

RELACIÓN ENTRE LA MOTIVACIÓN CONCEPTUAL DE UNIDADES FRASEOLÓGICAS Y LAS ESTRATEGIAS TRADUCTOLÓGICAS (ESPAÑOL-CHECO)

Enrique Gutiérrez Rubio

Universidad Palacký de Olomouc / Universidad Matej Bel de Banská Bystrica
República Checa / Eslovaquia

egutierrez.rubio@gmail.com

Resumen. Este trabajo pretende poner en relación el tipo de motivación (conceptual) de las unidades fraseológicas (UF) en el texto fuente (metáforas conceptuales, motivación simbólica general, motivación simbólica española y unidades opacas) con las decisiones tomadas por los traductores para los textos meta (UF idéntica, UF equivalente, UF aparente, calco fraseológico, paráfrasis, etc.). Para ello se han analizado de forma sistemática 495 entradas, correspondientes a 175 UF españolas de uso frecuente, tomadas del corpus multilingüe Intercorp. De los datos obtenidos, destacan tres conclusiones: a) En cuanto a las UF con motivación conceptual y simbólica general, existen pocas diferencias en los mecanismos utilizados por los traductores checos. b) En el caso de las UF con motivación simbólica específica española, la paráfrasis es el mecanismo más común, lo que pondría de relieve la complejidad del proceso de traducción de este tipo de UF. c) Las UF opacas muestran una enorme tendencia a ser exclusivas del español.

Palabras clave. Estrategias traductológicas. Motivación conceptual. Traducción cognitiva. Fraseología. Traducción español-checo.

Abstract. Phraseological Motivation of Idioms and Translation Strategies (Spanish-Czech). The aim of the paper is to relate the sort of conceptual motivation of idioms in the source text

(conceptual metaphor, general symbolic motivation, Spanish symbolic motivation and opaque units) to the decisions taken by the translator for the target text (identical idioms, equivalent idioms, calques, paraphrasing...). For this purpose 175 commonly used Spanish idioms and their Czech translations were systematically analysed (data were extracted from the parallel corpus Intercorp). The following three conclusions are proposed: a) regarding the translation strategies used by Czech translators, there are no significant divergences between idioms with conceptual motivation and general symbolic motivation; b) when confronting the translation of an idiom with specific symbolic motivation, the majority of them are translated by paraphrasing, what would probe the complexity of translating this sort of idioms; c) opaque idioms tend to be language specific.

Keywords. Translation strategies. Conceptual motivation. Cognitive translation. Phraseology. Spanish-Czech translation.