

Культурная релевантность и воспроизведение смысла перевода поговорочных выражений в английской и русской версиях «Сянцзы-верблюд»

Научный руководитель – Ян Шичжан

Ши Хуэйминь

Аспирант

Шанхайский университет иностранных языков, Шанхай, Китай

E-mail: 422098402@qq.com

Культурная релевантность и воспроизведение смысла перевода поговорочных выражений в английской и русской версиях «Сянцзы-верблюд» Аннотация: Статья посвящена исследованию культурную релевантность и воспроизведение смысла перевода поговорочных выражений в английской и русской версиях «Сянцзы-верблюд». Цель статьи — прояснить различия и сходства в методах и стратегиях перевода поговорочных выражений между английской и русской версиями и их причины, и на основе этого представить опыты и предложения по переводу художественных текстов. На начальном этапе исследования была уточнена объем поговорочных выражений, упоминаемых в данной работе, включая пословицы, диалекты, недоговорки и идиомы, и с помощью теории релевантности мы проанализировали способы культурной релевантности при переводе поговорочных выражений. Затем мы провели сравнительный анализ переводов поговорочных выражений в двух версиях. Наконец, были подготовлены статистические данные по методам перевода всех 95 в оригинале поговорочных выражений в двух версиях, результаты подсчетов показали: на микроуровне методов перевода, в двух версиях наиболее распространенным методом при переводе поговорочных выражений является свободный перевод, кроме того, английский переводчик буквально перевел все остальные поговорочные выражения, в то время как русский перевод гибко использует такие методы, как замена, опущение и буквальный перевод; на макроуровне стратегии перевода, английский переводчик употребляет стратегию иностранзации и его перевод характеризуется эксплицитной чертой, напротив, русский переводчик использует стратегию одомашнивания, и русская версия характеризуется упрощенным переводом. В статье делаются выводы следующие: причина успеха этих двух версий, использующих совершенно разные переводческие стратегии, заключается в том, что обе они адаптированы к потребностям их собственных культурных контекстов в переводимом литературе и к ожиданиям читателей; стратегии и методы при переводе культурно-специфических слов в художественных текстах, а также при переводе художественных текстов в целом, не статичны, а динамичны и должны быть адаптированы к культурному контексту и читательскому ожиданию читателей целевого языка, чтобы переводимые тексты могли продолжать «выживать» в новой среде. Ключевые слова: поговорочное выражение, методы перевода, стратегия перевода, художественный перевод, культурная релевантность, теория релевантности, переводческая адаптация, Сянцзы-верблюд, Лао Шэ, пословицы, диалекты, недоговорки, идиомы, английский язык, русский язык, межкультурная коммуникация.

Cultural relevance and meaning reproduction of translating common sayings in the English and Russian versions of "Camel Xiangzi" Abstract: The article investigates the cultural relevance and meaning reproduction of translating common sayings in the English and Russian versions of "Camel Xiangzi". The aim of this article is to clarify the differences and similarities in the methods and strategies of translation of common sayings between the English and Russian versions and their reasons, and on the basis of this to present experiences and suggestions for the translation of literary texts. At the initial stage of the research, we clarified the scope

of common sayings mentioned in this paper, including proverbs, dialects, two-part allegorical sayings and idioms, and using relevance theory, we analysed the ways of cultural relevance in translating common sayings. We then carried out a comparative analysis of the translations of common sayings in the two versions. Finally, statistics on the translation methods of all 95 original common sayings in the two versions were prepared, the results of the calculations showed: on the micro level of translation methods, in the two versions, the most common method in translating common sayings is free translation, in addition, english translator literally translated all other common sayings, while russian translation flexibly uses such methods as substitution, ellipsis and literal translation; on the macro level of translation strategy, the english translator uses a strategy of foreignization and his translation is characterized by an explicit feature, in contrast, the russian translator uses a strategy of domestication and the Russian version is characterized by a simplified translation. The article draws the following conclusions: the reason why these two versions, which use very different translation strategies, succeed is that both of them are adapted to the needs of their own cultural contexts in the translated literature and to the readers' expectations; the strategies and methods when translating culturally-specific words in literary texts as well as in Literary texts in general are not static, but rather dynamic and must be adapted to the cultural context and the readers' expectations of the target language so that the translated texts can continue "surviving" in the new environment. **Keywords:** common sayings, translation methods, translation strategy, literary translation, cultural relevance, relevance theory, translation adaptation, Camel Xiangzi, Lao She, proverbs, dialects, two-part allegorical sayings, idioms, english, russian, intercultural communication.