

Пасенчук Н.В.

викладач Херсонського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ АВТОРСЬКОЇ МОДАЛЬНОСТІ У ПЕРЕКЛАДІ ФЕЙЛЕТОНУ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОГО ФЕЙЛЕТОНУ Д.БАРРІ РОСІЙСЬКОЮ МОВОЮ)

Анотація. Статтю присвячено проблемі збереження індивідуального стилю автора при передачі модальності фейлетону в перекладі, оскільки це питання потребує особливого підходу з боку перекладача у досягненні прагматичної адекватності перекладу.

Ключові слова: переклад, фейлетон, модальність, ідіостиль, вихідний текст, текст перекладу.

Актуальність статті визначається підвищенням інтересом дослідників до окреслення текст-типологічної природи нехудожніх типів текстів у перекладі, зокрема фейлетону, а також проблемою відтворення індивідуального стилю тексту в перекладі.

Мета статті полягає у висвітленні проблематики адекватного відтворення авторської модальності у перекладі фейлетону.

Досягнення мети передбачає розв'язання наступних завдань: 1) визначити особливості фейлетону як типу тексту, які істотно впливають на процес перекладу; 2) проаналізувати вплив авторського світогляду на вибір мовностилістичних засобів вихідного тексту; 3) розглянути питання передачі функцій займенника *you* у перекладі з точки зору комунікативного ефекту; 4) дослідити рівень відтворення авторської модальності у перекладі.

Будь-який автор тексту обирає мовностилістичні засоби з точки зору власного світогляду. Стиль письменника створює унікальний, глибоко особистісний світ твору, формує його емоційну основу.

Перекладознавці висловлюють різні думки щодо компонентів стилю та їх обсягу. Так, І.О. Кашкін вбачає у стилі, з одного боку, будову мови автора та відображення в ній норми загальнолітературної мови, а з іншого – індивідуальний художній стиль, як систему вираження світогляду автора

[4, с. 384]. А.В. Федоровим відзначається, що індивідуальна своєрідність твору охоплює такі поняття, як національний колорит, стилістичні ресурси, синтаксис, емоційна забарвленість, мовні характеристики (лексика), ритм [6, с. 284].

Говорячи про важливість ідіостилю слід наголосити на необхідності розрізняти поняття: *стиль твору* та *індивідуальний стиль автора*.

Ідіостиль автора розуміємо як індивідуально-авторські особливості світобачення і текстової діяльності, відображені в тексті як у формі комунікації, включаючи організацію діалогу з читачем [1, с. 297].

Оскільки будь-який текст належить до певного жанру, або типу тексту, він характеризується сукупністю специфічних для цього жанру/типу тексту рис. Поряд з цим будь-який текст відзначається наявністю *стилю автора та, зокрема авторської модальності*. Оскільки процес сприйняття твору зорієнтований на взаємини автора і читача, для досягнення комунікативного впливу на читача автору важливо дотримуватися точності висловлювань, а надто – посилювати вплив на читача залученням образності і висвітлювати суспільно важливі актуальні теми. Засоби актуалізації авторської модальності допомагають читачеві сприйняти авторське повідомлення, ідею та адекватно зрозуміти твір.

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

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 [5, с. 27].

Надзвичайно важлива роль у фейлетоні належить заголовку, що виражає основний задум, ідею автора, служить опорою для читача в розумінні змісту. Основними функціями, які виконує заголовок у публіцистичному творі, є номінативно-інформативна, мета якої полягає в повідомленні про факт; апелятивна функція, що виражається в спонуканні читача до дії, відображенні позиції автора до проблеми чи явища; комунікативна, яка передбачає привернення уваги читача.

Заголовок фейлетону Д. Баррі «*The Columnist's Capers*» («*Журналіст розважається*») містить приховану інтригу. Сюжет фейлетону побудований у формі оповідання, де журналіст, інформуючи про події, висловлює свою думку та привертає увагу читачів. Розповідь ведеться від першої особи однини, що уможливорює створення комунікативного зв'язку із читачем. У тексті йдеться про рутинну роботу журналіста, що пов'язана з безперервним створенням текстів щодня за будь-яких умов та обставин. Заголовок набуває іронічного відтінку, оскільки журналіст претендує на роль "володаря думок". Його ім'я найчастіше зустрічається пересічному громадянину під репортажами, коментарями, аналітичними статтями чи нарисами, де сам журналіст відіграє роль суспільно-політичного центру.

Для перекладача, як посередника між текстом оригіналу та його іншомовним адресатом, віднесеність іншомовного повідомлення до певного типу тексту зумовлює вибір мовностилістичних засобів, які спрямовані на досягнення саме тієї мети, яку було поставлено автором тексту оригіналу.

При перекладі текстів публіцистичного стилю слід враховувати насамперед їх функціональну специфіку, яка визначається інформаційною спрямованістю. При відтворенні таких типів текстів засобами цільової мови однією з основних вимог є зорієнтованість перекладу на еквівалентне відтворення інформаційно-змістового тексту повідомлення, де модальності належить чільне місце. Суттєвим з цього приводу виявляється той факт, що

основою перекладу є інтерпретація тексту перекладачем, тобто дешифровка текстового коду, що включає виявлення прихованих смислів.

Перекладач поєднує в собі функції мовця та адресата, проте не є власне комунікантом інформації, а тільки виконує роль посередника. Його першочергове завдання – досягти комунікативної еквівалентності тексту оригіналу та перекладу, тобто збігу комунікативних інтенцій автора та комунікативного ефекту перекладу.

У наведеному нижче прикладі модальність виражається за допомогою виразного та логічного наголосу, що падає на підмет та займенник *you* (ви): *No doubt you motion-picture producers out there would like to see the novel these critics are raving about* [7]. У перекладі: *Ну что, господа кинопродюсеры? Небось, не терпится узнать, что это за роман такой и откуда такие восторги?* [2].

Спочатку автор акцентує увагу читачів, а потім за допомогою займенника *you* включає їх до тексту безпосередніми співрозмовниками. За допомогою такого прийому автор апелює до читача з упевненістю, що дістане підтримку своєї позиції. Займенник *you* виконує апелятивну функцію та містить посилання (звертання) до тих осіб, до котрих звертається автор. У перекладі відбувається заміна синтаксичної структури вихідного речення, яке у перекладі відтворюється як запитальне, а займенник *you* вживається у значенні *господа*. Транскодувач опустил займенник *you* для того, щоб певною мірою спростити структуру речення, адже для англійської мови характерне часте вживання таких займенників. При перекладі на початку речення додано сполучникову частку *ну что* для передачі відтінку хвилювання, сумніву та вираження риторичного запитання, за допомогою якого підсилюється експресивність. Перекладач очікує підтвердження або заперечення своєї думки, адже він не просто передає звертання, а і увиразнює його, називаючи кінопродюсерів *господа*. Проаналізувавши переклад російською мовою, бачимо, що модальне значення висловлення змінено, оскільки в оригіналі виражена впевненість, а в перекладі зацікавленість.

У наступному прикладі простежуються установки на різного одержувача інформації. Займенник *you* виражає ввічливе ставлення (звертання) до однієї людини, проте імпліцитно автор звертається до всіх журналістів, ніби виокремлюючи кожного зокрема: *The best **you** can hope for, with a newspaper column, is that people will like it enough to attach it to their refrigerators with magnets shaped like fruit* [7]. У перекладі: *Самое большое, на что может рассчитывать **автор** газетной колонки, это на то, что его творение вырежут из газеты и прикрепят на холодильник при помощи магнита в форме фрукта* [2]. Займенник *you* у перекладі замінюється лексемою *автор*. На відміну від займенника іменник називає конкретну особу та робить речення перекладу конкретнішим, ніж речення оригіналу. При перекладі відбувається зміна модальності оригіналу через уведення лексеми *автор*, що підсилює функцію експресивно-емоційного впливу на читача.

Таким чином, транскодувач зміг передати в перекладі наміри автора для того, щоб справити аналогічний ідейно-емоціональний вплив на читача, зберегти образність, колорит, ритм першотвору в перекладі з метою створення адекватного перекладу. Головною залишається вимога передати індивідуальний стиль автора, авторську естетику, яка проявляється як у самому ідейно-художньому задумі, так і у виборі засобів для його втілення. Текст оригіналу і текст перекладу не є тотожними, що зумовлене не лише різницею у мовній репрезентації, але також і різницею у використаних мовностилістичних засобах. Така різниця зумовлена перш за все різними мовностилістичними засобами і засобами художньої виразності, наявними у різних мовах. Здійснюючи переклад тексту, перекладач повинен розуміти прагматичний та соціолінгвістичний фактори ситуації, що впливає на вибір ним мовностилістичних засобів для тексту перекладу.

Перспективи подальшого дослідження полягають у більш ґрунтовному виявленні особливостей ідіостилю автора у тексті фейлетону, які впливають на відтворення модальності у перекладі.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли; пер. с фр. К.А. Долинина ; вступ. ст. Р.А. Будагова. Изд. второе, стереотипное. – М. : УРСС, 2001. – 391 с.
2. Бузаджи Д. Журналист развлекается [Электронный ресурс] / Д. Бузаджи. – Режим доступа к ресурсу: <http://www.thinkaloud.ru/>
3. Влахов С.И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М.: "Р. Валент", 2006. – 448 с.
4. Кашкин И.А. Для читателя-современника. Статьи и исследования. – М.: Советский писатель, 1998. – 562с.
5. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик. – Воронеж: Воронежский ГУ, 1995. – 230 с.
6. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. – М. : Высшая школа, 1983. – 303с.
7. Dave Barry The Columnist's Caper [Электронный ресурс] / Dave Barry // New York. – 1988. – С. 92–95. – Режим доступа : https://docs.google.com/document/d/1iLsOcjROucUjvrtV1OdfaL1ACMMAxAdUSApXKE_SQKo/edit#