

На правах рукописи



Кан Синьюнь

**ТРАНСКУЛЬТУРНАЯ МОДИФИКАЦИЯ
МОДЕЛИ АНТРОПОНИМИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ
В РУССКО-КИТАЙСКОМ И АНГЛО-КИТАЙСКОМ
ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
А. П. ЧЕХОВА И П. Г. ВУДХАУЗА**

5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2023

Работа выполнена на кафедре
«Иностранные языки, лингвистика и перевод»
ФГАОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический университет»

Научный руководитель:

доктор филологических наук, профессор
Кушнина Людмила Вениаминовна

Официальные оппоненты:

Завьялова Наталья Алексеевна, доктор культурологии, кандидат филологических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», профессор кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках

Хабаров Артем Александрович, кандидат филологических наук, ФГКВОУ ВО «Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации», преподаватель кафедры дальневосточных языков

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Защита состоится «28» июня 2023 г. в 11:00 часов на заседании диссертационного совета 33.2.024.03 на базе ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» по адресу: 620091, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, ауд. 226.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале информационно-интеллектуального центра – научной библиотеки ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» и на сайте Уральского государственного педагогического университета <http://science.uspu.ru>.

Автореферат разослан «15» мая 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Бабикова Марина Рашитовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее исследование посвящено антропонимической метафоре, представленной говорящим именем, прозвищным именем, прецедентным именем в трех разносистемных языках: русском, английском, китайском. Являясь неотъемлемым компонентом ономастического пространства языка и культуры, антропонимическая метафора выступает универсальным когнитивным механизмом, регулирующим процессы метафорической экспансии и метафорического притяжения антропонимов в дискурсах оригинала и перевода.

Во все времена процесс наименования человека выступал значимым фактором, отражающим менталитет народа, его национально-культурное сознание, аксиосферу определенной лингвокультурной общности. В художественном дискурсе антропонимическая метафора приобретает особую значимость, раскрывая национально-ценностные предпочтения автора, идею произведения, облик его персонажей, сохраняя при этом его общеязыковые характеристики, соотносимые с культурой и историей определенного этноса.

Аktуальность темы определяется совокупностью следующих факторов и предпосылок исследования. Начиная с трудов античных ученых (Платон, Аристотель, Квинтилийан и др.) по настоящее время в поле внимания лингвистов находится имя собственное-антропоним, определяющее языковую и концептуальную картины мира каждого человека: П. Флоренский (1993), А. В. Суперанская (1969, 1973, 2012), Б. Д. Бондалетов (1983), О. В. Фонякова (1990), Н. В. Васильева (2005), В. В. Катермина (2016, 2020) и др. Особое место в языковом и культурном пространстве занимает антропонимическая метафора как видовое понятие по отношению к ономастической метафоре как родовому понятию, обозначающему человека, индивида как представителя определенной культуры и пользователя родным языком: Р. И. Воронцов (2012), Д. И. Ермолович (2001), А. А. Кудрявцева (2010) и др. Вместе с тем в китайской лингвистической традиции как одной из самых древних в мире имя собственное-антропоним выступает особой семиотической и семантической сущностью, которая не нашла достаточного отражения в теории европейской ономастики: Е. А. Хамаева (2019) и др.

Современная ментальная парадигма опирается на исследования метафоры в триаде: дискурс – мышление – общение. Несмотря на возрастающий интерес к анализу когнитивной метафоры, являющейся универсальным механизмом языка, исследуемым как зарубежными (Дж. Лакофф, М. Джонсон 1990; Дж. Лакофф, М. Тернер 1989; М. Блэк 1990; Э. Кассирер 1999; М. Минский 1988 и др.), так и отечественными учеными (В. Н. Телия 1989; Л. М. Алексеева, С. Л. Мишланова 1998, 2013 и др.; А. П. Чудинов 2001), вопросы функционирования ономастических и антропонимических метафорических моделей в переводном дискурсе не получили достаточного освещения. Согласно авторам теории концептуальной метафоры Дж. Лакоффу и М. Джонсону, «суть метафоры – это понимание и переживание сущности (thing) одного вида в терминах другого вида» [Лакофф, Джонсон 1990: 27].

Российские ученые трактуют метафору как проявление интуитивного чувства сходства в мышлении и поведении человека, как умение естественного языка извлекать значение из образа, увидеть то сырье, из которого возникает значение слова [Арутюнова 1999].

Исследование антропонимической метафоры проводится нами в рамках юмористического дискурса. Вслед за В. И. Карасиком мы трактуем юмористический дискурс как «текст, погруженный в ситуацию смехового общения» [Карасик 2018: 895]. Теория комического, особенности русского, британского, китайского юмора явились предметом изучения С. С. Аверинцева, М. М. Бахтина, А. В. Бородиной, Б. Дземидока, Л. В. Карасева, В. И. Карасика, М. Минского, В. Я. Проппа, А. А. Проскуриной, Б. Раскина, П. В. Середы и др., но поиск путей достижения комического эффекта не прекращается. Вместе с тем наблюдается недостаточная изученность трансляции метафорических смыслов при передаче антропонимической метафоры в переводном дискурсе, не показано их влияние на трансляцию эффекта комического, не описана аксиологическая доминанта перевода антропонимической метафоры, недостаточно исследованы русско-китайские и англо-китайские антропонимы, обладающие метафорическим потенциалом.

Актуальность исследования обусловлена также обращением к китайскому языку как языку целевой культуры, на который переводятся тексты с русского и английского языков. Несмотря на то, что современное китайское языкознание является наследником традиций древней китайской филологии, возникшей задолго до нашей эры, его теоретические основы были заложены лишь в середине XX века, когда китайские ученые смогли опираться на достижения европейского языкознания.

Объектом исследования является модель антропонимической метафоры, представленная такими ее подвидами, как говорящее имя, прецедентное имя, прозвищное имя, которые формируют антропонимическое когнитивное пространство художественного юмористического дискурса.

Предмет исследования – транскультурная модификация модели антропонимической метафоры в когнитивном пространстве художественного юмористического дискурса.

Цель исследования – выявить типы транскультурной модификации модели антропонимической метафоры в русско-китайском и англо-китайском художественном юмористическом дискурсе.

Мы остановили свой выбор на термине «транскультурная модификация», так как исходное значение приставки «транс» – «проходящий через пространство», «расположенный за пределами чего-либо». Это значит, что при переводе антропонимической метафоры происходит перемещение смыслов из пространства одной лингвокультуры в другую при активной позиции субъекта – переводчика. Нас интересует транскультурная модификация исходных метафорических смыслов, т. е. то, каким образом область-источник, обладающая определенным прагматическим потенциалом, а

именно юмористическим эффектом, транспонируется в другую культуру и насколько она воссоздается или разрушается в области-мишени.

Задачи исследования:

1) рассмотреть понятие ономастического и антропонимического пространства языка; охарактеризовать особенности русского, английского, китайского ономастиконов; описать специфику художественной ономастики, выявить роль антропонимической метафоры в метафорической картине мира;

2) охарактеризовать особенности юмористического дискурса с учетом современных подходов к анализу дискурса;

3) выполнить обзор концепций когнитивной метафоры; изучить понятие метафорической модели; рассмотреть антропонимические метафорические модели, представленные говорящими именами, прозвищными именами, прецедентными именами; выявить типы метафорической модели в дискурсе оригинала и определить способы их перевода;

4) разработать и апробировать типологию транскультурной модификации моделей говорящего имени, прозвищного имени, прецедентного имени в русско-китайском и англо-китайском юмористическом дискурсе.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы**: описательный, анализ, синтез, индукция, дедукция, моделирование; методы построения таблиц и диаграмм, дефиниционный анализ, интерпретационный анализ, прием сплошной выборки, лингвопереводческий анализ, **и подходы к исследованию**: антропоцентрический, культурно-ориентированный, когнитивный, дискурсивный, синергетический.

Гипотеза исследования базируется на предположении о том, что в ономастическом пространстве юмористического дискурса, где когнитивным маркером комического является модель антропонимической метафоры, в переводном дискурсе происходит ее транскультурная модификация, которая определяет характер юмористического эффекта.

Эмпирический материал исследования представлен юмористическими рассказами русского писателя Антона Павловича Чехова (1860–1904) и их переводами на китайский язык, а также юмористическими романами британского писателя Пэлама Грэнвилла Вудхауза (1881–1970) и их переводами на русский и китайский языки, при этом русский язык являлся фоновым, а китайский язык – целевым.

Единицей исследования стала антропонимическая метафора как когнитивный маркер комического, выраженная говорящим именем, прецедентным именем, прозвищным именем на русском, английском, китайском языках.

Антропонимическая метафора понимается в работе как речевая реализация культурно значимого имени собственного (говорящего имени, прозвищного имени, прецедентного имени), аккумулирующая систему национально обусловленных ценностей, образов, ассоциаций, выражающих метафорические смыслы и представленных в метафорической картине мира.

Релевантная для исследования выборка составила 270 текстовых фрагментов на русском языке в юмористических рассказах А. П. Чехова и их эквивалентов на китайском языке и 180 текстовых фрагментов на английском языке в юмористических романах П. Г. Вудхауза и их эквивалентов на русском и китайском языках.

Таким образом, общий объем проанализированного материала составил 1080 фрагментов текста на трех языках – русском, английском, китайском.

Хронологические рамки материала исследования охватывают более столетия, так как оригиналы исследуемых произведений были созданы в начале XX века (А. П. Чехов) и в течение XX века (П. Г. Вудхауз), а их переводы с русского и с английского языков на китайский осуществляются до сих пор.

Теоретическая и методологическая база исследования представлена следующими работами:

- по теории имени собственного (В. Д. Бондалетов, Н. В. Васильева, В. В. Катермина, Е. Курилович, Д. И. Ермолович, Н. В. Подольская, Е. С. Плешков, А. В. Суперанская, О. И. Фонякова, П. А. Флоренский, Л. М. Щетинин, 刘研, 戈宝权 и др.);

- по теории смеховой культуры и юмористического дискурса (С. С. Аверинцев, М. М. Бахтин, А. В. Бородин, Б. Дземидок, З. В. Демидова, В. И. Карасик, Л. В. Карасев, М. Минский, В. Я. Пропп, А. А. Проскурина, П. В. Середа и др.);

- по теории дискурса (Н. Д. Арутюнова, Н. Н. Белозерова, Э. Бенвенист, Т. ван Дейк, М. П. Котюрова, Е. С. Кубрякова, М. Л. Макаров, П. Серрио, М. Фуко, В. Е. Чернявская и др.);

- по теории текста (В. Г. Гак, И. Р. Гальперин, М. П. Котюрова, Л. Н. Мурзин, А. И. Новиков, А. С. Штерн и др.);

- по теории когнитивной метафоры и метафорических моделей (Л. М. Алексеева, Н. Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Дж. Лакофф, М. Джонсон, С. Л. Мишланова, З. Д. Попова, П. Рикер, Т. Г. Скребцова, М. В. Телия, А. П. Чудинов, M. Turner, G. Fauconnier и др.);

- по теории ономастической и антропонимической метафоры (О. С. Боярских, Р. И. Воронцов, С. Л. Васильева, П. И. Костомаров, И. Э. Ратникова, Г. Г. Слышкин, 李亘 и др.);

- по теории перевода (И. С. Алексеева, Л. М. Алексеева, Т. А. Волкова, Н. К. Гарбовский, Д. И. Ермолович, В. Н. Комиссаров, Л. В. Кушнина, А. Г. Минченков, Т. Г. Пшенкина, Я. И. Рецкер, И. Н. Ремхе, Н. К. Рябцева, В. В. Сдобников, А. В. Федоров, А. Д. Швейцер, G. Delisle, M. Lederer, K. Nord, M. Panchon Idalgo, 刘建中, 付吟璐 и др.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. В ономастическом пространстве художественного юмористического дискурса литературные антропонимы как значимые имена собственные приобретают черты антропонимической метафоры, уникальные образы ко-

торой формируют метафорическую картину мира языковой личности. Антропонимическая метафора представляет собой речевую реализацию культурно значимого имени собственного, аккумулирующего систему универсально и национально обусловленных ценностей, образов, ассоциаций, выражающих метафорические смыслы и представленных в метафорической картине мира автора.

2. Антропонимическая метафора оригинала, представленная говорящим именем, прецедентным именем, прозвищным именем, может быть исследована в культурном, когнитивном, дискурсивном аспектах. В культурном аспекте метафорический смысл говорящего имени передается с помощью семантически прозрачных имен, содержащих аллюзии, ассоциации, фонетическую игру; метафорический смысл прецедентного имени передается национально-прецедентными и универсально-прецедентными именами; метафорический смысл прозвищного имени передается прозвищами с факультативной, имплицитной, эксплицитной, динамической образностью, что определяет тип исходной метафорической модели. В когнитивном аспекте антропонимическая метафора, реализующая слияние узуального и контекстуального значений, выражает преимущественно юмористическую интенцию автора (говорящее имя), юмористическую тональность (прецедентное имя), юмористические стереотипы смехового поведения (прозвищное имя). В дискурсивном аспекте антропонимическая метафора выполняет юмористическую функцию.

3. В результате ментальных и речевых действий переводчика в переводческом пространстве происходит транскультурная модификация исходной модели антропонимической метафоры, что может быть представлено следующими типами:

- **полная реметафоризация**, обусловленная прямой передачей метафорических смыслов в тексте перевода, что приводит к порождению новой метафоричности, что мы признаем гармоничным переводом;

- **частичная реметафоризация**, обусловленная косвенной передачей метафорических смыслов в создаваемом переводчиком метатексте/метапереводе, позволяющем частично воссоздать метафоричность, что мы признаем эквивалентным переводом;

- **нейтрализация метафоры**, характеризующаяся передачей метафорического образа в звуковом облике слова, являющегося экзотичным для иноязычного реципиента, что влечет за собой ослабление метафорических смыслов, что мы признаем адекватным переводом;

- **деметафоризация**, понимаемая как переводческая ошибка, приводящая к исчезновению метафорических смыслов, что мы признаем дисгармоничным переводом.

4. В зависимости от типа транскультурной модификации модели антропонимической метафоры, соотносимого с гармоничным, эквивалентным, адекватным, дисгармоничным переводом, реализуется соответствующий

прагматический – юмористический эффект. При гармоничном переводе происходит синергетическое приращение культурно значимых смыслов и воссоздание юмористического эффекта оригинала, при эквивалентном переводе имеет место частичное воссоздание юмористического эффекта; при адекватном переводе происходит нейтрализация юмористического эффекта; при дисгармоничном переводе юмористический эффект исчезает.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- введено понятие «транскультурная модификация модели антропонимической метафоры», которая анализируется на примере моделей говорящего имени, прозвищного имени, прецедентного имени;

- выявлен и описан лингвокогнитивный механизм транскультурной модификации модели антропонимической метафоры в переводном юмористическом дискурсе, раскрывающий синергетическую природу реметафоризации, что обуславливает воссоздание комического эффекта и успешное восприятие переводного дискурса реципиентами принимающей культуры;

- впервые проанализирован процесс транспонирования метафорических смыслов говорящего имени, прозвищного имени, прецедентного имени на материале славянского (русского), германского (английского) и сино-тибетского (китайского) языков.

Теоретическая значимость работы состоит в реализации антропоцентрического подхода к анализу когнитивной антропонимической метафоры в русской, британской, китайской лингвокультурах; в выявлении синергетической природы порождения гармоничного антропонима в переводческом пространстве, что обуславливает воссоздание юмористического эффекта в принимающей культуре; в описании когнитивных переводческих стратегий при передаче антропонимической метафоры из дискурса оригинала в дискурс перевода.

Практическая ценность заключается в возможности использования результатов исследования в университетских курсах по теории когнитивной метафоры, ономастике, антропонимике, теории юмористического дискурса, теории перевода, а также лингводидактике при обучении русскому, китайскому, английскому языкам как иностранным.

Соответствие диссертации паспорту специальности. Диссертационное исследование выполнено в рамках специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика в части следующих пунктов: 20. Лингвистическое переводоведение и его основные направления. Языковые и экстралингвистические аспекты перевода. Формы, виды и методы перевода. 29. Ономастика.

Апробация работы была осуществлена в ходе обучения в очной аспирантуре при кафедре иностранных языков, лингвистики и перевода Пермского национального исследовательского политехнического университета, в участии в международных научных конференциях в университетах Перми (ПНИПУ, ПГНИУ), Новосибирска (НГТУ), Краснодара (КГУ), Орла (ОГУ),

Москвы (МГУ). Основные положения и результаты работы отражены в 9 публикациях, в том числе в 4 статьях в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК МНиВО РФ: «Вестник Удмуртского университета» (2021, 2023), «Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология» (2022); «Политическая лингвистика» (2023).

Структура работы определена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, содержащего 200 наименований на русском, английском, китайском языках, списка цитируемых источников, приложения. Основной текст диссертации изложен на 193 страницах. Общий объем работы составляет 217 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** дается оценка степени разработанности проблемы, обосновываются актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования, определяются его теоретико-методологические основы, объект и предмет, цель и задачи, характеризуются материал и методы исследования, формулируются гипотеза и положения, выносимые на защиту, приводятся данные об апробации работы.

Первая глава **«Историография и современное состояние изучения антропонимической метафоры в языке и культуре»** состоит из трех параграфов и направлена на изучение антропонимического пространства языка и современного состояния антропонимов в русской, британской, китайской культурах, на выявление роли антропонимов и антропонимической метафоры в языковой картине мира.

В разделе 1.1 **«Антропонимическое пространство языка в пространстве культуры»** рассматриваются личные имена собственные, которые в результате смыслового варьирования в художественном тексте приобретают дополнительные метафорические смыслы, что в ономастике обозначено как ономастическая метафора, а в антропонимике – как антропонимическая метафора. Внимание акцентировано на литературных антропонимах художественного юмористического текста и дискурса, которые содержат культуроведческую информацию и способны быть маркером иноязычной лингвокультуры. Согласно воззрениям А. В. Суперанской, ономастическое пространство языка можно представить как некий континуум, который по-разному заполняется разными народами в различные исторические эпохи [Суперанская 2012].

Полная формула русского имени включает три компонента: фамилию, имя, отчество при доминировании фамилии. Н. В. Васильева подчеркивает, что русская формула имени является хранителем социально-культурной и индивидуальной информации [Васильева 2005].

В исследованиях Е. А. Хамаевой описано современное состояние китайской антропонимической терминологии, культура именования которой отражает особенности философии и культуры народа. Традиционно имя

подбирается человеку индивидуально, так как готовых имен не существует, в то время как набор фамилий ограничен. Китайские антропонимы записываются иероглифами, их формула дискретна и состоит из фамилии и имени [Хамаева 2019].

История и происхождение английских личных имен, отражающих историю нации, изучаются Е. В. Курицкой. Английские антропонимы имеют двуименную структуру: собственное личное имя и фамилия [Курицкая 2017].

Антропонимическое пространство художественного текста актуализируется в процессе установления синтагматических и парадигматических отношений всех входящих в него онимов, что создает антропонимикон художественного дискурса.

В разделе 1.2 «Антропонимическая метафора в языковой картине мира» рассмотрены предпосылки и этапы становления теории когнитивной метафоры в лингвистике, сформулировано понятие антропонимической метафоры как компонента метафорической картины мира, как интегративного феномена, который может стать источником комического. Доминирующей парадигмой в исследовании метафоры на когнитивном уровне является теория концептуальной метафоры американских исследователей Дж. Лакоффа и М. Джонсона, разработанная в конце XX века. Когнитивная метафора является одной из форм концептуализации когнитивных процессов, которая выражает и формирует новые понятия и без которой невозможно получение нового знания, так как метафора выступает своего рода мостиком от знакомого к незнакомому, от очевидного к менее очевидному. В разных лингвокультурах одни и те же мыслительные пространства кодируются с помощью разных когнитивных метафор, что вызывает трудности вторичной номинации и вторичной метафоризации в переводном дискурсе, в процессе актуализации в новой языковой и культурной среде.

Н. Д. Арутюнова установила, что в основе порождения метафоры лежит интуитивное чувство сходства в сознании человека, которое определяет его практическое мышление и повседневное речевое поведение [Арутюнова 1990]. В. Н. Телия считает, что метафора окрашивает мир в соответствии с национально-культурной традицией и создает национально-культурные цвета [Телия 1998]. Деривационная природа метафоры представлена в работе Т. В. Симашко и М. Н. Литвиновой, которые связывают «живую метафору» не с изменением значения слова, а с поиском выражаемого смысла [Симашко, Литвинова 1993]. Метафора описывается как языковое явление, отображающее когнитивный процесс, что обусловлено действием принципа аналогии в процессах семантизации, который доминирует над принципами формальной логики типа индукции и дедукции [Алексеева и др. 2013]. Когнитивная природа метафоры показана А. П. Чудиновым, который рассматривает метафору не как образное средство, связывающее два значения, а как ментальную операцию, объединяющую две понятийные сферы [Чудинов 2001].

В разделе 1.3 «Модели антропонимической метафоры в дискурсе» рассмотрены принципы лингвистического моделирования, даны понятия метафорической картины мира и метафорической модели, обоснован метафорический характер изучаемых в работе видов антропонимической метафоры как продуктивных моделей метафоры в художественном тексте и дискурсе.

Моделирование понимается в работе как метод построения идеального объекта, который воспроизводит существенные признаки изучаемых процессов и явлений [Пищальникова, Сонин 2017].

Метафорическая картина мира дополняет языковую картину мира, расширяя ее содержание за счет метафорического употребления различных языковых единиц, к числу которых принадлежит антропонимическая метафора. Она может быть представлена совокупностью различных метафорических моделей, функционирующих в рамках определенных контекстов. В художественном юмористическом дискурсе говорящие имена, прозвищные имена и прецедентные имена формируют вокруг себя метафорический контекст, который усиливает метафоричность онима, придавая ему текстообразующий и дискурсообразующий характер.

Метафорическая модель трактуется в работе как существующая в сознании носителя языка схема связи между понятийными сферами [Чудинов 2003].

Модель ономастической метафоры была предложена Р. И. Воронцовым как особая реализация воплощенного имени, которая функционирует в составе речевых моделей. При этом метафоризации подвергнуты культурно значимые имена собственные [Воронцов 2012].

Предметом нашего анализа стали антропонимические модели (далее – АМ) трех типов: говорящие имена (далее – ГИ), прозвищные имена (далее – При), прецедентные имена (далее – ПИ), функционирование которых в рамках юмористического дискурса разворачивается по-разному. Согласно нашим наблюдениям, в художественном юмористическом дискурсе модели антропонимической метафоры актуализируют метафорически переосмысленное имя, передавая в концентрированном виде идею автора, порождая метафорические смыслы и формируя метафорический контекст.

Проблема говорящих имен, которые называют также значащими, значимыми, номинативно-характеристическими, издавна привлекала внимание исследователей. Особый интерес вызывают говорящие имена в художественных произведениях, комическая функция которых играет доминирующую роль в тексте [Полякова 2009]. В работе мы опираемся на классификацию ГИ, разработанную С. Влаховым и С. Флориным, и различаем три типа ГИ: аллюзивные, ассоциативные и основанные на фонетической игре [Влахов, Флорин 1986].

По наблюдениям ученых-ономастов, прозвища метафоричны как по происхождению, так и по актуальному значению. В художественном тексте, благодаря наблюдениям и фантазии писателя, их метафоричность усиливается и

приобретает новый смысл [Суперанская 2012; Подольская 1988; Селищев 1968; Чичагов 1959 и др.]. Прозвища обладают прозрачной семантикой, выступающей своего рода «зеркалом», которое отражает качества субъекта, наделенного прозвищем. В исследовании мы ссылаемся на классификацию И. Ю. Карташовой и различаем четыре типа При: с имплицитной, эксплицитной, окказиональной, динамической образностью [Карташова 1985].

Прецедентные имена обладают универсально-прецедентными, социально-прецедентными, национально-прецедентными свойствами, которые в художественном юмористическом дискурсе приобретают особый метафорический потенциал [Красных 2002, 2003 и др.]. Семантика ПИ как сложного знака апеллирует не к собственно денотату (или референту), а к набору дифференциальных признаков и отражает столкновение узального значения и контекстуального смысла, что требует понимания культурного кода автора. Мы опираемся на классификацию В. В. Красных и анализируем два типа ПИ: национально-прецедентные и универсально-прецедентные [Красных 2003].

Вторая глава **«Дискурсивные функции ономастической метафоры»** направлена на рассмотрение современных подходов к анализу юмористического дискурса, выявление роли антропонимической метафоры как когнитивного маркера комического, изучение антропонимической метафоры в аспекте перевода, обоснование понятия транскультурной модификации модели антропонимической метафоры.

В разделе 2.1 **«Современные подходы к анализу дискурса»** рассмотрены позиции российских ученых, признающих системный характер дискурса, внешним проявлением которого является профессиональная деятельность, а внутренним – речевая деятельность [Мишланова, Пермякова 2007], при этом дискурс связан с регулятивами любой деятельности [Белозерова]. В работе под дискурсом понимается совокупность текстов, которые обращены к одним предмету, теме, концепту и связаны между собой определенными семантическими отношениями [Чернявская 2007]. Дискурс исследуется как корпус текстов на русском, английском, китайском языках, обращенный к одной теме – юмору, одному концепту – метафорическому имени собственному.

В разделе 2.2 **«Характеристика комического дискурса в свете классических концепций»** представлен обзор различных теорий и направлений в исследовании юмора с философских, исторических, социологических, культурологических, лингвистических позиций. В широком смысле юмор понимается как интеллектуальная способность, а чувство юмора – как умение субъекта обнаруживать противоречия в окружающем мире, вызывающие смех.

М. М. Бахтин разработал теорию амбивалентности смеха, двоемирия в сознании народа, так как тот мир, в котором смеется народ, включает и самого смеющегося [Бахтин 1975]. Б. Дземидок показал, что эффект комического обладает познавательной ценностью [Дземидок 1974]. Онтология

юмора освещается в работах С. Аттардо и В. Раскина, которые обосновали бисоциальность юмора и описали механизмы появления юмористического эффекта [Раскин 1985; Аттардо 2000].

В разделе 2.3 «Современные воззрения ученых на юмористический дискурс» феномен юмора рассматривается сквозь призму когнитивной лингвистики, которая описывает его как результат работы человеческого мозга, основанный на взаимодействии интеллекта и эмоций. Современные российские исследователи различают юмор как объективное явление и юмористический эффект как субъективный фактор, зависящий от восприятия конкретного адресата.

Л. В. Карасев сравнивает смех с зеркалом, в котором отражаются и преобразуются наши эмоции, как бы «удваивая» пространство души [Карасев 1996]. Э. В. Шабунина определяет юмор как эстетическую категорию [Шабунина 2016]. В. И. Карасик понимает юмористический дискурс как текст, отражающий ситуацию смехового общения [Карасик 2018]. Изучая этнокультурную специфику юмора, В. И. Карасик подчеркивает идею о том, что в каждой лингвокультуре юмор обладает собственными признаками.

В разделе 2.4 «Антропонимическая метафора как когнитивный маркер комического в юмористическом дискурсе» комическое трактуется как отклонение от нормы, намеренное и целенаправленное нарушение нормативной сочетаемости, проявление противоречия, разновидность семантической аномалии [Ковалева, Влавацкая 2019; Миронова 2020 и др.]. По мнению некоторых исследователей, реализация комического равноценна метафорическому моделированию. Семантическая двуплановость метафоры коррелирует с природой комического, что позволяет вычлнить так называемую комическую метафору, которая аккумулирует и транслирует лингвокультурные традиции и опыт народа [Стоянова 2020 и др.].

В разделе 2.5 «Антропонимическая метафора в аспекте перевода» представлены принципы перевода имен собственных, анализируется соотношение проблем метафоризации и перевода.

В российском переводоведении основополагающие принципы перевода имен собственных изложены Д. И. Ермоловичем [Ермолович 2001].

Проблема перевода иностранных имен собственных на китайский язык, включая ономастическую метафору, нашла отражение в работах китайских лингвистов Фу Иньлу, Ван Вэньвэнь, Чжан ли и др. [Фу 2012; Ван, Чжан 2018]. Китайские ученые Лян Цичао и Чен Дусю отмечают необходимость унификации переводимых ИС, выбирая из существующих вариантов перевода наиболее частотные и закрепляя их в словарях и учебных пособиях. В практику вошли различные руководства по переводу ИС, следование которым считается обязательным [Лян 1896; Чен 1916]. В Китае не сложилось единого подхода к переводу ИС: одно и то же имя на языке оригинала использует при переводе разные китайские иероглифы, и наоборот, для разных имен используется один и тот же иероглиф. Классическая ки-

тайская теория перевода отличается консервативностью взглядов, стремлением строго следовать трем основным принципам: *достоверность, норма, стиль*. В настоящее время китайские ученые ищут баланс между западными постулатами перевода и китайской традицией.

Наше понимание перевода основано на синергетической концепции переводческого пространства Л. В. Кушниной, которая сформулировала уровни гармоничности перевода: гармония, эквивалентность, адекватность, дисгармония [Кушникова 2004, 2009, 2014 и др.]. Гармоничным признается такой вариант перевода антропонимической метафоры, при котором концептуальные системы двух контактируемых языков соразмерны, согласованы, что обусловлено приращением культуросообразных смыслов и приводит к порождению новой метафоры, т. е. реметафоризации.

Третья глава **«Разработка и апробация типологии транскультурной модификации модели антропонимической метафоры в русско-китайском и англо-китайском юмористическом дискурсе А. П. Чехова и П. Г. Вудхауза»** направлена на выявление типов транскультурной модификации модели антропонимической метафоры на материале трех лингвокультур: русской, британской, китайской.

В разделе 3.1 **«Задачи, процедура, материал анализа»** представлен алгоритм исследовательских действий и обоснована правомерность изучения мастеров художественного юмора А. П. Чехова и П. Г. Вудхауза.

В разделе 3.2 **«Общая характеристика антропонимического пространства юмористических рассказов А. П. Чехова»** показано, что личность А. П. Чехова (1860–1904) занимает особое место в российской словесности. А. П. Чехов – один из самых известных драматургов мира, который стоит в одном ряду с У. Шекспиром и Б. Шоу. Оценивая говорящие анималистические фамилии, которыми заполнено антропонимическое пространство ранних рассказов А. П. Чехова, исследователи отмечают, что в краткой лаконичной форме юмористического рассказа содержится высокая концентрация изобразительных средств, представленная в именах, фамилиях, прозвищах, что позволяет автору, ограниченному небольшим пространством рассказа, в лаконичной форме дать развернутое представление о характере персонажа.

Первые переводы рассказов Чехова на китайский язык были выполнены в 1907 г. в Шанхае и основывались на переводах с английского, немецкого, японского языков. На последующих этапах китайские писатели и переводчики обращались к русскоязычным оригиналам. В настоящее время Чехов является одним из самых популярных русских писателей в Китае.

В разделе 3.3 **«Общая характеристика антропонимического пространства юмористических романов П. Г. Вудхауза»** показано значение творчества Пэлама Грэнвилла Вудхауза (1881–1975), выдающегося английского писателя-юмориста, драматурга, комедиографа, автора более 100 романов, который продолжает традиции английских писателей-юмористов

Ч. Диккенса, У. Теккерея, Л. Кэролла, Б. Шоу, Джерома К. Джерома и др. Созданные им комические персонажи определяют национальный характер британцев. В России знакомство с произведениями П. Г. Вудхауза произошло в конце XX века, а в Китае – лишь после 2000-х годов.

В разделе 3.4 «Понятие транскультурной модификации модели антропонимической метафоры» анализируются трансфер антропонимической метафоры и вводится термин «транскультурный», обозначающий переход антропонимической метафоры из одной лингвокультуры в другую. В процессе перевода пространство одной культуры соприкасается с пространством другой культуры, т. е. одно пространство проходит через другое, сквозь другое. Так появляется транскультурное пространство, в котором реализуется важнейшая функция перевода – культуροформирующая [Delisle 2011]. Это означает, что текст перевода не просто становится фактом другой культуры, он ее обогащает, а в некоторых случаях даже создает.

В разделе 3.5 «Выявление стратегий транскультурной модификации модели антропонимической метафоры в юмористическом дискурсе» изложены четыре переводческие стратегии в рамках концепции переводческого пространства.

1. **Гармоничная стратегия = полная реметафоризация.** Гармонизация смыслов оригинала и перевода означает, что в переводческом пространстве происходит синергетическое приращение новых смыслов, приемлемых в принимающей культуре. В языковом сознании всех субъектов переводческой коммуникации наблюдается подобное или схожее метафорическое конструирование антропонима, которое отражает «живую внутреннюю форму» антропонима оригинала и передает его образность. В результате реметафоризации АМ приобретает аналогичную метафоре оригинала функцию: воссоздание юмористического эффекта.

2. **Эквивалентная стратегия = частичная реметафоризация.** В языковом сознании представителей разных лингвокультур механизм метафоризации отличается по своей продуктивности, наблюдается незначительное «оживление» метафорических смыслов, т. е. воссоздается внутренняя форма оригинала, но теряется образность. Проявлением частичной реметафоризации является возможность создания переводческого метатекста, компенсирующего метафорические смыслы за счет переводческого толкования авторских интенций транскрибированного или транслитерированного антропонима. Юмористический эффект сохраняется.

3. **Адекватная стратегия = нейтрализация метафорических смыслов.** В переводном дискурсе отражена «стертая» антропонимическая метафора, не связанная ни с внутренней формой антропонима, ни с его образностью. Юмористический эффект существенно снижен, его проявления носят окказиональный, эпизодический характер. В основе адекватного перевода лежит использование приемов транскрипции или транслитерации. Ино-

язычный читатель воспринимает лишь экзотичность имени, что может интуитивно ассоциироваться с его метафоричностью.

4. **Дисгармоничная стратегия = деметафоризация.** При переводе антропонимической метафоры констатируем полное исчезновение метафорического образа и соответствующего юмористического эффекта. Дисгармонии мы приравниваем к переводческой ошибке.

В разделе 3.6 «Разработка типологии транскультурной модификации модели антропонимической метафоры в русско-китайском и англо-китайском юмористическом дискурсе» выполнен анализ моделей антропонимической метафоры оригинала в трех аспектах: лингвокультурном, когнитивном, дискурсивном.

В лингвокультурном аспекте выявлено три типа модели говорящего имени: аллюзивные имена, ассоциативные имена, имена, соотносимые с фонетической игрой; два типа модели прецедентного имени: национально-прецедентные, универсально-прецедентные; четыре типа модели прозвищного имени: с имплицитной, эксплицитной, факультативной, динамической образностью.

В когнитивном аспекте антропонимическая модель отражает ментальную деятельность автора. В качестве конститутивных признаков юмористического дискурса для говорящего имени выступает юмористическая тональность, для прецедентного имени – юмористическая интенция, для прозвищного имени – юмористические стереотипы смехового поведения.

В дискурсивном аспекте модель антропонимической метафоры имеет одну функцию – порождение юмористического эффекта.

Приведем пример анализа модели антропонимической метафоры *Ахинеев* 阿希涅耶夫 из юмористического рассказа А. П. Чехова «Клевета».

С когнитивных позиций данная АМ отражает ментальную деятельность автора, его юмористическую интенцию.

С лингвокультурных позиций АМ *Ахинеев* содержит аллюзию, т. е. характеризует человека, который говорит и пишет глупости, несуразицу, чепуху, вздор. Фразеологизм русского языка «нести ахинею» восходит к греческому слову «афинея», которое обозначало собрание философов в храме богини мудрости Афины для проведения дискуссий. Предположительно, эти дискуссии не всегда носили разумный характер, и некоторые собравшиеся говорили вздор.

С дискурсивных позиций АМ *Ахинеев* порождает юмористический эффект.

В переводческом пространстве происходит транспонирование метафорических смыслов АМ оригинала по четырем направлениям в соответствии со стратегиями гармоничного, эквивалентного, адекватного, дисгармоничного перевода.

Проиллюстрируем на конкретных примерах.

1. **Полная реметафоризация** обусловлена прямой передачей метафорических смыслов, при которой они эксплицитно выражены в тексте перевода (см. табл. 1). Такой перевод мы признаем гармоничным.

Таблица 1

Примеры полной реметафоризации антропонимической метафоры

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на РЯ	Перевод на КЯ	Обратный перевод АМ
<i>Jeeves placed the sizzling eggs and b. on the breakfast table, and Reginald ("Kipper") Herring and I, licking the lips, squared our elbows and got down to it.</i> (Вудхауз)	прозвище с факультативной образностью	<i>Дживс поставил скворчащую яичницу с беконом на стол, и мы с Реджинальдом Сельдингом – по прозвищу Селедка – схватили вилки и ножи и принялись с жадностью уплетать завтрак.</i>	吉夫斯把滋滋作响的煎蛋和培根放在早餐桌上，我和瑞吉那德（外号“鲱鱼”）舔了舔嘴唇，摆正胳膊，开始大快朵颐。	Селедка
<i>Wasn't that what the Big Bear said?</i> (Вудхауз)	прозвище с факультативной образностью	<i>Это ведь Большой Медведь спросил, верно?</i>	这句是不是熊爸爸说的？	Папа медведь

Поясним, что в оригинале в обоих случаях в качестве исходной АМ использовано прозвище с факультативной образностью, что гармонично отражено в переводах на русский и китайский языки. Уточним, что при анализе англоязычного оригинала китайский язык является целевым, а русский язык – фоновым.

2. **Частичная реметафоризация** обусловлена косвенной передачей метафорических смыслов, которые не выражены непосредственно в тексте перевода, но переданы в переводческом метатексте. Создание метатекста является результатом переводческой рефлексии. Такой перевод мы признаем эквивалентным.

Таблица 2

Примеры частичной реметафоризации антропонимической метафоры

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на РЯ	Перевод на КЯ	Метаперевод
'Or Dean Inge.' (Вудхауз)	национально-прецедентное имя	Или у Ральфа Инджа.	或者英奇教长	指威廉·英奇, 圣保罗教堂教长, 因为思想悲观, 被称为“忧郁教长” относится к Уильяму Ральфу Инджу, настоятелю церкви Святого Павла, известному как «Мрачный священник» из-за его пессимизма.
Кряхтя, потя, кашляя, поминутно сморкаясь, начал он повествовать о том, как во время оно богатыри русские Кощеев колотили да на красавицах женились. (Чехов)	национально-прецедентное имя		他不住地清嗓子, 冒汗, 咳嗽, 不时擤鼻涕, 讲起很早以前的俄国勇士们是怎样痛打 柯谢依 之流, 怎样娶美女为妻。	俄罗斯童话中恶毒的老头, 生得又老又干瘪, 据说他拥有宝藏和长生秘方。 Речь идет о злом старике, старом и сморщенном герое русских сказок, который обладает секретом долголетия.

В текстах использованы АМ национально-прецедентных имен, которые переведены приемом транскрипции, но переводчик создает метатекст, раскрывающий метафорический образ героя.

3. **Нейтрализация метафорических смыслов** основана на идеях фоносемантики (определение качественных характеристик имени не по значению, а по звучанию) и предполагает, что антропоним сохраняет экзотичную звуковую форму, благодаря которой на подсознательном уровне создается впечатление метафоричности, но при этом происходит некоторая потеря колоритной окраски. Перевод признаем адекватным.

Таблица 3

Пример нейтрализации антропонимической метафоры

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на КЯ	Обратный перевод АМ
<i>Сейчас душончик, – стал я подъезжать к своей супруге, мы приедем к моему дяде Пупкину. (Чехов)</i>	ассоциативный тип ГИ	“小宝贝儿, ”我说, 开始向我的妻子讨好, “我们马上就要到我舅舅璞普金的家了。	<i>Пупкин</i>

АМ, представленная говорящим именем *Пупкин*, передана с помощью транскрипции. Необычность звучания может вызвать разные ассоциации.

4. **Деметафоризация** обусловлена исчезновением метафорических смыслов и метафорического образа. Перевод признаем дисгармоничным.

Таблица 4

Пример деметафоризации антропонимической метафоры

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на КЯ	Обратный перевод АМ
<i>Мели, Емеля твоя неделя. (Чехов)</i>	национально-прецедентное имя	只管说你的吧, 反正没有人听你的。	Говори, никто тебя не слушает. (имя при переводе опущено)

Поясним, что выражение «*Мели Емеля, твоя неделя*» содержит национально-культурное прецедентное имя. В русском языке имя *Емеля* является ласкательным от широко распространенного имени *Емельян* и характеризует доброго, смекалистого, удачливого человека. Данная паремия происходит из русского фольклора и обозначает, что в старину в больших семьях дети по очереди занимались хозяйством (по неделям), и когда у кого-то наступал выходной, он мог «молоть вздор», «молоть чепуху» и пр. В тексте перевода АМ опущена, что является переводческой ошибкой и что мы признаем дисгармоничным переводом.

В разделе 3.7 «Апробация типологии транскультурной модификации модели антропонимической метафоры на материале русско-китайского и англо-русско-китайского юмористического дискурса А. П. Чехова и П. Г. Вудхауза» представлены выявленные нами типы транскультурной модификации модели на материале ГИ, ПИ, При в русском, английском, китайском языках.

В подразделах 3.7.1, 3.7.2, 3.7.3 представлены результаты анализа транскультурной модификации модели антропонимической метафоры, выраженной говорящим именем (ГИ), прозвищным именем (При), прецедентным именем (ПИ) из юмористического дискурса А. П. Чехова и П. Г. Вудхауза. Приемом сплошной выборки нами были выявлены

270 фрагментов, содержащих АМ, в юмористическом дискурсе А. П. Чехова, из которых 120 ГИ, 80 ПрИ, 70 ПИ; и 180 фрагментов, содержащих АМ, в юмористическом дискурсе П. Г. Вудхауза, из которых 95 ПрИ, 85 ПИ. Уточним, что ГИ в дискурсе П. Г. Вудхауза встречаются редко, поэтому мы их не анализировали.

Ниже приведены примеры, иллюстрирующие выявленные нами типы транскультурной модификации моделей антропонимической метафоры, а также показано их процентное соотношение в русско-китайском и англо-китайском юмористическом дискурсе.

1. Транскультурная модификация модели говорящего имени в русско-китайском юмористическом дискурсе А. П. Чехова.

Таблица 5

Пример транскультурной модификации модели говорящего имени
в русско-китайском юмористическом дискурсе

Оригинал	Перевод № 1 на КЯ	Тип транскультурной модификации модели АМ	Перевод № 2 на КЯ	Тип транскультурной модификации модели АМ
<i>Овсов</i> (Чехов)	燕麦奥夫索夫	Полная реметафоризация = гармоничный перевод, воссоздание юмористической интенции автора	奥夫索夫	Частичная реметафоризация = эквивалентный перевод (транскрипция + метатекст): 词根的意思是“燕麦”。燕麦在俄国多用作马饲料, 故管家记得与马有关。

Выше представлены два варианта перевода ГИ *Овсов*, которое мы относим к ассоциативной метафорической модели.

В переводе № 1 ГИ имеет следующий вид: 燕麦奥夫索夫, что означает: лист овса + транскрипция окончания русского имени. Перевод мы признаем гармоничным ввиду полной реметафоризации модели АМ.

В переводе № 2 ГИ имеет следующий вид: 奥夫索夫, т. е. использована транскрипция, а после текста представлен переводческий метатекст. Обратный перевод метатекста выглядит так: «Овсов» означает «овёс». Овес в основном используется в качестве корма для лошадей в России, поэтому приказчик помнит, что он имеет отношение к лошадям. Перевод мы признаем эквивалентным, так как осуществлена частичная реметафоризация.

Обобщив результаты анализа динамики метафорической модели **говорящего имени в русско-китайском юмористическом дискурсе**, приходим к выводу о следующем соотношении типов транскультурной модификации данной модели: полная реметафоризация – 20%; частичная реметафоризация – 35%; нейтрализация – 41%, деметафоризация – 4%.

2. Транскультурная модификация модели прозвищного имени и преедентного имени в русско-китайском юмористическом дискурсе А. П. Чехова.

Таблица 6

Примеры транскультурной модификации прозвищного имени и precedentного имени в русско-китайском юмористическом дискурсе

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на КЯ	Тип транскультурной модификации модели АМ
<i>Я ее не отвинчивал, ее мне Игнашка, Семена Кривого сын, дал.</i>	прозвище с эксплицитной образностью	那不是俺拧下来的，那是伊格纳希卡送给俺的，他就是 独眼谢苗 的儿子。	полная реметафоризация = гармоничный перевод, воссоздание юмористических стереотипов смехового поведения
<i>Теперь-то он червячком глядит, убоженьким, а прежде что было! Ненпун!</i>	универсально-precedентное имя	现在瞧他那模样活像一只小虫子，一副穷酸相，可他从前是什么样子啊！是个 涅普顿 ！	полная реметафоризация = гармоничный перевод, воссоздание юмористической тональности

Анализ динамики метафорической модели **прозвищного имени и precedentного имени в русско-китайском юмористическом дискурсе** показал следующее соотношение типов транскультурной модификации данной модели: полная реметафоризация составляет 17%; частичная реметафоризация – 67%; нейтрализация – 10%, деметафоризация – 6%.

3. Транскультурная модификация модели прозвищного имени и precedentного имени в англо-китайском юмористическом дискурсе П. Г. Вудхауза.

Таблица 7

Примеры транскультурной модификации прозвищного имени и precedentного имени в англо-китайском юмористическом дискурсе

Оригинал	Тип АМ оригинала	Перевод на РЯ	Перевод на КЯ	Тип транскультурной модификации модели АМ
<i>You can't deceive me. Not old Hawk-Eye Wooster.</i>	прозвище с эксплицитной образностью	<i>Меня не проведешь. Ястребиный Глаз все видит.</i>	你骗不了我，伍斯特的鹰眼洞察一切	полная реметафоризация = гармоничный перевод, воссоздание юмористических стереотипов смехового поведения
<i>We were up at Oxford together, and our relations have always been on strictly David and Jonathan lines.</i>	универсально-precedентное имя	<i>Мы с ним учились в Оксфорде и относились друг к другу прямо как Давид и Ионафан.</i>	我们一起在牛津大学，我们的关系一直严格按照大卫和乔纳森的路线。	полная реметафоризация = гармоничный перевод, воссоздание юмористической тональности

Что касается динамики метафорической модели **прозвищного имени и прецедентного имени в англо-китайском юмористическом дискурсе**, нами были получены следующие результаты: полная реметафоризация составляет 52%; частичная реметафоризация – 33%; нейтрализация – 15%, деметафоризация – 0%.

Как показало проведенное исследование, в ономастическом пространстве русско-китайского и англо-китайского юмористического дискурса выявлено три типа модели говорящего имени (ассоциативный, аллюзивный, модель фонетической игры), два типа модели прецедентного имени (национально-культурный, универсально-культурный), четыре типа модели прозвищного имени (с имплицитной, эксплицитной, факультативной, динамической образностью), которые порождают юмористический эффект оригинала в виде юмористической интенции, юмористической тональности, юмористических стереотипов смехового поведения. При переводе происходит динамическое развитие антропонимической метафоры, влияющее на характер юмористического эффекта переводного дискурса.

В выводах из глав и **заключении** обобщаются результаты и подводятся итоги исследования. На примере транскультурной модификации модели антропонимической метафоры, предполагающей культурный трансфер метафорических смыслов говорящего имени, прозвищного имени, прецедентного имени из юмористического дискурса русской и британской лингвокультур в китайскую лингвокультуру, выявлены и проанализированы четыре типа процессов:

1) полная реметафоризация, означающая гармоничный перевод юмористических смыслов и воссоздание юмористического эффекта в дискурсе перевода;

2) частичная реметафоризация, возникающая в результате взаимодействия текста перевода и метатекста, что характеризует эквивалентный перевод и частичное воссоздание юмористического эффекта;

3) нейтрализация метафоры, означающая ослабление метафорических смыслов и юмористического эффекта, что расценивается в работе как адекватный перевод;

4) деметафоризация, соотносимая с переводческой ошибкой, что определяется как дисгармоничный перевод, так как приводит к утрате метафорических смыслов и исчезновению юмористического эффекта.

В целом констатируем успешную трансляцию метафорических смыслов в русско-китайском и англо-китайском юмористическом дискурсе.

Представляется возможным дальнейшее изучение транскультурной модификации моделей антропонимической метафоры в русско-китайском и китайско-русском художественном юмористическом дискурсе на материале произведений современных авторов.

**Основные положения диссертационного исследования
отражены в следующих публикациях автора:**

**Статьи в рецензируемых научных изданиях,
включенных в реестр ВАК МНВО РФ:**

1. Кан, С. Ономастическая метафора в оригинале и переводе / С. Кан, Л. В. Кушнина. – Текст : непосредственный // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2021. – Т. 31, вып. 6. – С. 1233–1240 (0,8 п.л. / 0,6 п.л.).

2. Кан, С. Транскультурное преобразование ономастической метафоры и метонимии в юмористическом дискурсе / С. Кан, Л. В. Кушнина. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2022. – Т. 14, вып. 1. – С. 46–54 (0,9 п.л. / 0,7 п.л.).

3. Кан, С. Дискурсивный анализ антропонимической метафоры в русском, английском, китайском языках / С. Кан. – Текст : непосредственный // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2023. – Т. 33, вып. 2. – С. 439–443 (0,5 п.л.).

4. Кан, С. Транскультурная модификация метафорических образов в русско-китайском политическом дискурсе / С. Кан. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2023. – № 2 (98). – С. 201–207 (0,7 п.л.).

**Публикации в сборниках научных трудов
и материалов научных конференций:**

5. Кан, С. Имя собственное как компонент метафорической картины мира / С. Кан, Л. В. Кушнина. – Текст : непосредственный // Наука. Технологии. Инновации: Всероссийская. науч. конф. молодых ученых, г. Новосибирск 30 нояб. – 04 дек. 2020 г. : сб. науч. тр. : в 9 ч. Ч. 8 / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2020. – С. 934–937 (0,2 п.л. / 0,1 п.л.).

6. Кан, С. Метафорический смысл имени собственного и его отражение в оригинале и переводе / Л. В. Кушнина, С. Кан. – Текст : непосредственный // Евразийский гуманитарный журнал. – 2020. – № 4. – С. 42–48 (0,7 п.л. / 0,5 п.л.).

7. Кан, С. Когнитивная метафора в ономастическом пространстве художественного текста при переводе / С. Кан. – Текст : непосредственный // Русистика без границ. – 2020. – Т. IV, кн. 1. – С. 90–100 (0,6 п.л.).

8. Кан, С. Антропонимическая метафора как речевая реализация культурно значимого имени собственного / С. Кан. – Текст : непосредственный // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение : VI Международная научно-практическая конференция / ОГУ, Орел, 20–21 октября 2022. – Орел, 2022. – С. 193–200 (0,4 п.л.).

9. Кан, С. Антропонимическая метафора как когнитивный маркер комического в культурном пространстве перевода / С. Кан, Л. В. Кушнина. – Текст : электронный // XII Международная научная конференция Русский

язык и культура в зеркале перевода : материалы конференции. М., МГУ, 13–15 мая 2022. – М., 2022. – С. 173–182. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48504668> (0,5 п.л. / 0,3 п.л.).

Подписано в печать 28.04.2023. Формат 60×84/16.

Бумага ВХИ. Печать цифровая. Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ No 859/2023.

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии издательства
Пермского национального исследовательского политехнического университета
614990, г. Пермь, Комсомольский пр., 29, к. 113. Тел.: (342) 219-80-33