

языка. К сожалению, многие американизмы перешли в русский язык и некоторые из них отрицательно сказываются на его развитии.

Список литературы

1. Влахос С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1986.
2. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни. // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: Языки русской культуры, 1996.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В НЕМЕЦКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Топчиенко М.В., Данилова И.И.

Южный федеральный университет, Таганрог,
e-mail: juliaprivalova61@gmail.com

Перевод реалий – часть большой и важной проблемы передачи национального и исторического своеобразия, которая восходит, должно быть, к самому зарождению теории перевода как самостоятельной дисциплины. Этой области в той или иной степени, с той или иной точки зрения касались и касаются многие теоретики перевода. Реалии являются актуальным объектом исследования многих лингвистических дисциплин: переводоведения, сопоставительной лингвистики, лингвострановедения, лингвокультурологии, этнопсихолингвистики, теории межкультурной коммуникации. Проблемы, связанные с изучением языковых реалий, их передачей при переводе, лексикографическим описанием и лингводидактической презентацией освещаются в работах исследователей-лингвокультуроведов Л.С. Бархударова, Г.Д. Томашина, А.Д. Швейцера и многих других.

Слово реалия берет начало от латинского прилагательного *realia* – «вещественный», «действительный». Под реалиями в лингвистической культуре понимаются предметы или явления материальной культуры, этнонациональные особенности, обычаи, обряды, а также исторические факты или процессы, обычно не имеющие лексических эквивалентов в других языках [1, 3]. В немецкой лексикографии термин «реалия» появился лишь в 70-х гг. XX века в словаре под редакцией Р.Кюфнер: реалии *Realien* – мн.ч.: 1) Реальные предметы, факты; знания; раньше в естественнонаучных дисциплинах; 2) Также *Realia* – мн.ч.: слова, называющие предметы и явления, специфичные для отдельных стран и культурных кругов [4, с. 643]. Такая формулировка близка современной трактовке этого термина в лингвистике. Здесь проводится четкое разграничение реалий-предметов (*Realien*) и реалий-слов (*Realia*) и указывается своеобразная особенность данного разряда лексики: материальная прикрепленность обозначаемых предметов и явлений к определенной стране, ее культуре [4].

Проблема перевода реалий в немецких публицистических текстах как одна из наиболее трудных задач, стоящих перед переводчиком, привлекает внимание многих лингвистов и теоретиков перевода. Среди собственно языковых и стиливых особенностей языка немецких текстов публицистического стиля, совокупность которых отличает его от языка других функциональных стилей, можно назвать высокую степень стандартизации используемых средств, экспрессивность языка как способ привлечения внимания читателя, насыщенность самыми разнообразными реалиями (общественной, политической и культурной жизни).

Среди трудностей при переводе реалий в немецких публицистических текстах можно выделить отсутствие в переводящем языке соответствия (эквивалента) из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого реалией объекта и необходимость,

наряду с предметным значением реалии, передать колорит, а также ее национальную и историческую окраску. В немецкой публицистике при выборе наиболее подходящего приема перевода необходимо учитывать способ подачи реалии автором текста оригинала и средства, используемые им, чтобы довести до сознания читателя ее содержание.

В теории и практике перевода немецких публицистических текстов широко известны следующие приемы перевода реалий с немецкого языка на русский.

1) Транскрипция и транслитерация. Транслитерация – это передача средствами ПЯ графического (буквенного) состава слова ИЯ, а транскрипция – это передача звуковой формы буквами ПЯ. Эти приемы широко применяются при передаче иноязычных имен собственных, географических наименований и названий разного рода компаний, фирм, пароходов, го-стиниц, газет, журналов и пр.: *der Riesling* – рислинг, *der Rheingau* – Рейнгау, *die Mosel* – Мозель; *Saar* – Саар. Они особенно распространены в общественно-политической литературе и публицистике как переводной, так и оригинальной, но описывающей жизнь и события за рубежом (например, в газетных корреспонденциях). Желательность применения транскрипции при передаче реалий обусловлена тем, что при удачном транскрибировании переводчик может добиться преодоления обеих упомянутых выше трудностей передачи и смыслового содержания, и колорита. Выбор транскрипции при переводе также зависит и от читателя, на которого ориентирован текст, то есть необходимо учитывать степень «знакомости» реалии, поскольку она не должна остаться за пределами его восприятия.

2) Гипо-гиперонимический перевод. Для этого способа перевода характерно установление отношения эквивалентности между словом оригинала, передающим видовой термин, и словом в языке перевода, называющим соответствующее родовое понятие, или наоборот.

3) Уподобление. Этот переводческий прием очень близок к предыдущему. Разница между ними лишь в том, что уподобляемое слово скорее называют понятием, соподчиненные по отношению родовому понятию, а не подчиненное и подчиняющее понятия, как было в предыдущем случае: *die Streuobstwiese* – фруктово-ягодный сад.

4) Перифрастический (описательный, дескриптивный, экспликативный) перевод. В этих случаях соответствия устанавливаются между словом (или фразеологизмом) оригинала и словосочетанием перевода, объясняющим его смысл. Перифраза нередко совмещается с транскрипцией, заменяя подстрочный комментарий и делая более естественной и соответствующей оригиналу переводную авторскую речь *die Trockenbeerauslese* – отборное вино из заизюмленного винограда, *der Eiswein* – вино из замороженного винограда.

5) Калькирование. В публицистическом переводе этот прием характерен не для передачи значений слов-реалий, то есть общепотребительных слов в определенной национальной общности, а при воссоздании индивидуально-авторских неологизмов, когда переводчик, соперничая с автором, придумывает столь же выразительные, как в оригинале, окказиональные слова: *das Rheinische Schiefergebirge* – Рейнские Сланцевые горы; *Europäische Gemeinschaft* – Европейское Сообщество [2].

Перевод реалий в немецкой публицистике – творческая процедура, требующая от переводчика хорошего уровня культурной и страноведческой подготовки. В распоряжении переводчика имеется не одно,

а целый ряд средств, дающих возможность передать значение исходной словарной единицы в речи, в конкретном тексте.

Список литературы

1. Терминасова, С.Г. «Язык и межкультурная коммуникация». – М., 2000. – 215 с.

2. Виноградов В.С. «Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы)». – М.: Изд-во института общего среднего образования РАО, 2001, – 224 с.

3. Влахов С., Флорин С. «Непереводимое в переводе». – М., 1980.

4. Käfner, R. Großes Fremdwörterbuch / R. Käfner. – Leipzig: Bibliogr. Institut, 1997. – 824 p.

Секция «Филология в современном контексте», научный руководитель – Малышева Н.В., канд. филол. наук, доцент

ИМЯ СОБСТВЕННОЕ КАК КУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ

Верховцева Д.П., Иванова Л.В.

Магнитогорский государственный университет,
Магнитогорск, e-mail: dina.verkhovtseva@mail.ru

*Nomen est omen.
Имя есть предзнаменование.*

Латинская пословица

Имена и фамилии людей, так же как и все имена собственные передают нам информацию об истории, культуре, традициях носителей этих имен и этого языка. Поэтому представляется небезынтересным проанализировать имя собственное в контексте экстралингвистических факторов, влияющих на функционирование его в языке. Мы ограничимся исследованием имени и фамилии человека.

Отметим, прежде всего, что имена собственные служат в основном для особого, индивидуального обозначения предмета, то есть они выполняют функцию индивидуализирующей номинации. Однако им отчасти присуща и классифицирующая номинация. Конкретно это означает, что имя определенного человека по имени Jacques может стать наименованием целого ряда людей, которым присваиваются типичные для данного образа свойства: *c'est un Jacques à tout faire*.

Тот факт, что за каждым именем в языке закрепляется отдельный образ, становится очевидным, если в качестве примера несколько наиболее распространенных во Франции имен. Имя Pierre означает «камень, крепкий», кроме того, оно ассоциируется со Святым Петром, поэтому его можно считать образом католичества во Франции.

Фамилии Dupont, Durand, Martin – самые распространенные во Франции. За этим наименованием стоит класс типичного француза со средним доходом и социальным положением. По мнению французского исследователя *P.-H. Billy*, механизм перехода от имени индивидуализирующего к имени классифицирующему проходит не в два, а в три этапа: имя собственное отдельного референта (nom propre), коллективное классифицирующее имя носителя (nom collectif), и nom bâtard – так называемое внебрачное дитя имени собственного, которое пишется уде с маленькой буквы.

Любопытно отметить, что во французской филологии процесс перехода имени собственного в класс имени нарицательного (апеллятива) обыгрывается терминологически. Дело в том, что в названии имени собственного – nom propre – присутствует прилагательное propre, что означает также «чистый». Таким образом, при снижении престижа слова, его своеобразной деноминации, используется антоним «propre» – «грязный» (sale). Получается, что имя нарицательное во французских терминах: bâtard, sale. Следовательно, уже на уровне терминов становится более очевидно существо процесса: имя собственное

референта («чистое») → имя коллективное (класс объектов) → имя нарицательное («грязное»).

На конкретном уровне язык предоставляет нам большое количество примеров, каким образом имя отдельного человека и становится именем класса людей, превращается таким образом в своего рода национальный компонент культуры, хотя и со знаком минус.

Во французских фразеологизмах с именами собственными мы находим множество подтверждений изложенному выше. Кроме лингвистического интереса, состоящего в анализе функционирования самых распространенных имен и фамилий во Франции, мы преследуем цель выявить причины экстралингвистического толка, влияющие на закрепление за именами собственными набора типичных характеристик.

В частности, имя Jean является в сознании носителей языка синонимом простака, человека рассеянного и наивного. Это становится очевидным на основе следующих пословиц: *Jean de la lune, Jean farine, être Jean comme devant, faire son petit Saint Jean*.

Оказывается, что кроме бытовых имеются и иные источники появления дополнительных черт к имени. Например, исторические анекдоты: королю Иоанну Доброму приписывают вину за разгром французских войск в сражении при Пуатье в 1356 году, в виноградниках. В результате возникло новое в образе Jean – неудачник, *Jean des vignes*.

Культурно-языковой традицией французов является сатирическое переосмысление имен реальных людей и превращение этих имен в клички и «грязные» наименования. Например, в речении *jambes Louis XV* содержится намек на физический недостаток короля – ноги колесом.

В ходе исследования выяснилось, что мотивы для возникновения имен нарицательных могут исходить из самых разных зон фоновых знаний: бытовая культура, исторические, религиозные, мифологические материалы, литературные источники. Приведем в доказательство несколько примеров. *Il est comme Saint-Jacques à l'hôpital* – (намек на статую святого Иакова, повернутую лицом к улице, на которой жили пирожники). *Maître Jacques* – мастер на все руки (по имени персонажа комедии Мольера «Скупой», который был и кучером и поваром). *L'abîme de Pascal* – бездна Паскаля (Паскаль видел галлюцинации в виде пропасти, готовой его поглотить). *Les oies du frère Philippe* – женщины (из Лафонтена, заимствующего у Боккаччо рассказ о юноше, впервые увидевшего женщин. На его вопрос «Что это такое» брат Филипп отвечает «Это гусыни»).

Французские присловья, включающие имена собственные и образованные в результате игры в созвучия, также могут служить материалом для анализа:

A la tienne, Etienne! – За твоё здоровье!

Ça glisse, Alice! – Скользко!

C'est juste, Auguste! – Вот именно!

Tu parle, Charles! – Ещё бы!

Cool, Raoul! – Само собой!