

Французова К.С. Корпоративний лексикон в художньому дискурсі: перекладацький аспект (на матеріалі роману М. П'юзо «Хрещений батько») / К.С. Французова // Наукові записки. Філологічні науки (мовознавство) : у 4 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. – № 81 (4). – С. 338–343.

**КОРПОРАТИВНИЙ ЛЕКСИКОН В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ:
ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ М. П'ЮЗО
«ХРЕЩЕНИЙ БАТЬКО»)**

Катерина ФРАНЦУЗОВА (Херсон, Україна)

У статті вивчається специфіка перекладу корпоративного лексикону у творах художнього дискурсу. Матеріалом дослідження слугував роман М. П'юзо «Хрещений батько» та його переклад українською мовою.

Ключові слова: специфіка перекладу, корпоративний лексикон, художній дискурс, український переклад.

The article is devoted to the translational specificity of the corporative lexicon in works of art on the basis of novel by M. Puzo “The Godfather” and its Ukrainian translation version.

Key words: translational specificity, corporative lexicon, artistic discourse, Ukrainian translation version.

Переклад корпоративного лексикону в текстах художнього дискурсу представляє собою особливий інтерес для дослідження. Це можна пояснити тим, що саме художній дискурс дозволяє побачити те, що менш явно представлено в спеціальних типах текстів. Але саме через жанрову особливість художній твір ставить перед перекладачем значно більше перекладацьких проблем у порівнянні з іншими типами текстів.

Для забезпечення перекладознавчого аналізу у даному дослідженні попередньо були застосовані наступні методики: тезаурусна та дефінітивна методики, методика контекстуального аналізу, типологічний та порівняльний аналіз. В якості ілюстрацій було використано фрагменти з роману М. П'юзо «Хрещений батько» [9] та їх переклади українською мовою, виконаних

О. Зав'язкіним [3]. Для співставлення у роботі також частково використовувалися приклади перекладу російською мовою [8].

Метою статті є визначення специфіки перекладу корпоративного лексикону в художньому дискурсі. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання: 1) ідентифікувати корпоративний лексикон в художніх творах; 2) визначити коло словників, необхідних для адекватного розуміння та перекладу даного типу лексикону; 3) виявити типові труднощі при перекладі корпоративного лексикону в художньому дискурсі.

Теоретичну основу статті становлять поняття «корпоративний», «лексикон», «художній дискурс», «специфіка перекладу», «український переклад».

До поняття «**корпоративний**» можна віднести визначення тих предметів та явищ, що мають відношення до сфери корпоративності. Під **корпоративним лексиконом** ми розуміємо лексичні та фразеологічні одиниці, для яких семантика «корпоративний» є обов'язковою. При перекладі корпоративного лексикону відтворення цієї семантики є також облігаторним. Дане поняття використовується для вичленовування типів текстів строго та не строго корпоративної тематики. Це дозволяє перекладачу змінювати центральні стратегії при перекладі корпоративних текстів. Для того щоб обрати найбільш адекватний варіант, перекладач повинен знати не тільки вимоги типу відтворюваного тексту, але й вимоги певного дискурсу. Правомірним є ствердження про існування корпоративного дискурсу як одного з різновидів дискурсу, що поєднує в собі Business English, спеціальні терміни, професійну лексику та корпоративний жаргон [1].

Специфіка функціонування корпоративного лексикону в **художньому дискурсі** пов'язана з тими жанровими особливостями оригіналу, які являються інваріантними для даного жанру. Завдання перекладача ускладнюється стилістичною «всеосяжністю» художніх ВТ (вихідних текстів) [5: 15, 17]. Професор А. В. Федоров наголошує на тому, що «саме поняття змісту в художній літературі є набагато складнішим, ніж у науковій літературі або

діловому документі. Здатність виразу впливати не тільки на ум, але й на почуття читача нерідко полягає не в речовинно-логічному значенні того чи іншого слова (або сполучення слів), що має більш чи менш точну відповідність у словнику іншої мови, а в якомусь стилістичному відтінку слова або у формі розміщення слів, або в характері їх сполучування за змістом, або в тому, що називається «емоційним ореолом» слова» [б: 338]. Художній дискурс поєднує в собі взаємодію цілого ряду функцій, серед яких інформативна, емотивна, експресивна, метасеміотична та естетична. Але найбільш чуттєвим він є до контактної, директивної та волюнтативної функцій. Адже художній твір не тільки повідомляє інформацію у певній формі, але насамперед впливає на читача.

Специфіка перекладу корпоративного лексикону суттєво залежить від основних його критеріїв. Вони можуть мати такий системний вигляд:

- співвіднесеність лексем та ФО із поняттям «корпорація»;
- етноспецифічність (мовна та комунікативна);
- полісемантичність;
- повна зрозумілість тільки для посвячених («напівпрозорість» для широкого загалу);
- семантика пріоритету й домінування;
- відзначенність, висока символічність, аж до рівня групової сакральності.

Роман М. П'юзо «Хрещений батько» багатий на етноспецифічну лексику та фразеологію, які представлені реаліями італійського бізнесу та мафіозними корпоративними угрупованнями того часу.

Такі особливості корпоративного лексикону спричиняють певні труднощі при перекладі **українською мовою**, а тому потребують пошуку адекватної лексики й ФО у різноманітних словниках.

Так, аналіз ВТ, а також перекладацький аналіз із залученням *тезаурусної методики* вимагає використання певних типів словників і довідкової літератури. До них відносяться енциклопедичні словники й довідники, тлумачні, фразеологічні та сленгові словники. *Дефінітивна методика* вимагає

додання до цього списку лінгвістичних словників. *Методика контекстуального аналізу* припускає використання широкого кола спеціальних довідників, серед яких можуть бути словники економічних, воєнних, медичних, юридичних термінів, а також жаргону, аргю, словників іншомовних слів і виразів та ін. У дослідженні частково долучався *типологічний аналіз*, що потребує знання жанрових особливостей конкретного типу тексту для виявлення закономірностей його перекладу. Літературознавчі словники та література можуть полегшити вирішення цієї задачі. Під час *порівняльного аналізу* ймовірно застосування двомовних словників інших напрямків (англо-російські, італійсько-англійські і т.д.). На етапі пошуку ресурсів рідної мови та літератури крім вищезазначених словників необхідні англо-українські та художні твори корпоративної тематики українською мовою. Таким чином, велика кількість словників з одного боку полегшує процес перекладу, представляючи додатковий набір відповідників. А з іншого боку, навпаки, ставить перед перекладачем проблему вибору з цих відповідників.

При виборі відповідників перекладач керується наступними тактиками: субституція, трансформація та створення відповідників. Розглянемо їх детальніше.

1) **Субституція** (заміна компонентів). За допомогою цієї тактики частіше перекладаються ті корпоративні лексичні та фразеологічні одиниці, в яких (як у проаналізованому романі) превалюють ознаки етноспецифічності, полісемантичності та повної зрозумілості тільки для посвячених. Одним з найпоширенішим способом їх перекладу є калька. Наприклад: *Finally Vito Corleone worked out a system of organization. He gave Clemenza and Tessio each the title of **Caporegime, or captain**, and the men who worked beneath them the rank of soldier. He named Genco Abbandando his **counselor, or Consigliere**.* – «Урешті-решт Корлеоне розробив чітку структуру для своєї фірми. Він присвоїв Клеменці й Тессіо звання **капітанів**, а їх підлеглих нарік «рядовими». Дженко Абандандо одержав чин **радника**».

Етноспецифічна корпоративна лексика, що вимагає знання лінгвокультурних особливостей іноземної мови (по відношенню до оригіналу), у даному випадку італійської, перекладається переважно готовими українськими відповідниками, якщо вони є (*Caporegime* – «капітан», *Consigliere* – «радник»). Але часто, як ілюструє випадок, при цьому втрачається національний колорит, ознаки корпоративності. Це пояснюється тим, що італійська мова в Америці несе в собі функцію діалекту й таємної мови. Дані приклади належать не до нейтральної, а до спеціальної, корпоративної лексики, і вони постійно фігурують уздовж всього роману. У двомовному італійському словнику немає готового відповідника *Caporegime*. Проведемо покомпонентний аналіз лексеми.

«**Сапо**» у перекладі з італійської – 1) голова; 2) *перен.* голова, ум, разум, сознание; 3) глава; главарь, вожак; ответственный; руководитель, заведующий; 4) начальник; командир, а також «сапо-» – перший елемент складних слів зі значенням «глава(рь), начальник» [4]. «**Regime**» – 1) *полит.* строй, режим, форма правления; 2) образ / уклад жизни; распорядок; 3) порядок [4]. *Consigliere* на відміну від *Caporegime* має словниковий еквівалент («радник»), але дана одиниця не несе того скритого семантичного значення, що закладено у лексемі ВТ.

Отже, *Caporegime*, *Consigliere* – це не воєнні або політизовані титули у повсякденному нашому розумінні, це специфічні, дуже відповідальні різновиди «посад» в італійських кримінальних угрупованнях, які брали свій початок від легальних фірм та компаній, та від яких цілком залежить успіх, процвітання та подальша доля кримінальної корпорації. У зазначеному фрагменті дані лексеми вперше зустрічаються в романі. В подальшому лексеми «капітан» та «радник» можуть бути допущені як синоніми в залежності від ситуації. Але для переважного застосування впродовж усього роману навіть у лапках, як використовує їх потім перекладач, вони не є вдалими.

Порівняємо даний фрагмент тексту з перекладом російською: «*Вито Корлеоне разработал новую систему управления. Он присвоил Тессии и*

Клеменца звание *капорегиме (командир отряда)*, а людям, которые работали у них – звание солдат. Джэнко Абандандо был назначен его личным *советником, консильори*». Як бачимо, перекладач на ряду з російським відповідником зберіг італійську версію й тим самим передав необхідну семантику. В подальшому, протягом твору перекладач використовує італійські запозичення для перекладу даних лексичних одиниць (напр. «*Приказы отдавались Джэнко или одному из капорегимес*» або «*Иногда консильори Джэнко Абандандо или даже сам дон приходили выразить почтение смелому человеку <...>*»). Отже, цей варіант є більш адекватним.

2) **Трансформація** (перекладацьке перетворення). Більшість корпоративних лексичних та фразеологічних одиниць не має єдиного відповідника в мові перекладу, і тому потребує пошуку серед ресурсів рідної мови. Обраний варіант повинен відповідати стильовим реєстрам твору (напр. *most of the capital* – «левова частка капіталу»; *businessmen of genius* – «обдаровані підприємці»; *powerful business leaders* – «акули великого бізнесу» (пор. з рос. пер.: «крупные капиталисты»); *a quite ordinary, somewhat ruthless businessman* – «пересічний, хоча й жорсткуватий в методах ділок»; *the world of criminal enterprise* – «світ кримінальної наживи»).

3) **Створення власних відповідників**. Відсутність відповідників у мові перекладу вимагає від перекладача створення власних одиниць. Інколи вони стають перекладацькими okazionalizмами. Наприклад:

In 1933 he sent emissaries to the man who controlled all the gambling activities of Manhattan, the crap games on the docks, the shylocking that went with it as hot dogs go with baseball games, the bookmaking on sports and horses, the illicit gambling houses that ran poker games, the policy or numbers racket of Harlem. This man's name was Salvatore Maranzano and he was one of the acknowledged pezzonovante, 90 calibers, or big shots of the New York underworld. <...> The great Al Capone was Maranzano's friend and he had his own organization, his own men, plus a huge war chest. – «1933 року він послав довірених осіб до чоловіка, який заправляв усім ігорним бізнесом Манхаттану <...>. Звали цього чоловіка

Сальваторе Маранца. У кримінальному світі Нью-Йорка він вважався справжнім тузом». <...> Туз мав власну організацію, власних людей, а крім того дружив із самим Аль Капоне, мав необмежені кошти на «воєнні витрати». (Пор. з рос. пер.: <...> Это был один из главарей преступного мира Нью-Йорка. <...>»).

Опис цієї людини складається із італійського запозичення та його англійських синонімів («the acknowledged **pezzonovante, 90 calibers, or big shots** of the New York underworld»). Перекладачі звернули більше уваги на ФО «big shots», яку переклали наступним чином: «справжній туз» (укр.), «главарь» (рос.). Можливі також й інші варіанти перекладу: «велика шишка», «центральна фігура», «який заправляв всім кримінальним світом Нью-Йорку» (експериментальний метод). Але опущення італійського запозичення несе послаблення картини зображуваної дійсності.

Лексема «pezzonovante» представляє певні труднощі при перекладі. Вона не має готового відповідника в італійському словнику. Спробуємо зрозуміти значення розбивши по частинах. «**Pezzo**» – 1) кусок, часть; *тех.* деталь; элемент; изделие; 2) отрезок, промежуток времени; 3) *муз.* пьеса, произведение; 4) *лит., муз.* отрывок 5) *шахм.* фигура 6) *воен.* орудие; 7) экспонат; 9) *журн.* статейка [4] та ін. «**Novanta**» – 1) дев'яносто; 2) число / цифра дев'яносто [4]. Наступна італійська приказка (*la paura / la fifa fa novanta* — «у страха глаза велики»), що була наведена як приклад в італійському словнику [4], наводить на цікаву гіпотезу. В італійській мові лексема «novanta» може мати метафоричний характер і асоціюватися з чимось великим, значним. Можливо саме це значення мається на увазі в «...pezzonovante, 90 calibers».

Цікавим є також й «90 calibers». «**Calibre**» or *US caliber*: 1) the diameter of a cylindrical body, esp the internal diameter of a tube or the bore of a firearm; 2) the diameter of a shell or bullet; 3) ability; distinction *a musician of high calibre*; 4) personal character *a man of high calibre* [7]. Як відомо, якщо під «калібром» мається на увазі вага в грамах, то це відповідає 228 калібру вогнепальної зброї

за системою США. Якщо ж мається на увазі розмір у міліметрах, то цей калібр еквівалентний легкому безвідкатному знаряддю, тобто гарматі.

Таким чином, можна висунути гіпотезу, що «pezzonovante» – італійська метафора, що у перекладі позначає «90 калібрів», і що метафоричне значення цього виразу в англійській мові має відповідник «big shots» (*informal an important or influential person* [7]). Отже, «the acknowledged pezzonovante, 90 calibers, or big shots of the New York underworld» можна перекласти, роблячи акцент на англійський відповідник «big shots», але при цьому втрачається національний колорит, як видно із зазначених вище прикладів (укр. «справжній туз», рос. «главарь»). Також можна зробити переклад із натяком на італійські реалії в Америці, а саме: «гангстер крупного калібру», «великий бос», «мафіозі» (експериментальний переклад).

Наступний приклад підтверджує необхідність пошуку варіантів у перекладах інших творів художньої літератури. *Moe Greene was a handsome hood who had made his rep as a Murder Incorporated executioner in Brooklyn.* – «Моу Грін – красивий здоровань із темним минулим (кажуть, він починав як **найманий убивця** у Брукліні) <...>». (Пор. з рос. пер.: «Му Грин прославился, как **основной сотрудник бруклинской фирмы "Убийства Лтд"**»).

У творі D. Cusack «Heatwave in Berlin» (ch. 10) також зустрічається «Murder Incorporated»: «*‘They backed the right horse,’ Tod said gloomily. ‘Today the Silent Service is on the up and up. Murder Incorporated was a Sunday-school choir beside that gang’*». Даний фрагмент має наступний варіант перекладу: «– Они поставили на верную лошадку, – мрачно сказал Тод. – Нынче «Тайная служба» идет в гору. «**Лига убийц**» просто воскресная школа в сравнении с этой бандой» [2].

Все вищевикладене дозволяє зробити наступні висновки:

1. Під **корпоративним лексиконом** ми розуміємо лексичні та фразеологічні одиниці, для яких семантика «корпоративний» є обов’язковою. Специфіка перекладу корпоративного лексикону достатньо суттєво залежить від наступних його критеріїв: співвіднесеність лексем та ФО із поняттям

«корпорація»; етноспецифічність (мовна та комунікативна); полісемантичність; повна зрозумілість тільки для посвячених («напівзрозумілість» для широкого загалу); семантика пріоритету й домінування; відзначенність, висока символічність, аж до рівня групової сакральності.

2. Перекладацький аналіз і власне переклад корпоративного лексикону в художньому дискурсі передбачає обов'язкове використання певних словників, серед яких енциклопедичні, тлумачні, фразеологічні, сленгові, лінгвістичні, літературознавчі, спеціальні словники та довідники, словники жаргону, арго, іншомовних слів і виразів, двомовні словники різних напрямків. На етапі пошуку ресурсів рідної мови та літератури крім вищезазначених словників необхідні англо-українські словники та художні твори корпоративної тематики як українською, так й іншими мовами.

3. Найбільші труднощі при перекладі текстів корпоративної тематики художнього дискурсу викликані різними стильовими регістрами художнього твору. Вимоги корпоративної лексики та фразеології комбінуються з іншими вимогами (стилістичними, комунікативними та ін.). Перекладач постає перед вибором, які з них посилити, які послабити. Особливо важко створювати власні відповідники, що вимагає знання не тільки культури мови оригіналу, але й іншомовних запозичень, використання яких можливе в ВТ.

Висновки дослідження можуть бути використані в подальшому при аналізі способів перекладу корпоративного лексикону в текстах корпоративної тематики рекламного дискурсу.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Ананко Т. Р. Англomовний корпоративний дискурс : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – «Германські мови» / Т. Р. Ананко. – Харків, 2007. – 22 с.
2. Большой англо-русский фразеологический словарь. Idioms (En-Ru) : 20 тыс. фразеологических единиц / Кунин А. В. [Электронный ресурс]. – «Русский язык-Медиа», 2006. – (к версии Lingvo 12).

3. Маріо П'юзо. Хрещений батько / М. П'юзо. – Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2006. – 352 с.
4. Новый большой итальянско-русский словарь. Universal (It-Ru) : 300 тыс. слов и словосочетаний / Г. Ф. Зорько [Электронный ресурс]. – «Русский язык-Медиа», 2004. – (к версии Lingvo 12).
5. Стиль автора и стиль перевода : учебное пособие / [М. А. Новикова, О. Н. Лебедь, М. Ю. Лукинова и др.]. – К. : УМК ВО при Минвузе УССР, 1988. – С. 5, 17.
6. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. языков / А. В. Федоров . – 5-е изд. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ ; М. : ООО «Издательский Дом «ФИЛОГИЯ ТРИ», 2002. – С. 338.
7. Collins English Dictionary. Collins (En-En) : 120,000 entries [Electronic resource]. – 8th Edition. – HarperCollins Publishers, 2006. – (for Lingvo 12).
8. <http://www.lib.ru/PJUSO/crestnyj.txt>
9. <http://lib.aldebaran.ru>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Катерина Французова – аспірант кафедри російської мови та літератури Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського
Наукові інтереси: теорія та практика перекладу з англійської мови, корпоративний лексикон