, составляющая в целом лингвокультурную картину мира, раскрывающую мировоззрение того или иного социума [Ковшова, 2016: 170]. Система культурных кодов занимает центральное положение в культурном пространстве социума; коды являются его структурообразующими элементами и способом его описания [Гудков, 2004: 39].

Безусловно в культуре в целом и в вербальном коде культуры в частности особая роль принадлежит именам собственным как единицам, которые в краткой форме могут запечатлеть целый пласт вкладываемой в них информации. В рамках культурного кода имена собственные объединяются в особый тип кода, называемый нами *ономастический код*. Под ономастическим кодом понимается систематическое использование имен собственных для кодирования лингво- и социокультурной информации. Данный тип кодов может находить свою реализацию во многих вербальных проявлениях культурной деятельности, прежде всего в художественных текстах.

Тем не менее коды культуры в полной мере не реализуются в художественном тексте как таковом, ведь подобный текст во всей своей графической завершенности является просто книгой, стоящей на полке, если он не погружен в жизнь. Находясь же в руках читателя, текст становится порождаемой в процессе восприятия особой разновидностью дискурса – *художественным дискурсом* [Кулибина, 2001: 91]. Художественный дискурс рассматривается в исследовании как коммуникативная ситуация, при которой происходит социокультурное взаимодействие между писателем и читателем, привлекающее их культурные ценности и концепты, фоновые знания и мировоззрение обоих участников, и являющееся попыткой изменить духовное пространство реципиента с целью вызвать у него определенную эмоциональную реакцию на полученную информацию [Самарская, Мартиросьян 2012: 22].

При участии в подобной коммуникативной ситуации текста, выполненного на языке, отличного от оригинального, в данное взаимодействие включается посредник – переводчик, который привлекает также свои фоновые знания и переводческие умения для передачи и адаптации различных языковых единиц, особую группу которых составляют культурно-маркированные единицы, или *реалии*. Болгарские лингвисты С. Влахов и С. Флорин понимают их как «слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (культуры и других сфер) одного народа и чуждые другому; будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных эквивалентов в других языках, а, следовательно, не поддаются переводу «на общих основаниях», требуя особого подхода» [Влахов, Флорин 1980: 47].

Вместе с тем они не причисляют имена собственные к реалиям ввиду того, что в отличие от других единиц, они не имеют собственного значения, несмотря на то, что они так же связаны с определенной культурой и передают национальный колорит. Однако на современном этапе развития ономастики за именем собственным закрепляется наличие собственной семантики, что позволяет ему выполнять функцию индивидуализирующей номинации [Ермолович, 2001: 9]. Данный факт дает право выделять особую группу реалий, называемых ономастическими.

При передаче реалий на другой язык может возникать ряд трудностей, связанных с подбором переводческой трансформации, которая должна быть выбрана адекватно коммуникативной ситуации. В случае с ономастическими реалиями применяются такие, как транскрибирование, транслитерирование, калькирование, генерализация, метонимический перенос и другие. Предпочтительным при этом способом передачи сегодня является транскрипция [Прошина, 2008: 121]. Стоит однако помнить, что степень переводимости реалий различна, и при переводе на другие языки они практически неизбежно теряют как часть своего культурного потенциала, так и некоторые собственно языковые свойства [Ермолович, 2009: 3]. Перейдем к рассмотрению возможности онимов нести данный культурный потенциал в собственно художественном дискурсе.

Практическим материалом исследования послужил шпионский роман английского писателя Джона Ле Карре “A Small Town in Germany” (1968) и его перевод на русский язык под названием «В одном немецком городке» (пер. Т. Озерской, И. Кулаковой-Ершовой). Действие разворачивается в середине 1960-х годов в Бонне, бывшем на тот момент столицей ФРГ, на фоне нарастающих антибританских настроений и подъема национального самосознания. Секретарь Британского посольства Лео Гартинг исчезает вместе с важными секретными документами, что побуждает дипломатов во главе с вызванным из Великобритании сотрудником Министерства иностранных дел Аланом Тернером начать расследование.

Отличительной особенностью романа как художественного текста является его некоторая автобиографичность: Ле Карре в начале 1960-х сам работал в британском посольстве в Бонне, поэтому он был хорошо знаком с самим городом, а также с устройством и ведением дел в посольстве. Это позволило ему внести способствующие полноте описания дополнительные детали, в том числе выражающиеся и в ономастическом наполнении произведения. С культурологической точки зрения имена собственные, фигу-

рирующие в тексте, по большей части принадлежат английской, родной для автора, и немецкой, описываемой в романе, культурам.

Для осуществления всестороннего рассмотрения ономастической составляющей романа в ходе ее анализа методом сплошной выборки был создан корпус имен, в который вошли все встречающиеся в произведении имена собственные. Они были классифицированы в зависимости от объекта номинации, также был проведен их количественный подсчет. В данной статье рассматриваются и анализируются наиболее интересные примеры различных способов адаптации ономастических реалий в переводе романа, но также затрагиваются основные особенности ономастического наполнения оригинального текста. Алгоритм анализа выглядит следующим образом: сначала на примере оригинала происходит выявление особенностей функционирования различных классов онимов, в основном обозначающих географические объекты и персоналии, принадлежащие описываемым культурам. Следующим этапом анализа является рассмотрение отдельных примеров адаптации ономастических реалий с целью выявления их дискурсологической функции и способов их передачи на русский язык.

Ономастическое пространство произведения включает в себя 481 единицу. При этом самой большой группой имен собственных выступают топонимы, количество которых равняется 188. За ними следуют антропонимы со 127 единицами, названия организаций (эргонимы) – 88 единиц. Онимы, обозначающие марки автомобилей, печатные издания и другие объекты, наблюдаются в произведении в количестве 78 единиц.

Обращает на себя внимание тот факт, что в данном романе количественно преобладают именно топонимы. Это можно объяснить жанровыми особенностями произведения, а также тем, что место его действия довольно ограничено, поэтому автор, исходя из собственного опыта, широко использует в тексте онимы, обозначающие различные достопримечательности Бонна и его окрестностей, включая такие, как «Боннский кафедральный собор» (*Bonn Minster*), «отель Петерберг» (*Petersberg*), «мост Кеннеди» (*Kennedy's Bridge*), «Концертный зал Бетховена» (*Beethoven's Hall*) и другие.

At its back, straddled by Kennedy's Bridge and bordered by Beethoven's hall, the brown Rhine pursued its uncertain cultural course (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 333).

Данные топонимы создают атмосферу произведения, передают местный колорит, способствуют полноте описания. Читателям, хорошо знакомым с географией Бонна, они помогают точнее представить себе место действия определенного эпизода и глубже погрузиться в чтение романа. В результате культурный код, положенный в основу этих онимов, начинает работать.

Что касается участия в романе антропонимов, принадлежащих реальным людям, то среди них в основном присутствуют имена британских и немецких политиков и исторических личностей (*Neville Chamberlain, Henry Palmerston, Oswald Mosley; Otto von Bismarck, Barbarossa*), а также деятелей культуры двух стран (*John Constable; Johann Wolfgang von Goethe, Axel Springer*).

'Siebkron dreams of Palmerston in the daytime and Bismarck in the dark. Now is evening, you see: he is in the middle!' (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 206).

Здесь имена Генри Джона Палмерстона, британского премьера середины XIX века, и немецкого канцлера Отто фон Бисмарка, его современника, являются метафорической характеристикой одного из персонажей романа, Людвиг Зибкрона. Их соседство говорит о том, что описываемый персонаж является политиком, который мечется между либерализмом (Палмерстон) и более жестким консервативным политическим курсом Бисмарка. Имя Палмерстона не сопровождается дальнейшей характеристикой и представлено в тексте романа имплицитно, что может затруднять декодировку заложенной в него информации у читателя, являющегося представителем другой культуры, нежели той, в которой произведение создавалось. Что касается Бисмарка, то его имя достаточно широко известно для того, чтобы нуждаться в пояснении, поэтому вероятность декодировки довольно высока.

Рассматривая данное произведение как пример художественного дискурса с авторским замыслом, проявляющимся в том числе на уровне ономастической составляющей, можно говорить о том, что имена собственные, взятые из английской культуры, в основном не сопровождаются дополнительными пояснениями и представлены имплицитно. Это можно объяснить тем, что произведение в первую очередь создавалось для представителей британской культуры, для которых разъяснение реалий не требуется, а также тем, что автор скорее всего не хотел лишать свое произведение динамичности, к чему обязывает жанр. Это же касается и немецкоязычных ономастических реалий. Данное свойство рассматриваемого произведения представляет особую трудность для переводчика, от которого требуется раскрытие потенциала культурно-маркированных онимов для полноценной их адаптации.

Для того, чтобы посмотреть на успешность выполнения данной задачи перейдем к анализу наиболее интересных примеров адаптации ономастических реалий.

Ономастическое пространство перевода произведения отличается в количественном отношении, в нем присутствует 431 единица. Самым распространенным видом онимов остаются топонимы, которых в тексте 169 единиц, далее идут антропонимы – 117 единиц, эргонимы – 83 имени, и онимы, принадлежащие к другим объектам – 62 имени собственных.

Количественные различия между оригиналом и переводом можно объяснить тем, что в тексте перевода присутствуют смысловые опущения и некоторые имена собственные просто не были переданы, что, с одной стороны, снижает качество и ценность перевода, но, с другой, не мешает смысловому восприятию текста целевой аудиторией. Вторая причина заключается в особенностях адаптации ономасти-

ческих реалий, которые при передаче их на русский язык ономастический компонент теряют.

Рассмотрим примеры таких реалий, которые при переводе и соответствующей адаптации теряют данный компонент.

Одной из ярких иллюстраций может служить использование в тексте идиомы “*to set the Thames on fire*”, которая имеет словарное значение «сделать что-то невозможное, из ряда вон выходящее». В русской культуре и языке, соответственно, не существует эквивалентной идиомы, которая бы содержала ономастический компонент, поэтому в переводе происходит опущение данного имени собственного, и она передается как «ничего сверхобычного», что видно в следующей цитате из произведения:

‘Nothing to set the Thames on fire. We traced the next of kin. An uncle living in Hampstead: Otto Harting.’ (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 64).

«– Ничего сверхобычного. Мы проверили ближайшую родню. Дядя – Отто Гартинг – жил в Хэмпстеде» (ле Карре, Джон – «В одном немецком городке, с. 48).

Интересным примером адаптации также можно считать имя британской женщины-ювелира и мастера-серебряника Хестер Бейтман (1708–1794), основавшей вместе со своими сыновьями мастерскую по производству посуды. Ее имя в английской культуре стало синонимичным с обозначением качественной и доступной для среднего класса посуды из серебра.

‘[...] the Hungarians had brought coffee in a Hester Bateman jug which sat in unremarked magnificence at Hazel’s end of the table’ (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 213).

«[...] венгры подали кофе в великолепном кувшине, и, не оцененный никем, он в гордом одиночестве возвышался в конце стола, где прежде сидела Хейзел» (ле Карре, Джон – «В одном немецком городке, с. 201).

Как видно из примера, при адаптации вновь был убран ономастический компонент, однако здесь применен метонимический перенос в значении «изделие вместо производителя» и добавлен эпитет «великолепный». В целом, ввиду того, что имя Бейтман практически неизвестно в России и не входит в культурное пространство страны, можно утверждать, что такой способ адаптации производит подобный эффект на русскоязычную аудиторию, что и на представителей культуры автора.

Примером ономастической реалии, в той или иной степени принадлежащей обоим описываемым культурам, можно считать использование существующего в английском языке пренебрежительно-обозначения немцев *‘the Krauts’*. Данное прозвище было дано британцами в Первую мировую войну в связи с существовавшим стереотипом, что немцы любят есть квашеную капусту (в немецком *‘Sauerkraut’*). В тексте романа это прозвище произносится из уст персонажа-британца, что также частично характеризует и его самого:

‘They ought to have a go with the old black flags. [...] And they’re going for another loan. I don’t know where the Krauts get the stuff from sometimes’ (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 258).

«Им бы надо было пустить в ход старые черные флаги. [...] А они идут на новый заем. Дивлюсь я, откуда немцы добывают иной раз средства» (ле Карре, Джон – «В одном немецком городке, с. 248).

Как видно из перевода при адаптации данное прозвище было заменено на нейтральное национальное обозначение «немцы». Таким образом была упущена возможность заменить теряющуюся при переводе информацию из одного культурного пространства эквивалентной ей из другого. В следствие этого, данная фраза не производит необходимого эффекта, заложенного в нее автором. Для его достижения можно было перевести данное выражение существующим в русском языке фронтовым прозвищем немцев – «фрицы».

Интересным для рассмотрения также представляется перевод ономастических реалий, выраженных аббревиатурами, так как они требуют особого внимания от переводчика. В оригинальном тексте они в основном даются без расшифровки, а в переводе для работы культурного кода необходима их адекватная адаптация.

Удачным примером адаптации таких реалий может служить эргоним *HMG*, то есть *Her Majesty’s Government*. Переводчик, памятуя о своей целевой аудитории, передает ее с помощью расширительного перевода как «Правительство Ее Величества», тем самым облегчая функционирование кода.

‘HMG is as played out as Bonn; no support with the electorate and very little with the parliamentary party.’ (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 39).

«Правительство Ее Величества так же потеряло все свои козыри, как и Бонн, – никакой поддержки у избирателей и очень мало среди правящей партии» (ле Карре, Джон – «В одном немецком городке, с. 25).

Противоположным примером может служить реалия *NAAFI (Navy, Army and Air Force Institutes)*, которая встречается в тексте несколько раз и в переводе передается лишь как “марка фирмы «Наафи»”.

‘Someone else has lifted our swivel chair. There’s a long-carriage typewriter from the Pool; [...] cups from the Naafi even.’ (le Carré, John – A Small Town in Germany, p. 142).

«Кто-то еще унес у нас вращающийся табурет. Из машбюро исчезла машинка с большой кареткой, пропали [...], даже чашки с маркой фирмы «Наафи» (ле Карре, Джон – «В одном немецком городке, с. 126).

В данном случае адаптация культурной информации не была осуществлена, и для читателей реалия осталась нераскрытой. Было бы уместнее передать ее, например, как «Военно-торговая служба вооруженных сил Великобритании», хотя бы в одном из случаев употребления для того, чтобы запустить процесс функционирования культурного кода.

Подводя итоги, можно говорить о том, что имена собственные в качестве культурного маркера в художественном произведении выполняют следующие функции: 1) участвуют в создании художественных

образов; 2) реализуют идейное и жанровое содержание произведения и авторский замысел; 3) создают колорит и атмосферу; 4) придают реалистичность и аутентичность происходящему; 5) собственно транслируют культурно-маркированную информацию.

Исходя из этого, можно утверждать, что вышеназванные примеры доказывают функционирование имен собственных как культурного кода в художественном произведении, что позволяет говорить о таких именах как об ономастических кодах культуры.

Что касается перевода романа, то в нем наблюдается значительная редукция культурной информации. Как следует из большинства примеров, переводчик не проводит операций по ее экспликации, тем самым текст лишается детализации, присущей оригиналу. Если в некоторых случаях, как, например, с идиомами, это оправдано за неимением лучшего варианта, то в других, несмотря на проводимые попытки адаптации, снижает ценность перевода как средства опосредованной трансляции иноязычной культуры, и, соответственно, лишает имена собственные изначально заложенного в них культурного потенциала.

С дискурсологической точки зрения это затрудняет взаимодействие между автором и читателем, так как у последнего не происходит узнавания культурно-маркированного онима, что осложняет его работу в качестве ономастического кода. При этом переводчик, выступая посредником в данном взаимодействии, зачастую не запускает процесс функционирования кода, что в итоге лишает неподготовленного читателя возможности декодировать авторский замысел и развить собственную лингвокультурологическую компетенцию.

Список литературы

- [1] *Васильева С.П., Ворошилова Е.В.* Литературная ономастика: учебное пособие для студентов филологических специальностей. – Красноярск, 2009.
- [2] *Влахос С., Флорин С.* Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980.
- [3] *Гудков Д.Б.* Единицы кодов культуры: проблемы семантики // *Язык. Сознание. Коммуникация: сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов.* – М.: МАКС Пресс, 2004.
- [4] *Ермолович Д.И.* Имена собственные на стыке языков и культур. – М.: Р. Валент, 2001.
- [5] *Ермолович Д.И.* Методика межъязыковой передачи имён собственных. – М.: Всероссийский центр переводов, 2009.
- [6] *Ковшова М.Л.* Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. Изд. 3-е. – М.: ЛЕНАНД, 2016.
- [7] *Кулибина Н.В.* Художественный дискурс как актуализация художественного текста в сознании читателя // *Мир русского слова.* – 2001. №1.
- [8] *Le Carré, Джон.* В одном немецком городке (перевод Т. Озерской, И. Кулаковой-Ершовой). – М.: Прогресс, 1990.
- [9] *Прошина З. Г.* Теория перевода (с английского языка на русский и с русского языка на английский): уч. на англ. яз. (3-е изд., перераб.) – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2008.
- [10] *Самарская Т.Б., Мартиросьян Е.Г.* Художественный дискурс: специфика составляющих и особенно-сти организации художественного текста // *Сфера услуг: Инновации и качество.* Вып. №10, 2012.
- [11] *Le Carré, John.* A Small Town in Germany. – Penguin Classics, 2011.