

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Филологический факультет

Кафедра английской филологии и перевода

КУРОВА Екатерина Евгеньевна

**КОНЦЕПТ «BAD TASTE» В СОПОСТАВИТЕЛЬНО-  
ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Магистерская диссертация

Научный руководитель: д. ф. н., проф. Казакова Т.А.

Санкт-Петербург

2017 год

**Оглавление**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## Введение

Настоящее исследование посвящено проблеме анализа субъективно-оценочных, ассоциативных и когнитивно-метафорических смыслов в русском и английском языках, объединенных в сознании носителей лингвокогнитивным концептом «bad taste».

В работе описываются языковые средства обозначения данного понятия с точки зрения интенций говорящего с учетом возникающих в процессе речевой деятельности субъективно-оценочных и ассоциативных коннотаций. Исследование выявляет и анализирует имеющие первостепенное значение для восприятия и правильной интерпретации поступающей информации прототипы, когнитивные метафоры и стереотипные представления о плохом вкусе.

Данная работа написана в русле современных концептологических и переводоведческих исследований, с опорой на ключевые публикации в данных областях, что и обеспечивает ее **актуальность**. В целях развития научной мысли считается перспективным углубление и расширение имеющихся научных данных и их приложение к новым теориям и сферам практического применения.

**Объектом** исследования является оценочно-эстетический концепт «bad taste», который представлен в русском и английском языках лексическими, паремиологическими и фразеологическими единицами.

**Предмет исследования** составляют универсальные и специфические характеристики языковых средств, реализующие значение данного концепта в речи, а также их коннотативные составляющие, воплощающие субъективно-оценочные, ассоциативные, метафорические и другие смыслы и стереотипные представления.

**Цель** данной работы заключается в комплексной характеристике концепта «bad taste» в картине мира носителей американского английского языка, а также в описании и систематизации формальных трансформаций

при переводе на русский язык лексических единиц, вербализующих концепт «bad taste».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- Построение характеристики концепта «bad taste» в свете семантико-когнитивного анализа
- Описание стереотипов, связанных с концептом bad taste в восприятии носителей английского языка, на материале Свободного Ассоциативного Эксперимента (САЭ);
- Отбор и классификация лексических и фразеологических средств аксиологического обозначения концепта «bad taste» на материале статьи «Avant-garde and kitch» К. Гринберга, заметок «Notes On "Camp"» Сьюзан Зонтаг и книги «Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism» Х. Фостер, Р. Краусс, Ив-Ален Буа, Б.Х. Д. Бухло и Д. Джослита;
- Анализ контекстов употребления отобранных языковых единиц в обоих языках на материале вышеупомянутых источников;
- Идентификация компонентов семантики концепта «bad taste», средств их вербализации и выявление формальных трансформаций, которые использовались при переводе лексических единиц, вербализующих исследуемый концепт.

**Теоретико-методологической базой** исследования послужили:

- 1) компонентный анализ семантики ключевого слова-имени концепта – для выявления и описания семантического состава базовой лексемы;
- 2) дескриптивный метод, с помощью которого производится описание ядерных и периферийных элементов ассоциативного поля «bad taste», а также всех наблюдаемых явлений, связанных с исследуемым концептом в двух языках;

- 3) закон номинативной дробности, сводящийся к тому, что от величины количества лексических единиц, которыми представлена та или иная концептуальная сфера, лексико-семантическое поле и т.п., зависит ее важность для носителей соответствующего языка;
- 4) сопоставительный метод — для выявления и установления сходств и различий компонентов ключевых слов и концептуальных полей «bad taste» в русском и английском языках;
- 5) метод концептуального анализа, с помощью которого устанавливаются сходства и различия в концептуальных полях «bad taste» в русском и английском языках;
- 6) метод контекстуального анализа, позволяющий выявить специфику функционирования языковых средств в тексте, а через него — в исследуемых языках.

В данном исследовании впервые предпринята попытка выявления и системного описания субъективно-оценочных и ассоциативных смыслов, стереотипных представлений и когнитивных метафор, связанных с концептом «bad taste» в языковом сознании носителей русского и американского английского языков, в чем и заключается **новизна** настоящей работы. В ходе исследования показано различие концептов «bad taste» в русском и английском языках, заключающееся в несимметричности и неравномерности соотношения языковых форм и их смыслового содержания.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что настоящее исследование вносит вклад в изучение соотношения понятий язык-культура.

**Практическая ценность** исследования состоит в возможности использования его результатов на занятиях по иностранному языку, в спецкурсах, посвященных концептологии английского языка, а также в курсах по теории и практике перевода и межкультурной коммуникации, при выполнении курсовых и дипломных работ. Поскольку поиск словосочетания

«плохой вкус» и его эквивалента «дурной вкус» в русских словарях ассоциативных норм не дал результатов, на основе нашего исследования также возможно создание словарной статьи в одном из подобных словарей.

Работа состоит из введения, двух глав, выводов по каждой главе, заключения и списка литературы, включающем 40 изданий на русском и английском языках, 11 словарей и 3 корпуса. Проанализировано 226 примеров, просмотрено 1599 печатных страниц текста.

Данное исследование прошло апробацию 21 апреля 2017 года на «Двадцатой открытой конференции студентов-филологов» в секции «Переводоведение» (романо-германская филология).

## Глава I. Теоретические основы исследования

### 1. Концепт - подходы к определению и систематизации

Данное исследование подразумевает необходимость дать определение понятию «концепт» как одному из наиболее значимых в работе. Следует подчеркнуть, что абстрактный характер рассматриваемого явления повлек за собой отсутствие его единого понимания. Однако существуют аспекты, признанные всеми представителями отечественных школ. Так, считается, что концепт – основная единица сознания, имеющая овеществление (репрезентацию, объективацию, овнешнение, вербализацию) языковыми средствами; кроме того, признано, что через анализ совокупности объективирующих концепт языковых средств создается представление о структуре и содержании концепта в концептосфере, что позволяет описать такой концепт, пусть подобное описание и не может быть всесторонним, будучи основано лишь на языковых данных, ведь не стоит забывать, что концепты, являясь единицами сознания, имеют и невербализованную часть содержания (Карасик, Стернин 2005: 4). Тем не менее, анализ содержания концептов через данные языка дает богатый, достоверный и проверяемый материал для описания концептов.

Итак, ясно, что все определения, которые будут рассмотрены ниже, носят не взаимоисключающий, а, скорее, взаимодополняющий характер, и выбор определения концепта напрямую зависит от исследовательских задач. Для настоящей работы актуален краткий обзор некоторых наиболее известных подходов к определению данного понятия. К сожалению, формат работы не позволяет охватить все исследования в этой области. В результате нижеследующего обзора и будет сделан окончательный выбор ключевого определения.

С.А. Аскольдов был первым отечественным ученым, давшим определение концепту в своей статье «Концепт и слово». Еще в 1928 году философ сформулировал определение концепта как «мысленного образования, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» (Аскольдов 1997: 269). Но лишь с 1980-х годов концепт становится предметом исследования в филологии.

Особенно репрезентативной на данном этапе представляется монография Ю.Е. Прохорова «В поисках концепта», в которой автор разграничивает подходы к определению интересующего нас понятия, рассматривающие концепт в пяти различных плоскостях, то есть как:

- лингвокогнитивное явление;
- психолингвистическое явление;
- абстрактное научное понятие;
- базовую единицу культуры;
- лингвокультурное явление (Прохоров 2009: 20).

Рассмотрим позиции ученых, определяющих концепт как **лингвокогнитивное явление**. К ученым, разделяющим данную позицию, относится, в частности, Е. С. Кубрякова. Ее определение концепта звучит следующим образом: «Концепт (concept, Konzept) – термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (lingua mentalis) всей картины мира, отраженной в человеческой психике» (Кубрякова 1996: 89-93). Руководствуясь данным подходом, З. Д. Попова и И. А. Стернин определяют концепт как дискретное ментальное образование, базовую единицу мыслительного кода человека, которая обладает относительно упорядоченной внутренней структурой. Исследователи полагают, что концепт есть результат когнитивной деятельности личности и общества, который передает



всестороннюю информацию об воссоздаваемом предмете или явлении, а также об истолковании данной информации общественным сознанием и отношении к данному явлению или предмету (Попова, Стернин 2007: 24); М.В. Пименова характеризует концепт как представление о фрагменте мира или его части, обладающее сложной структурой и проявляющее себя через различные группы признаков, которые реализуются при помощи разнообразных языковых способов и средств (Пименова 2004: 8). Н.Н. Болдырев полагает, что концепты – идеальные, абстрагированные единицы, смыслами которых человек оперирует в процессе мышления. Эти единицы воспроизводят знания, опыт, результаты деятельности человека в виде определенных единиц, «квантов» знания, которыми человек мыслит; это и есть концепты (Болдырев 2002: 4).

Теперь, продолжая следовать предложенной Ю.Е. Прохоровым классификации, рассмотрим, концепт как **психолингвистическое явление**. В данном случае репрезентативно определение А.А. Залевской, которая называет концепт базовым перцептивно-когнитивно-аффективным образованием динамического характера, спонтанно функционирующем в речемыслительной деятельности индивида (Залевская 2005: 39).

Кроме того, как следует из классификации Ю.Е. Прохорова, распространено мнение о том, что концепт – это **абстрактное научное понятие**, и даже синоним термина «понятие». Данную точку зрения можно поддержать, обратившись к определению понятия, содержащемуся в «Лингвистическом энциклопедическом словаре»: «Понятие – 1) мысль, отражающая в обобщенной форме предметы и явления действительности посредством фиксации их свойств и отношений; последние (свойства и отношения) выступают в понятии как общие и специфические признаки, соотнесенные с классами предметов и явлений; 2) то же, что грамматическая категория, обычно не высшего уровня обобщения, например понятие двойственного числа, понятие события, понятие неактуального настоящего

времени и т.п.; в этом значении стал часто употребляться термин «концепт»» (Ярцева 2002).

По определению В.А. Масловой, «лингвокультурология – наука, возникающая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» (Маслова 1997: 8). Отсюда лингвокультура – это проявления культуры народа, отразившиеся и закрепившиеся в языке. Концепт как **лингвокультурное явление** в рамках лингвокогнитологии определяется в работах В.И. Карасика, В.А. Масловой, С.Г. Воркачева и других именитых ученых: «концепт – это семантическое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующее носителей определенной этнокультуры. Концепт, отражая этническое мировидение, маркирует этническую языковую картину мира и является кирпичиком для строительства "дома бытия" (по М. Хайдеггеру)» (Маслова 2007: 10).

Согласно В.З. Демьянкову, концепт – принадлежность интеллектуального дискурса, термин, который употребляют, подчеркивая самость, априорность некоторого понятия, и стремясь реконструировать лежащую за этим понятием сущность ментального мира. Понятия – то, о чем люди договариваются, их люди конструируют для того, чтобы «иметь общий язык» при обсуждении проблем; концепты необходимо реконструировать, что люди и делают с той или иной степенью (не) уверенности (Демьянков 2001). Для нас важен тезис В.З. Демьянкова о роли концепта в порождении дискурса: «содержание дискурса часто, хотя и не всегда, концентрируется вокруг некоторого «опорного» концепта, называемого «топиком дискурса», или «дискурсным топиком»» (Демьянков 2002: 32-43). Приведенное выше определение концепта и положение о его дискурсообразующей функции, предложенные В.З. Демьянковым, легли в основу данного исследования. Сложный многоуровневый составной концепт «bad taste» носит априорный

характер, осознается людьми интуитивно и изначально не вербализован, в связи с чем попытка его реконструкции основана, с одной стороны, на анализе контекстов употребления его лексического воплощения словосочетания «bad taste» и, с другой стороны, – на выявлении и описании сопоставленных и противопоставленных ему фрагментов ментального лексикона.

Для данной работы наиболее приемлем семантико-когнитивный подход, то есть исследование корреляции семантики языка с концептосферой народа, а семантических процессов – с когнитивными (Попова, Стернин 2007: 13).

Рассмотрим основные постулаты данного подхода. В первую очередь следует подчеркнуть, что невербальное человеческое мышление осуществляется посредством предметного кода, единицы которого кодируют концепты, а ими, в свою очередь, и мыслят люди. Упорядоченная совокупность концептов образует концептосферу в сознании человека. Язык же является инструментом познания и объяснения концептуального содержания сознания, а также материалом когнитивной лингвистики, лежащим в основе исследования сознания. Семантическое пространство языка формируется через комплекс значений языковых единиц.

Концепт включает в себя два типа значений, первое из которых – психологически реальное, выявляемое преимущественно экспериментальными приемами и представленное во всей полноте семантических признаков, связанных в сознании носителя языка со словами. Второе – лексикографическое значение, оно сформулировано гораздо более кратко, и помещено в словари. При этом по объему содержания концепт оказывается значительно шире этих значений.

Важно отметить, что концепт не обязательно имеет связь с какими-либо средствами языковой вербализации. Он может быть как вербализован, так и не вербализован. Актуальность вербализуемого концепта для сознания

народа выражается в наличии большого количества номинаций этого участка языковой системы, то есть в его номинативной плотности. Вслед за М.Н. Зыряновой мы определяем номинацию как процесс, неизменно сопровождающий познание человеком окружающего мира, или же «процесс и результат наименования, при котором языковые элементы соотносятся с обозначаемыми ими объектами» (Зырянова 2014: 1). По сути, содержанием номинации является денотат, который можно описать как вербализованный образ предмета, и, по З. Д. Поповой и И. А. Стернину, часть концепта – совокупности всех вербализованных и невербализованных образов предметов и ситуаций внешнего мира (Попова, Стернин 2007: 18). Номинация передает признак концепта или часть его содержания. В языке один и тот же концепт могут представлять разные номинации, каждая из которых отражает определенную сторону этого ментального образования. Концепты внутренне организованы по полемому принципу; они включают чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле. Когнитивные классификаторы и объединяемые ими когнитивные признаки, которые различаются по степени яркости в сознании носителей, образуют структуру концепта. Информационное содержание концепта образовано из нескольких слоев или секторов, некоторые из которых могут быть представлены отдельными лексемами или отдельными значениями тех или иных лексем. Существует национальная, социальная, групповая и индивидуальная специфика концепта.

Следуя методу семантико-когнитивного анализа, необходимо в ходе лингвокогнитивного исследования от анализа значений перейти к содержанию концептов во время особого этапа описания – когнитивной интерпретации.

В лингвокогнитивной концептологии понятие концепт является обозначением единицы национального когнитивного сознания, которая моделируется лингвистическими средствами и используется для имитации и

описания национальной концептосферы. Задача данного типа концептологии состоит в том, чтобы, выявив состав языковых средств, представляющих изучаемый концепт и описав семантику этих единиц с применением методики когнитивной интерпретации результатов лингвистического исследования, моделировать содержание изучаемого концепта как глобальной ментальной (мыслительной) единицы в ее национальном своеобразии, обозначить место концепта в национальной концептосфере (Попова, Стернин 2007: 16). Избранный нами семантико-когнитивный подход в лингвокогнитивных исследованиях показывает, что путь исследования «от семантики единиц языка к концепту» наиболее надежен, что верно и для анализа языковых средств, который дает возможность выявить признаки концептов и моделировать концепт.

На данном этапе следует рассмотреть некоторые постулаты лингвоконцептологии, выделенные С.Г. Воркачевым. Ученый определяет лингвоконцепт как гетерогенное обобщающее лингвоментальное образование, методологически занявшее место представления (образа), понятия и значения и заключившее их в себя в редуцированном виде (Воркачев 2005: 11). По мнению Воркачева, закрепленные в лексике естественных языков лингвистические концепты обеспечивают стабильность и преемственность духовной культуры этноса. Такие концепты – семантические образования, стоящие за словами, не имеющими однословных эквивалентов при переводе. К лингвистическим концептам в широком «формальном» понимании ученый относит культурные смыслы, закрепленные за именем, которое обладает определенной «внутренней формой» – признаком, положенным в основу номинации, в реализации которого наблюдается серийность (Воркачев 2005: 12).

В.И. Карасик и Г.Г. Слышкин предлагают следующие характеристики лингвокультурных концептов:

1. Комплексность бытования, то есть указание на то, что концепт относится к сфере языка, сознания и культуры и овеществляется в ней.

2. Ментальная природа – индикатор того, что концепт находится в сознании, на стыке языка и культуры, тем самым свидетельствуя о глубокой внутренней связи между лингвокультурологическими и когнитивными исследованиями.

3. Ценностность как центральный признак концепта, единицы, служащей исследованию культуры, а в основе которой лежит данный принцип. Применимость оценочных предикатов указывает на наличие ценностного отношения. В случае если об определенном феномене носители культуры могут сказать «это хорошо» (плохо, смешно, удивительно и т.д.), значит такой феномен в данной культуре образует концепт.

4. Условность и размытость как неизбежные продукты членения синкретичного сознания с целью выделить концепт, по сути своей являющийся условной единицей, группирующейся вокруг «сильной» точки сознания, от которой исходят ассоциативные векторы. Концепт не имеет четких границ, однако наиболее актуальные для носителей языка ассоциации составляют его ядро, а менее значимые – периферию. Именем концепта служит та языковая единица, которой актуализируется его центральная точка.

5. Изменчивость как указание на нестабильность актуальности, т.е. интенсивности оценки концепта. Концепт в состоянии изменять оценочный знак с отрицательного на положительный, и наоборот. Понятийная и образная составляющие концепта также подвержены изменениям.

6. Ограниченность сознанием носителя, как то индивидуальным или коллективным сознанием. Индивидуальные концепты богаче и разнообразнее коллективных, поскольку коллективное сознание и коллективный опыт суть

условная производная от сознания и опыта отдельных индивидов-членов коллектива, которая образуется путем воспроизведения всего уникального в персональном опыте и суммирования совпадений.

7. Трехкомпонентность: в составе лингвокультурного концепта можно выделить ценностный, образный и понятийный компоненты.

8. Полиапеллируемость – наличие множества способов апелляции к концепту, например, с помощью языковых единиц различных уровней: лексем, свободных словосочетаний, фразеологизмов, предложений. Невербальные средства также могут быть использованы для апелляции к некоторым концептам. В различных коммуникативных контекстах одна и та же единица может быть входом в разные концепты. Как правило, способы апелляции к одному и тому же концепту в различных культурах различны, что и представляет одну из трудностей межкультурной коммуникации.

9. Многомерность, то есть возможность использования таких традиционных единиц когнитивистики с более четкой, чем у концептов, структурой, как скрипт, сценарий и фрейм для моделирования концептов.

10. Методологическая открытость и поликлассифицируемость как демонстрация междисциплинарного характера лингвокультурологии, в рамках которой одобряется использование и лингвистических, и нелингвистических методов. Поскольку противопоставление языка и речи в рамках лингвокультурологии нерелевантно, лингвокультурные концепты классифицируются по различным основаниям (Карасик, Стернин 2005: 14).

Для нас релевантно рассмотрение такой характеристики лингвокультурных концептов, как трехкомпонентность. Именно эта характеристика, на наш взгляд, позволяет реконструировать концепт с максимально возможной полнотой. Итак, в своей классификации В.И. Карасик выделяет в его структуре концепта следующую триаду элементов (Карасик 2002: 91):

- 1) **Понятийную**, представляющую рациональную часть концепта, и включающую существенные характеристики объекта, такие как языковая фиксация концепта, его дефиниция, обозначение, описание, признаковая структура, сопоставительные характеристики по отношению к тому или иному ряду концептов.
- 2) **Образную**, которая сводится к целостному обобщенному следу в памяти, связанному с тем или иным предметом, явлением, событием или качеством и представляет собой зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые характеристики предметов, явлений, событий, которые в том или ином виде отражены в нашем сознании.
- 3) **Ценностную**, характеризующую важность концепта как для индивидуума, так и для коллектива. Данная составляющая проявляется в нормах поведения, закрепленных в языке. Как было указано выше, применимость оценочных предикатов указывает на наличие ценностного отношения.

Анализ понятийной составляющей концепта *bad taste* представлен в первой части второй главы данного исследования. Работа над данной составляющей во многом сводится к рассмотрению словарных значений словосочетания «*bad taste*» в английском языке и словосочетания «плохой вкус» – в русском. Следует заметить, что словари русского языка не дают исчерпывающего определения словосочетанию «плохой вкус» и синонимичным ему словосочетаниям, что привело к необходимости анализировать каждое из слов, входящих в данную лексику.

Для анализа образной составляющей концепта *bad taste* был проведен Свободный Ассоциативный Эксперимент (САЭ) с участием трехсот респондентов. Ассоциативный Эксперимент считается одним из самых эффективных способов исследования языкового сознания и его национально-культурной специфики, так как такой эксперимент позволяет выявить



ментальные образы мира и стереотипы, присущие представителям того или иного этноса. Техника АЭ наиболее разработана в психолингвистическом анализе семантики. Под АЭ, вслед за составителями «Большого психологического словаря» мы понимаем особый метод исследования мотивации личности, направленный на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте (Мещеряков, Зинченко 2003). Согласно методике АЭ, респондентам предоставляется список стимульных слов или словосочетаний, и дается инструкция, обладающая принципиальным значением, – записать «первые слова-реакции, которые придут на ум». Времени на размышления над ответом не предполагается, и реакция должна следовать немедленно. В избранном нами типе АЭ – САЭ на словесные реакции респондентов не накладывалось никаких ограничений. После обработки и анализа ответов нами было составлено ассоциативное поле, то есть совокупность ассоциатов на словосочетание стимул (Архипова 2011: 6-8). Ядро АП составили наиболее частотные ассоциаты респондентов, в то время как менее частотные были отнесены к периферии. Кроме того, были выделен блок синтагматических ассоциаций, то есть ассоциаций, грамматический класс которых отличен от грамматического класса словосочетания-стимула, и парадигматические ассоциации, грамматический класс которых соответствует грамматическому классу словосочетания-стимула.

Аксиологическая составляющая концепта *bad taste* была проанализирована на основании англоязычных научно-популярных публицистических текстов об актуальных проблемах современного искусства и теории культуры и их переводов на русский язык. Еще Э. Сепир в своей статье «Градуирование» писал о том, что градуирование – широкое понятие, в основе которого лежат сравнение – психологический процесс, предшествующий измерению и счету. В своей фундаментальной работе лингвист указывает на то, что нередко контрастирующие пары вроде

маленький – большой «вызывают ложное ощущение абсолютных оценок в семантическом поле» и «уподобляются таким разным единицам, как красный и зеленый». Однако Сепир указывает на иллюзорность этого ощущения, объясняя, что градуирование представлено в этих словах имплицитно и не как не выражено формально (Сепир 1985: 44). Та же имплицитность быть присуща и оценочности, в основе которой лежит принцип сравнения. Абсолютный аксиологический статус объектов выражается при помощи категорий «хорошо», «плохо» и «безразлично», а относительный – через сравнительные категории «лучше», «хуже» и «равноценно» (Ивин 1970: 76).

Аксиология – это «учение о ценностях, философская теория общезначимых принципов, определяющих направленность человеческой деятельности, мотивацию человеческих поступков» (Фролова 2001: 17). Как отмечает Г. Г. Слышкин, не каждое явление реальной действительности может стать основой для образования концепта, а лишь то, которое оказывается объектом оценки (Слышкин 2000: 11). По наблюдению Н.Д.Арутюновой, для того, чтобы человек смог оценить объект, ему необходимо «пропустить» этот объект через себя (Арутюнова, 1998: 181). Такой момент «пропускания» и оценивания и называют моментом первичного образования определенного концепта в сознании носителя культуры. По мнению лингвиста, принцип оценки сводится к тому, что мир существует для человека, являясь средством его бытия, а не наоборот. Оценивается всегда то, что нужно человеку, и сквозь призму оценки человек представляется целью, на которую обращен мир. Идеализированная модель мира включает не только уже существующее для человека, но и то, к чему человек стремится, то что сознает, усваивает и создает, а также то, как он действует и поступает. А главное, что сам человек является частью этой модели и точнее всего он оценивает те средства, в которых нуждается для достижения практических целей. Таким образом, важно заметить, что оценка, безусловно, целеориентирована (Арутюнова, 1998: 181). Итак, если

оценочные предикаты применимы к тому или иному объекту действительности, это указывает на то, что данный объект действительности служит основой существования концепта (Слышкин 2000: 12).

Особой функцией эстетической оценки является ценностная предметность, то есть, по Ю.В. Мещеряковой, «способность объекта быть значимым для человека» (Мещерякова 2005: 118). Данная функция воспроизводится как в языковом сознании, так и в коммуникативном поведении людей, и порождает субъективную интерпретацию ценности, которая всегда происходит при помощи сравнения оцениваемого с неким идеалом или эквивалентом. Применительно к плохому (эстетическому) вкусу в качестве такого эталона выступает вкус хороший. По мнению Е.М. Вольф, позиция «хорошо» является исходной при оценке, а норма сдвинута к положительной части шкалы. Данная позиция эксплицируется тем, что хорошо – это то, что соответствует норме, в то время как плохое считается отклонением от нее (Вольф 1986: 98).

Представление об эстетическом вкусе находит отражение в языковом сознании, преломляясь через картину мира, важной частью которой является ценностная картина мира – «система значимых приоритетов в понимании действительности и вытекающих отсюда норм поведения», а также ценностно-эстетическая картина мира. Оценочность – свойство языковых элементов, направленное не на объективные характеристики действительности, а на субъективно значимые параметры классификации. Существуют общеоценочные (хорошо – плохо) и частнооценочные признаки. Ко второй группе признаков относится интересующая нас эстетическая оценка, основанная на синтезе сенсорных и психологических оценок и представляющая собой «рационально отрефлексированное и эмоционально переживаемое чувственное восприятие мира в модусах восхищения и отвращения» (Мещерякова 2005: 119).

Опираясь на концепцию Г.Г. Слышкина, мы делим ценностную составляющую концепта на два аспекта: актуальность и оценочность (Слышкин 2004: 7). Оценочность выражается в присутствии оценочной составляющей в значении языковой единицы, являющейся именем концепта, а также в сочетании этой единицы с оценочными эпитетами. Наличие оценочного аспекта проверяется при помощи методов компонентного и контекстуального анализа. Аспект актуальности воплощается в численности языковых единиц, которые представляют собой средства апелляции к данному концепту. Этот аспект выделяется посредством метода количественного подсчета.

Однако избранный нами путь анализа концепта через триаду характеристик понятийная-образная-ценностная является лишь одним из многочисленных способов реконструкции концепта. Единого понимания структуры концепта не существует: некоторые ученые отрицают наличие таковой, другие, напротив отмечают сложное многоуровневое строение концепта. Так З.Д. Попова, И.А. Стернин отмечают наличие трех базовых структурных компонентов концепта: образа, информационного содержания и интерпретационного поля. Образный компонент складывается из перцептивного образа – результата воссоздания действительности с помощью органов чувств, и когнитивного (метафорического) образа – результата метафорического осмысления действительности (Попова, Стернин 2007: 77). Информационное содержание содержит наиболее важные для самого предмета или его использования когнитивные признаки, которые характеризуют его существенные дифференциальные черты, обязательные составные части, основную функцию и подфункции. Когнитивные признаки, трактующие основное информационное содержание концепта, образуют интерпретационное поле, в котором можно выделить ряд зон, в частности: энциклопедическую, регулятивную, общеоценочную, социально-культурную, паремиологическую и мифологическую. Ученые отмечают, что следует

различать структуру концепта и его содержание; последнее «образовано когнитивными признаками, отражающими отдельные признаки концептуализируемого предмета или явления и описывается как совокупность этих признаков, а первое внутренне упорядочено по полювому принципу – ядро, ближняя, дальняя и крайняя периферия».

По мнению Н.Н. Болдырева структура концепта имеет вид гештальта. Ядро концепта состоит из конкретно-образных характеристик, которые являются результатом чувственного восприятия, обыденного познания мира. Абстрактные признаки считаются производными, поскольку они воспроизводят знания об объектах, полученные в результате теоретического, научного познания. Взаиморасположение этих признаков зависит от условий формирования концепта у каждого человека (Болдырев 2002: 29-38).

К основным целям концептуальных исследований причисляют анализ признаков и сопоставление фрагментов картин мира в разных языках. Такой анализ позволяет выявить архаичные знания о мире, которые нельзя отнести к разряду научных; скорее это народные, обыденные представления. Интерпретация языковых средств, служащих для систематизации отдельных фрагментов внутреннего мира, представляет собой один из методов исследования процессов категоризации субъективной действительности и отражения этих процессов в языковых структурах.

Под языковой картиной мира понимается сложившаяся достаточно давно и сохранившаяся поныне национальная картина мира, дополненная ассимилированными знаниями, отражающая мировоззрение и мировосприятие народа, зафиксированная в языковых формах, ограниченная рамками консервативной национальной культуры этого народа. Исследуя концепты внутреннего мира человека, необходимо интерпретировать значения конструкций, объективирующих различные особенности таких концептов, а также выявлять частотные таксономические характеристики, а затем по этим характеристикам выявлять общие типологические признаки

исследуемых концептов. После чего на основе выявленных признаков проводится обобщение особенностей концептов и выделяются концептуальные структуры, когнитивные модели и языковые схемы актуализации исследуемых концептов в языке. Исследование концептуальной структуры дает возможность выявить более глубокие и существенные свойства концепта.

Говоря о типологии концепта, следует заметить, что самыми многочисленными являются классификации, в основу которых лег содержательный признак концепта. Одной из первых классификаций является деление С.А. Аскольдовым концептов на два типа: познавательные, то есть такие, которые могут быть объектом точной логичной обработки и художественные, создающие художественное впечатление и ведущие к духовному обогащению (Аскольдов 1997: 5-15).

З.Д. Попова, И.А. Стернин представляют классификацию из шести видов концептов, среди которых: концепт-представление, то есть обобщенный чувственно-наглядный образ предмета или явления; концепт-схема, т.е. концепт, представленный в виде таковой; концепт-понятие, отражающий общие, существенные признаки предмета или явления, результат их рационального отражения и осмысления; концепт-фрейм, многокомпонентный и объемный представление, совокупность стандартных знаний о предмете или явлении; концепт-сценарий (скрипт), существующий в виде последовательности нескольких эпизодов с признаком движения, развития; концепт-гештальт как комплексная, целостная функциональная мыслительная структура, упорядочивающая многообразие отдельных явлений в сознании (Попова, Стернин 2007: 43).

М.В. Пименова выделяет образы, идеи и символы, а также концепты культуры, которые делятся на несколько групп: универсальные категории культуры – время, движение, изменение, причина, следствие, качество; социально-культурные категории – свобода, справедливость, труд, богатство;

категории национальной культуры, такие как воля, доля и дух; этические категории, например, добро, зло, долг и истина; мифологические категории, среди которых боги, ангел-хранитель и духи (Пименова 2004: 8-10).

По степени, в которой концепты отражают национальный характер, можно выделить универсальные концепты, среди которых можно упомянуть такие концепты, как «семья», «любовь», «родина», и им подобные, а также национальные концепты, обыкновенно присущие лишь одному народу, например, «совесть» в русском языке.

В современной зарубежной когнитивной лингвистике концепт является объектом исследования таких ученых, как Дж. Лакофф, который утверждает, что концепты могут быть воплощены в людях, машинах или других организмах, но они существуют в абстрактном виде, независимо от какого либо из их воплощений (Lakoff 1987: 10) и Р. Лангакер, который понимает термин концептуализация достаточно широко, полагая, что он охватывает не только все устойчивые понятия, но и новые концепты, а также включает в себя сенсорный, моторный и эмоциональный опыт человека, его способность учитывать непосредственный контекст речевого акта (Langacker 2000: 361). Кроме того, проблемы концептуальной интеграции анализирует Ж. Фоконье, теория которого позволяет описать процессы становления художественных концептов и механизмы образования метафор (Fauconnier 1998: 133-187).

Во второй главе предпринята попытка системного описания прагмалингвистических характеристик исследуемого нами концепта «bad taste» на основании избранных классификаций.

## **1.2 Переводческие трансформации как фактор семантических преобразований концепта**

Культурно значимый концепт, изначально вербализованный в одном языке, неизбежно претерпевает изменения, а нередко и искажения при переводе соответствующей ему лексической единицы на другой язык. Проблема вариативности, условий, уместности конкретных переводческих трансформаций остается одной из наиболее широко дискутируемых в переводоведении тем на протяжении последних десятилетий.

Н. К. Гарбовский указывает, что в процессе перевода исходный текст остается неизменным, но при этом создается новое речевое произведение, новый объект, в большей или меньшей степени напоминающий исходный, а значит, никаких трансформаций или деформаций не происходит (Гарбовский 2007: 360). При этом основным условием перевода считают сохранение неизменного плана содержания (Бархударов 1975: 11; Комиссаров 1973: 19; Venuti 2004: 78). Таким образом, использование терминов «преобразование», «трансформация» и им подобных можно считать весьма условным (Гарбовский 2007: 360). И действительно, как будет показано далее, многие современные переводоведы и лингвисты отказываются от этого термина в пользу других, более адекватно, на взгляд некоторых ученых, выражающих суть изменений, происходящих во время перевода. Однако в настоящей работе мы используем именно это понятие, поскольку оно по-прежнему является самым распространенным и общеупотребительным.

В науке термин трансформация закрепился за несколькими различными понятиями, обозначая: 1) отношение между языковыми или речевыми единицами сопоставляемых языков; 2) языковые, точнее, межъязыковые операции; 3) процесс перевода в целом; 4) результат данного процесса, поддающийся непосредственному восприятию как самого переводчика, так и



некоего третьего лица и дающий возможность провести сравнительный анализ.

Согласно генеративной лингвистике (Chomsky 1980), в тексте присутствуют два уровня речевой коммуникации – глубинный и поверхностный, первый из которых представляет собой систему знаков, второй – систему смыслов. Работая над текстом, переводчик проникает на его глубинный уровень и строит собственный виртуальный объект, собственное представление о тексте. Этот объект, будучи идеальным плодом сознания переводчика, объективен лишь настолько, насколько текстовые формы допускают расшифровку заложенных в них смыслов. В процессе перевода именно этот виртуальный объект преобразуется, трансформируется в близкую к исходному тексту, но не тождественную ему систему смыслов. Так и происходит перевыражение, реконструкция смысла. По мнению С.Л. Мишлановой, в случае, если целью переводчика преимущественно является работа с «материалом», и специалист не ориентирован на понимание концепта, который представляется в тексте, то в процессе перевода возможна модификация исходного концепта (Мишланова 2010: 2).

Достижение адекватного и эквивалентного перевода невозможно без потерь, однако существуют «переводческие трансформации» – преобразования, дающие возможность сохранить адекватность перевода на уровне целого текста. Несмотря на то, что данный термин используется многими переводоведами (Л. С. Бархударов, В. Н. Комиссаров, А. Д. Швейцер, Р. К. Миньяр-Белоручев, Я. И. Рецкер и др.), не существует полного согласия относительно трактовки данного понятия.

Истоки термина «трансформация» лежат в трансформационной грамматике, также известной под названием генеративная грамматика. Основные принципы этой науки были сформулированы З. Харрисом в пятидесятые годы XX века. Задачей этой науки является рассмотрение

правил порождения синтаксических структур, единых по плану содержания и различных по плану выражения. Так, из исходной или же ядерной структуры выводятся прочие структуры, также называемые трансформами, и наоборот, последние сводятся к ядерной структуре. Например, из ядерной структуры «Собака бежит» можно вывести такие трансформы, как «Бег собаки», «Бегущая собака» и т. д.

Рассмотрим, каким образом понятие «переводческая трансформация» определяют различные ученые. Л. С. Бархударов исходит из того, что «переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности») перевода вопреки расхождению в формальных и семантических системах двух языков» (Бархударов 1975: 190). З.Д. Львовская, следуя за Бархударовым, сводит переводческие трансформации, или же, по терминологии исследовательницы, – «эквивалентные преобразования» – к тем же четырем типам. В месте с тем, дальнейшее членение переводческих замен на разновидности З.Д. Львовская производит иным способом, различая: а) замены общего типа; б) замены значения предложения; в) замены, связанные с изменением поверхностных синтаксических отношений и экспликацией глубинных связей; г) замены одного предложения двумя и более, а также объединение двух и более предложений в одно; д) конкретизация; е) генерализация; ж) антонимические замены; з) компенсация (Львовская 1985: 183).

Т.А. Казакова замечает, что при переводе необходимо использовать специальные приемы преобразования, учитывая сочетание таких факторов, как языковой, культурологический и психологический. Первый из этих факторов выражается в применении трансформаций определенных элементов исходного текста, к которым исследовательница причисляет транслитерацию, калькирование, модификацию, замену, переводческий комментарий и т.п.

(Казакова 2001: 50-51). По определению переводоведа, трансформации заключаются в изменении формальных (лексические или грамматические трансформации) или семантических (семантические трансформации) компонентов исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи.

В то же время А. Д. Швейцер пишет, что термином «трансформация» в переводоведении оперируют в метафорическом смысле. По мнению ученого, фактически имеется в виду отношение между исходными и конечными языковыми выражениями, замена в процессе перевода одной формы выражения другой (Швейцер 1988: 118). В. Г. Гак понимает под переводческой трансформацией «отход от использования изоморфных средств, наличных в обоих языках». В представлении лингвиста изоморфные средства являют собой системные эквиваленты с одинаковым денотативным значением и грамматической однотипностью. По мнению В. Г. Гака, переводческая трансформация чрезвычайно часто обуславливается использованием слов или грамматических форм во вторичных функциях (генерализация, транспозиция, десемантизация) либо в ситуации контекстуальной или ситуативной избыточности (Гак 1988: 63-75). В том случае, когда языковой элемент используется в прямом значении, при наличии межъязыкового системного эквивалента следует дословный перевод. В связи с тем, что Р. К. Миньяр-Белоручев рассматривает перевод как передачу адресату некоторой информации, которая способна продуцировать у него необходимый смысл, а, в случае необходимости, и дополнительный эстетический эффект, суть трансформации для ученого виделась в модификации формальных (лексические и грамматические трансформации) или семантических (семантические трансформации) компонентов исходного текста при том, что информация, предназначенная для передачи, оставалась неизменной (Миньяр-Белоручев 1980: 201).

В свою очередь В. Н. Комиссаров, классификацию которого мы кладем в основу данного исследования, полагал, что переводческие трансформации – это преобразования, при помощи которых осуществляется переход от единиц оригинала к единицам перевода. И, поскольку такие трансформации происходят с языковыми единицами, которые обладают как планом содержания, так и планом выражения, они носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц (Комиссаров 1990: 172). По мнению исследователя, переводческие трансформации подразделяются на лексические, грамматические и лексико-грамматические в зависимости от их характера. В этом ученый также опирается на различение уровней языковой системы.

По мнению В. Н. Комиссарова, лексические трансформации призваны описать формальные и содержательные отношения между словами и словосочетаниями в оригинале и переводе. В группе лексических трансформаций Комиссаров выделяет формальные преобразования и лексико-семантические замены, относя к первым транскрипцию/транслитерацию и переводческое калькирование. К лексико-семантическим заменам переводовед причисляет конкретизацию, генерализацию и модуляцию (или смысловое развитие). К наиболее часто встречающимся грамматическим трансформациям исследователь относит дословный перевод, членение предложений, объединение предложений и грамматические замены. Переводческие трансформации, которые дают возможность преобразовать как лексику, так и синтаксические структуры оригинала В.Н. Комиссаров выделяет в отдельную группу. В данную группу входят так называемые лексико-грамматические трансформации: прием антонимического и описательного перевода, а также прием компенсации.

### **Трансформации по В.Н. Комиссарову**

<b>I. Лексические</b>	<b>II. Грамматические</b>	<b>III. Лексико-грамматические</b>
<p><b>a) Формальные</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Транскрипция/ транслитерация</li> <li>• Калькирование</li> </ul> <p><b>b) Лексико-семантические замены</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Конкретизация</li> <li>• Генерализация</li> <li>• Модуляция (смысловое развитие)</li> </ul>	<p><b>a) Дословный перевод</b> (нулевая трансформация)</p> <p><b>b) Членение</b> предложений</p> <p><b>c) Объединение</b> предложений</p> <p><b>d) Грамматические:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Грамматической категории</li> <li>• Части речи</li> <li>• Ч л е н а предложения</li> <li>• П р е д л о ж е н и я определенного типа</li> </ul>	<p><b>a) Антонимический</b> перевод</p> <p><b>b) Описательный</b> перевод</p> <p><b>c) Компенсация</b></p>

С точки зрения переводоведа, грамматические трансформации заключаются в преобразовании структуры предложения в процессе перевода в соответствии с нормами ПЯ. Трансформация может быть полной или частичной в зависимости от того, как именно изменяется структура предложения. В большинстве случаев замена главных членов предложения ведет к полной трансформации, в то время как замена второстепенных членов предложения характерна для частичной трансформации. Помимо замен членов предложения может происходить и замена частей речи.

Следует заметить, что в настоящей работе мы намеренно ограничились лексическим и морфологическим материалом, не выходя на синтаксический уровень в соответствии с заявленными во введении целями. Также необходимо упомянуть о том, каким образом В.Н. Комиссаров

классифицирует опущения и дополнения, так как опущения встречаются среди анализируемых во второй главе примеров.

Лексические добавления В. Н. Комиссаров относит к переводческим приемам. Переводовед говорит о том, что многие элементы смысла, лишь подразумеваемые в оригинале, в переводе должны найти выражение при помощи дополнительных лексических единиц. Это объясняется тем, что для имплицитного понимания текста у рецептора часто нет необходимых фоновых знаний. При выборе дополнительного, пояснительного элемента переводчик руководствуется правилами сочетаемости слов и экстралингвистическими факторами, а также возможным наличием упущений в оригинале – такие лакуны, как правило, необходимо заполнить из прагматических соображений, для того, чтобы рецептор имел возможность понять значение текста. Порой добавления обусловлены чисто стилистическими соображениями, и переводчик может по своему желанию использовать их или обойтись без них (Комиссаров 1900: 201-204).

В свою очередь прием опущения противоположен приему добавления и подразумевает отказ от передачи в переводе семантически избыточных слов, значения которых оказываются нерелевантными или же с легкостью восстанавливаются в контексте. К случаям семантической избыточности можно отнести использование в английском языке так называемых «парных синонимов» – параллельно употребляемых слов с близким значением, что весьма характерно для ораторского стиля этого языка. В то же время использование этого приема в научно-техническом стиле имеет вспомогательную функцию, нередко являясь средствами пояснения технических терминов. Помимо парных синонимов опускаться при переводе могут и другие части высказывания в случае, если переводчик счел их избыточными, передающими слишком много подробной информации, наличие которой недостаточно мотивированно содержанием, например, употребление числительных, названий мер и весов и т.п. В случае если при

переводе необходимо осуществить компрессию для уравнивания объема оригинала и перевода, упущения также могут стать полезным инструментом для переводчика (Комиссаров 1900: 204-206).

Немаловажно, что в отечественной теории перевода достаточно прочно укоренилась четырехчастная типология трансформаций: добавление, опущение, перестановка и замена.

При переводе некоторые трансформации носят вынужденный характер, однако можно выделить и такие переводческие трансформации, которые не обоснованы такими различиями, но при этом необходимы для сохранения коммуникативно-функциональных свойств текста. Большинство переводоведов, в частности Л. С. Бархударов и В. Н. Комиссаров, определяют понятие «переводческая трансформация» как отношение между исходным текстом и текстом перевода. Это подразумевает различные межъязыковые преобразования, осуществляемые для достижения переводческой эквивалентности. Данный подход позволяет говорить о комплексном характере переводческих трансформаций.

Проблема перевода актуальна не только для русскоязычных исследователей, но и для многочисленных англоязычных лингвистов. Однако термин «трансформации» в англоязычной литературе встречается все реже. Ему на смену приходят такие термины, как «эквивалентность» («equivalence»), переводческие стратегии («translation shift / technique / procedure»), сходность («similarity») и т.п. Р. Майорал констатирует отсутствие единства терминологии в современном переводоведении, говорит о «хаотичности, запутанности и синонимичности терминов, которыми пользуются переводоведы и лингвисты, принадлежащие к разным школам и говорящие на разных языках, и обозначает необходимость создания некоего метаязыка, который помог бы сделать этот полилог более конструктивным» (Marco 2007: 17).

Так П. Сабалбеаскоа анализирует процесс осуществления перевода и предлагает модель «приоритетов и ограничений» (Priorities & Restrictions model), согласно которой эквивалентность определяется как варьирующаяся характеристика, которая зависит от набора приоритетов или же иерархии целей, которых стремится достичь переводчик. Специалист расставляет приоритеты и принимает решение о том, какие элементы значения необходимо сохранить в первую очередь, а какими можно пожертвовать в зависимости от типа текста и условий осуществления перевода (Zabalbeascoa 1999: 163).

С точки зрения К. Райса выбор адекватной стратегии перевода зависит от коммуникативной функции текста оригинала. Чтобы выявить данную функцию, переводчик определяет тип («text-type») и разновидность текста («text-variety»), под которой К. Райс понимает наличие своеобразного языкового оформления и структуры у такого текста, а также его принадлежность к некой социокультурной схеме коммуникации, которая свойственна языковому сообществу. К. Райс разделяет тексты на информативные, основной функцией которых является передача содержания; экспрессивные, в которых также важна художественная организация; оперативные, содержание которых имеет побуждающий характер и смешанные, в которых определение доминирующей функции представляется невозможным (Reiss 1981: 122, 124-126; Schäffner 2000: 237).

Ю. Найда замечает, что в большинстве случаев на различия в переводе влияют три основных фактора: характер передаваемой идеи, цели автора, а также и переводчика, и тип аудитории. Языковед является сторонником теории динамической (прагматической) эквивалентности, основанной на «принципе эквивалентного эффекта», который подразумевает, что отношение между сообщением ПЯ и его рецепторами должно максимально воспроизводить отношение между текстом оригинала и носителями ИЯ. В то время как переводчик использует понятия, принадлежащие к культурной



парадигме ПЯ, стремясь сделать форму выражения переводного сообщения как можно более естественной для целевой аудитории (Nida 2000: 126-140).

Э. Пим в книге «Exploring Translational Theories» указывает на то, что эквивалентность текста оригинала и текста перевода заключается в равноценности этих текстов. По мнению Э. Пима, эквивалентность может существовать на любом лингвистическом уровне, например, как на уровне формы, так и на уровне функций. Направленность перевода (с языка «А» на язык «Б», или наоборот) не влияет естественную эквивалентность. Э. Пим также подчеркивает, что с точки зрения структурной лингвистики такая эквивалентность невозможна, поскольку языки по-разному структурируют мир, а значит, слова одного языка не могут иметь однозначного перевода или эквивалента в другом языке. При этом сам Э. Пим не разделяет мнение структуралистов, указывая на тот факт, что даже при отсутствии определенного слова из языка оригинала в языке перевода можно передать значение этого слова, используя эквивалентное ему понятие (Pym 2014: 6-11).

Еще в 1965 году шотландский лингвист Дж. Кэтфорд указал на то, что перевод, действуя не только на уровне отдельных слов, но и на уровне целых текстов, не обязательно затрагивает не все эти уровни одновременно: переводчик может стремиться к эквивалентности только на одном из таких уровней, например, фонетическом или семантическом. По мнению лингвиста, большинство переводов действует на одном или нескольких уровнях, и по тексту эквивалентность может варьироваться от больше к меньшей и наоборот, в чем и состоит комплексная динамическая теория эквивалентности (Catford 1965:76).

В. Коллер определяет пять видов эквивалентных отношений между текстами: денотативную эквивалентность (сохранение предметного содержания текста), коннотативную эквивалентность (основана на том, каким образом выражается текст источника через языковые средства), текстуально-нормативную эквивалентность (сохранение или изменение жанровых,

языковых и речевых норм текста), прагматическую эквивалентность (относительно рецептора текста перевода) и формальную эквивалентность (передача формальных и эстетических свойств текста оригинала) (Рум 2014: 16-17).

В свою очередь, Э. Честерман утверждает, что отношения между переводом и исходным текстом необходимо рассматривать не в терминах эквивалентности, а с точки зрения их сходности («similarity»), указывая на существование двух видов этой характеристики: дивергентной («divergent») и конвергентной («convergent») сходности. Первый вид сходности выражается формулой  $A \rightarrow A'$ , под которой понимается, что, появляясь, текст перевода не заменяет текст оригинала, и является лишь одной из возможных его репрезентаций. Конвергентная сходность выражается формулой  $A \leftarrow B$ , которая показывает, как перевод воспринимается реципиентом, полагающим, что текст A суть текст B (Chesterman 2005: 63-75).

Тем не менее, понимание процесса перевода как преобразования одной формы выражения в другую имеет условный смысл, поскольку на самом деле единицы оригинала не изменяются. Фактически в языке перевода подыскиваются коммуникативно равноценные единицы, и происходит «перевыражение» смысла. Между единицами оригинала и перевода обнаруживаются отношения, которые могут описываться условно – как будто единицы перевода получены путем каких-то манипуляций над единицами оригинала (Гарбовский 2007: 364). Более того, условность усиливается субъективным восприятием переводчика как носителя определенного языка с личным идиолектом, когнитивным полем, опытом, мировоззрением, отношением к автору текста, персонажам и ситуациям (Сапогова 2007: 122).

Общая инвентаризация и типологическая классификация всех возможных языковых преобразований может оказать несомненную пользу переводоведению, обеспечив решение трех задач: обеспечение переводчика

полной гаммой средств, способных выразить данное значение; оправдание существующей практики перевода, ведь в своей работе переводчики стихийно прибегают к преобразованиям, порой весьма сложным; лингвистическое объяснение различным видам расхождений при переводе. Кроме того, знание переводчиком правил, приемов и стереотипов позволяет обеспечить более высокий уровень надежности и объективности результатов перевода.

Следует заметить, что на практике в чистом виде переводческие трансформации встречаются нечасто: обычно они тесно взаимосвязаны и переплетаются между собой.

## Выводы по первой главе

- 1) В основе настоящего исследования лежит определение, данное концепту В.З. Демьянковым: концепт – принадлежность интеллектуального дискурса, термин, который употребляют, подчеркивая самость, априорность некоторого понятия, и стремясь реконструировать лежащую за этим понятием сущность ментального мира (Демьянков 2001). Поскольку концепт «bad taste» носит априорный характер, осознается людьми интуитивно и изначально не вербализован, попытка его реконструкции основана, на анализе контекстов употребления его лексического воплощения словосочетания «bad taste» и на выявлении и описании сопоставленных и противопоставленных ему фрагментов ментального лексикона.
- 2) В данном исследовании мы опираемся на такую характеристику лингвокультурных концептов, как трехкомпонентность. Именно эта характеристика, на наш взгляд, позволяет реконструировать концепт с максимально возможной полнотой. По классификации В.И. Карасика в структуре концептов выделяется следующая триада элементов: понятийные, образные и ценностные. Понятийные представляют дефиницию, обозначение и описание концепта. Образные суть зрительные, слуховые, тактильные и вкусовые характеристики, которые возможно выделить посредством Ассоциативного эксперимента. Ценностная характеристика проявляется в нормах поведения, закрепленных в языке и в наличии оценочных предикатов (Карасик 2002: 91).
- 3) Для вербализации концепта «bad taste» используются различные лексические единицы, значение которых при переводе передается переводческими трансформациями. В основу настоящего исследования положена классификация В. Н. Комиссарова, определяющего переводческие трансформации как носящие формально-семантический

характер преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле (Комиссаров 1990: 172).

## **Глава II. Реконструкция концепта «bad taste» через триаду характеристик понятийная-образная-ценностная. Переводческие трансформации лексических единиц, вербализующих концепт «bad taste»**

### **2.1 «Bad taste» – анализ словарных определений. Понятийная характеристика концепта**

По определению В.И. Карасика, понятийная составляющая концепта является собой его языковую фиксацию, дефиницию, обозначение, описание, признаковую структуру, сопоставительные характеристики по отношению к определенному ряду концептов (Карасик 2002: 107). Понятийная характеристика предполагает раскрытие содержания понятия при помощи логической операции определения, в ходе которой устанавливаются функции семантических признаков и их иерархия в составе понятия. Различительные, родовые признаки обеспечивают тождественность понятия самому себе при использовании его в различных теориях и фиксируют его объем. Эссенциальные признаки связаны с интерпретацией содержания понятия в рамках определенной концепции. Немаловажно, что основу понятия представляют родовые компоненты смысла, в то время как ассоциации фиксируются довольно редко.

Для определения смысловой нагрузки понятия «bad taste/ плохой вкус» прежде всего необходимо установить рамки самого понятия «taste/ вкус». Важно отметить, что в данном исследовании речь пойдет об эстетическом вкусе. Значит, согласно словарю Ефремовой, о «способности человека к эстетическому восприятию и оценке» (Ефремова 2000) или же, по Ожегову, «чувстве, понимании изящного, красивого» (Ожегов 2006: 85-86), а также, по Ушакову, «склонности, любви к чему-н., привычках, пристрастиях» (Ушаков 1940). Merriam Webster дает следующее определение понятию taste – «to have perception, experience, or enjoyment» (Merriam Webster). Cambridge dictionary

определяет *taste* как «the particular things you like, such as styles of music, clothes, decoration, etc» и «the ability to judge what is attractive or suitable, especially in things related to art, style, beauty, etc» (Cambridge dictionary).

Плохой вкус – это безвкусица, «отсутствие хорошего вкуса, изящества или чувства изящного» (Ожегов 2006: 40). В английском языке термин «*bad taste*» эксплицирует следующая словарная дефиниция: «Poor, indelicate, or undiscriminating judgement, especially with regard to what is aesthetically pleasing, polite, socially appropriate, or fashionable; (hence) something which results from or embodies this» (Oxford Dictionaries). Cambridge dictionary объясняет выражение «*be in bad/poor taste*» как «to be unacceptable in a way that will upset or anger people» и предоставляет перевод «быть в дурном вкусе», а выражение «*to be in good taste*» объясняется как «to be acceptable in a way that will not upset or anger people» и переводит как «быть в хорошем вкусе». Словосочетание «*bad taste*» также встречается в выражении «*to leave bad taste in someone's mouth*», которое разъясняется следующим образом «to make someone feel bad or disgusted» (Merriam Webster).

Идея плохого вкуса представляет собой конкретизацию общеоценочного отрицательного признака. Смысловое сближение общей отрицательной оценки и эстетической отрицательной оценки является естественной оценочной квалификацией объектов, и эта квалификация осуществляется в челночном режиме: плохое – безвкусное – плохое, отсюда и понятие «плохой вкус». Слово *bad* толкуется в этимологическом словаре английского языка как «inferior in quality, wicked, evil, vicious, uncomfortable, sorry, ugly, defective, weak, faithless, impudent, crooked, filthy» (Online Etymology Dictionary).

Составитель «Историко-этимологического словаря современного английского языка» М.М. Маковский отмечает важность того, что, согласно древним представлениям, Вселенная расположена в центре Мироздания и со всех сторон окружена Хаосом, являющимся символом Зла, отсюда *англ. диал. bad* «скорлупа, внешняя оболочка ореха», *англ. диал. bad* «оболочка,

одежда», *хет.* b<sup>^</sup>ad «стена» (символ женского начала, всего земного, тленного, злого) (Маковский 2002: 49). Это чрезвычайно важное наблюдение, которое позволяет сделать вывод о том, что частные отрицательные качества нередко переходят в разряд общеоценочных, как в случае с «bad taste». Здесь видится тенденция развития значения слова от конкретного к абстрактному, то есть от эмоциональной реакции на определенный неприятный или раздражающий фактор, например, цвет, к общему суждению о наличии эстетического вкуса у вызвавшего реакцию предмета/человека.

Слово «безвкусный» встречается в русском этимологическом словаре Шапошникова в статье-описании слова «аляповатый» – грубо, безвкусно сделанный; грубый, некрасивый, нечисто сработанный, а также в словарной статье для слова «труп», где делается предположение о том, что слово «труп» происходит от древнеисландского tjarfr «слабый, вялый; безвкусный» (Маковский 2002: 432). В Этимологическом словаре Шанского слово «вкус» определяется как «чувство изящного» и называется семантической калькой конца XVIII в. франц. сущ. goût «вкус», лат. gustus «проба, образчик» (Шанский). Это подводит нас к афористическому определению хорошего вкуса или good taste, которое было дано Н.В. Ремизовым, во время работы над фильмом Фрэнка Синатры «Одиннадцать друзей Оушена» в 1960 году в Лас-Вегасе. Ремизов был недоволен оформлением площадки и бормотал «bad taste, bad taste» себе под нос. Когда его спросили, что же тогда является good taste, художник ответил: «Good taste is what is appropriate» (J.Stern, M. Stern 1990: 9).

Это определение является дополнительной опорой предположения о том, что нередко вербализация эстетической оценки развивается по трехступенчатой модели: конкретный отрицательный признак – общий отрицательный признак – эстетический отрицательный признак.

В английском языке идея негативно оцениваемого эстетического признака выражается в слове ugly, которое этимологически ведет происхождение от



северогерманских слов со значением «страшный». В основе заимствованного из французского языка (ранее – из латинского) слова monstrous лежит идея «смотреть с удивлением» (изначально – смотреть с трепетом на нечто чудесное). Идея безобразного выражается через удивление, а также через оценку человеческой эмоции при виде безобразного (страх, отвращение).

В русском языке отрицательно оцениваемый эстетический признак также передается через семантику других называющих его слов. «Уродливый» значит «имеющий физическое врожденное уродство, аномалию, внешнее отклонение от нормы». «Безобразный» – буквально «не имеющий образа», т.е. «не соответствующий должному образу».

Словарные толкования синонимов, обозначающих концепт «bad taste», помогают раскрыть его понятийную характеристику. Обратившись к английскому синонимическому словарю thesaurus.com, мы обнаруживаем следующие отличия:

- 1) Общим признаком для таких синонимов слова «bad» как cheap, inferior, poor, garbage, junky, synthetic, crappy, cruddy, stinking, the pits выступает низкое качество и дешевизна, подкрепленные чувством эстетического отвращения из-за сопутствующей физической нечистоты. Немаловажно, что противопоставление а) непосредственно чувственного и б) эстетического как мысленно опосредованного созерцания лежит в основе выделения эстетики как специальной области знания.
- 2) Дифференциальные признаки сравниваемых синонимов можно сгруппировать по следующим признакам:
  - а) несовершенство, несоответствие идеалу (imperfect, defective, deficient, unacceptable, faulty, inadequate, incorrect, not good, substandard, unsatisfactory)

- b) неверно сделанный выбор (careless, amiss, erroneous, fallacious, off, mischievous, wrong, disobedient, ill-behaved, misbehaving, naughty, unruly)
- c) интенсивное эмоциональное отвращение (atrocious, abominable, awful, dreadful, godawful)
- d) акцент на низком качестве, неопрятности, немытости и неприятном запахе предмета созерцания, а также сочетание рационального и эмоционального неудовольствия от чувственного созерцания физического несовершенства (bummer, poor quality, slipshod, stinky, raunchy, icky, cheesy, cruddy, beastly)

Слова из групп «а» и «b» представляют наибольший интерес, так как они соотносятся с идеей выбора, а точнее нежелания выбирать и невнимательного, «наплевательского» отношения к собственной судьбе. Careless – 1) not giving enough attention and thought to what you are doing, so that you make mistakes, 2) resulting from a lack of attention and thought, 3) not showing interest or effort. Amiss – 1) in a mistaken way, wrongly, 2) in a faulty way, imperfectly. Erroneous – 1) not correct; based on wrong information. Fallacious – 1) wrong; based on a false idea.

Словарные дефиниции этих прилагательных акцентируют признаки «ошибочность», «несоответствие идеалу». Они не случайно соотносятся с идеей неверного выбора: ведь хороший вкус, в отличие от плохого, подразумевает умение выбрать лучшее (careful selection of the best).

В синонимических словарях русского языка мы видим следующие слова, обозначающие концепт «плохой вкус»: отсутствие вкуса, безвкусие, безвкусность, дурновкусие. Данный ряд существительных описывает слово плохой: нехороший, неудовлетворительный, слабый, скверный, дурной, незавидный; неважный, худой, дрянной, негодный, никакой, третьесортный, третьеразрядный, низкопробный; неважнецкий, паршивый, никудышный,

завалящий, плевый, аховый, барахольный и т. д. Когда речь идет о черте характера – отрицательный, качестве вещи – низкосортный, недоброкачественный, низкого качества, низкой пробы, ниже среднего, оставляет желать лучшего, предосудительный (Александрова 2001: 59). В ряду существительных дифференциация проходит по признакам «внешний – внутренний», а в ряду прилагательных выделяются признаки «интенсивность», «качество», «стилевые характеристики – книжное, разговорное», «пренебрежительная оценка», «несоответствие идеалу».

Сравнив релевантные признаки синонимов, уточняющих концепт «bad taste» в английском и русском языках, мы можем сделать следующие выводы:

1. Общие признаки синонимов в сравниваемых языках совпадают.
2. Дифференциальные признаки приведенных синонимов обнаруживают как совпадение, так и различие. К совпадающим характеристикам можно отнести следующие: а) несовершенство, несоответствие идеалу, б) интенсивность эмоционального отвращения, в) описание негативных качеств человека через эпитеты, относящиеся к внешнему виду.

К различительным признакам можно отнести: 1) акцентирование выбора как основания для эстетической оценки (в английском языке), 2) конкретизация величины объекта эстетической оценки (маленький размер, слабость) (в русском языке), 3) конкретизация испорченности объекта эстетической оценки (грязь, неприятный запах) (в английском языке).

На наш взгляд, различия в эстетической оценке между английской и русской лингвокультурами носят глубинный закономерный характер.

По замечанию Ю.В. Мещеряковой, русской лингвокультуре присуща эмоциональность в отношении к действительности (Мещерякова 2005: 145). Для человека с западным мировосприятием свойственно интерпретировать это как эмоциональность русской культуры, поскольку в английской лингвокультуре рациональное и эмоциональное отношение к миру

повсеместно противопоставляется. В русском мироощущении существует другое противопоставление: оппозиция здешнего и внешнего, земного и небесного. А значит, подлинной красотой считается внутренняя, что накладывает отпечаток и на восприятие человека или предмета с точки зрения наличия или отсутствия вкуса. В противоположность данному восприятию в русской лингвокультуре, в английском мироощущении наблюдается прочная связь между внешним и внутренним миром, внимание при этом акцентируется на внешнем, которое признают «отражением» внутреннего.

К первостепенным различиям между сопоставляемыми культурами необходимо причислить активность субъекта эстетической оценки: он всегда более активен в английской лингвокультуре. В русской лингвокультуре, которая скорее ориентирована на созерцателя, чем на деятеля, субъект зависит от судьбы и обстоятельств и обычно более пассивен. Применительно к оценке плохого вкуса в английской лингвокультуре подчеркивается идея выбора как действия субъекта.

Проведенный анализ позволил нам сформулировать собственное, более полное, экспериментальное определение для описания понятийной составляющей концепта «плохой вкус» в русском языке. Неверное, граничащее с неприличным, неразборчивое суждение, особенно в отношении того, что можно, а что нельзя отнести к категории эстетичного, тактичного, соответствующего социальным нормам и моде; поведение, которое отражает такое суждение или является его результатом.

Будучи оценочным образованием, концепт «вкус» допускает противопоставление плохого и хорошего. На наш взгляд, вкус относится к тем концептам, которые в своих противопоставлениях допускают лишь двухчастную структуру. К двухчастным образованиям относятся случаи контрадикторной антонимии: например, плохой – хороший. Здесь не дано третьего, промежуточного варианта: в эстетическом понимании отсутствие

вкуса, безвкусице и заурядность есть плохой вкус, а его присутствие – хороший. Эту гипотезу подтверждает мнение Е.М. Вольф, которая пишет о том, что нейтральную зону, как правило, считают продолжением эксплицитного знака « – »: «Слова, которые обозначают среднюю степень качества, не говорят о нейтральной позиции объекта на шкале оценок, а склоняются к зоне «плохого»» (Вольф 2002: 51). Однако субъективность оценки суждения заставляет усомниться в его правильности, именно поэтому при определении плохого и хорошего вкуса обязательно необходима референция к некоему авторитету, нередко выражаемая неоднозначной фразой «так принято». Эстетический вкус в сфере искусства нередко определяют как «качество восприятия» художественных ценностей, производное от уровня эстетической компетентности людей, которая зависит от накопленного опыта взаимодействия с искусством и предполагает умение отличать подлинное искусство от суррогата и китча. Изначально происходило деление искусства на элитарное и массовое, и последнее предполагало «падение» до уровня обывателей, не способных глубоко и тонко чувствовать. Однако история показала, что растиражированные элементы «высокой» культуры легко становятся частью «низкой», обыденной культуры, и наоборот. Границы между культурами подвижны (Павлов).

Бинарная, двухчастная иерархия ценностей существует для людей с устойчивыми мировоззренческими ориентирами. А значит, эта иерархия, стоящая на столпах плохого и хорошего вкуса, в современном мире обречена на разрушение. Китч сознательно вводит моду на безобразное, спекулирует сексуальностью и жестокостью и сознательно устраняет традиционно прекрасное, духовное и возвышенное. Дионисийское начало восстанавливает права, наполняя культуру эпатажем и игрой, особенно в киберпространстве (Пушкарева 2012: 153-156). Данная тенденция «снятия культурных запретов» находит яркое отражение в языке и будет подробнее освещена в следующих трех частях данного исследования.

Итак, подробно осветив понятийную составляющую концепта *bad taste* в сопоставительном аспекте, мы можем сделать следующие выводы:

- Общие признаки синонимов в русском и английском языках совпадают, в то время как их дифференциальные признаки обнаруживают как совпадение (несовершенство, несоответствие идеалу, интенсивность эмоционального отвращения; описание негативных качеств человека через эпитеты, относящиеся к внешнему виду), так и различие (в английском языке – акцентирование выбора как основания для эстетической оценки конкретизация испорченности объекта эстетической оценки; в русском – конкретизация величины объекта эстетической оценки).
- Применительно к оценке плохого вкуса в английской лингвокультуре, в отличие от русской, подчеркивается идея выбора как действия субъекта.
- Концепт «*bad taste*» обладает двухчастной структурой, прочности которой угрожает появление таких понятий как китч и кэмп, расшатывающих здание «традиционных» ценностей.

## 2.2 Образная характеристика концепта «bad taste»

По В.И. Карасику, образная составляющая концепта включает в себя зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые и воображаемые или же идеальные характеристики предметов, явлений, событий, которые в некоем виде воссозданы в нашем сознании. Данный элемент концепта имеет в составе как перцептивный образ, так и комбинацию концептуальных метафор, выводимых носителем языка из сочетаемости имени, объективирующего концепт в языке (Карасик 2002: 107).

Образная составляющая, выявляемая посредством ассоциативного эксперимента, подвергается верификации фактами языка, наиболее полно представляет национальное своеобразие концептов, и первой отражает диахронические изменения в структуре и ценностном статусе концептов. Как следствие, данная составляющая структурирует субконцептосферы и, в конечном итоге, национальную концептосферу. Следует заметить, что образная характеристика относится к значимым конструктам концепта, отражая его бытие в актуальном срезе, однако сводить все содержание концепта к ней было бы неверно. Тем не менее, данная характеристика дает концепту возможность продолжить существование, не диссимилируясь вследствие распада актуализирующих его лексических микропарадигм.

Для выявления образной составляющей концепта «bad taste» и специфических особенностей его вербализации был проведен свободный ассоциативный эксперимент (САЭ). Приведены и проанализированы обобщенные данные количественного и качественного анализа результатов ассоциативного эксперимента с участием 300 респондентов (150 носителей американского английского и 150 носителей русского языка). Из 150 носителей английского 82 женщины и 68 мужчин, из 150 носителей русского 80 женщин и 70 мужчин. Средний возраст респондентов – 30 лет, образование – высшее и незаконченное высшее.

Респондентам было дано одно словосочетание-стимул. В английском языке – bad taste, в русском – плохой вкус. Вопрос был сформулирован следующим образом: «Dear friends, please comment on this post by typing in any associations you have with the expression “bad taste”»/ «Друзья, пожалуйста, прокомментируйте эту запись, написав первую ассоциацию на словосочетание “плохой вкус”, которая придет вам в голову».

В данном подразделе мы остановимся на анализе и сопоставлении полученных ответов. В первую очередь нами было выделено коллективное ассоциативное поле – то есть совокупность ассоциатов на слово-стимул, ядром которого являются наиболее частотные реакции, а к периферии относятся менее частотные реакции.

В результате количественного анализа полученных данных удалось выяснить, что ядро концепта «плохой вкус» в русском языке составляют такие слова и выражения как: несочетающийся/несоответствующий/неуместный (34 опрошенных), одежда (27 опрошенных), вульгарность (9 опрошенных), стразы/блестки (8 опрошенных), леопардовый (6 опрошенных), аляповатый (5 опрошенных). В свою очередь, в ядро концепта «bad taste» в американском английском языке, согласно данным проведенного опроса, входят следующие слова, выражения и поговорки: clothes (43 опрошенных), leaving bad taste in someone’s mouth (16 опрошенных), inappropriate (11 опрошенных), tacky (10 опрошенных), rude (9 опрошенных), uncomfortable (5 опрошенных), bad taste in relationship (4 опрошенных), offensive (4 опрошенных).

Обратимся к выделению синтагматических и парадигматических характеристик ассоциатов. Проанализировав полный список примеров (см. Приложение 1), мы пришли к заключению, что среди ответов русскоязычных респондентов преобладают синтагматические ассоциации, то есть такие ассоциации, грамматический класс которых отличается от грамматического класса словосочетания-стимула, а то время как парадигматические слова-



реакции, то есть слова-реакции того же грамматического класса, что и слова-стимулы, были даны в меньшинстве случаев. Всего было выявлено 105 синтагматических и 25 парадигматических ассоциаций. В свою очередь анализ ответов англоязычных респондентов показал 115 синтагматических и 15 парадигматических ассоциаций, также указывая на преобладание первых.

**Ядро концепта «bad taste»/ «плохой вкус» в русском и английском языках с разделением по гендерному признаку респондентов**

<b>РЯ</b>		<b>АЯ</b>	
<b>М</b>	<b>Ж</b>	<b>М</b>	<b>Ж</b>

<p>Одежда (13), несочетающийся/я/ несоответствующий/ неуместный (12), босоножки с носками/ примеры, связанные с носками (ex.«белые носки вне дома») (4), стразы/блестки = нечто блестящее (3), (русский) рэп (3), кислотные цвета (2), леопардовый (2) + «вещи из шкур животных», аляповатый (2), китч (1)</p>	<p>Несочетающийся / несоответствующий/неуместный (21), одежда (14), вульгарность (9), стразы/блестки (5), леопардовый (4) + «вещи из шкур животных», аляповатый (3), китч (3), рэп (1)</p>	<p>Clothes (18), leaving bad taste in someone’s mouth (9), inappropriate (6), rude (5), tacky (3), décor (3), uncomfortable (2), bad taste in relationships/men (2), offensive (2), insulting (2), racism &amp; sexism (2), gaudy(1) kitsch (1)</p>	<p>Clothes (15), leaving bad taste someone’s mouth (7), tacky (7), inappropriate (5), rude (4), gaudy (4), uncomfortable (3), bad taste in men (2), offensive (2), décor (2), kitsch (2), insulting (1)</p>
--	--	---	---

Анализ полученных ассоциатов позволил определить дополнительные признаки концепта, не отмеченные в толковых словарях. Как было упомянуто выше, в русском языке, согласно словарю Ожегова, плохой вкус – это

«отсутствие хорошего вкуса, изящества или чувства изящного». Данное определение не отражает следующих признаков, выявленных посредством САЭ:

- 1) Неумение себя вести, незнание правил поведения в обществе, неестественность, неспособность сориентироваться в социальной ситуации.
- 2) Неразборчивость в одежде, подбор несоответствующей, несочетаемой одежды.
- 3) Вульгарность в поведении и выборе гардероба.
- 4) Неуместное стремление выделиться посредством излишне ярких, кричащих украшений, узоров и цветов в гардеробе.
- 5) Негативное впечатление, которое оставляет человек или ситуация.

Немаловажно, что поиск словосочетания «плохой вкус» и его эквивалента «дурной вкус» в русских словарях ассоциативных норм, таких как «Русский ассоциативный словарь» (Ю.Н.Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов) не дал результатов. Наше исследование может стать материалом для создания словарной статьи в одном из подобных словарей.

Любопытно, что дефиниция, предложенная Oxford Dictionaries, шире раскрывает значение концепта «bad taste» в английском языке, чем это делает словарь Ожегова для русского языка. Вновь обратимся к определению интересующего нас концепта, представленному в Oxford Dictionaries: «Poor, indelicate, or indiscriminating judgement, especially with regard to what is aesthetically pleasing, polite, socially appropriate, or fashionable; (hence) something which results from or embodies this» (Oxford Dictionaries). Повторное ознакомление с данным определением позволяет проследить, что благодаря точной формулировке, предложенной в Oxford Dictionary, для американского варианта английского языка дополнительные признаки концепта «bad taste» с опорой на проведенный САЭ выделить не удастся. Это обусловлено

обтекаемостью второй части определения, а именно: «something which results from or embodies this». Такое построение фразы позволяет в полной мере отразить субъективную составляющую концепта «bad taste», и дает возможность включить в его характеристику следующий признак: неблагоприятное впечатление, которое оставляет человек или ситуация. Данный признак раскрывает поговорка «leaving bad taste in someone's mouth» и прилагательные inappropriate, rude, tacky, uncomfortable и offensive.

Мы видим, что в английском и русском языках рассматриваемый нами концепт имеет следующие общие признаки: негативное впечатление, которое оставляет человек или ситуация и неразборчивость в одежде, подбор несоответствующей, несочетаемой одежды.

Однако в лингвокультурной картине мира русскоязычных и англоязычных респондентов прослеживаются и небезыңтересные различия. Преобладающее большинство русскоговорящих опрошенных (38 респондентов) привели визуальную ассоциацию, подчеркивая внешнюю, видимую сторону того, что для них означает «плохой вкус», приводя в пример конкретные, объемные образы, например: кислотные, яркие несочетаемые цвета (20), стразы и блестки (8), вещи с леопардовым принтом (6), босоножки с носками (4) и т.д. Представители англоязычной культуры более скупы на визуальные ассоциации: всего лишь 8 из 150 опрошенных упомянули в ответах цвета («pink dollies», «white leather», «poor color combinations»). И хотя об одежде речь зашла в 33 случаях, в то время как русские респонденты упомянули одежду лишь 27 раз, образные и подробные описания предметов одежды среди ответов американских респондентов практически не встречаются.

Кроме того, в 37 случаях русскоязычные респонденты подчеркнули, что для них плохой вкус связан с неумением себя вести, незнанием правил поведения в обществе и неспособностью сориентироваться в социальной ситуации, например: «невежество», «необразованный», «отсутствие умения понимать эстетику», «неумение миксовать вещи и стили», «неумение выбирать

адекватное случаю... вследствие отсутствия знаний или опыта», «отсутствие навыка придания особого смысла и “изюминки”», «искаженное восприятие реальности», «одеваться с картинки “из журнала”». Эти примеры особенно показательны: хотя представители русской лингвокультуры и используют лексему «выбор» для описания концепта «плохой вкус», этот выбор изначально как бы сделан *за* адепта такого вкуса. Плохой вкус – не предпочтение его «носителя», а нечто, появившееся в результате недостатка образования, дефицита самостоятельности или же врожденный дефект, с которым справиться нельзя. Здесь четко прослеживается идея, упомянутая в первом разделе данного исследования, а именно различие в степени активности объектов эстетической оценки анализируемых культур. В русской лингвокультуре субъект зависит от судьбы обстоятельств, он пассивен, и отсутствие эстетического вкуса для него не выбор, а бремя, и, следовательно, допустимой реакцией на отсутствие вкуса является сочувствие и жалость.

Иначе обстоят дела в английской лингвокультуре. Здесь акцентируется идея выбора как действия субъекта, личности, которая сознательно идет против принятых в обществе установок, причиняя неудобства другим членам общества: «Inappropriate, as in cultural faux pas, poor choice and comment, attire, etc.», «Something against the norm that’s uncomfortable or confusing to others», «Something against social norms», «doing something socially unacceptable, and often destructive, which negatively impacts the people around you», «deliberately disrespectful» и т.д (47 примеров). В 6 случаях респонденты причислили к «bad taste» намеренные публичные оскорбления в адрес других людей, например: «shit talking in a group of people», «trash talking anyone, but especially your place of work, on social media», «saying something tacky, rude, insensitive», «to say something ... that is offensive to the sensibilities of a normal person». Более того, к «bad taste» причисляются такие лексемы, как: offensive (4), insulting (3), racism & sexism (2), bullying (2), homophobia (1), что

напрямую указывает на то, как прочно идея политической корректности укоренилась в американском сознании.

Здесь важно заметить, что среди ассоциаций также были упомянуты и имена собственные. Ответы с такой составляющей ценны, так как именно в них удалось запечатлеть ту подвижную часть картины мира, которая особенно подвержена изменениям – речь идет о реакции на последние события, непосредственно влияющие на ход мыслей респондентов. Так, среди англоговорящих респондентов трое в своих ответах упомянули Дональда Трампа, а еще трое назвали имена известных режиссеров (John Waters, Peter Jackson), а двое других – имена певцов (Katy Perry, Jimmy Buffett); не обошли вниманием и писателей (Lemony Snicket), всего по результатам анализа ответов было выявлено 11 упоминаний имен собственных.

Русскоязычные респонденты в своих ответах использовали 13 различных имен собственных, а среди которых присутствовали имена певцов и певиц (Пугачева, Игорь Николаев, Борис Моисеев, Егор Крид), названия музыкальных групп (Каспийский Груз), имена писателей (Донцова, Набоков), фамилия балерины (Волочкова) и названия телевизионных программ и их частых гостей (КВН, Пусть Говорят, Дом 2, Шурыгина).

	<b>РЯ</b>	<b>АЯ</b>
<b>Упоминания одежды</b>	<b>27</b>	<b>43</b>
<b>Упоминание цветов</b>	<b>20</b>	<b>8</b>
<b>Упоминание имен собственных</b>	<b>13</b>	<b>11</b>
<b>Упоминание искусства в разных видах</b>	<b>Всего – 22</b> Музыка – 13 Кинематограф – 4 Литература – 4 Искусство (слово) – 1	<b>Всего – 25</b> Музыка – 14 Кинематограф – 5 Литература – 2 Искусство (слово) – 4

<b>Уход в мировоззрение (без акцента на визуальность и аудиальность)</b>	31 (ж) + 31 (м)	49.(ж) +38 (м)
--	-----------------	----------------

Анализ результатов САЭ позволил сделать следующие выводы:

- В русском и английском языках ассоциаты по-разному соотносятся со словарным значением: в английском наблюдается соответствие данному в словаре определению, во многом за счет удачной формулировки последнего, в то время как в русском языке были выявлены расхождения в присутствии некоторых семантических компонентов отчасти по причине недостаточной развернутости данного в словаре определения.
- В английской и русской языковой картине мира совпадают следующие компоненты: негативное впечатление, которое оставляет человек или ситуация и неразборчивость в одежде, подбор несоответствующей, несочетаемой одежды, что, вероятно, свидетельствует о значимости этих компонентов для представителей обеих лингвокультур.
- Для представителей русской лингвокультуры характерны конкретизированные визуальные ассоциации, в то время как среди ответов англоязычных респондентов количество таких ассоциаций значительно ниже.
- В английской лингвокультуре идея выбора как действия субъекта, личности, которая сознательно идет против принятых в обществе установок, причиняя неудобства другим членам общества, в то время как в русской культуре субъект более пассивен, и допустимой реакцией на отсутствие вкуса является сочувствие и жалость.

Фактические результаты ассоциативного эксперимента могут быть представлены как фрагмент корпуса русского и английского языка, который дает более широкое, чем стандартный словарь, представление о месте

исследуемого концепта в соответствующих картинах мира. Перспективы дальнейшего исследования в этом ключе видятся в применении корпусного подхода к отбору и анализу изучаемого материала, а также в интеграции методов лингвокультурологии, психолингвистики и теории перевода в целях изучения конкретного концепта.



### 2.3 Ценностная характеристика концепта «bad taste»

По определению В.И. Карасика, ценностная составляющая концепта характеризует его важность как для индивидуума, так и для коллектива, и проявляется в нормах поведения, закрепленных в языке (Карасик 2002: 107). Как писал В.И. Карасик, нормы поведения имеют прототипный характер – мы храним в памяти знания о типичных установках, действиях, ожиданиях ответных действий и оценочных реакциях применительно к определенным ситуациям (Карасик 2002: 22).

Опираясь на подход, предложенный Г.Г. Слышкиным, мы разделим аксиологическую составляющую концепта на два аспекта: актуальность и оценочность (Слышкин 2004: 7). Аспект актуальности, наличие которого проверяется методом количественного подсчета, реализуется в численности языковых единиц, представляющих собой средства апелляции к данному концепту. В рассмотренных примерах, взятых из статьи «Avant-garde and kitch» К. Гринберга, заметок «Notes On "Camp"» Сьюзан Зонтаг и книги «Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism» и их переводов, аспект актуальности выражен наличием 57 языковых единиц, которые являются средствами апелляции к концепту «bad taste», иначе говоря, номинациями его отдельных признаков. Оценочность, в свою очередь, выражается в присутствии оценочной составляющей в значении языковой единицы, являющейся именем концепта, а также в сочетании этой единицы с оценочными эпитетами. Наличие данного аспекта проверяется методами компонентного и контекстуального анализа, и будет рассмотрено ниже.

Норма поведения подразумевает нормативную ситуацию, которая охватывает несколько типов участников, объект оценки и его идеальный (нормативный) прототип, нормативный модус и мотивацию. В нашем случае авторы анализируемых произведений выступают в роли кураторов – хранителей и своего рода создателей норм, а также экспрессоров –

личностей, выражающих свое отношение к кому-либо или чему-либо на основании определенной, нередко установленной ими же самими нормы. Немаловажно, что аксиологическую систему определяет языковая личность, адаптирующая ее системные и функциональные параметры к конкретным условиям ситуации речевого взаимодействия и производя выбор и взаимосоотношение разноуровневых механизмов активации ценностных смыслов (Казыдуб 2009: 133).

Объект нормативной оценки – качество респондента, которое включает его установки и действия; прототипом данной оценки мы называем соответствующее качество с позиций куратора. В исследуемых текстах авторы-кураторы указывают на те качества, предпочтения и различные признаки респондентов-читателей и абстрактной публики, которые, по их мнению, являются индикаторами плохого вкуса.

Нормативный модус суть комбинация измерений нормативной ситуации, таких как:

- 1) нормативный знак (нормативный квадрат: «необходимо», «запрещено», «разрешено», «безразлично»);
- 2) нормативная шкала, включающая полярные и промежуточные степени определенного качества;
- 3) нормативное поле (в данном случае – сфера морального и утилитарного суждения);
- 4) нормативная эксплицитность (степень вербального выражения нормы поведения, которая, в случае с рассматриваемым концептом, обычно подразумевается в бытовом общении) (Карасик 2002: 22).

В анализируемых текстах кураторы в основном оперируют нормативными знаками «запрещено» и «необходимо», лишь в отдельных случаях прибегая к «разрешено» и «безразлично».

По В.И. Карасику нормативная мотивация — это обусловленность нормативной ситуации определенными культурными ценностями.

Нормативные ситуации воспроизводятся в языке и в наиболее эксплицитном виде находят отражение в пословицах, которые в компактном виде содержат наиболее существенные предписания и оценки поведения людей. Однако, как подчеркивает В.И. Карасик, пословица как жанр словесного творчества свойственна прежде всего крестьянскому сословию, а значит в современной культуре отражает ценностные установки отнюдь не всего населения. Так, в англоязычном узусе была замечена тенденция избегать употребления пословиц как выражений, содержащих элемент поучения. Паремии нередко ставят адресата в положение провинившегося или недостаточно опытного человека (Карасик 2002: 23). Более того, в результате проведенного исследования было выявлено, что концепт «bad taste» редко выражается посредством паремий. Единственной паремией, в которой присутствует данный концепт, является паремия «to leave bad taste in smn's mouth».

По причине скудности паремиологического материала для освещения аксиологической характеристики концепта «bad taste» было принято решение проанализировать избранные англоязычные (американский английский) научно-популярные тексты об актуальных проблемах искусства и теории культуры. Всего было рассмотрено 226 примеров на 1599 страницах (см. Приложение 2).

В первую очередь необходимо заметить, что концепт «bad taste» не может быть полностью выражен без обращения к его антиподу, концепту good taste. Ассоциативная параллель плохой вкус – хороший вкус раскрывается прежде всего на основе антонимического сближения словосочетания плохой/дурной вкус со словосочетанием хороший вкус. В процессе оценивания субъекту безусловно необходима точка отсчета, «мерка», которая имплицитно существует в сознании индивида и запускает оценочный механизм. Именно этот механизм выражает отношение субъекта оценки к объекту внеязыковой действительности: происходит соотнесение отдельных признаков объекта с системой ценностей, принятых в данном

языковом сообществе. Оценка в языке связана с понятием нормы, однако норма распространяется исключительно на позитивные оценки. Положительная оценка подразумевает тот факт, что процесс протекает согласно норме, а отрицательная подразумевает некое отклонение от нормы. Трудность проблемы такой точки отсчета заключается в определении данной нормы в русскоязычном и англоязычном пространстве, а также нахождение векторов отклонения от этой нормы, учитывая тот факт, что на шкале оценок нет четких делений, что приводит к асимметрии оценки. Асимметрия оценки обусловлена стереотипными представлениями о ценностной картине мира, антропоцентричностью и субъективностью оценки и тем, что ее знаки зависят от картины мира данного социума (Белобородова 2010: 267-270). В связи с жанровой спецификой рассматриваемого материала, новое и необычное в искусстве нередко относят к передовому и, как следствие, лучшему, хорошему вкусу. Это обусловлено тем, что в анализируемых примерах речь идет о тех произведениях искусства, мнение о которых уже сформировалось как в общественном сознании, так и в представлении сообщества экспертов в области искусства:

<p>These failed commissions signaled a general <b>crisis</b> in public art at this time: clearly, <b>public taste and advanced painting had parted company</b> (Foster, Krauss, Bois, Buchloh 2007: 55, далее AS1900)</p>	<p>Эти неудавшиеся заказы свидетельствовали об общем <b>кризисе</b> публичного искусства того времени: стало ясно, что <b>общественный вкус и передовая живопись окончательно разошлись</b> (Фостер, Краусс, Буа, Бухло 2015: 55, далее AS1900p).</p>
---	---

Мы видим, что кризис искусства воспринимается как событие, обусловленное расхождением во вкусах общества и передовых художников. Здесь следует заметить, что плохой вкус нередко связывают с его популярностью у части населения со средним и низким уровнем образованности, то есть, традиционно, у преобладающей части общества.

Это подтверждается обилием соответствующих оценочных лексем, номинаций сопутствующих слову *taste* в анализируемых текстах, например: *public, popular, mass-level, smth. that accedes to the wishes of the masses, consumer-spectator, routine and the bad taste of the mob* и т.д.

Вторым признаком, характеризующим аксиологическую составляющую концепта «*bad taste*» является ненатуральность и неестественность, обусловленная несвоевременным отказом индивидуума от народной культуры и попыткой приобщиться к культуре элитарной. Как подчеркивает К. Гринберг, для того, чтобы быть причастным к кругу людей высокой культуры и хорошего вкуса, необходимо не просто уметь читать и писать, но и в избытке располагать досугом и комфортом. Распространившись практически повсеместно, грамотность потеряла флер необычности и выпала из разряда тех умений, которые можно считать следствием рафинированного вкуса. Но научившиеся читать и писать крестьяне, переселившись в город и став представителями иных сословий, при этом не обрели досуга и, особенно, комфорта, столь необходимых для того, чтобы стать сопричастными к подлинной культуре. Однако вследствие такого перемещения вкус к родной, естественной и самобытной культуре, возвращенной в сельской местности, был утерян, и городские массы требовали обеспечить их пригодной для потребления культурой. Создать такую культуру можно было лишь искусственным путем.

Характеристики концепта «*bad taste*» указывают на неестественность входящих в его номинативное поле предметов и явлений. В первую очередь можно выделить подчеркнуто-ненатуральные цвета, такие как: *pink, purple, turquoise, candy spectrum, sugar-sweet tones of a wedding cake's frosting, diamond dust sparkles, acidic, candy pink, apple green*. Кроме того, следует обратить внимание на целый пласт прилагательных, указывающих на неестественность как на один из ключевых признаков номинативного поля концепта: *artificial, quasi-architectural, ersatz, dissembling, decorative prettiness,*

gratuitous, fake gems. Выделяется также ряд соответствующих существительных со сходным значением, например: simulacra, imitation, inauthenticity, spectacle, the meretricious.

Плохой вкус – это продукт индустриальной революции. Доступная цена и, как следствие, низкое качество а, нередко, и уродство – характеристики, присущие плохому вкусу. Прилагательные commercial и predictable точнее всего передают описанные выше смыслы. Кроме того, весьма часто перечисляются конкретные объекты, на которых как бы навешен ярлык «плохого вкуса», как то: slick and pulp fiction, Hollywood movies, magazine covers, rotogravure sections, calendar girls, tacky advertisements, melodramatic comics, Campbell's soup cans, Coke bottles, Brillo boxes, cow wallpaper, lurid cover-people, cowboy hat, discotheque decors.

Неотъемлемой аксиологической характеристикой концепта «bad taste» является характерные для «носителя» плохого вкуса нежелание и/или невозможность сделать над собой усилие и выбрать нечто лучшее, например: Kitsch pretends to demand nothing of its customers except their money – not even their time; enjoy without effort. Данная характеристика вновь отсылает нас к понятийной и образной сторонам концепта: как было упомянуто в выводах к первой части данной главы, в которой речь идет об образной характеристике концепта «bad taste», плохой вкус неизменно соотносится с идеей неверного выбора, в то время как хороший подразумевает умение выбрать лучшее. В отличие от русской лингвокультуры, в английской подчеркивается идея выбора как действия субъекта. Это явление находит отражение как на понятийном, так и на ценностном уровне концепта. Более того, в образной характеристике анализируемого концепта также присутствует идея выбора, хотя семантически она раскрывается несколько иначе: здесь указывается на злонамеренный выбор во вред другому, в то время как ценностная характеристика добавляет к этому дополнительную сему, а именно пассивное

нежелание выбирать, ведущее к негативным последствиям как для субъекта, так и для его окружения.

#### **Аксиологическая составляющая концепта «bad taste»**

Общая характеристика:	Номинации:
Популярность у части населения с низким уровнем образованности	Popular, mass-level, mass society, mass appreciation, smth. that accedes to the wishes of the masses, consumer-spectator, routine and the bad taste of the mob, broadest taste, touristic taste, irresponsibility of the toddler discovering the scintillating riches of a bazaar
Ненатуральность, неестественность	Artificial, simulacra, imitation, faked sensations, quasi-architectural, ersatz, dissembling version; pink, purple, turquoise – the whole candy spectrum found in cheap chromos; inauthenticity, decorative prettiness, gratuitous virtuosity, fake gems, sugar-sweet tones of a wedding cake's frosting, diamond dust sparkles, acidic colors, candy pink, apple green, spectacle, the meretricious

Продукт индустриальной революции, дешевый и, нередко, уродливый массовый продукт	Taste for serialization, commercial, consumption, objects of consumption, marketable objects, cliché, predictable, crammed into the mold of a system, slick and pulp fiction, Hollywood movies, magazine covers, rotogravure sections, calendar girls, tacky advertisements, melodramatic comics, mawkish stuff, Campbell's soup cans, Coke bottles, Brillo boxes, cow wallpaper, lurid cover-people, cowboy hat, discotheque decors, vulgar to boot.
Нежелание или невозможность сделать над собой усилие и выбрать нечто лучшее	Kitsch pretends to demand nothing of its customers except their money – not even their time; enjoy without effort.

Анализ словарного материала позволяет отметить, что концепт «bad taste/ плохой вкус» актуален для рассматриваемых социумов, о чем, в частности, свидетельствует плотная оценочно-номинативная вербализация анализируемых концептов.

В результате проведенного аксиологического анализа оригинальных англоязычных текстов, мы реконструировали семантические поля (СП), которые объединяет в себе концепт «bad taste». Лексические единицы отнесены нами к конкретным СП на основании наличия общих ядерных сем:

- Популярность у части населения с низким уровнем образованности.
- Ненатуральность, неестественность
- Дешевый и, нередко, уродливый массовый продукт индустриальной революции
- Нежелание или невозможность сделать над собой усилие и выбрать нечто лучшее



В заключение данного раздела можно сделать вывод о том, что проведение реконструкции и описания концепта «bad taste» через триаду характеристик понятийная-образная-ценностная показало адекватность и целесообразность избранного подхода: характеристики дополняют друг друга и способствуют формулированию комплексной характеристики концепта «bad taste» в картине мира носителей английского языка.

## 2.4 Концепт «bad taste»: переводческий аспект

В первых трех разделах второй главы мы привели комплексную характеристику концепта «bad taste» в картине мира носителей английского языка, с опорой на триаду характеристик, описанных В.И. Карасиком. В данном разделе мы приступим к описанию и систематизации формальных и семантических трансформаций лексических единиц, вербализующих концепт «bad taste», при их переводе на русский язык.

Как было указано в первой главе, определение концепта, релевантное для данной работы, было предложено В.З. Демьянковым. По мнению ученого, концепт – принадлежность интеллектуального дискурса, термин, который употребляют, подчеркивая самость, априорность некоторого понятия, и стремясь реконструировать лежащую за этим понятием сущность ментального мира (Демьянков 2001). Концепт обладает номинативным полем, вербальные и невербальные характеристики которого мы выделяем в данном исследовании. Анализируя концепт «bad taste» в англоязычных текстах-источниках, мы вычленим номинации, находящиеся на разных смысловых уровнях. Содержанием номинации является денотат, который можно описать как вербализованный образ предмета.

Номинация передает часть содержания концепта или его признак. Один и тот же концепт может быть представлен в языке различными номинациями, каждая из которых будет отражать определенную сторону этого ментального образования. Информационное содержание концепта включает несколько слоев или секторов, некоторые из которых могут выразиться посредством отдельных лексем или их отдельных значений.

Из ряда переводческих трансформаций, подробно проанализированных в главе 1, мы выделили наиболее частотные в исследуемых примерах. Следует заметить, что в настоящей работе мы намеренно ограничились лексическим и морфологическим материалом, не выходя на синтаксический уровень в соответствии с заявленными во введении целями. По этой причине

мы обращаемся только к лексическим и грамматическим трансформациям, определяемым В.М. Комиссаровым как «преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле» памятуя о том, что «переводческие трансформации... носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц» (Комиссаров 1990: 172).

В ходе работы методом прямой выборки из трех аутентичных англоязычных источников нами было выделено 226 примеров. Поиск осуществлялся по ключевым словам и выражениям: «bad taste», «taste» и «kitsch». Выбор последнего слова продиктован результатами САЭ, которые показали, что данная лексема входит в ядро ассоциативного поля концепта в обоих языках. Кроме того были рассмотрены примеры, в которых отсутствовали перечисленные выше лексемы, но выявлялись какие-либо из пяти СП концепта «bad taste», о которых речь шла в третьем разделе данной главы.

В результате проведенного анализа мы пришли к выводу, что наиболее частотной лексемой в рассматриваемых текстах является слово «kitsch». Это слово фигурирует в 40 примерах. Словосочетание «bad taste» в текстах упоминается всего 5 раз, а различные словосочетания со словом «taste» и это слово в отдельности встречается в анализируемых текстах 85 раз.

В первую очередь обратимся к анализу перевода словосочетаний с лексемой «taste», за исключением словосочетания «bad taste», примеры трансформаций которого будут рассмотрены отдельно. В 8 случаях переводчики отдали предпочтение дословному переводу, лишь в двух случаях избрали для перевода относительный синоним, применив лексико-семантическую замену «модуляция» (смысловое развитие), и в одном – лексико-семантическое калькирование. Для удобства единственный пример последней трансформации приводим в тексте: **popular tastes** (AS1900 2007: 66) - **народные вкусы** (AS1900p 2015: 66). В остальных примерах можно

говорить о переводе семантически целостного словосочетания. Случаи перевода подчиненной конструкции демонстрируют стремление переводчика передать переводу большую экспланаторность. Как видно из примеров, приведенных в третьем столбце таблицы, объяснительную силу переводу передают выражения «в том, что касается» (2) и «в области» (2).

<b>Дословный перевод</b>	<b>Модуляция</b>	<b>Предание экспланаторности</b>
--------------------------	------------------	--------------------------------------

<p>1) <b>public taste</b> (Dorfles 1969: 191, далее KITSCH) – <b>общественный вкус</b> (Гринберг 2005, далее КИТЧ) (AS1900p 2015: 66)</p> <p>2) <b>Western taste</b> (AS1900p 2007: 274) – <b>западный вкус</b> (AS1900p 2015: 275)</p> <p>3) <b>taste for luxury and pleasure</b> (AS1900p 2007: 162) – <b>вкус к роскоши и удовольствию</b> (AS1900p 2015: 168)</p> <p>4) <b>taste for occasional slumming</b> (AS1900 2007: 162) – <b>вкус к периодическому погружению на дно</b> (AS1900p 2015: 166)</p> <p>5) <b>considerations of taste</b> (Sontag 1964, далее CAMP) – <b>соображения вкуса</b> (Зонтаг 1997: 49, далее КЭМП)</p> <p>6) <b>Camp taste</b> (CAMP</p>	<p>1) <b>taste for serialization</b> (AS1900 2007: 272) – <b>желание сериализации</b> (AS1900p 2015: 296)</p> <p>2) <b>tasteful ability</b> (AS1900 2007: 448) – <b>артистическая способность</b> (AS1900p 2015: 486)</p>	<p>1) <b>taste in people</b> (CAMP 1964) – <b>вкус в том, что касается людей</b> (КЭМП 1997:49)</p> <p>2) <b>taste in emotion</b> (CAMP 1964) – <b>вкус в том, что касается эмоций</b> (КЭМП 1997:49)</p> <p>3) <b>taste in morality</b> (CAMP 1964) – <b>вкус в области морали</b> (КЭМП 1997:49)</p> <p>4) <b>taste in ideas</b> (CAMP 1964) – <b>вкус в области идей</b> (КЭМП 1997:49)</p>
--	---	--

Стоит отметить, что перевод фразы **taste for occasional slumming** (AS1900 2007: 162) как **вкус к периодическому погружению на дно** (AS1900p 2015: 166) является не совсем корректным. Это подтверждает обращение к англоязычным словарям. Например, в Oxford Dictionaries приводится следующая дефиниция для лексемы «slumming»: Spend time at a lower social level than one's own through curiosity or for charitable purposes (Oxford Dictionaries). Здесь речь идет о посещении бедных районов из любопытства или для помощи нуждающимся, в то время как перевод привносит в данное выражение горьковские коннотации.

Перейдем к рассмотрению трансформации наиболее часто встречающейся в анализируемых текстах лексемы «kitsch» при переводе на русский язык:

<p>Fontana did not appropriate <b>kitsch</b>, which would have presupposed a critical, highbrow point of view (for, in order to exploit <b>kitsch</b>, to enjoy <b>kitschiness</b>, one must stand at some remove from it, protected by ironic distance and by a smug confidence in one's own good taste) (AS1900 2007: 411).</p>	<p>Фонтана не апроприировал <b>китч</b>, что предполагало бы критическую, снобистскую точку зрения (ведь для того, чтобы эксплуатировать <b>китч</b>, наслаждаться <b>китчевостью</b>, нужно находиться на некотором отдалении от него, будучи защищенным критической дистанцией и самодовольной уверенностью в собственном хорошем вкусе) (AS1900p 2015: 449).</p>
---	---

В данном предложении слово «kitsch» встречается три раза. Первые два раза для его перевода используется формальная лексическая трансформация транскрипция/транслитерация. В третий раз от существительного «kitsch» автор образует лексему «kitschiness», которую переводчик передает как «китчевость». Этот тип формальной лексической трансформации можно отнести к лексико-морфологическому калькированию, то есть изменению

слова при переводе по русской словообразовательной модели. Всего нами было выявлено 2 примера с трансформацией такого типа. Следует заметить, что в проанализированных источниках при переводе слова «kitsch» переводчики чаще всего отдают предпочтение именно транскрипции/транслитерации. В общей сложности нами было выявлено, что переводчики сделали выбор именно в пользу этого вида трансформаций в 16 примерах. Мы предполагаем, что, выбирая данный тип трансформаций при переводе, переводчик стремится обезопасить себя от возможных неточностей. И действительно, в большинстве случаев подобная стратегия оказывается выигрышной, поскольку специфическая читательская аудитория анализируемых текстов, как правило, имеет представление о значении искусствоведческих терминов. Это еще раз подтверждает влияние целевой аудитории на выбор переводческих решений.

И действительно, среди анализируемых примеров присутствуют случаи, в которых переводчик счел уместным избрать иной вид лексической трансформации, как, например, в следующем предложении:

<p>Rodin had long enjoyed a considerable reputation as the lone sculptor who had been able to rejuvenate a moribund medium after a full century of tedious academic monuments and predictable <b>kitsch</b> statues (AS1900 2007: 57).</p>	<p>Роден уже давно приобрел репутацию единственного мастера, сумевшего вдохнуть жизнь в умирающее искусство скульптуры после целого века скучных академических монументов и однообразных <b>пошлых</b> статуй (AS1900p 2015: 57).</p>
--	---

Здесь переводчик применяет лексико-семантическую замену, а именно конкретизацию, заменяя существительное «kitsch» прилагательным «пошлый».

Приступая к анализу данного примера, прежде всего следует обратиться к словарным определениям термина «kitsch». Согласно

определению Oxford Dictionaries «kitsch» – Art, objects, or design considered to be in poor taste because of excessive garishness or sentimentality, but sometimes appreciated in an ironic or knowing way. Merriam-Webster определяет «kitsch» как: **1:** something that appeals to popular or lowbrow taste and is often of poor quality. **2:** a tacky or lowbrow quality or condition. Словарь Ожегова определяет прилагательное «пошлый» как «низкий в нравственном отношении, безвкусно-грубый» (Ожегов 2006: 575). В анализируемом предложении переводчик отказывается от формальных лексических трансформаций в пользу конкретизации, тем самым сужая значение термина «kitsch». Оправданность данной трансформации может вызвать сомнения. Как демонстрирует контекст, речь идет о классических академических мраморных статуях, а в первую очередь классика становится китчем в том случае, когда возникает некий нелепый броский контраст (или же excessive garishness), допустим, в ситуации, если такого рода статуя находится в неподобающем с точки зрения культурных норм месте, например, в придорожном кафе. В данном случае подобный контраст отсутствует. Можно предположить, что речь идет о ситуации, когда классика перестает быть классикой в результате вхождения в массовую культуру и, как следствие, своеобразного осквернения – доступность и массовость производства ассоциируется с дешевизной и низким качеством (poor quality), грубостью исполнения предмета, изымая его из категории «высокого искусства». Таким образом выбор переводчика можно интерпретировать как желание раскрыть значение термина «kitsch» с помощью конкретизации. Однако в данном случае речь идет скорее о стандартности, трафаретности, безликости статуй, создаваемых до Родена, одухотворившего скульптуру и привнесшего в нее динамику. Классическую «до-роденовскую» скульптуру можно назвать застывшей и безжизненной, но тот факт, что такая скульптура не является вульгарной, не вызывает сомнений. А значит, выбор переводчика в пользу



данного прилагательного можно считать неверным с контекстуальной точки зрения.

Следует заметить, что конкретизация встречается в рассматриваемых текстах чрезвычайно редко – нами было зафиксировано всего 2 случая использования данной трансформации переводе термина «kitsch». Поскольку количество примеров не столь велико, для большей репрезентативности здесь же приводим анализ второго сходного примера:

<p>The Italian figures across the Seine were different again. These robed representations of various corporations were intended to connect the Fascist state to ancient Rome (the same association was advanced within the Italian pavilion). But rather than enliven the past, they petrified the present, and turned this mythical history of Italy into a <b>kitschy</b> kind of costume ball (AS1900 2007: 284).</p>	<p>Иначе воспринимались итальянские фигуры на противоположном берегу Сены. Эти костюмированные олицетворения корпораций призваны были связать фашистское государство с Древним Римом (ассоциация развивалась и внутри итальянского павильона). Однако, вовсе не оживляя прошлое, они фиксировали настоящее, превращая мифическую историю Италии в <b>вульгарный</b> бал-маскарад (AS1900p 2015: 308).</p>
--	---

В данном примере переводчик вновь предпочитает конкретизацию другим видам трансформаций. Согласно словарю Ожегова, в русском языке слово «вульгарный» наделено двумя значениями: 1. пошлый и грубый, непристойный. 2. упрощенный до искажения, опошления (Ожегов 2006: 108). В анализируемом примере речь скорее идет о втором значении данного русскоязычного термина: исходя из общего контекста мы видим, что фашисты присваивали культуру древнего Рима, стремясь подчеркнуть на самом деле несуществующую связь с древней цивилизацией, и тем самым косвенно легитимизовать те незаконные, кровавые и идущие против

человеческой природы действия, которые совершались при режиме Гитлера. Произошло искажение идеалов и их опошление, что и передал переводчик, используя конкретизацию при переводе лексемы «kitsch». На наш взгляд, данный переводческий ход является оправданным, так как позволяет глубже раскрыть значение термина «kitsch» в этом случае.

Кроме описанных выше формальных и лексико-семантических видов лексических трансформаций в анализируемых переводах также были выявлены случаи грамматических трансформаций, а именно замены части речи с существительного «kitsch» на прилагательное «китчевый». Здесь следует заметить, что в англоязычные словари по-разному идентифицируют частеречную отнесенность лексемы «kitsch»: так, Oxford Dictionaries указывают на принадлежность этой лексемы одновременно и к ряду существительных, и к разряду прилагательных, в то время как Merriam-Webster и Cambridge Dictionaries причисляют слово «kitsch» к существительным, а образованную от него лексему «kitschy» – к прилагательным. Приняв информацию, указанную в Merriam-Webster и Cambridge Dictionaries в качестве опорной, мы зафиксировали 5 примеров замены части речи при переводе. Остановимся на одном из них:

<p>But colors are not random either: they assert their independence from the whole via their fragmentary groupings into clusters, preventing any perceptual organization of the shapes into a gestaltist order (and allowing for clashing, almost "kitsch" juxtapositions, such as red and pink) (AS1900 2007: 133).</p>	<p>И в то же время цвета не случайны: они утверждают свою независимость от целого посредством разбивки по группам, препятствующей объединению форм в связный порядок гештальтистского типа (и, напротив, допускающей столкновения, почти «китчевые» сопоставления — например, красного и розового) (AS1900p 2015: 133).</p>
--	---

Другим возможным вариантом перевода лексемы «kitsch» является использование составного сложного слова, например, «китч-сопоставление». Однако можно предположить, что в данном случае решение переводчика продиктовано нежеланием перегружать текст словами такого рода, поскольку они осложняют восприятие текста для читателя.

Такой вид грамматической трансформации как замена части речи может употребляться в случае избыточности, как видно из представленного ниже примера:

<p>Superior culture is one of the most artificial of all human creations, and the peasant finds no "natural" urgency within himself that will drive him toward Picasso in spite of all difficulties. In the end the peasant will go back to <b>kitsch</b> when he feels like looking at pictures, for he can enjoy <b>kitsch</b> without effort (KITSCH 1969: 121).</p>	<p>Высокая культура – одно из наиболее неестественных порождений человека, и крестьянин не обнаруживает в себе никакого "естественного" настоятельного влечения, которое, вопреки всем трудностям, притягивало бы его к Пикассо. В итоге крестьянин вернется к <b>китчу</b>, так как <b>им</b> он может наслаждаться, не прикладывая к тому никаких усилий (КИТЧ 2005).</p>
---	---

В данном примере переводчик отказывается от повторения слова «китч», заменяя его местоимением «им», поскольку повтор оказывается нерелевантным для восприятия смысла текста.

Помимо перечисленных выше замен нами также были зафиксирован случай опущения при переводе. Всего в анализируемых текстах был обнаружен 1 примера такого рода. Следует заметить, что В. Н. Комиссаров не включает опущения в общую классификацию трансформаций, а рассматривает их как технический прием перевода, предполагающий отказ от передачи в переводе семантически избыточных слов, значения которых

оказываются нерелевантными или легко восстанавливаются в контексте (Комиссаров 2011).

Итак, обратимся к примеру опущения в одном из анализируемых текстов:

Camp taste nourishes itself on the love that has gone into certain objects and personal styles. The absence of this love is the reason why such <b>kitsch</b> items as Peyton Place (the book) and the Tishman Building aren't Camp (CAMP 1964).	Вкус Кэмп питается любовью, которая исходит из некоторых объектов и личных стилей. Отсутствие этой любви и есть та причина, по которой «Пейтон Плейс» (книга) и Тишман Билдинг – это не Кэмп (КЭМП 1997: 64).
--	---

В рассматриваемом примере опущение представляется немотивированным: в тексте оригинала мы не видим семантически избыточных слов, значения которых оказываются нерелевантными или легко восстанавливаются в контексте. Напротив, противопоставления китча и кэмп – одна из важных идей «Заметок о Кэмпе», которую, на наш взгляд, ни в коем случае нельзя причислять к проходным. И даже если не брать в расчет смысловое содержание всего текста, а сосредоточиться на конкретном примере, при анализе очевидно противопоставление любви, содержащейся в определенных объектах, которые «питают» кэмп, и ее отсутствия в других объектах. Так что же характеризует эти объекты? Из перевода невозможно почерпнуть ответ на данный вопрос, в то время как в оригинале однозначно указано, что такие объекты являются частью китча. Таким образом, можно сделать вывод, что в данном случае использование опущения не обосновано и приводит к искажению смысла оригинального текста.

Перейдем к рассмотрению переводческих трансформаций, которые используются для передачи лексемы «bad taste». В ходе анализа было выявлено, что из пяти случаев использования данного словосочетания в оригинальном тексте три раза оно переводится как «дурной вкус» и лишь

один раз как «плохой вкус». Вероятно, выбор переводчика можно обосновать гастрономическими коннотациями, которые вызывает у русскоязычного читателя словосочетание «плохой вкус». Кроме того, встречается перевод существительным «дурновкусие». Рассмотрим один из примеров, в котором «bad taste» переводится как «дурной вкус»:

<p>The numerous polychrome ceramic pieces he realized in the late thirties exacerbated the obscene basis of <b>bad taste</b> with a vengeance (AS1900 2007: 412).</p>	<p>Многочисленная полихромная керамика, создававшаяся им в конце тридцатых годов, настойчиво подчеркивала непристойную подоплеку <b>дурного вкуса</b> (AS1900p 2015: 450).</p>
---	--

В данном случае переводчик использует прием дословного перевода «bad taste» – «дурной вкус», поскольку именно это словосочетание в русском языке не несет дополнительных коннотаций, в отличие от словосочетания «плохой вкус».

Рассмотрим пример, в котором переводчик заменяет словосочетание «bad taste» существительным «дурновкусие»:

<p>The modern publicity artist must be a pioneer and a leader, he must fight against routine and the <b>bad taste</b> of the mob (AS1900 2007: 426).</p>	<p>Современный рекламный художник должен быть первопроходцем и лидером, он должен бороться с рутиной и с <b>дурновкусием</b> толпы (AS1900p 2015: 464).</p>
--	---

Мы допускаем предположение, что данный перевод демонстрирует такой вид грамматической замены как замена части речи, поскольку согласно словарю синонимов З.Е. Александровой, лексема «дурновкусие» входит в ряд синонимов словосочетания «дурной вкус» (Александрова 2001: 59). Поскольку эти понятия синонимичны, в анализируемом примере речь не идет о модуляции или смысловом развитии в переводе. Данную трансформацию

можно считать оправданной, поскольку в результате замены смысл предложения не претерпел искажений.

Семантически близким концепту «bad taste» является концепт «camp» («кэмп»). Безусловно, связь этих концептов заслуживает отдельного рассмотрения и более детального изучения в отдельной работе. Однако в данном исследовании мы считаем необходимым обрисовать границы Кэмп и дать ему определение на основе «Заметок о “Кэмпе”» Сьюзан Зонтаг и словарных определений. Согласно Oxford Dictionaries, Camp – 1. (of a man or his manner) ostentatiously and extravagantly effeminate 1.1 Deliberately exaggerated and theatrical in style. Merriam Webster определяет camp как **1a**: something so outrageously artificial, affected, inappropriate, or out-of-date as to be considered amusing, **b**: a style or mode of personal or creative expression that is absurdly exaggerated and often fuses elements of high and popular culture **2**: exaggerated effeminate mannerisms (as of speech or gesture). Лексемы из определения в Merriam Webster соотносятся с теми лексемами, которые употребляли англоязычные респонденты САЭ, например, в определении встречается слово inappropriate – ассоциат одиннадцати опрошенных. Кроме того, некоторые из этих лексем также являются частью аксиологической составляющей концепта, а именно – artificial и popular.

В русскоязычной традиции определения слову кэмп восходят к анализируемому в данной работе тексту Сьюзан Зонтаг «Заметки о “Кэмпе”», и ни один из словарей не дает четкого определения этому понятию, в связи с этим мы приводим определение, данное слову «кэмп» У. Эко: «Кэмп – это форма чувствительности, которая преобразует не столько фривольное в серьезное... сколько серьезное во фривольное» (Эко 2007: 408), а также краткое описание этого понятия по Сьюзан Зонтаг.

Кэмп содержит значительный элемент искусственности, ему свойственна любовь к преувеличениям, к театральности. Этот стиль наполнен двойственностью: за прямым смыслом стоит шутовское

восприятие. При этом чистые примеры Кэмпса непреднамеренны и удручающе серьезны. Успешный Кэмп – нечто, благоухающее самовлюбленностью даже тогда, когда выглядит самопародией. Опора Кэмпса – невинность; он изображает невинность, но и разрушает ее, если может. Кэмп или полностью наивен, или целиком преднамерен. Неотъемлемые элементы первого вида Кэмпса – серьезность, смесь преувеличенности, фантастичности, страстности и наивности и дух экстравагантности. Кэмп – растворитель моральности, который нейтрализует моральное негодование, поддерживая легкость и игру.

Многое из выделяемого вкусом Кэмпса старомодно, устарело, поскольку процесс старения или упадка предполагает необходимое отдаление, а значит и пробуждение некоторой симпатии: время освобождает произведение искусства от требований моральной пользы, передавая его чувствительности Кэмпса, время перекраивает границы банальности; то, что казалось банальным, с течением времени становится фантастичным.

Вкус Кэмпса разворачивает нас прочь от оси хороший-плохой обычного эстетического суждения, предлагая для искусства и жизни дополнительный набор стандартов. Кэмп признает, что нечто может стать «хорошим» лишь потому, что другую истину о человеческой жизни бывает невозможно обнаружить. Кэмп воплощает победу «стиля» над «содержанием», эстетики над «моралью», иронии над трагедией. Этот стиль вдохновляет тех, кто осознает, что «искренности» бывает недостаточно, ведь она может быть просто мещанством, интеллектуальной узостью. Важно и то, что Кэмп не видит разницы между уникальными вещами и вещами, поставленными на поток, преодолевая отвращение к копиям. Важнейший элемент чувствительности Кэмпса – равенство всех предметов (КЭМП 1997: 48-64).

Во всех 87 рассмотренных нами случаях слово «camp» переводится исключительно транскрипцией/транслитерацией, например:

<p>Camp taste has an affinity for certain arts rather than others... Classical ballet, opera, movies have seemed so for a long time. In the last two years, popular music has been annexed. And movie criticism (like lists of "The 10 Best Bad Movies I Have Seen") is probably the greatest popularizer of <b>Camp taste</b> today, because most people still go to the movies in a high-spirited and unpretentious way (CAMP 1967).</p>	<p>Вкус Кэмп предпочитает одни виды искусства другим... Классический балет, опера, кино выглядели так в течение долгого времени. В последние два года Кэмп поглотил и популярную музыку. И, вероятно кинокритика (списки типа «10 лучших плохих фильмов, которые я когда-нибудь видел») сегодня величайший популяризатор <b>вкуса Кэмп</b>, поскольку большинство людей все еще ходят в кино (в хорошем настроении и не предъявляя больших претензий) (КЭМП 1997: 51).</p>
<p>All Camp objects, and persons, contain a large element of artifice. Nothing in nature can be <b>campy</b> . . . Rural Camp is still man-made, and most <b>campy</b> objects are urban. (CAMP 1967)</p>	<p>Все, что является Кэмпом – люди и предметы – содержит значительный элемент искусственности. Ничто в природе не может быть <b>кэмповским</b>... Сельский Кэмп все еще рукотворен, и наиболее <b>кэмповские</b> объекты – городские (КЭМП 1997: 51).</p>

Можно предположить, что выбор такой переводческой стратегии обусловлен отсутствием эквивалента данного термина в русском языке. В данном случае переводчик принял единственно верное решение, обратившись к данному виду трансформации, поскольку этот новый в русской культуре термин не имеет аналогов и, что немаловажно, до сих пор не был достаточно изучен с лингвистической точки зрения. Именно в исследовании отношений между концептами «bad taste», «camp» и «kitsch», границ между ними и их



понятийных, образных и аксиологических переплетений, видится один из возможных путей развития настоящего исследования. Как показывает изученный и проанализированный материал, эти концепты плотно сосуществуют и нераздельно связаны друг с другом на многих уровнях.

### **Выводы по второй главе**

- 1) В первых трех частях второй главы мы провели реконструкцию и описание концепта «bad taste» через триаду характеристик понятийная-образная-ценностная. Данный метод, основанный на теории В.И. Карасика, показал адекватность и целесообразность избранного подхода: характеристики дополняют друг друга и способствуют формулированию комплексной характеристики концепта «bad taste» в картине мира носителей американского английского языка.
- 2) Анализ понятийной характеристики концепта показал, что общие признаки синонимов в русском и английском языках совпадают, в то время как их дифференциальные признаки обнаруживают как совпадение (несовершенство, несоответствие идеалу, интенсивность эмоционального отвращения; описание негативных качеств человека через эпитеты, относящиеся к внешнему виду), так и различие (в английском языке – акцентирование выбора как основания для эстетической оценки, конкретизация испорченности объекта эстетической оценки; в русском – конкретизация величины объекта эстетической оценки).

- 3) При анализе понятийной характеристики также было выявлено, что применительно к оценке плохого вкуса в английской лингвокультуре, в отличие от русской, подчеркивается идея выбора как действия субъекта.
- 4) Кроме того, анализ понятийной характеристики концепта «bad taste» показал, что он обладает двухчастной структурой, прочности которой угрожает появление таких понятий как китч и кэмп, расшатывающих здание «традиционных» ценностей.
- 5) При анализе результатов САЭ для изучения образной характеристики концепта «bad taste» нам удалось выявить, что в русском и английском языках ассоциаты по-разному соотносятся со словарным значением: в английском наблюдается соответствие данному в словаре определению, во многом за счет удачной формулировки последнего, в то время как в русском языке были выявлены расхождения в присутствии некоторых семантических компонентов отчасти по причине недостаточной развернутости данного в словаре определения.
- 6) Анализ образной составляющей концепта «bad taste» показал, что в английской и русской языковой картине мира совпадают следующие компоненты: негативное впечатление, которое оставляет человек или ситуация и неразборчивость в одежде, подбор несоответствующей, несочетаемой одежды, что, вероятно, свидетельствует о значимости этих компонентов для представителей обоих этносов.
- 7) Кроме того, в результате анализа этой составляющей нами было выявлено, что для представителей русской лингвокультуры характерны визуальные ассоциации, в то время как среди ответов англоязычных респондентов количество таких ассоциаций значительно ниже.
- 8) Помимо этого, анализ образной составляющей показал, что в английской лингвокультуре идея выбора как действия субъекта, личности, которая сознательно идет против принятых в обществе

установок, причиняя неудобства другим членам общества, в то время как в русской культуре субъект более пассивен, и допустимой реакцией на отсутствие вкуса является сочувствие и жалость.

- 9) В результате проведенного аксиологического анализа оригинальных англоязычных текстов, мы реконструировали семантические поля (СП), которые объединяет в себе концепт «bad taste». Лексические единицы отнесены нами к конкретным СП на основании наличия четырех общих ядерных сем:
- Популярность у части населения с низким уровнем образованности.
  - Ненатуральность, неестественность
  - Дешевый и, нередко, уродливый массовый продукт индустриальной революции
  - Нежелание или невозможность сделать над собой усилие и выбрать нечто лучшее
- 10) Анализ лексических единиц, вербализующих концепт «bad taste», проведенный в четвертой части второй главы, показал, что при переводе 15 словосочетаний с лексемой «taste» в 8 случаях переводчик избрал стратегию дословного перевода, в двух – лексико-семантическую замену «модуляция», в 4 – предание экспланаторности и в одном – лексико-семантическое калькирование. При переводе лексемы «kitsch» 16 раз была применена транскрипция/транслитерация, 5 раз – замена части речи, 2 раза – конкретизация, 2 раза – лексико-морфологическое калькирование и один раз – опущение. Лексема «bad taste» встретилась в анализируемых примерах 5 раз, 4 из которых была переведена дословно, и один – заменой части речи, в то время как лексема «camp» встретилась 87 раз, и каждый раз для ее перевода избиралась транскрипция/транслитерация. Таким образом, наиболее часто при переводе была использована транскрипция/транслитерация (103 раза), затем по частотности следует дословный перевод (12 раз),

замена части речи (6 раз), конкретизация (2 раза), модуляция (2 раза), лексико-морфологическое калькирование (2 раза), а также опущение и лексико-семантическое калькирование (по 1 разу).

## Заключение

В рамках настоящего исследования была предпринята попытка анализа аксиологических, ассоциативных и когнитивно-метафорических характеристик концепта *bad taste* на материале примеров конкретного употребления средств его вербализации в дискурсе культурологического эссе и в персональном дискурсе носителей русского и английского языков (в рамках свободного ассоциативного эксперимента). Еще одним вектором исследования явилось рассмотрение и систематизация переводческих трансформаций, доминирующих в переводе фрагментов дискурса, организованных вокруг опорного концепта *bad taste*.

Основные результаты проведенного анализа соответствуют поставленной цели и могут быть резюмированы следующим образом:

- предложена многоаспектная характеристика концепта «*bad taste*» в свете семантико-когнитивного подхода;
- выявлены и описаны стереотипы, связанные с концептом *bad taste* в картине мира носителей английского языка, на материале Свободного Ассоциативного Эксперимента (САЭ);
- проведен отбор и классификация аксиологически окрашенных лексических и фразеологических средств вербализации концепта «*bad taste*» на материале статьи «*Avant-garde and kitch*» К. Гринберга, заметок «*Notes On "Camp"*» Сьюзан Зонтаг и книги «*Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism*» Х. Фостер, Р. Краусс, Ив-Ален Буа, Б.Х. Д. Бухло и Д. Джослита;
- изучены контексты употребления отобранных языковых единиц в обоих языках на материале вышеупомянутых источников;
- осуществлен компонентный анализ семантики концепта «*bad taste*» и средств его вербализации;

- выявлены и систематизированы формальные трансформации, используемые в переводе лексических единиц, вербализующих исследуемый концепт.

В целях выявления релевантного для нашей работы определения концепта был проведен подробный сравнительный анализ предлагаемых современными лингвистическими школами подходов к рассмотрению концепта как сложного ментального образования, отражающего не только научные знания, но и наивные представления о действительности.

Необходимо отметить, что проведенное исследование не претендует на исчерпывающую характеристику концепта *bad taste*, ранее не описанного в публикациях, посвященных концептам, но является первой попыткой его междисциплинарного изучения в свете когнитивно-дискурсивной парадигмы. В рамках данной работы удалось решить поставленные задачи и выявить перспективы дальнейшего исследования, среди которых можно выделить изучение характера дихотомии *good taste versus bad taste*, выявление прототипических характеристик концепта как оперативной содержательной единицы когниции носителей английского и русского языков, анализ более широкого круга контекстов функционирования выбранного словосочетания, детализацию вопросов в рамках свободного ассоциативного эксперимента. Поскольку исследуемый концепт является универсальным и репрезентирован в различных лингвокультурах, представляется перспективным привлечение эмпирических данных других языков. Динамика изменений его аксиологической, образной и понятийной составляющих указывает на актуальность его исследования не только в синхроническом, но и в диахроническом аспекте. Несомненный исследовательский интерес представляет дальнейший анализ различных видов дискурсов с точки зрения функционирования данного концепта и его взаимодействия с другими культурно значимыми концептами, например, такими как «китч» и «кэмп», в процессе когнитивной деятельности. Кроме того, результаты настоящего

исследования могут послужить материалом для создания словарной статьи в русском словаре ассоциативных норм, и могут быть использованы на занятиях по иностранному языку, в спецкурсах, посвященных концептологии английского языка, а также в курсах по теории и практике перевода и межкультурной коммуникации.

### Список использованной литературы

1. Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. т. 1. — Волгоград: Парадигма, 2005. — 352 С.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: “Языки русской культуры”, 1998. — 896 с.
3. Аскольдов С.А. Концепт и слово. Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология / Под общ. ред. В.П. Нерознака. — М.: Academia, 1997. — С. 267-279.
4. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. — 240 с.
5. Белобородова А.В. Позиция безразличия на аксиологической шкале среди оценочных понятий хорошо/плохо (на примере русских и английских фразеологизмов, репрезентирующих концепт «Безразличие») // Вестник ЧГПУ, вып. 7. — Челябинск: 2010
6. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. — Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2002. — 123 с.
7. Вольф Е.М. Оценочное значение и соотношение признаков «хорошо/плохо» // Вопр. языкознания, вып. 5. — 1986. — С. 98— 106.
8. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки // Серия «Лингвистическое наследие XX века». — М.: Едиториал УРСС. — изд. 2, 2002. — 280 с.

9. Гак В. Г. Типология контекстуальных языковых преобразований при переводе // Текст и перевод. — М.: Наука, 1988.
10. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. № 3. — М., 2002. — С.32— 43
11. Демьянков В.З. Понятие концепт в художественно литературе и в научном языке [Электронный ресурс] // Когнитивные аспекты лексикографии. URL: <http://www.infolex.ru/Concept.html> (дата обращения: 06.01.2017)
12. Демьянков В.З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры [Электронный ресурс] // Когнитивные аспекты лексикографии. URL: [http://www.infolex.ru/FOR\\_SHV.HTM](http://www.infolex.ru/FOR_SHV.HTM) (дата обращения: 06.01.2017)
13. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст. — М.: Гнозис, 2005. — 543 с.
14. Зырянова М.Н. Классификационные типы номинаций художественного концепта [Электронный ресурс] // Концепт. — Спецвыпуск № 01. — 2014. ART 14510. — 0,5 п. л. — URL: <http://e-koncept.ru/2014/14510.htm>. — Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. — ISSN 2304-120X.
15. Ивин А.А. Основания логики оценок. — М.: Изд-во МГУ, 1970. — 231 с.
16. История уродства / Под ред. У. Эко. — М.: Слово / Slovo, 2007. — 456 с.
17. Казыдуб Н.Н. Аксиологические системы в языке и речи // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета. № 2 (6). — Иркутск: 2009. — С.132 — 137
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.



19. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English <=> Russian. Серия: Изучаем иностранные языки. — СПб.: Издательство Союз, 2001. — 320 с.
20. Комиссаров В. Н. Слово о переводе. — Москва, Международные отношения, 1973. — 210 с.
21. Комиссаров В. Н. Теория перевода. — М.: Высш. шк., 1990. — 254 с.
22. Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е.С. Кубряковой. М., 1996. — 245 с.
23. Львовская З.Д. Теоретические проблемы перевода. — М.: Высшая школа, 1985. — 224 с.
24. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. — М.: Флинта, Наука, 2007. — 296 с.
25. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. Учебное пособие. — М.: Наследие, 1997. — 206 с.
26. Мишланова С.Л. Модификации концепта в процессе перевода // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина, № 1, т. 1, 2010. — С.1 — 11.
27. Пименова М.В. Душа и дух: особенности концептуализации. Кемерово: ИПК "Графика", 2004. — 386 с.
28. Павлов А. В. Штурм публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса. [Электронный ресурс] // Постнаука. URL: <http://postнаука.ru/longreads/56279> (дата обращения: 07.01.2016)
29. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. — Воронеж: «Истоки», 2007. — 250 с.
30. Прохоров Ю.Э. В поисках концепта. — М.: Флинта, Наука, 2009. — 176 с.
31. Пушкарева Т.И. Проблема вкуса в структуре современной культуры // Исторические, философские, политические и юридические науки,

- культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, выпуск №11— 1, 2012. — С. 153 — 156.
32. Сапогова Л. И. Читатель и переводчик. – Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2007. — 276 с.
33. Сэпир Э. Градуирование // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. — М.: Прогресс, 1985. — С. 43 — 78.
34. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. — М.: Academia, 2000. — 128 с.
35. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: моногр. — Волгоград: Перемена, 2004. — 340 с.
36. Швейцер А. Теория перевода. — М.: Наука, 1988. — 216 с.
37. Catford J. C. A Linguistic Theory of Translation. London: Oxford University Press, 1965. — 110 p.
38. Chesterman A. Where is Similarity? S. Arduini and R. Hodgson (eds) Similarity and Difference in Translation // Rimini: Guaraldi, 2005. — p. 63 — 75 .
39. Chomsky N. Rules and Representations. Columbia University Press, 1980. — 299 p.
40. Fauconnier G., Turner M. Conceptual Integration Networks // Cognitive Science. 1998. Vol. 22. № 2. — p. 133 — 187.
41. Lakoff, G. Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind. — Chicago: The University of Chicago Press, 1987
42. Langacker R. W. Grammar and conceptualization. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2000. — 427 p.
43. Marco J. The Terminology of Translation. Epistemological, conceptual and intercultural problems and their social consequences // John Benjamin's Publishing Co: International Journal on Translation Studies, 2007. p. 255 — 269.

44. Nida E. Principles of Correspondence // The Translation Studies Reader, ed. by Venuti L., London, 2000. — p. 126 — 140.
45. Pym A. Exploring Translation Theories // London: Routledge, 2014. — 175 p.
46. Reiss K. Type, Kind and Individuality of Text: Decision Making in Translation // Poetics Today, Vol. 2, №4, Translation Theory and Intercultural Relations, 1981. — p. 121-131.
47. Schäffner C. Skopos theory // Routledge Encyclopedia of Translation Studies, ed. by Baker M., London & NY, 2000. — p. 235-238.
48. Stern Jane, Stern Michael. The encyclopedia of bad taste. — Harper Perennial, 1991. — 331 p.
49. Venuti L. The Translator's Invisibility. NY, 2004. — 353 p.
50. Zabalbeascoa P. Priorities and Restrictions in Translation // Translation and (Re)location of Meaning, № 4, 1999. — p. 159-167

#### **Список источников примеров**

1. Dorfles Gillo. Kitsch: an anthology of bad taste. — London: Studio Vista Limited, 1969. — 309 p.
2. Foster Hal, Krauss Rosalind, Bois Yve-Alain, H.D. Buchloh Bendjamin. Art since 1900: modernism, antimodernism, postmodernism // Thames&Hudson, 2007. — p. 704.
3. Sontag Susan. Notes on “Camp”. [Электронный ресурс] URL: <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Sontag-NotesOnCamp-1964.html> (дата обращения: 25. 11.2015)
4. Гринберг К. Авангард и китч / Пер. А. Калинин [Электронный ресурс] // Художественный журнал Moscow Aer Magazine. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/60/avangard-i-kitch/> (дата обращения: 05.09.2016)

5. Зонтаг С. Заметки о кэмпе. Мысль как страсть: избранные эссе 1960-70 годов / Пер. с англ., составление и комментарии Б. Дубина. — М.: Русское феноменологическое общество, 1997. — 208 с.
6. Фостер Х., Краусс Р., Буа И.-А., Бухло Б.Х.Д., Джослит Д. Искусство с 1900 года: модернизм, антимодернизм, постмодернизм. — М.: Ad Marginem Press, 2015. — 816 с.

### Словари

1. З.Е. Александрова. Словарь синонимов русского языка. — М.: Русский язык, 2001. — 568 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь. Под ред. В.Н. Ярцевой. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/> (дата обращения: 18. 12. 2016)
3. Ефремова Т. Современный словарь русского языка [Электронный ресурс] URL: <http://efremova-online.ru> (дата обращения: 11. 10.2016).
4. Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь. [Электронный ресурс] URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/dict/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dict/index.php) (дата обращения: 20.05. 2016)
5. Краткий словарь когнитивных терминов. Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. — М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. — 197 с.
6. Маковский М.М. Историко-этимологический словарь современного английского языка. Слово в зеркале человеческой культуры. — М.: Диалог, 2002. — 416 с.

7. Ожегов, С.И. Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — М.: ООО «А ТЕМП», 2006. — 944 с.
8. Ушаков Д. Толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс] URL: <http://ushakova-slovar.ru/> (дата обращения: 13. 07. 2016)
9. Фролова И. Философский словарь. Издание седьмое, переработанное и дополненное. — М.: Республика, 2001. — 719 с.
10. Этимологический словарь Шанского. [Электронный ресурс] URL: <http://www.slovorod.ru/etym-shansky/shan-v.htm> (дата обращения: 05. 08. 2016)
11. Online Etymology Dictionary. [Электронный ресурс] URL: <http://www.etymonline.com/> (дата обращения: 07. 09. 2016)

## Приложение 1.

Пол	Русскоговорящие респонденты	Англоговорящие респонденты
-----	-----------------------------	----------------------------

женский	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. стразы</li> <li>2. кричащие цвета</li> <li>3. леопардовые леггинсы</li> <li>4. пафос</li> <li>5. самодовольство</li> <li>6. вульгарность</li> <li>7. неверный выбор</li> <li>8. одежда</li> <li>9. вульгарность</li> <li>10. блески на одежде</li> <li>11. вульгарность, пошлость</li> <li>12. вычурность, хвастовство</li> <li>13. испорченный</li> <li>14. отвратительный, немодный</li> <li>15. отсутствие гармонии</li> <li>16. леопардовый принт везде</li> <li>17. вульгарность, несоответствие поведения/одежды/манеры разговаривать и т.д. ситуации/фигуре/собеседнику</li> <li>18. Штаны с отвисшей ерундой, слишком много украшений, вызывающая одежда(платье с глубоким декольте, например), стразы</li> <li>19. аляповатость</li> <li>20. Волочкова</li> <li>21. крашенные цветы (синие розы, например) с блестками, в цветной слюде ж</li> <li>22. чрезмерность, шоу «ты не поверишь!» на нТВ, салаты слоями на терочке с "маянезиком"</li> <li>23. топорность, грубость</li> <li>24. Каспийский груз (рэп)</li> <li>25. вульгарность</li> <li>26. неподходящее, неуместное, не в пору, не к лицу, негодное</li> <li>27. искусственные цветы,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No sense of style (clothes) /no common sense when it comes to people ('bad taste' in men)</li> <li>2. Style/ music/movies</li> <li>3. Manners/etiquette, interior/style decor</li> <li>4. Tacky, obnoxious</li> <li>5. The first words that come to my mind would be like "lowly" or "underdeveloped" -- something that conveys how taste is related to cultural capital in the Bourdieu sense</li> <li>6. Politics</li> <li>7. Bad taste in clothing, men</li> <li>8. Pink doilies and anthropomorphized kitten portraits</li> <li>9. Improper, mismatched, tacky, rude, petty</li> <li>10. Without discerning, artistic sense</li> <li>11. Lemony Snicket</li> <li>12. Dandelion flowers</li> <li>13. Like the thing I can think of is music – if you don't like someone's music you say they have bad taste</li> <li>14. Bad taste - a characteristic of a person who wears tacky, showy clothing. Bad taste (2nd thought, sorry) - a negative first impression. As in "he left a bad taste in my mouth"</li> <li>15. Terribly insulting (ignorant) joke or statement</li> <li>16. Inappropriate, as in cultural faux pas, poor choice and comment, attire, etc.</li> <li>17. Donald Trump</li> <li>18. My first thought was uncomfortable. Like watching something gross or awful happen and the feeling that you're left with afterwards.</li> <li>19. Leaving a situation/conversation where you feel negative afterwards.</li> <li>20. Something against the norm that's uncomfortable or confusing to others.</li> <li>21. Someone ridiculing someone else's clothes or outfit</li> <li>22. Fashion or music</li> <li>23. I first think of "bad taste" as a poor</li> </ol>
---------	---	---

Мужской	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. малиновый</li> <li>2. кора</li> <li>3. русский рэп</li> <li>4. рэп</li> <li>5. моветон</li> <li>6. жлоб</li> <li>7. аляповатый, необразованный</li> <li>8. одежда не по возрасту</li> <li>9. несвоевременность; несоответствие нормам; ни к месту; розовые лосины</li> <li>10. леопардовый узор, русский рэп</li> <li>11. относительность представлений</li> <li>12. неадекватное поведение</li> <li>13. безвкусица</li> <li>14. селедка, деревня</li> <li>15. тихий ужас</li> <li>16. крупные цветные узоры</li> <li>17. плебейская натура</li> <li>18. леопардовое платье</li> <li>19. кич</li> <li>20. бесформенная одежда</li> <li>21. Егор Крид</li> <li>22. попса</li> <li>23. перламутровые рубашки</li> <li>24. одетые с приходом весны лосины на толстенной фигуре</li> <li>25. деревенщина</li> <li>26. тухлая рыба</li> <li>27. моветон</li> <li>28. искаженное восприятие реальности</li> <li>29. дурной вкус приносит дурную жизнь</li> <li>30. Борис Моисеев</li> <li>31. блатняк</li> <li>32. мнение, не совпадающее с другими</li> <li>33. босоножки с носками</li> <li>34. попробовав один раз дерьмо, потом ощущаешь каждый раз дерьмо</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tacky, ugly, inappropriate</li> <li>2. Cheesecake</li> <li>3. Interpretation</li> <li>4. Trump</li> <li>5. Low-class</li> <li>6. Katy Perry, home décor, yucky food</li> <li>7. The 45th President</li> <li>8. Ugly clothes</li> <li>9. A poor sense of humor with a lack of good wit</li> <li>10. To say something, or do something, or even to make something that is offensive to the sensibilities of a normal person. offensive in the sense that if that offensive thing was rendered in the form of a piece of food, it would taste bad</li> <li>11. Rotten food</li> <li>12. New food</li> <li>13. Clothing/when things don't match"</li> <li>14. When I think of "bad taste," a choice/preference that wouldn't generally be accepted and/or doesn't lead to a good/the desired outcome comes to mind. That is to say, the mechanism that drives that individuals general decision making is perceived as flawed</li> <li>15. Honestly: the first thing I thought of when I read this was a woman in a white dress from the early 1900's. She's probably in her early 40's but still tries to imagine that she's a beautiful as she once was smoking a cigarette in one of those long mouth pieces and wearing long white gloves, making a snobbish remark at a younger girl who would like to be more open and accepting to people from a less wealthy stratum of society</li> <li>16. Boorish or impolite behavior sometimes bordering on inappropriate or disgusting</li> <li>17. When people are racist</li> <li>18. When people ask unnecessary/ embarrassing questions</li> </ol>
---------	---	--





## Приложение 2.

Транскрипция/Транслитерация	
<p>1) Fontana did not appropriate <b>kitsch</b>, which would have presupposed a critical, highbrow point of view (for, in order to exploit <b>kitsch</b>, to enjoy kitschiness*, one must stand at some remove from it, protected by ironic distance and by a smug confidence in one's own good taste) (AS1900 2007: 411).</p>	<p>Фонтана не апроприировал <b>китч</b>, что предполагало бы критическую, снобистскую точку зрения (ведь для того, чтобы эксплуатировать <b>китч</b>, наслаждаться китчевостью*, нужно находиться на некотором отдалении от него, будучи защищенным критической дистанцией и самодовольной уверенностью в собственном хорошем вкусе) (AS1900p 2015: 449).</p> <p>*данный пример отдельно вынесен как лексико-морфологическое калькирование</p>

<p>2) Furthermore, Fontana's courting of "infantile regression" gave a new, playful twist to his infinite appetite for <b>kitsch</b>: from the fake gems added to the punctured canvases (often painted in the sugar-sweet tones of a wedding cake's frosting) of the Pietre (Stones) series of 1951-8, to the diamond dust sparkles or acidic colors (candy pink or apple green) of the oval-shaped La Fine di Dio (End of God) series from 1963-4 [31- not to speak of gold paint-Fontana never ceased to declare (contra Greenberg and Adorno, but also contra the aestheticism and Zen-like simplicity of his "cut" paintings) that in the midst of late capitalism the only morally tenable position is that of the irresponsibility of the toddler discovering the scintillating riches of a bazaar (AS1900 2007: 413).</p>	<p>Кроме того, стремление к «инфантильной регрессии» придало новый, игривый оттенок его ненасытному аппетиту к <b>китчу</b>. И фальшивыми драгоценными камнями, прикрепленными к проколотым холстам, часто окрашенным в приторно-сладкие тона глазури свадебных тортов, в серии «Камни» (1951–1958), и искрами бриллиантовой пыли или кислотными — леденцово-розовым, яблочно-зеленым — цветами овалов, составляющих серию «Конец Бога» (1963–1964) [3], не говоря уже о золотой краске, Фонтана не переставал утверждать (вопреки Гринбергу и Адорно, но также вопреки эстетизму и дзенской простоте «порезанных» картин), что в ситуации позднего капитализма единственная морально надежная позиция — это безответственная позиция ребенка, открывающего для себя ослепительные сокровища универмага (AS1900p 2015: 451).</p>
<p>3) Thus Manzoni's fiberglass Clouds, sometimes set in a red velvet box in order to strike the fetishist chord that connects disgust with erotic (once again, infantile) affect, spell out the nature of Fontana's attraction to <b>kitsch</b>: it is the culture of trash (AS1900 2007: 414).</p>	<p>Так, «Облака» из стекловолокна, которые Манзони иногда помещал в красную бархатную коробку, чтобы задеть фетишистскую струну, связывающую отвращение с эротическим аффектом (опять-таки инфантильным), разъясняют природу влечения Фонтаны к <b>китчу</b>: это культура мусора (AS1900p 2015: 452).</p>

<p>4) He would arrange thousands of paper sheets, often lithographed with colors or images that bordered on <b>kitsch</b> (such as birds in the sky), in perfect... stacks that recalled Minimalist volumes. Or he would spill thousands of gaily wrapped candies in the form (or antiform) of Postminimalist scatter pieces. Or he would paint an elliptical list of historical events in homosexual rights on public billboards in the laconic manner of Conceptual art (AS1900 2007: 608).</p>	<p>Что он и делал, с некоторыми модификациями: раскладывал тысячи листов бумаги, часто цветные или с изображениями на грани <b>китча</b> (например, птицы в небе), идеальными стопками, напоминающими объекты минималистов; рассыпал тысячи конфет в ярких фантиках в форме (или антиформе) постминималистских разрозненных фрагментов; перечислял на билбордах исторические вехи борьбы гомосексуалистов за свои права с лаконизмом, достойным концептуального искусства (AS1900p 2015: 652).</p>
<p>5) Without the logic of a medium art is in danger of descending into kitsch. Attention to medium is one way modernism tried to defend against itself against <b>kitsch</b> (AS1900 2007: 675).</p>	<p>Без логики медиума искусство рискует превратиться в китч. Именно вниманием к медиуму модернизм старался обезопасить себя от <b>китча</b> (AS1900p 2015: 776).</p>
<p>6) <b>Kitsch</b> is a form of dissembling the nature of the material of which an object is made, a form that is largely a result of industrial production (AS1900 2007: 686).</p>	<p><b>Китчем</b> называется сокрытие природы материала, из которого сделан объект, как одно из следствий промышленного производства (AS1900p 2015: 788).</p>
<p>7) <b>Kitsch</b> is the meretricious, and we see that everywhere (AS1900 2007: 675).</p>	<p><b>Китч</b> — это все показное, и мы видим его повсюду (AS1900p 2015: 776).</p>

<p>8) <b>Kitsch</b>: popular, commercial art and literature with their chromeotypes, magazine covers, illustrations, ads, slick and pulp fiction, comics, Tin Pan Alley music, tap dancing, Hollywood movies, etc., etc. <b>Kitsch</b> is a product of the industrial revolution which urbanized the masses of Western Europe and America and established what is called universal literacy (KITSCH 1969: 191).</p>	<p>"<b>Китч</b>": рассчитанные на массы коммерческие искусство и литература, с присущими им колористикой, журнальными обложками, иллюстрациями, рекламой, чтивом, комиксами, поп-музыкой, танцами под звукозапись, голливудскими фильмами и т.д. и т.п. <b>Китч</b> – продукт индустриальной революции, урбанизовавшей массы Западной Европы и Америки и создавшей то, что называют всеобщей грамотностью (КИТЧ 2005).</p>
<p>9) To fill the demand of the new market, a new commodity was devised: ersatz culture, <b>kitsch</b>, destined for those who, insensible to the values of genuine culture, are hungry nevertheless for the diversion that only culture of some sort can provide (KITSCH 1969: 193).</p>	<p>Для того чтобы удовлетворить спрос нового рынка, был изобретен новый товар – эрзац-культура, китч, предназначенный для тех, кто, оставаясь безразличным и бесчувственным к ценностям подлинной культуры, все же испытывал духовный голод, томился по тому отвлечению, какое могла дать только культура определенного рода (КИТЧ 2005).</p>

<p><b>10) Kitsch</b>, using for raw material the debased and academicized simulacra of genuine culture, welcomes and cultivates this insensibility. It is the source of its profits. <b>Kitsch</b> is mechanical and operates by formulas. <b>Kitsch</b> is vicarious experience and faked sensations. <b>Kitsch</b> changes according to style, but remains always the same. <b>Kitsch</b> is the epitome of all that is spurious in the life of our times. <b>Kitsch</b> pretends to demand nothing of its customers except their money-not even their time (KITSCH 1969: 194).</p>	<p>Задействуя в качестве сырья обесцененные и академизированные симулякры подлинной культуры, <b>китч</b> – весь в культивировании этой бесчувственности. Она – источник прибылей китча. <b>Китч</b> механистичен и действует по формулам. Китч – это подменный опыт и поддельные чувства. <b>Китч</b> в своих изменениях следует стилю, но при этом всегда остается равным себе. <b>Китч</b> – воплощение всей той фальши, что есть в современной жизни. <b>Китч</b> как будто не требует от своих потребителей ничего, кроме денег; он не требует от своих потребителей даже времени (КИТЧ 2005).</p>
<p><b>11)</b> Self-evidently, all <b>kitsch</b> is academic; and conversely, all that's academic is <b>kitsch</b>. For what is called the academic as such no longer has an independent existence, but has become the stuffed-shirt "front" for <b>kitsch</b>. The methods of industrialism displace the handicrafts (KITSCH 1969: 191).</p>	<p><b>Китч</b> насквозь академичен; и, наоборот, все академичное является <b>китчем</b>. Ибо то, что называют академичным, как таковое более не имеет независимого существования, превратившись в крахмальную манишку для <b>китча</b>. Индустриальные методы производства вытесняют ремесла (КИТЧ 2005).</p>
<p><b>12)</b> Ambitious writers and artists will modify their work under the pressure of <b>kitsch</b>, if they do not succumb to it entirely (KITSCH 1969: 192).</p>	<p>Под давлением <b>китча</b> честолюбивые писатели и художники вносят коррективы в свою работу, подчас полностью подчиняясь ему (КИТЧ 2005).</p>

<p><b>13) Kitsch</b> has not been confined to the cities in which it was born, but has Bowed out over the countryside, wiping out folk culture (KITSCH 1969: 194).</p>	<p><b>Китч</b> не ограничивается породившими его городами, он выплескивается в сельскую местность, сметая народную культуру (КИТЧ 2005).</p>
<p><b>14)</b> How is this virulence of <b>kitsch</b>, this irresistible attractiveness, to be explained? Naturally, machine-made <b>kitsch</b> can undersell the native handmade article, and the prestige of the West also helps (KITSCH 1969: 192).</p>	<p>Как объяснить эту заразность <b>китча</b>, его неодолимую притягательность? Естественно, произведенный машинами <b>китч</b> дешевле сделанных вручную туземных изделий и его успеху способствует престиж Запада (КИТЧ 2005).</p>
<p><b>15)</b> Where Picasso paints cause, Repin paints effect. Repin predigests art for the spectator and spares him effort, provides him with a short cut to the pleasure of art that detours what is necessarily difficult in genuine art. Repin, or <b>kitsch</b>, is synthetic art (KITSCH 1969: 121).</p>	<p>Там, где Пикассо живописует причины, Репин живописует следствие. Репин переваривает искусство за зрителя и избавляет его от усилия, обеспечивает ему короткий путь к удовольствию, избегая того, что по необходимости трудно в подлинном искусстве. Репин (или <b>китч</b>) – синтетическое искусство (КИТЧ 2005).</p>
<p><b>16)</b> Superior culture is one of the most artificial of all human creations, and the peasant finds no "natural" urgency within himself that will drive him toward Picasso in spite of all difficulties. In the end the peasant will go back to kitsch when he feels like looking at pictures, for he can enjoy <b>kitsch</b> without effort (KITSCH 1969: 121).</p>	<p>Высокая культура – одно из наиболее неестественных порождений человека, и крестьянин не обнаруживает в себе никакого "естественного" настоятельного влечения, которое, вопреки всем трудностям, притягивало бы его к Пикассо. В итоге крестьянин вернется к <b>китчу</b>, так как им он может наслаждаться, не прикладывая к тому никаких усилий (КИТЧ 2005).</p>

<p>17) Camp taste has an affinity for certain arts rather than others... Classical ballet, opera, movies have seemed so for a long time. In the last two years, popular music has been annexed. And movie criticism (like lists of "The 10 Best Bad Movies I Have Seen") is probably the greatest popularizer of <b>Camp taste</b> today, because most people still go to the movies in a high-spirited and unpretentious way (CAMP 1964).</p>	<p>Вкус Кэмп предпочитает одни вид искусства другим... Классический балет, опера, кино выглядели так в течение долгого времени. В последние два года Кэмп поглотил и популярную музыку. И, вероятно кинокритика (списки типа «10 лучших плохих фильмов, которые я когда-нибудь видел») сегодня величайший популяризатор <b>вкуса Кэмп</b>, поскольку большинство людей все еще ходят в кино (в хорошем настроении и не предъявляя больших претензий) (КЭМП 1997: 51).</p>
<p>18) There is a sense in which it is correct to say: "It's too good to be Camp." Or "too important," not marginal enough (CAMP 1964).</p>	<p>В некотором смысле верно утверждение: «Это слишком хорошо, чтобы быть Кэмпом». Или – слишком важно, недостаточно маргинально (чаще последнее) (КЭМП 1997: 51).</p>
<p>19) <b>Camp</b> is... the love of the exaggerated, the "off," of things-being-what-they-are-not (CAMP 1964).</p>	<p><b>Кэмп</b> – это... любовь к преувеличениям, к «слишком», к вещам, которые суть то-чем-они-не-являются (КЭМП 1997: 52).</p>
<p>20) As a taste in persons, <b>Camp</b> responds particularly to the markedly attenuated and to the strongly exaggerated. The androgyne is certainly one of the great images of <b>Camp</b> sensibility (CAMP 1964).</p>	<p>В качестве индивидуального вкуса <b>Кэмп</b> приводит и к поразительной утонченности, и к сильной преувеличенности. Андрогин – вот определенно один из величайших образов чувствительности <b>Кэмп</b> (КЭМП 1997: 52).</p>



<p>21) The dividing line seems to fall in the 18th century; there the origins of <b>Camp</b> taste are to be found (Gothic novels, Chinoiserie, caricature, artificial ruins, and so forth.) But the relation to nature was quite different then. In the 18th century, people of taste either patronized nature (Strawberry Hill) or attempted to remake it into something artificial (Versailles). They also indefatigably patronized the past. Today's <b>Camp</b> taste effaces nature, or else contradicts it outright. And the relation of <b>Camp</b> taste to the past is extremely sentimental (CAMP 1964).</p>	<p>Линия раздела, по-видимому, проходит в конце восемнадцатого века; там обнаруживаются оригиналы <b>Кэмп</b> (готические романы, «китайский стиль», карикатуры, искусственные руины и т.д.). Но связь с природой была тогда совсем иной, чем в последующие века. В XVIII веке люди вкуса или покровительствовали природе (Строубери Хилл) или пытались включить ее во что-то искусственное (Версаль). Они также неумолимо покровительствовали прошлому. Сегодняшний <b>Кэмп</b> не включает в себя природу или даже открыто отвергает ее. И связь <b>Кэмп</b> с прошлым тоже исключительно сентиментальна (КЭМП 1997: 53).</p>
<p>22) To <b>camp</b> is a mode of seduction -- one which employs flamboyant mannerisms susceptible of a double interpretation; gestures full of duplicity, with a witty meaning for cognoscenti and another, more impersonal, for outsiders (CAMP 1964).</p>	<p><b>Кэмп</b> есть вид извращения, при котором используют цветистую манерность для того, чтобы породить двойную интерпретацию; жесты наполнены двойственностью, остроумное значение для cognoscenti и другое, более безличное, для всех остальных.</p>
<p>23) The pure examples of <b>Camp</b> are unintentional; they are dead serious (CAMP 1964).</p>	<p>Чистые примеры <b>Кэмп</b> непреднамеренны; они удручающе серьезны (КЭМП 1997: 54).</p>

<p>24) Successful <b>Camp</b> -- a movie like Carné's <i>Drôle de Drame</i>; the film performances of Mae West and Edward Everett Horton; portions of the <i>Goon Show</i> -- even when it reveals self-parody, reeks of self-love (CAMP 1964).</p>	<p>Успешный <b>Кэмп</b> – кино, подобное «Странной драме» Карне; игра Мэй Уэст и Эдварда Эверета Хортона; куски Гуншоу – даже когда они выглядят самопародией, они благоухают самовлюбленностью (КЭМП 1997: 55).</p>
<p>25) So, again, <b>Camp</b> rests on innocence. That means <b>Camp</b> discloses innocence, but also, when it can, corrupts it. Objects, being objects, don't change when they are singled out by the <b>Camp</b> vision (CAMP 1964).</p>	<p>Итак, еще раз: опора <b>Кэмп</b> – невинность. Это значит, что <b>Кэмп</b> изображает невинность, но также и то, что он разрушает ее, когда может. Неодушевленные объекты не меняются, когда они рассматриваются кем-либо как <b>Кэмп</b> (КЭМП 1997: 55).</p>
<p>26) In naïve, or pure, <b>Camp</b>, the essential element is seriousness, a seriousness that fails. Of course, not all seriousness that fails can be redeemed as <b>Camp</b>. Only that which has the proper mixture of the exaggerated, the fantastic, the passionate, and the naïve (CAMP 1964).</p>	<p>В наивном, или чистом, <b>Кэмп</b>е неотъемлемый элемент – это серьезность, серьезность вплоть до полного провала. Конечно, не всякое произведение, где серьезность приводит к краху, может быть спасено <b>Кэмп</b>ом. Только то, которому присуща смесь преувеличенности, фантастичности, страстности и наивности (КЭМП 1997: 55).</p>
<p>27) The hallmark of <b>Camp</b> is the spirit of extravagance. <b>Camp</b> is a woman walking around in a dress made of three million feathers... In <b>Camp</b> there is often something <i>démesuré</i> in the quality of the ambition, not only in the style of the work itself (CAMP 1964).</p>	<p>Отличительный знак <b>Кэмп</b>а это дух экстравагантности. <b>Кэмп</b> – это женщина, закутанная в платье, сделанное из трех миллионов перьев... Зачастую есть что-то <i>demesure</i> в размахе претензий <b>Кэмп</b>а, а не только в стиле произведения (КЭМП 1997: 56).</p> <p>Выделено еще 75 аналогичных примеров.</p>

<b>Дословный перевод</b>	
<i>Словосочетания с лексемой «taste»:</i>	
1) <b>public taste</b> (KITSCH 1969: 191)	<b>общественный вкус</b> (КИТЧ 2005)
2) <b>Western taste</b> (AS1900p 2007: 274)	<b>западный вкус</b> (AS1900p 2015: 275)
3) <b>taste for luxury and pleasure</b> (AS1900p 2007: 162)	<b>вкус к роскоши и удовольствию</b> (AS1900p 2015: 168)
4) <b>taste for occasional slumming</b> (AS1900 2007: 162)	<b>вкус к периодическому погружению на дно</b> (AS1900p 2015: 166)
5) <b>considerations of taste</b> (CAMP 1964)	<b>соображения вкуса</b> (КЭМП 1997: 49)
6) <b>Camp taste</b> (CAMP 1964)	<b>вкус Кэмп</b> (КЭМП 1997: 51)
7) <b>visual taste</b> (CAMP 1964)	<b>визуальный вкус</b> (КЭМП 1997: 49)
8) <b>homosexual taste</b> (CAMP 1964)	<b>гомосексуальный вкус</b> (КЭМП 1997: 49)
9) The numerous polychrome ceramic pieces he realized in the late thirties exacerbated the obscene basis of <b>bad taste</b> with a vengeance (AS1900 2007: 412).	Многочисленная полихромная керамика, создававшаяся им в конце тридцатых годов, настойчиво подчеркивала непристойную подоплеку <b>дурного вкуса</b> (AS1900p 2015: 450).
10) Were the readymades art because Duchamp declared them to be, or were they "based on a reaction of visual indifference, a total absence of <b>good or bad taste</b> , a complete anaesthesia," as he argued much later, and so a challenge to such authority? (AS1900 2007: 129).	Являлись ли реди-мейды искусством в силу того, что их объявил таковыми Дюшан, или были, по его собственному выражению, «основаны на визуальном равнодушии, полном отсутствии <b>хорошего или плохого вкуса</b> , полной анестезии», тем самым оспаривая эту власть? (AS1900p 2015: 129).

<p>11) Refusing the "pharmaceutic style," as he called it, of those who wanted to read him as an expressionist (or as an informel) artist, he would create ever flashier monuments to <b>bad taste</b> until his death (AS1900 2007: 342).</p>	<p>Отвергая, по его словам, «фармацевтический подход» тех, кто пытался интерпретировать его как художника – экспрессиониста (или абстракциониста), он до самой смерти создавал все более вопиющие памятники <b>дурному вкусу</b> (AS1900p 2015: 374).</p>
<p>12) Camp taste doesn't propose that it is in <b>bad taste</b> to be serious; it doesn't sneer at someone who succeeds in being seriously dramatic (CAMP 1964).</p>	<p>Кэмп не утверждает, что быть серьезным значит иметь <b>дурной вкус</b>; это не насмешка над тем, кто преуспевает в своей серьезности (КЭМП 1997: 63).</p>
<p><b>Конверсия (замена части речи)</b></p>	
<p>1) But colors are not random either: they assert their independence from the whole via their fragmentary groupings into clusters, preventing any perceptual organization of the shapes into a gestaltist order (and allowing for clashing, almost "<b>kitsch</b>" juxtapositions, such as red and pink) (AS1900 2007: 133).</p>	<p>И в то же время цвета не случайны: они утверждают свою независимость от целого посредством разбивки по группам, препятствующей объединению форм в связный порядок гештальтистского типа (и, напротив, допускающей столкновения, почти «<b>китчевые</b>» сопоставления — например, красного и розового) (AS1900p 2015: 133).</p>

<p>2) Superior culture is one of the most artificial of all human creations, and the peasant finds no "natural" urgency within himself that will drive him toward Picasso in spite of all difficulties. In the end the peasant will go back to <b>kitsch</b> when he feels like looking at pictures, for he can enjoy <b>kitsch</b> without effort (KITSCH 1969: 121).</p>	<p>Высокая культура – одно из наиболее неестественных порождений человека, и крестьянин не обнаруживает в себе никакого "естественного" настоящего влечения, которое, вопреки всем трудностям, притягивало бы его к Пикассо. В итоге крестьянин вернется к <b>китчу</b>, так как <b>им</b> он может наслаждаться, не прикладывая к тому никаких усилий (КИТЧ 2005).</p>
<p>3) The same point can be made with respect to <b>kitsch</b> literature: it provides vicarious experience for the insensitive with far greater immediacy than serious fiction can hope to do (KITSCH 1969: 117).</p>	<p>То же самое можно сказать и относительно <b>китчевой</b> литературы: она предоставляет бесчувственным людям поддельные переживания с гораздо большей непосредственностью, чем на это способна серьезная литература (КИТЧ 2005).</p>
<p>4) They are <b>kitsch</b> pictures, mostly anodyne landscape and city views produced for petit-bourgeois decoration, that Jorn had scavenged in flea markets and painted over with primitivist figures and abstract gestures a la Cobra (AS1900 2007: 396).</p>	<p>Это были <b>китчевые</b> картинки, главным образом идиллические сельские пейзажи и городские виды, созданные для украшения мелкобуржуазных квартир, которые Йорн выискивал среди мусора блошиных рынков и расписывал поверх примитивистскими фигурами и абстрактными пятнами в духе «Кобры» (AS1900p 2015: 435).</p>
<p>5) The <b>kitsch</b> original is not enlivened any more than the avant-garde overpainting is deadened AS1900 2007: 397).</p>	<p>Таким образом, <b>китчевый</b> оригинал оживляется не в большей степени, чем умерщвляется авангард, наложенный поверх него (AS1900p 2015: 435).</p>

<p>6) The modern publicity artist must be a pioneer and a leader, he must fight against routine and the <b>bad taste</b> of the mob (AS1900 2007: 426).</p>	<p>Современный рекламный художник должен быть первопроходцем и лидером, он должен бороться с рутинной и с <b>дурновкусием</b> толпы (AS1900p 2015: 464).</p>
<p><b>Конкретизация</b></p>	
<p>1) Rodin had long enjoyed a considerable reputation as the lone sculptor who had been able to rejuvenate a moribund medium after a full century of tedious academic monuments and predictable <b>kitsch</b> statues (AS1900 2007: 57).</p>	<p>Роден уже давно приобрел репутацию единственного мастера, сумевшего вдохнуть жизнь в умирающее искусство скульптуры после целого века скучных академических монументов и однообразных <b>пошлых</b> статуй (AS1900p 2015: 57).</p>
<p>2) The Italian figures across the Seine were different again. These robed representations of various corporations were intended to connect the Fascist state to ancient Rome (the same association was advanced within the Italian pavilion). But rather than enliven the past, they petrified the present, and turned this mythical history of Italy into a <b>kitschy</b> kind of costume ball (AS1900 2007: 284).</p>	<p>Иначе воспринимались итальянские фигуры на противоположном берегу Сены. Эти костюмированные олицетворения корпораций призваны были связать фашистское государство с Древним Римом (ассоциация развивалась и внутри итальянского павильона). Однако, вовсе не оживляя прошлое, они фиксировали настоящее, превращая мифическую историю Италии в <b>вульгарный</b> бал-маскарад (AS1900p 2015: 308).</p>
<p><b>Модуляция (смысловое развитие)</b></p>	
<p>1) <b>taste for serialization</b> (AS1900 2007: 272)</p>	<p><b>желание сериализации</b> (AS1900p 2015: 296)</p>
<p>2) <b>tasteful ability</b> (AS1900 2007: 448)</p>	<p><b>артистическая способность</b> (AS1900p 2015: 486)</p>
<p><b>Лексико-морфологическое калькирование</b></p>	

<p>1) Fontana did not appropriate kitsch, which would have presupposed a critical, highbrow point of view (for, in order to exploit kitsch, to enjoy <b>kitschiness</b>, one must stand at some remove from it, protected by ironic distance and by a smug confidence in one's own good taste) (AS1900 2007: 411).</p>	<p>Фонтана не апроприировал китч, что предполагало бы критическую, снобистскую точку зрения (ведь для того, чтобы эксплуатировать китч, наслаждаться <b>китчевостью</b>, нужно находиться на некотором отдалении от него, будучи защищенным критической дистанцией и самодовольной уверенностью в собственном хорошем вкусе) (AS1900p 2015: 449).</p>
<p>2) Jasper Johns had played a similar trick with his paintings of flags, targets, and numbers of the fifties; as Leo Steinberg pointed out, these works met the Greenbergian criteria for modest painting - that it be flat, self-contained, objective, immediate - by means that Greenberg found utterly alien to such painting - the <b>kitschy</b> images and found things of mass culture (AS1900 2007: 447).</p>	<p>Джаспер Джонс в пятидесятых годах проделал подобный трюк своими картинами с флагами, мишенями и цифрами; как указал Лео Стейнберг, в этих работах соответствие гринберговским критериям модернистской живописи (плоскостность, самодостаточность, объективность, непосредственность) достигается средствами, которые Гринберг считал абсолютно чуждыми такой живописи, — <b>китчевыми</b> образами и найденными объектами массовой культуры (AS1900p 2015: 485).</p>
<p><b>Лексико-семантическое калькирование</b></p>	
<p>1) <b>popular tastes</b> (AS1900 2007: 66)</p>	<p><b>народные вкусы</b> (AS1900p 2015: 66)</p>
<p><b>Опущение</b></p>	

<p>1) Camp taste nourishes itself on the love that has gone into certain objects and personal styles. The absence of this love is the reason why such <b>kitsch</b> items as Peyton Place (the book) and the Tishman Building aren't Camp (CAMP 1964).</p>	<p>Вкус Кэмп питается любовью, которая исходит из некоторых объектов и личных стилей. Отсутствие этой любви и есть та причина, по которой «Пейтон Плейс» (книга) и Тишман Билдинг – это не Кэмп (КЭМП 1997: 64).</p>
--	--