

УДК 811.133.1'25'37

Мехри Сердаровна Ягмурова,
*аспирант кафедры теории и практики преподавания иностранных языков
Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия
mehrisha.yagmurowa@mail.ru*

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЛИЧНЫХ ИМЕН

В статье рассматриваются вопросы изучения и адаптации личных имен в жизни человека на примере французских антропонимов.

Ключевые слова: личные имена; антропонимическая модель; адаптация; социокультурная адаптация.

Mehri S. Yagmurowa
*Postgraduate student of the Theory and Practice of Teaching Foreign Languages
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia*

SOCIO-CULTURAL ADAPTATION IN THE TRANSLATION OF PERSONAL NAMES

The article considers the study and adaptation of personal names in human life on the basis of French anthroponyms.

Key words: personal names; anthroponymic model; adaptation; socio-cultural adaptation.

В жизни общества имена всегда играли особую роль: с узнавания имени начинается знакомство людей друг с другом. Современная антропоцентрическая парадигма языкознания приводит к изучению проблемы личного имени не только в языке, но и в речевом общении, когда коммуниканты обмениваются разного рода информацией в рамках ситуаций. В речевом взаимодействии важная роль отводится и выбору говорящим субъектом формы личного имени. Кроме этого следует отметить и особый статус личного имени: последнее содержит обширные сведения об особенностях культурной, исторической, социальной и бытовой картины развития общества, в них отражены мировосприятие и представления народа. Другими словами, личные имена представляют собой лексические единицы с маркированной этнокультурной спецификой, передающие общие закономерности развития лингвокультурного сообщества.

Цель исследования: изучить возможности применения социокультурной адаптации при переводе английских и французских личных имен.

Методы исследования: структурно-семантический, сопоставительный, метод сплошной выборки.

Адаптация⁵ [4, с. 32] исходного текста для иноязычной аудитории на первый взгляд представляется переводческой проблемой ситуативного характера. Однако в различных областях науки о языке четко выделилось несколько противоречий, детальное изучение которых не позволяет рассматривать адаптацию лишь как способ решения единичной переводческой трудности.

В отличие от прагматической адаптации текста, основная задача которой лежит в сохранении прагматического потенциала и коммуникативного эффекта исходного текста, социокультурная адаптация⁶ используется для 'сближения культур' исходного текста и текста перевода [3, с. 45]. Е. М. Масленникова отмечает, что перевод, являясь в той или иной степени заказом определенного социума с его характерными особенностями, находится на определенном 'пространственно-временном' и "культурно-историческом" расстоянии от своего исходного текста [3, с. 50].

Выявление необходимости адаптации можно рассматривать как компонент переводческого анализа, важной составляющей которого является определение переводческих трудностей исходного текста. С опорой на изложенную выше теоретическую базу и выделенные критерии социокультурной и прагматической адаптации в ходе данного исследования предполагается провести переводческий анализ художественных текстов.

Имена личные содержат актуальную социокультурную фоновую информацию и связаны в сознании коммуникантов со многими признаками их носителей: например, *Jacques: faire le Jacques* в значении – «дурачиться». Данное выражение появилось около 1880 г. В эту эпоху, *Jacques* – одно из имен (как *Jiles* или *Guillaume*), обозначающее простодушного человека, простака. Существует мнение, что это выражение родилось в Англии. По другой версии, лексема *Jacque* первоначально соответствовала обозначению короткой куртки крестьянина, а как результат вторичной номинации стала использоваться иронически аристократами для характеристики невежественных, необразованных простолюдинов, то есть обделенных интеллектом, разумом.

В культурном сознании носителей французского языка образ Жака складывается главным образом из двух характеристик, образующих центральную зону его коннотативной семантики. Эти характеристики проявляются в значениях апеллятивных дериватов имени, которые в наибольшей степени закреплены в узусе: олух, дурак: *faire le Jacques* «прикидываться дурачком, валять дурака», *Jacques de père* «дурак отец» и т.п. [2, с. 98].

Крестьянин, простолюдин: *Jacques Bonhomme* «Жак-добряк, крестьянин». В этом значении *Jacques* вошел в историю благодаря народному восстанию, получившему название *Jacquerie* 'Жакерия' [6, с. 67]. Например, имя *Jacques*

⁵ Адаптация – упрощение текста для малоподготовленных читателей.

⁶ Социокультурная адаптация – это процесс приспособления человека к условиям новой социокультурной среды, а следовательно, и к новым ценностям, ориентациям, нормам поведения, традициям так, чтобы успешно существовать в новом окружении [1, с. 90].

связано с целой группой нарицательных существительных с ‘птичьей’ семантикой, самое известное из которых, *Jasquot*, впервые зафиксировано в работе Бюффона ‘Естественная история птиц’ в значении ‘серый попугай’: ‘Этот вид сегодня все чаще завозится в Европу, где его любят более всего за мягкость нрава, а также за талант и за покорность, в которых он ничем не уступает зеленому попугаю’. Название птицы не было придумано Бюффоном. Он замечает: ‘Слово *Jaco*, кажущееся весьма приятным на слух, есть имя, которое дают ему по обыкновению (*le nom qu’ordinairement on lui donne*)’ [5, с.100]. Тот факт, что серого попугая в середине XVIII в. называли именем, производным от *Jacques*, несомненно, объясняется не только стремлением дать попугаю характеристику, по-русски выражаемую емким сочетанием ‘Попка – дурак’, но и большим количеством ‘птичьих’ ассоциаций, которыми это имя обросло в народной культуре благодаря совпадению *Jacques* и диал. *Jac* «петух, гусь, сойка, сорока, дрозд, ворон».

Процессы идентификации и социализации определяют функциональную значимость имени личного, то есть позволяют его считать функциональным знаком. Под идентификацией имеется в виду психологическая корреляция между индивидом и определенной лингво- и этнокультурой, социумом, религиозными воззрениями, семейными традициями и т.д. Именно в результате такого процесса формируется и реализуется антропонимическая идентичность индивида и его самобытность. Под социализацией посредством имени понимается возможность выбора имени на уровне присвоения, его варьирования или смены в родной и иноязычной среде, а также в условиях коммуникации, которые социально и политически детерминированы, что дает возможность индивиду стать полноценным членом данного лингвоэтнокультурного сообщества.

Следует отметить, что понятие антропонимическая идентичность может определяться как:

1) психологическое соотнесение индивида со своим именем: *Martha, Martha, Martha! Pourquoi ils m’ont appelée comme ça ! Je déteste mon prénom. Amadine, Mariesol ou Fatouma, c’est bien plus joli! Il n’y a que des A dans Martha!*

‘Марта, Марта, Марта! Почему они меня так называли? Я ненавижу свое имя. Амадин, Марисоль или Фатума – это намного красивее. В имени Марта одни только А!’

2) восприятие этого имени и его носителя представителями данной и других лингвокультур, что позволяет индивиду определить свое место в лингвосоциокультурном пространстве и свободно ориентироваться в нем, создавая определенную связь с обществом, в котором он живет:

Penny : Léonard, je ne savais pas que tu jouais du violoncelle.

Léonard : Et oui, mes parents estimaient que le fait de m’avoir affublé du prénom de Léonard et m’avoir fait sauté des classes ne m’avait pas armé pour la vie.

‘Пенни: Леонард, я не знала, что ты играешь на виолончели.

Леонард: Да, мои родители видимо подумали, что назвать меня Леонардом и перевести меня в класс для одарённых детей будет недостаточно, чтобы меня били в школе’.

Субъективность функционирования имени личного проявляется в индивидуальности его выбора в актах номинации, а также в ассоциативном переносе существенных качеств объекта на назначение самого имени личного, что в свою очередь отражается на дальнейшем его функционировании. Например:

‘Ils ont décidé de m’appeler Bernard. Enfin, c’est un prénom sympathique. Dans ma vie, j’ai croisé quelques spécimens bernardiens, et j’en conserve plutôt un bon souvenir. Avec un Bernard, on peut passer une bonne soirée. Le Bernard impose une sorte de familiarité tacite. On n’a pas peur de taper dans le dos d’un Bernard...’. [6, с. 6]

‘Они решили назвать меня Бернардом. В конце концов, это красивое имя. В моей жизни я сталкивался с разными экземплярами Бернарда и о них я храню довольно-таки хорошие воспоминания. С Бернардом можно провести хороший вечер. Бернард приписывают непринужденность в общении. Мы не боимся хлопнуть по спине Бернарда...’.

Изучение личных имен позволяет проникнуть в систему ценностей различных лингвосоциокультурных сообществ, которая находит отражение в национальной языковой картине мира.

За каждым именем стоит, прежде всего, языковая личность, и поэтому имя может трактоваться как один из ее основных параметров, а также как знак ее идентичности. Представляется возможным представить гражданина Франции как языковую личность, для определения которой релевантна трехуровневая модель языковой личности, предложенная Ю. Н. Карауловым. Антропонимическая языковая личность рассматривается как определенный представитель лингвокультуры и выступает как речевая личность с точки зрения носителя имени и имядателя, характерные черты, которой преломляются во всем объеме ее именовании на протяжении всей жизни; как личность, реализующая свои речемыслительные и имятворческие способности, которые отражают ее прагматические намерения, а также индивидуальную и окружающую картины мира. Ее модель включает три уровня: а) вербально-семантический уровень (имя как слово, являющееся частью антропонимикона как лексикона языка; имятворчество как способность использовать и создавать имена); б) когнитивный уровень (языковая/культурная/личностная картины мира; национальное самосознание; национальный характер; восприятие имени); в) прагматический уровень (имя как дискурсивный элемент, идентичность как результат идентификации и социализации: выбор имени на уровне присвоения/использования в родной и иноязычной среде, его варьирование в зависимости от условий коммуникации).

Таким образом, установлено, что для достижения адекватности перевода личных имен, частично или полностью утративших свое значение, необходима их социокультурная адаптация в тексте перевода.

Полученные результаты могут быть использованы при составлении антропонимических словарей, при изучении происхождения имен и их толковании. Вместе с тем, данные, собранные в работе, могут быть использованы в переводческой деятельности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азимов Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М. : ИКАР, 2009. 511 с.
2. Костомаров В. Г. Логоэпистема как причина коммуникативных неудач // Язык и культура : тез. докл. междунар. науч. конф. М., 2001. 210 с.
3. Масленникова Е. М. Культурная трансформируемость и адаптируемость художественного текста при переводе // Человек в информационном пространстве : сб. науч. тр. / под общ. ред. Н. В. Аниськиной. Ярославль, 2014. С. 322–327.
4. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М. : А Темп, 1986. 944 с.
5. Перехова Л. И. О собственных именах во французском языке // Вопросы романо-германской филологии. Ростов, 1979. 91 с.
6. Foenkinos D. La tête de l'emploi. Paris : Editions J'ai lu, 2014. 234 p.