

**ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ:
МІЖМОВНА АСИМЕТРІЯ, КУЛЬТУРНА МАРКОВАНІСТЬ,
СТИЛІСТИЧНА ЕКВІВАЛЕНТНІСТЬ**

Фразеологізми як стійкі мовні одиниці, що відображають національну специфіку мовної картини світу, становлять одну з найскладніших проблем у перекладознавстві. Їхня ідіоматичність, метафоричність та культурна обумовленість ускладнюють пошук адекватних відповідників у мові перекладу. Зокрема, міжмовна асиметрія, культурна маркованість і проблема стилістичної еквівалентності у перекладі фразеологізмів постають як головні виклики для перекладача. Ці аспекти не тільки впливають на точність передачі змісту, а й визначають функціональну повноцінність фразеологічної одиниці в перекладеному тексті.

Метою даної роботи є виявлення основних проблем, що постають при перекладі фразеологічних одиниць, зокрема пов'язаних із міжмовною асиметрією, культурною маркованістю та забезпечення стилістичної еквівалентності. Для досягнення поставленої мети використовувалися методи зіставного аналізу, контекстуального аналізу, а також елементи культурно-семіотичного підходу.

Фразеологізми характеризуються складною семантичною структурою, де зміст не є сумою значень окремих слів [10, с. 129-130]. Саме тому міжмовна асиметрія – одна з найголовніших проблем при їх перекладі. Як зазначає Мона Бейкер, у різних мовах той самий концепт може реалізовуватись різними мовними засобами, а деякі ідіоми взагалі не мають прямого відповідника в іншій мові [1, с. 68-69]. Наприклад, англійський фразеологізм *kick the bucket* (померти) не має прямого

відповідника в українській мові, але може передаватися фразами на кшталт ‘дати дуба’ або ‘відійти у вічність’ залежно від контексту.

Культурна маркованість фразеологічних одиниць полягає в їхньому тісному зв’язку з традиціями, історією та менталітетом народу, мовою якого вони вживаються [7, с. 95-95]. Такі фразеологізми, як *White House* чи *The Big Apple*, є культурно специфічним і вимагають адаптації або роз’яснення при перекладі. Українському реципієнту ці реалії можуть бути недостатньо знайомими, тому перекладачеві слід зберегти не лише зміст, а й прагматичну функцію виразу.

Ще одним важливим аспектом є стилістична еквівалентність. Згідно з П. Ньюмарком, переклад фразеологічної одиниці має відповідати не лише значенню, але й стилістичній тональності оригіналу [7, с. 214]. Перекладач повинен враховувати реєстр, соціальну роль мовця, інтонаційну і стилістичну функцію виразу. Так, фраза *spill the beans* (видати секрет) потребує неформального, ідіоматичного еквівалента в українській мові, як-от ‘розпатякатися’ або ‘випалити правду’.

Для вирішення зазначених проблем перекладачі використовують кілька стратегій: еквівалентну заміну, калькування, описовий переклад або заміну фразеологізму на нефразеологічний вираз [2, с. 75-76]. Наприклад, англійський фразеологізм *hit the nail on the head* може бути перекладений як ‘влучити в самісіньку точку’ або навіть ‘влучити в ціль’ – залежно від контексту та стилю.

Окрім уже згаданих стратегій, перекладачі також вдаються до компенсаторних прийомів. Наприклад, коли певна фразеологічна одиниця у мові оригіналу не має еквівалента в мові перекладу, перекладач може зберегти стилістичний ефект або гумористичний підтекст в іншій частині тексту. Такий підхід дозволяє відновити загальний тон або вплив повідомлення, навіть за відсутності дослівної передачі [6, с. 90-91].

Ці труднощі особливо помітні при перекладі художніх і аудіовізуальних текстів, зокрема телесеріалів, де фразеологізми часто

використовуються для створення індивідуалізованої мови персонажів, виявлення соціального статусу, регіональної належності чи комічного ефекту. Наприклад, у телесеріалі «Suits» («Форс-мажори») персонажі активно використовують фразеологізми, що належать до американського бізнес-сленгу та пов'язані з корпоративною культурою. Переклад таких висловів українською мовою часто вимагає не буквального, а функціонального підходу – тобто передачі основного змісту разом із прагматичним ефектом, притаманним ситуації [4, с. 119].

Деякі дослідники вказують, що при перекладі ідіом важливо враховувати когнітивні механізми, які лежать в основі їх розуміння [3, с. 52-55]. Згідно з концепцією метафоричних моделей Дж. Лакоффа і М. Джонсона, багато фразеологізмів ґрунтуються на образних явленнях, таких як рух уперед (успіх), падіння (невдача) тощо. Відповідно, при перекладі слід зважати на те, чи подібні образи існують в українській мові, і чи не спотворює їх буквальний переклад смисл [5, с. 30-33].

Наприклад, англійська ідіома *to miss the boat* означає 'втратити можливість', а в українській мові подібне значення передає вираз 'прогавити шанс' або 'втратити момент'. Водночас пряме калькування 'пропустити човен' виглядає штучно і викликає нерозуміння у реципієнта, оскільки не має відповідного образу у свідомості носія української мови [8, с. 84-85].

Цікаво, що іноді при перекладі фразеологізмів доцільно змінювати навіть частину мови, щоб зберегти стилістичну функцію. Наприклад, іменникову конструкцію можна замінити на дієслівну, або навпаки, зважаючи на граматичні особливості мови-цілі. Такі трансформації мають на меті досягнення динамічної еквівалентності [8, с. 91-92].

Ще одним викликом є ситуації, коли у тексті використано гру слів, засновану на фразеологізмі. У таких випадках переклад опиняється перед дилемою: або зберегти гру слів шляхом адаптації, або передати лише зміст, пожертвувавши стилістичним ефектом. Часто вибір залежить від жанрової

специфіки тексту – у художніх і креативних жанрах видається перевага передачі емоційного та стилістичного впливу, навіть якщо доводить модифікувати зміст [4, с. 126-128].

Окрім того, важливо зазначити, що переклад фразеологізмів часто залежить і від очікувань цільової аудиторії. У деяких випадках переклад може свідомо вжити менш ідіоматичний, але зрозумілий варіант, щоб уникнути непорозуміння або смислової двозначності. Такий підхід є типовим для адаптованих перекладів або перекладів для дитячої чи молодіжної аудиторії [9, с. 6-7].

Переклад фразеологізмів становить одну з найскладніших ділянок перекладацької діяльності. Міжмовна асиметрія, культурна маркованість та необхідність досягнення стилістичної еквівалентності зумовлюють потребу у високій мовній та культурній компетенції перекладача. Вибір стратегії перекладу залежить від контексту, жанру тексту, типу аудиторії та функціональної ролі фразеологічної одиниці. Використання відповідних перекладацьких прийомів дозволяє забезпечити збереження не лише змісту, а й емоційно-стилістичного впливу оригінального вислову, що є важливою умовою успішного міжкультурного діалогу.

Отже, переклад фразеологізмів пов'язаний із низкою лінгвістичних та культурних труднощів, які вимагають гнучкого, творчого підходу. Міжмовна асиметрія зумовлює відсутність прямих відповідників, культурна маркованість – потребу в адаптації, а стилістична еквівалентність - необхідність збереження функціонального ефекту оригіналу. Розуміння когнітивних та прагматичних аспектів фразеологізмів, а також володіння широким арсеналом перекладацьких стратегій, дозволяє перекладачам ефективно долати ці виклики.

Якість перекладу фразеологічних одиниць є показником професійного рівня перекладача, його здатності до міжкультурного посередництва та інтерпретації значень у багатовимірному мовному просторі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Baker, M. (1992). *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London: Routledge.
2. Baker, M. (2011). *In Other Words: A Coursebook on Translation* (2nd ed.). London: Routledge.
3. Dobrovol'skij, D., and Piirainen, E. (2006). *Figurative Language: Cross-cultural and Cross-linguistic Perspectives*. Amsterdam: Elsevier.
4. Gambier, Y., and van Doorslaer, L. (Eds.). (2010). *Handbook of Translation Studies*. Vol. 1. Amsterdam: John Benjamins.
5. Lakoff, G., and Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
6. Munday, J. (2016). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London: Routledge.
7. Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. New York: Prentice Hall.
8. Nida, E. A., and Taber, C. R. (2003). *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: Brill.
9. Pedersen, J. (2005). *How is Culture Rendered in Subtitles?* In MuTra 2005 – Challenges of Multidimensional Translation.
10. Vinay, J. P., and Darbelnet, J. (1995). *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*. Amsterdam: John Benjamins.