

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**Трудности перевода англоязычной безэквивалентной  
фразеологии на русский язык**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 412 группы  
направления (специальности) 44.03.01 «Педагогическое образование»,  
профиль – «Иностранный (английский) язык»  
факультета иностранных языков и лингводидактики

Паненко Анны Сергеевны

Научный руководитель  
доцент каф. англ. языка и  
метод. его преподавания  
канд. филол. наук, доцент

\_\_\_\_\_

дата, подпись

С.Е. Тупикова

Заведующий кафедрой  
доцент каф. англ. языка и  
метод. его преподавания  
канд. филол. наук, доцент

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Т.А. Спиридонова

Саратов 2016 год

## ВВЕДЕНИЕ

Интенсивное развитие фразеологии за последние десятилетия выдвинуло множество разнообразных проблем. С одной стороны, задачей фразеологов является описание фразеологического материала отдельных языков с упором на их специфические особенности. С другой стороны, все большее значение приобретает сопоставительное изучение фразеологических систем разных языков.

Таким образом, *актуальность* темы исследования обусловлена недостаточной изученностью темы фразеологических единиц в речи и сложностью их перевода.

*Целью* данной работы является выявление основных трудностей при переводе английских фразеологизмов на русский язык.

Для достижения цели исследования в работе ставятся следующие *задачи*:

1. изучение теоретической литературы, рассматривающей проблему образования фразеологизмов в английском языке;
2. описание особенностей семантики фразеологических единиц и их компонентного состава, на основе которого формируется их значение;
3. рассмотрение существующих классификации фразеологизмов;
4. выявление особенностей перевода фразеологизмов и основных трудностей при их переводе;

*Материалом* исследования данной работы послужили следующие английские газеты: 'The New York Times', 'Financial Times', 'The Daily Mail', 'The Observer', 'The Guardian', 'The Times', 'Los Angeles Daily News', 'The Wall Street Journal', а так же англо-русский фразеологический словарь Кунина А.В.

*Структура* работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемых источников.

*Во введении* формулируется тема, обосновывается ее актуальность, цель, задачи и гипотеза исследования, определяются объект, предмет, материал,

теоретическая база и методы исследования, теоретическая и практическая ценность работы, научная новизна исследования.

*В первой главе* определяются основные понятия фразеологических единиц; выявляется их классификация, основанная на семантических, грамматических, стилистических и других признаках. Также рассматривается классификация приемов перевода англоязычных фразеологических единиц на русский язык. Также рассматриваются переводческие приемы, при помощи которых могут быть переведены фразеологизмы, выявляются особенности и трудности перевода данных фразеологических единиц.

*Во второй главе* рассматриваются фразеологические единицы английского языка с точки зрения трудностей и особенностей перевода на русский язык, исследуется корпус фразеологических единиц в современных текстах англоязычных СМИ и выявляются их структурно-семантические характеристики, особенности их применения в контексте.

*В заключении* формулируются основные выводы, исходя из цели и задач, и подводится итог данной работы.

*Научная новизна* данной работы заключается в попытке комплексного рассмотрения фразеологических единиц в английской прессе и трудностей их перевода.

*Теоретическая значимость* заключается в том, что выводы данной работы расширяют знания в области когнитивной и прагматичной лингвистики, стилистики, риторики, лексикологии, семантики и интерпретации текста.

*Практическая значимость* обусловлена тем, что результаты исследования могут быть использованы в спецкурсах и спецсеминарах по лексикологии и фразеологии английского языка, общему языкознанию, в переводческой практике, в практике устной и письменной речи, интерпретации текста и в дипломных и курсовых работах по лингвистике.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В теоретической части дипломной работы рассматриваются различные точки зрения на определение фразеологических единиц, их классификации и трудности перевод английских фразеологических единиц на русский язык.

Проанализировав различные классификации русский и зарубежных ученых, мы подробнее остановились на классификации А.В. Кунина. В своей классификации А.В. Кунин разделяет фразеологизмы по структурно-семантическому признаку и по происхождению. Во второй группе он выделяет две большие группы ФЕ: исконно английские фразеологизмы и заимствованные.

В практической главе дипломной работы мы рассмотрели фразеологические единицы, взятые путем сплошной выборки из англоязычных тестов СМИ, общим объемом 3000 страниц. Анализ проводился на материале следующих английских газет: 'The New York Times', 'Financial Times', 'The Daily Mail', 'The Observer', 'The Guardian', 'The Times', 'Los Angeles Daily News', 'The Wall Street Journal'.

Также в данной главе мы выделили различные подходы к переводу. Нами были выделены группы примеров, для перевода которых использовался эквивалентный, лексический и описательный перевод. Обратимся к примеру:

*Many older technological investors, eager not to miss out, are going to great lengths to shed fuddy-duddy pictures and ingratiate themselves with much younger generation .*

В данном отрывке встречается сразу несколько фразеологических выражений. Одно из них «*miss out*» согласно фразеологическому словарю А.В. Кунина имеет значение «*упустить некую возможность, упустить возможность в чем-то поучаствовать*». В своем сборнике фразеологизмов П.П. Литвинов дает эквивалент из русского языка – простонародное выражение «*проворонить*» что-либо, употребляемое обычно вместе с

существительным, в данном случае *«проворонить возможность»*. Выбор вокабуляра в данном тексте дает нам возможность понять, что простонародное выражение не подходит стилистически. Слово, наиболее полно отражающее суть исходного выражения *«отставать»*, т.е. используется **частичный эквивалент**.

*«Going to great lengths»*, согласно фразеологическому словарю А.В. Кунина означает *«сделать многое, чтобы достичь цели»*. Как мы выяснили, для адекватного перевода необходимо найти эквивалент высказывания в русском языке. Рассмотрев контекст, стиль и синтаксическую составляющую высказывания, мы подобрали русский эквивалент *«пойти на многое»*. Более того, он не только отображает значение фразеологизма, но и имеет схожую экспрессивную окраску.

Выражение *«fuddy-duddy»*, согласно сборнику фразеологизмов и устойчивых выражений П.П. Литвинова имеет следующее определение: *«человек, который не хочет и не готов меняться»*. Данное высказывание образовано путем редупликации, с одним из корней, образованным от слова *«fussy»*. Исходный вариант ссылается на то, что человек *«суетливый»*, слово, чаще относящееся к людям в возрасте. Данного человека можно называть *«консерватор»*, однако это выражение чаще ассоциируется у человека с политическими взглядами. Это некий человек, застывший во времени, имеющий свои взгляды, от которых он не хочет отказываться. В русском языке не существует эквивалента, имеющего рифмованную структуру и также созданного путем редупликации. Наиболее уместным и передающим смысл, будет выражение *«старомодный»*, полученное путем лексической трансформации. В итоге, мы получили перевод:

*Многие технические инвесторы в возрасте горят желанием не отставать и готовы пойти на многое, чтобы избавиться от образа старомодных и снискать расположение у поколения, гораздо моложе их.*

Также нами было выявлено, что в настоящее время в русском и английском языке образуется множество новых фразеологизмов. Переводчик может столкнуться с особыми трудностями. Рассмотрим следующий пример:

*Nelson Freeman is a professional chess-player who studied science at Oxford. Few months ago, though, he decided he needed a **crash course** in getting hip.*

Во фразеологическом словаре А.В. Кунина можно найти следующую дефиницию словосочетание «*crash course*», употребляемое в данном отрывке, «*быстрый урок, быстрый метод получение знания*». Данное выражение, можно отнести к профессиональным терминам, если взглянуть на контекст. Рассматривая это выражение как термин, можно сказать, что в русском языке можно найти его соответствие «*интенсивный курс*».

Неологизм «*getting hip*» нельзя полностью назвать фразеологическим из-за его недавнего появления в английском языке. Все же он вызывает некоторые трудности. На молодежном сленге, данное выражение имеет значение «*врубаться*», т.е. понять некую тему или найти ответ на вопрос. Мы не можем, опираясь на контекст, использовать молодежный сленг наравне с профессиональными терминами. Лексическая замена «*войти в форму*» лучше передает образ и значение данного выражения, без изменения стилистической составляющей.

*Нельсон Фримен – профессиональный игрок в шашки, которые изучал точные науки в Оксфорде. Однако несколько месяцев назад, он решил, что ему необходим интенсивный курс, для того, чтобы войти в форму.*

Особое внимание было уделено переводу безэквивалентной лексики. Рассмотрим следующий пример, взятый из литературного столбца рубрики:

*As she pushed her shopping cart down an alley of the Walmart near her home in Durham, N.C., lately, Mrs. Allen, a retired nurse, suddenly thought why did she **steer clear** of high-calorie chocolate mousse. "It's not very natural and absolutely not good for me".*

Выражение «*steers clear*» означает избежать чего-то. Слово «*to steer*» в словаре имеет следующее определение «*управляться с каким-то средством с*

*помощью руля или подобного устройства*). Это выражение связано с автомобильной тематикой, где «steer» означает руль машины. Когда перед водителем появляется что-то на дороге, необходимо объехать это препятствие. Если рассматривать данное выражение в данном контексте, можно предположить, что автор сделал аналогию с тележкой из супермаркета. Тележка в данном случае является машиной героини. Поэтому можно оценивать данное выражение как «срулить» с пути. Однако возникают сложности, в русском языке не существует эквивалента обозначающего «избежать» и связанного с автомобилями. Согласно фразеологическому словарю А.В. Кунина выражение «*держаться подальше*» связано со страхом, а «*упустить возможность*» относится скорее к делам и решениям. Следовательно, данные фразеологизмы не передают всех оттенков значения. Возникает дилемма, появляющаяся довольно часто: сохранить образность высказывания или опустить образ при дословном переводе и полностью передать смысл. Решение, какой из двух подходов выбрать должен основываться на контексте, стиле и изначальной задумке автора. Мы решили, что автор хотел провести аналогию и нарисовать в голове читателя четкую картину для усиления эффекта. Описательный перевод наиболее подходит для данного случая. Использование смыслового аналога «срулить» и добавление описания наиболее полно разъясняют ситуацию.

*Пока она катила тележку к выходу из супермаркета Валмарта недалеко от ее дома в Дареме, штат Нью-Йорк, Миссис Аллен, медсестра на пенсии, думала, почему же она срулила, не купив высококалорийного шоколадного мусса. «Он совсем не натуральный и уж точно не полезен для меня.*

Обратимся к следующему примеру:

*"Russell, the grill maker from in Madison, WI., is improving his most expensive grill, the \$3,000 Silver Open Flat V6, after buyers wanted more **bells and whistles**, said James Davis, a Russell executive. "They want stainless grills and more accessories like warmer walls inside, anti-heat gloves and backlight".*

Фразеологизм появился в английском языке в начале развития индустриальной эры [38]. В то время все средства передвижения были механические и должны были быть оснащены колокольчиками и свистками, для того, чтобы распугивать лошадей и прохожих. Такие элементы назывались «*bells and whistles*» и были лишними, хотя требовались по закону. С тех пор, это выражение стало относиться к чертам, которые делают товар особенным, хотя этого может и не требоваться. Это так называемые «модные штучки», что-то, что является дополнением, ненужным наворотом. В русских реалиях не существует фразеологизма, связанного со свистками и колокольчиками. Образность исходного выражения потеряна, что позволяет использовать нефразеологический лексический перевод без потери смысла и стилистики. Слово «*прибамбасы*» имеет такую же эмоциональную окраску, что и исходное выражение, поэтому при его использовании не теряется его экспрессивность.

*"Расселл, производитель гриля из города Мэдисон, штат Висконсин, усовершенствует свой самый дорогой гриль Silver Open Flat V6 за три тысячи долларов, после того, как покупатели захотели больше прибамбасов, - рассказывает Джеймс Дэвис, помощник Расселла. "Они хотят нержавеющие грили с дополнительными аксессуарами, например, более горячие стенки внутри, защитные перчатки и боковая подсветка".*

Анализируя примеры возможных переводов, мы пришли к выводу, что поиск эквивалентов не всегда оправдан. Мнение некоторых лингвистов о том, что фразеологизм переводят фразеологизмом не является абсолютным. Однако, к такому переводу, как к идеалу, нужно стремиться в первую очередь. Поиск иных путей можно допустить, лишь убедившись в полном отсутствии русского эквивалента или убедившись в нецелесообразности фразеологического перевода в данном тексте.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно подчеркнуть, что фразеологизм – это оборот, который производится в устной речи, построен на основе словосочетаний сочинительной или подчинительной связи и обладает единым смыслом. Также мы выделили, что для образования фразеологизма, необходимо два или более слова, которые изменены семантически таким образом, что частично или полностью теряют свое лексическое значение.

Рассматривая фразеологические единицы, мы пришли к выводу, что пока не существует единой классификации и четкого деления фразеологизмов. Существуют классификации ФЕ по семантическому признаку, по принципу связанности компонентов, по сферам деятельности человека и структурное и стилистическое деление.

Проанализировав различные классификации российских и зарубежных ученых, мы подробнее остановились на классификации А.В. Кунина, поскольку она представляется нам наиболее расширенной и точной. В своей классификации А.В. Кунин разделяет фразеологизмы по структурно-семантическому признаку и по происхождению. Во второй группе он выделяет две большие группы ФЕ: исконно английские фразеологизмы и заимствованные.

Также был проведен анализ текстов СМИ на материале следующих английских газет: «The New York Times», «Financial Times», «The Daily Mail», «The Observer», «The Guardian», «The Times», «Los Angeles Daily News», «The Wall Street Journal» с целью перевода фразеологических оборотов.

Проанализировав фразеологизмы по признаку эквивалентности, мы выявили две группы способов перевода: фразеологический и нефразеологический перевод. Мы выяснили, что фразеологический перевод основывается на поиске эквивалента: полного, неполного или относительного. Касаемо нефразеологического перевода, мы выделили три способа наиболее

подходящих для адекватного перевода. Таковыми способами являются лексический перевод, калькирование и описательный перевод.

На основе этих групп мы выделили наиболее часто встречающиеся трудности, с которыми можно столкнуться при переводе фразеологизмов. Такие трудности могут встретиться на этапе распознавания фразеологизма, при поиске эквивалента и при недостаточном владении теорией и знании родного и переводимого языков.

Также был произведен анализ недавно появившихся фразеологических оборотов в языке прессы. Представленные тексты были проанализированы согласно поставленным целям и задачам, а именно с позиции возможности замены английского фразеологического оборота на его эквивалент в русском языке.

Опираясь на классификацию фразеологических единиц и особенности их перевода по признаку эквивалентности, мы привели пример возможного перевода исходных текстов, давая развернутые комментарии. При анализе способов перевода, мы пришли к выводу, что необязательно переводить фразеологизм другим фразеологизмом на язык перевода, т.е. поиск эквивалента не всегда необходим.