

УДК 811.111;81'25

Перекладознавство

Пасенчук Н.В.,

викладач кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики

Херсонського державного університету

**ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКИХ РЕАЛІЙ У
ПЕРЕКЛАДІ ФЕЙЛЕТОНУ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ
АНГЛОМОВНОГО ФЕЙЛЕТОНУ Д.БАРРІ)**

Постановка проблеми. Проблема перекладу реалій вважається однією з найголовніших та найскладніших у міжкультурному аспекті перекладу та дослідженнях національно-культурної специфіки мови і мовленнєвої діяльності.

Тема статті є *актуальною*, адже вона пов'язана з підвищеним інтересом до текст-типологічної природи фейлетону в перекладі, а також проблеми функціонування реалій у фейлетоні та відтворення їх у перекладі.

Мета статті полягає у висвітленні проблематики адекватного відтворення національно-культурного компоненту реалій у перекладі фейлетону.

Для досягнення мети необхідно вирішити такі *завдання*: виявити особливості реалій, що віддзеркалюють англомовну картину світу з точки зору структури мови оригіналу й лексичних засобів мови перекладу та виявити роль реалій у створенні культурного тла оригіналу та перекладу.

Вагомим внеском у вивченні фейлетону як типу тексту є доробки Є. Журбіної, Д. Заславського, Л. Кройчика, Б. Стрельцова, В. Здоровеги, І. Михайлина, В. Різуна та О. Тертичного, які вивчають фейлетон у системі комплексних досліджень жанрів, а наукові розвідки Ю. Ярмиша, Л. Мацько та О. Сидоренко стосуються історії жанру, змістових та стилістичних особливостей фейлетонів.

Д. Заславський до фейлетонів відносить статті сатиричного та гумористичного характеру, незалежно від місця розташування та розміру, «легко написані, з літературним блиском, з елементами художності статті на наукові, літературно-критичні, мистецтвознавчі, історичні теми» [4, с. 78]. Сатирико-гумористичний фейлетон вимагає індивідуального гумористичного чи сатиричного образу, який допомагає розкрити певне негативне явище.

В. Здоровега розглядає фейлетон як сатиричний жанр малої форми, у якому висміюються негативні явища соціально-політичного життя, повсякденного побуту, стосунків між людьми [5, с.249].

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті нашої статті, услід за Л. Кройчиком, найбільш релевантним вважаємо визначення фейлетону як невеликого за обсягом типу тексту художньо-публіцистичної літератури злободенного змісту, якому притаманні сатиричність, динамізм викладу, невимушена композиція, пародійність, застосування позалітературних жанрів, зокрема приватного та ділового листа, доповіді, резолюції тощо [7, с. 27].

Питання щодо перекладу реалій у тексті фейлетону досі залишаються мало дослідженим. В арсеналі художньо-виражальних і композиційних засобів фейлетону чільне місце займають реалії, що створюють жартівливу, глузливо-сатиричну тональність. Саме вони містять інформацію про країну, її звичаї та певні особливості побуту.

Мові фейлетону характерна велика кількість культурно-маркованих одиниць, до яких належать реалії, які характеризують національний побут, звичаї, культуру, суспільство, стереотипи та ідеали. Процес перекладу фейлетону має свої особливості, оскільки тексти оригіналу розраховані на сприйняття носіїв мови, в той час як рецептором тексту перекладу є іншомовний читач, який має інший обсяг фонових знань.

Переклад реалій, як слів специфічних для певного народу або країни, вимагає від перекладача особливої уваги. Це пов'язано з тим, що з точки зору частоти вживання, ролі в мові, реалії побутового характеру не мають

спеціального стилістичного забарвлення. Вони не вирізняються стилістично навіть в найбільш буденному контексті оригіналу та є звичними для мови оригіналу і саме тому при їх перекладі виникають труднощі.

За визначенням видатних болгарських дослідників-перекладознавців С.І. Влахова та С.П. Флоріна “реалії – це слова (і словосполучення), які називають об’єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального та історичного розвитку) одного народу і чужі для іншого; як носії національного та/або історичного колориту вони, як правило, не мають точних еквівалентів в інших мовах, і, відповідно, не підлягають перекладу “на загальних підставах”, а потребують особливого підходу” [2, с. 102].

Реалії нерозривно пов’язані з культурою певного народу і є для його мови загальноуживаними і в той же час чужими для інших мов. Основною рисою реалії є її колорит. Саме передача колориту при перекладі реалії з однієї мови на іншу і складає головну проблему перекладача, адже вона є однією із умов його адекватності.

Проблему відтворення реалій тексту фейлетону Дейва Баррі “*Why not the Best*” [8] розглянемо у перекладі Д. Бузаджи “*Только лучшее*” [1]. Фейлетон містить інформацію про американську дійсність 1980-х рр. та вміщує чимало реалій англomовної картини світу. Заголовок говорить про сатиричне спрямування фейлетону, активізує сприйняття читача і спрямовує його увагу на те, про що йтиметься у фейлетоні. У тексті автор висміює прагнення до досконалості, яке вразило американське суспільство того часу. На думку Д. Баррі, у 80–ті роки ХХ ст. типовою проблемою дійсності було прагнення до досконалості та успіху.

Майстерність автора полягає зовсім не у тому, щоб розважити читача веселою оповіддю, натомість справжній фейлетон повинен “*відкрити очі*” читачеві на ті події та факти, до яких він давно звик, з чим давно змирився і вже не розуміє їх абсурдності, вважаючи чимось цілком прийнятним. Підґрунтя фейлетонної теми полягає у зіставленні життєвого матеріалу,

побудові широкого асоціативного поля, адже письменник апелює до фонових знань читача.

Наведемо приклад з тексту, в якому сконцентровано реалії, що найбільш вдало відображають американську дійсність та проаналізуємо адекватність їх перекладу з точки зору прагматичного впливу: *Excellence is the trend of the eighties. Walk into any shopping-mall bookstore, go to the rack where they keep the bestsellers such as Garfield Gets Spayed, and you'll see a half-dozen books telling you how to be excellent: In Search of Excellence, Finding Excellence, Grasping Hold of Excellence, Where to Hide Your Excellence at Night So the Cleaning Personnel Don't Steal It, etc* [8]. У перекладі: *В восьмидесятых у всех на уме одно – стремление к совершенству. Зайдите в книжный отдел любого торгового центра, подойдите к полкам, где выставлены бестселлеры вроде «Гарфилд идет на кастрацию», и непременно увидите пять-шесть книг, рассказывающих о том, как достичь совершенства. Называются они примерно так: «В поисках совершенства», «Как достичь совершенства?», «Погоня за совершенством», «Куда спрятать свое совершенство на ночь, чтобы уборщица не стащила?» и т. д* [1].

У цьому прикладі виділяємо переклад *excellence is the trend of eighties* – *в восьмидесятых у всех на уме одно – стремление к совершенству*. Вислів вдало відтворений, не зважаючи на заміну синтаксичної структури, що в цілому відповідає адекватності сприйняття читачем (рецептором) тексту без додаткового осмислення. Транскодувач удається до повного відтворення предметного значення реалії, форму якої набуває вислів, оскільки з історії американського народу відомо, що у США була поширена доктрина, за якою кожному американцеві відкрита можливість досягти успіху – і навіть обертися президентом країни – завдяки таким своїм рисам, як працелюбність, мужність, наполегливість, рішучість. Кожна людина, котра володіє здібностями та працьовитістю, здатна чесним шляхом домогтися успіху в житті. Як відомо, американці, більше, ніж інші народи, вірять, що успіх людини залежить від власних здібностей і чесної праці, а не від

приналежності до певного класу. Різноманіття національностей та рас, які населяють простори американського континенту викликали нагальну потребу у формулюванні єдиної доктрини, яка б згуртувала вихідців із різних країн світу в єдину націю. Такою доктриною стала *американська мрія*, яка культивувалася протягом багатьох десятиліть і давала кожному американцю віру в те, що він може досягти успіху в житті. Історик і письменник Джеймс Труслоу Адамс популяризував фразу *американська мрія* у 1931 році в книзі «*Epic of America*»: *the dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to his ability or achievement* [10, с. 256].

Для українського та російського рецепторів реалія *американська мрія* набуває дещо іншого значення. Вони сприймають США як країну необмежених можливостей, а американський спосіб життя – як можливу реалізацію всіх своїх бажань. В українській та російській редакції *американська мрія* втратила акцент на словах *багато працювати* та поставила його на тезі *жити багато*, тому вона втрачає свою романтичну привабливість.

Словосполучення *Rolex Hyperion* виражено через транслітерацію *Ролекс Гиперион*. Перекладач транскрибував словосполучення, не вдаючись до додаткових засобів осмислення. Слід зазначити, що пересічному українському читачеві навряд чи відомо що *Ролекс Гиперион* – це годинник заможних (можновладців) в Америці. Дейв Барі використовує *Ролекс* так само, як у рекламників прийнято виражати ідею досконалості: *The Rolex Hyperion. An elegant new standard in quality excellence and discriminating hand-craftsmanship. For the individual who is truly able to discriminate with regard to excellent quality standards of crafting things by hand. Fabricated of 100percent 24 karat gold* [8]. У перекладі: *Ролекс Гиперион*”. *Новый эксклюзивный стандарт элегантности, высококачественного совершенства и ценной ручной работы. Для того, кто поистине способен оценить совершенство стандартов высокого качества применительно к изготовлению вещей*

вручную. Произведен целиком из 24- каратного золота [1]. Для адекватної інтерпретації реалії доречно було б пояснити, що для англомовного рецептора годинник – це символ успіху та досконалості. Зазначена реалія сприймається як стороння українськими та російськими рецепторами і не викликає таких асоціацій, тому вимагає коментаря з метою актуалізації у свідомості іншомовного одержувача ідеї про те, що багато американських президентів носили годинник *Rolex*, починаючи з годинника *Yellow Gold Rolex Datejust*, що належить президентові Дуайту Д. Ейзенхауеру. Як блискучий маркетинговий хід компанія *Rolex* подарувала цей годинник президентові Дуайту Д. Ейзенхауера для користування ним під час Другої світової війни, і він буквально закохався в них. Президент Ліндон Б. Джонсон надавав перевагу золотому *Yellow Gold Rolex Day-Date*. Цей годинник пізніше став відомий як *президентський годинник* через любов до нього Ліндона Б. Джонсона. Політичні лідери любили підкреслити свою владу за допомогою дорогих швейцарських годинників. Немає жодних сумнівів, що традиційний годинник серед можновладців – це годинник *Rolex*, який продовжує користуватися повагою і сьогодні. І тому, щоб запобігти неправильному сприйняттю реалії рецептором, необхідно було б вдатися під час перекладу до додаткових засобів осмислення, наприклад, до пояснення у виносці або до тлумачення реалії у коментарях.

Автор логічно використовує ім'я *Lee Iacocca*, одного з відомих та найуспішніших менеджерів США: *Mark my words: We will reach the point, in our lifetimes, where babies emerge from their mothers fully prepared to assume entry-level management positions. I'm sure I'm not the only person who has noticed, just wandering around the shopping mall, that more and more babies, the really brand-new modern ones, tend to resemble Lee Iacocca* [8]. У перекладі: *Попомните мои слова: не за горами тот день, когда младенцы будут рождаться на свет уже готовыми руководителями низшего звена. И я уверен, что не один я замечал, бродя по залам торговых центров, что все больше и больше младенцев, таких современных, новеньких, чем-то*

напоминают Ли Якокку [1]. Перекладач транскрибував ім'я *Lee Iacocca*, не вдаючись до додаткових засобів осмислення. Якщо брати до уваги тільки переклад власної назви, такий переклад є прийнятним, однак, вживаючи такий відповідник, перекладач залишає нерозкритим національно-культурний компонент з огляду на зміст фейлетону. Доречно було б ввести коментар до цієї лексеми у виносках для пояснення її значення, адже діяльність Лі Якокки як видатного управлінця була високо оцінена в США. Якщо спробувати охарактеризувати стратегію Лі Якокка в бізнесі з точки зору кар'єри то, мабуть, вона полягає у постійному прагненні до досконалості. Завдяки блискучому управлінню компанією Крайслер йому в досить короткі терміни вдалося не тільки відновити компанію, але й вивести її на друге місце в автомобільній індустрії США і світу. Звідси, коли ми у перекладі зустрічаємо ім'я Лі Якокки, це провокує фонові знання, адже незнання цього компоненту значення не сприймається цільовою аудиторією настільки прагматично та адекватно, як це сприймає носій американської культури в оригіналі. В американській історії та культурі знаходимо чимало епізодів, в яких підкреслюється внесок окремих особистостей, висувуються на перший план лідерські якості.

Розглянемо переклад наступної реалії: *It wouldn't surprise me if, very soon, one side or the other offered to pay \$29 trillion to Bruce Springsteen, who according to a Newsweek magazine cover story is currently the most excellent musical genius of all time, preceded briefly by Prince* [8]. У перекладі: *Я не удивлюсь, если в самом ближайшем будущем одна из враждующих сторон предложит 29 триллионов долларов Брюсу Спрингстину, который, если верить передовице в «Ньюсуике», на сегодняшний день как раз является самым гениальным музыкантом всех времен (сменив недолго пробывшего на этом посту Принса)*[1]. Назву журналу *Newsweek* перекладено за допомогою транскрипції *Ньюсуик*, але у перекладі немає засобів осмислення, які необхідні цільовому читачеві. У лексикографічних джерелах дається таке визначення: *Newsweek is an American weekly news magazine founded in 1933*

and that the number of Newsweek subscribers has increased from more than 3 million [9]. Якщо запитати у пересічного американця, які асоціації викликає у нього *Newsweek*, то він зазвичай зосередиться на одному з трьох найбільших щотижневих журналів країни, який дає детальний аналіз новин щодо міжнародних питань, технології, бізнесу, культури і політики. Детальне відтворення цієї реалії необхідне для збереження її змісту й колориту, адже шляхом змісту повідомлень журнал суттєво впливає на думку та поведінку людей, визначає модель поведінки, яка полягає у прагненні до успіху. Інформаційний вплив реалізується як через зміст інформації, так і через форму її подачі. Але для українського та російського рецептора вона чужа і, відповідно, незрозуміла. Слід зазначити, що іншомовному читачу навряд чи відомо, що публікації журналу є наймогутнішим засобом інформаційного впливу на населення. Відсутність у рецептора необхідних фонових знань вимагає пояснення, і тому для того щоб зберегти повний зміст реалії, доречним було б вдатися до коментування.

Висновки. Проаналізувавши переклад реалій у тексті фейлетону, ми дійшли висновку, що реалії відіграють важливу роль у досягненні адекватності перекладу. Вони надають тексту яскравого національного колориту, несуть додаткову інформацію, за допомогою якої можна більше дізнатися про історію і буденне життя народу, культурні цінності, традиції та звичаї. Реалії становлять досить великий і неоднорідний шар, оскільки позначають усе те, що є характерним для культури, побуту, традицій кожного народу впродовж різних історичних епох.

Переклад реалій, як слів специфічних для певного народу або країни, вимагає від транскодувача особливої уваги. Це пов'язано з тим, що з точки зору частоти вживання, ролі в мові, побутового характеру реалії не мають спеціального стилістичного забарвлення; вони не вирізняються стилістично навіть в найбільш буденному контексті оригіналу та є звичними для мови оригіналу, і саме тому при їх перекладі виникають труднощі.

Проблема відтворення національно маркованої лексики засобами іншої мови ускладнюється й тим, що в перекладі необхідно передати не тільки особливості певних побутових чи історичних реалій оригіналу, але й донести до читача правильне розуміння усталених образів, що складаються в кожного народу протягом віків, знайти у мові перекладу такі засоби, які б достовірно й адекватно відображали риси характеру певного народу – носія мови оригіналу.

Ця складність, з іншого боку, забезпечує інтерес до даної проблеми. Крім цього, реалії відносять до лексичних одиниць, схильних до динаміки, тобто з плином часу утворюється все більше нових реалій, а це означає, що розширюється і поле їх дослідження.

Перспективами подальших пошуків у цьому напрямку вважаємо дослідження реалій із огляду на відображення національно-специфічного колориту різних типів текстів культури у перекладі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бузаджи Д. Только лучшее [Электронный ресурс] / Д. Бузаджи. – Режим доступа к ресурсу: <http://www.thinkaloud.ru/>
2. Влахов С.И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М. : "Р. Валент", 2006. – 448 с.
3. Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. — М. : Худож. лит-ра, 1965. — 288 с.
4. Заславский Д. Истоки и пути фельетона / Д. Заславский. – М. : Огонек, 1931. – 96 с.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості [Текст] : підручник / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., переробл. – Л. : ПАІС, 2004. – 268 с.
6. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози) / Р.П. Зорівчак. – Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216 с.

7. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик. – Воронеж: Воронежский ГУ, 1975. – 230 с.

8. Dave Barry Why not the Best? [Электронный ресурс] / Dave Barry // New York. – 1988. – С. 88–92. – Режим доступа : https://docs.google.com/document/d/1iLsOcjROucUjvrtV1OdfaL1ACMMAxAdUSApXKE_SQKo/edit#

9. Encyclopædia Britannica [Электронный ресурс] / Encyclopædia Britannica, Inc, 2007. – p. 1040. – Режим доступа : <http://www.britannica.com/>

10. James Truslow Adams The Epic of America [Электронный ресурс] / Truslow Adams James // Greenwood Press. – 1931. - 446 с. - Режим доступа : <https://www.goodreads.com/work/quotes/1180986-the-epic-of-america>

Пасенчук Н.В. Особливості відтворення американських реалій у перекладі фейлетону (на матеріалі перекладу англомовного фейлетону Д. Баррі)

Анотація. Статтю присвячено проблемі перекладу реалій американської дійсності, як засобів вираження національного колориту в тексті фейлетону, адже передача національно-культурної специфіки з однієї мови на іншу потребує особливого підходу з боку перекладача у досягненні прагматичної адекватності перекладу.

Ключові слова: переклад, фейлетон, реалії, адекватність.

Пасенчук Н.В. Особенности воссоздания американских реалий в переводе фельетона (на материале перевода англоязычного фельетона Д. Барри).

Аннотация. Статья посвящена проблеме перевода реалий американской действительности в тексте фельетона, поскольку именно передача национально-культурного своеобразия реалий с одного языка на другой требует особого подхода со стороны переводчика в достижении прагматической адекватности перевода.

Ключевые слова: перевод, фельетон, реалии, адекватность.

Pasenchuk N. The peculiarities of reproducing of the American realia in translation of feuilleton (case study of translation of the English feuilleton of Dave Barry)

Summary. The article highlights the problems of translation of American realia in a feuilleton as it requires a special approach of a translator in achieving the pragmatic adequacy of a target text.

Keywords: translation, feuilleton, realia, adequacy.