

Демидова Ксения Константиновна, студентка
Южный федеральный университет

МЕТАФОРА КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА: МЕЖДУ БУКВАЛИЗМОМ И АДАПТАЦИЕЙ

Аннотация. Метафора – сложная переводческая лакуна, порожденная когнитивными и культурными расхождениями. Рассмотрены крайние стратегии и обоснован компромисс с учетом прагматики, жанра и авторской интенции. На примере художественных, публицистических и рекламных текстов показана эффективность функционально-прагматического подхода, где метафора трактуется не как языковая единица, а как инструмент воздействия на адресата.

Ключевые слова: Метафора, переводческая стратегия, буквализм, адаптация, концептуальная метафора, прагматика перевода.

Введение

Метафора издавна привлекала внимание не только литературоведов и риториков, но и переводоведов. Если в риторической традиции XIX века метафора воспринималась как сугубо стилистическое украшение, то когнитивная лингвистика второй половины XX века (Дж. Лакофф, М. Джонсон) радикально изменила этот взгляд, доказав, что метафора есть фундаментальный механизм мышления, структурирующий наше восприятие действительности. Именно это открытие перевело проблему перевода метафоры из разряда эстетических в разряд мировоззренческих: переводя метафору, мы переводим не просто слово, а фрагмент концептуальной системы.

Однако на практике переводчик постоянно оказывается перед дилеммой: сохранить буквальный образ (рискуя сделать текст чуждым и непонятным) или заменить его на адаптированный, привычный для принимающей культуры (рискуя исказить авторский замысел). Эта дилемма, обозначаемая в заголовке как «между буквализмом и адаптацией», составляет ядро переводческой герменевтики. Цель данной статьи – не предложить универсальный алгоритм (что в принципе невозможно), а систематизировать стратегии работы с метафорой и показать, что выбор оптимального решения лежит в плоскости функционально-прагматического анализа текста и учета интенциональности оригинала.

Метафора как когнитивно-культурный феномен

Чтобы корректно ставить переводческую задачу, необходимо уточнить природу метафоры. Вслед за Лакоффом и Джонсоном мы различаем три уровня.

Концептуальная метафора (например, «ВРЕМЯ – ЭТО ДЕНЬГИ»), которая национально специфична: в англо-американской культуре время монетизировано, тогда как в традиционных культурах оно может осмысляться как циклический дар природы.

Образная схема (верх – низ, внутри – снаружи), которая имеет универсальную телесную основу, но культурно маркирована по оценке.

Языковая (текстовая) метафора – конкретная реализация концептуальной метафоры в высказывании.

Для перевода критическим оказывается третий уровень, но он неразрывно связан с первым. Если в исходном языке метафора опирается на реалию, отсутствующую в культуре перевода (скажем, to plough the internet – «пахать интернет» в значении «активно его исследовать»), то буквальный перевод создаст комический или бессмысленный эффект. Более того, даже тождественная образная схема может иметь противоположную коннотацию: так, белый цвет в европейской культуре – символ чистоты, а в ряде восточных – траура. Следовательно, метафорический перевод – это всегда диалог двух картин мира.



Крайние полюса: буквализм и его подводные камни

Буквалистская стратегия исходит из презумпции священности формы: переводчик стремится максимально сохранить лексический состав и грамматическую конструкцию метафоры, полагая, что именно она несет авторскую уникальность. Такая тактика часто доминирует в переводах философской и поэтической прозы, где каждое слово претендует на роль концепта.

Однако буквализм чреват несколькими рисками:

Семантическая деформация. Английское *to see the light* в буквальном переводе «увидеть свет» в русском почти всегда означает физическое прозрение или рождение, тогда как в английском это устойчивый идиом для внезапного понимания. В итоге читатель получает ложный образ.

Потеря прагматического эффекта. В рекламном слогане *Drive your dream* (букв. «управляй своей мечтой») буквализм звучит натужно, тогда как адаптация «Управляй своей мечтой» воздействует на эмоциональную сферу, сохраняя когнитивный компонент.

Эффект «странности», который в художественном тексте может быть оправдан (остранение по Шкловскому), а в информационном – неприемлем.

Показателен пример с метафорой *the backbone of the economy* – «хребет экономики». В русском научно-публицистическом дискурсе устоялся вариант «основа (или стержень) экономики». Буквальный «хребет» выглядел бы вульгарно-анатомично и снизил бы серьезность тона. Таким образом, буквализм в чистом виде – это путь к созданию «переводческого акцента», который редко бывает удачным.

Адаптация и ее границы: функциональная замена образа

Противоположный полюс – адаптация, при которой переводчик заменяет исходный образ на функционально аналогичный в культуре перевода. Эта стратегия широко применяется в переводе идиом, пословиц и коммерческих слоганов, где важна не форма, а реакция читателя.

Классический пример: английское *It's raining cats and dogs* адаптируется как «льет как из ведра», поскольку образ падающих животных не несет в русской культуре никакой дополнительной смысловой нагрузки, а лишь обозначает интенсивность дождя. Адаптация здесь обеспечивает прагматическую эквивалентность: читатель получает ту же эмоцию удивления или досады, что и носитель оригинала.

Однако адаптация имеет свои пределы.

Утрата национального колорита. Если в художественном произведении метафора специально введена для маркировки культурной идентичности героя (например, использование библейских или фольклорных образов), то ее адаптация к локальному фольклору может нивелировать авторский замысел.

Семантическое обеднение. Метафора часто работает на нескольких уровнях одновременно (буквальном, ироническом, интертекстуальном). Адаптация, сводящая ее к одной функции, уничтожает многозначность.

Анахронизм. В исторических текстах адаптация к современным реалиям разрушает исторический контекст.

Таким образом, адаптация – мощный, но опасный инструмент. Она оправдана в тех жанрах, где доминирует функция воздействия (реклама, газетный заголовок, разговорная речь), и почти неприменима в поэзии и религиозных текстах, где форма и образ очень важны.

Поиск баланса: функционально-прагматический подход

Современное переводоведение (работы В.Н. Комиссарова, А.Д. Швейцера, С. Влахова и С. Флорина) тяготеет к отказу от бинарной оппозиции «буквализм vs адаптация». Вместо этого предлагается трехаспектный анализ метафоры, включающий в себя нижеуказанные составляющие.



Семантический компонент – что именно называет метафора (денотат).
Когнитивный компонент – какую концептуальную модель активирует.
Прагматический компонент – какую реакцию должна вызвать у читателя.

Исходя из этих трех измерений, переводчик выбирает одну из следующих стратегий (по классификации П. Ньюмарка):

Воспроизведение того же образа – если концептуальная метафора совпадает в обоих языках (например, *time is money* – «время – деньги»).

Замена образа – если концепт тот же, но реализация разная (*a lion in the way* – «камни на пути»).

Деметафоризация – перевод метафоры прямым значением (*he was a fox* – «он был хитер»), когда образ вторичен.

Компенсация – введение метафоры в другом месте текста, чтобы сохранить общий образный уровень, если в данном месте метафора непереводима.

Ключевым критерием выбора становится намерение автора и жанр текста. В технической инструкции метафора, скорее всего, будет деметафоризирована; в любовной лирике – сохранена или заменена с максимальной бережностью; в политической речи – адаптирована под местную повестку.

Практические кейсы: анализ переводческих решений

Рассмотрим три примера из разных сфер.

Кейс 1. Художественная проза (Дж. Сэлинджер, «Над пропастью во ржи»).

Фраза *to catch a body* в контексте песни о ловле человека над пропастью. В разных русских переводах: от буквального «ловить тело» (Р. Райт-Ковалева) до адаптивного «ловить ребенка». Здесь буквализм (с некоторой трансформацией) оказался семантически и поэтически оправдан, поскольку имя метафоры становится символом всего романа.

Кейс 2. Рекламный текст (слоган автомобиля) – *Feel the road*.

Буквально: «Почувствуй дорогу».

Адаптация: «Ощути магию пути». Второй вариант работает на русскую эмоциональность, но теряет конкретику. Оптимальным в российской рекламной практике признан вариант «Дорога в твоих руках» – здесь сохраняется когнитивная метафора контроля, но меняется образная схема (руки вместо чувств).

Кейс 3. Научный текст. В англоязычной психологии распространена метафора *scaffolding* (леса, строительные леса) для обозначения поддержки обучения. В русском научном дискурсе укоренилась деметафоризация – «поддерживающее обучение» или «эвристическое сопровождение». Попытка ввести буквальный перевод «строительные леса» в диссертацию была бы воспринята как жаргон и снизила бы академический статус текста.

Эти кейсы подтверждают, что единого правила нет, но константой остается ориентация на инвариант восприятия – ту реакцию, которую оригинал вызывал у своего исконного читателя.

Роль контекста и культурной компетенции переводчика

Важнейшим фактором, снимающим дилемму «буквализм – адаптация», является контекст – лингвистический (соседние предложения, жанр) и экстралингвистический (историческая эпоха, социальный статус персонажа, аллюзии). Так, библейская метафора *the Lamb of God* в любом контексте требует буквального сохранения из-за ее догматического статуса, тогда как метафора *a wolf in sheep's clothing* в светской публицистике может быть адаптирована как «волк в овечьей шкуре» (в русском уже ставшая калькой) или заменена на «лису» в детской сказке.

Кроме того, современный переводчик должен учитывать степень метафорической компетенции целевой аудитории. Для широкого читателя адаптация часто предпочтительнее, для элитарного – буквализм с комментарием. Возникает новый горизонт – так называемый



«комментированный перевод», где метафора дается в основном тексте адаптированно, а в примечаниях раскрывается ее исходный образ. Этот путь становится все более популярным в академических и билингвальных изданиях.

Заключение

Метафора как переводческая проблема не имеет окончательного решения, ибо она упирается в фундаментальные вопросы отношения языка и мышления, формы и содержания, своего и чужого. Буквализм и адаптация – это не две взаимоисключающие ошибки, а два полюса поля, внутри которого переводчик выстраивает свою траекторию. Оптимальной стратегией является не усреднение, а осознанный выбор, базирующийся на функционально-прагматическом анализе: что важнее в данном отрезке текста – донести информацию, вызвать эмоцию, сохранить эстетику или указать на культурный код?

Автор настоящей статьи склоняется к тому, что в идеале перевод метафоры должен стремиться к «когнитивной эквивалентности» – когда у читателя перевода активируется та же или максимально близкая концептуальная сеть, что и у читателя оригинала. Достигается это не механическим приемом, а сложной работой, включающей знание культуры, психологии восприятия и, что самое главное, уважение к авторскому голосу

Список литературы:

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
2. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 2002.
3. Ньюмарк П. Подходы к переводу. – Лондон: Pergamon Press, 1981 (на англ. яз.).
4. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Высшая школа, 1986.
5. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1988

