

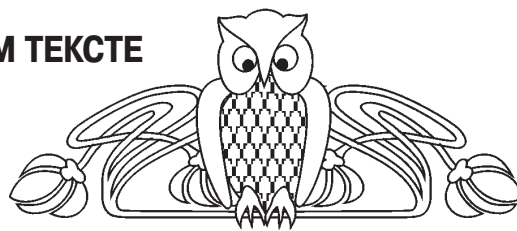


УДК 81'255.4

КЛИШЕ И ШТАМПЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ КАК ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА

З. Л. Новоженова

Институт восточнославянской филологии
Гданьского университета (Польша)
E-mail: zln@o2.pl



В статье рассматриваются клише и штампы как проблема перевода публицистических текстов (проблемных статей). Показывается, что основная трансформация в области клише определена изменением прагматической составляющей текстов.

Ключевые слова: клише, штампы, публицистический стиль, перевод, прагматическая составляющая.

Clichés and Officialeses in Publicistic Text as a Translation Problem

Z. L. Nowozhenova

In the article clichés and officialeses are considered as the problems encountered in the translation of the journalistic style texts (topical articles). The main transformations in the sphere of clichés are revealed to have been determined by the changes of the text pragmatic aspect.

Key words: cliché, officialeses, journalistic style, translation, pragmatic aspect.

Одной из проблем перевода публицистических текстов является наличие в них клише и штампов, которые теоретиками и практиками перевода квалифицируются как одна из сложностей перевода¹.

Надо отметить, что диапазон понимания клише в современной гуманитарной науке достаточно широк – от психологических, культурных и филологических клише до речевых клише как проблемы успешной коммуникации в практике культуры речи. В языкознании существуют успешные попытки осмысления этого явления (Т. М. Николаева, Е. П. Захарова, В. Н. Москвин и др.).

В целом в лингвистике под понятие «клише» подводится довольно широкий круг явлений. Так, словарь «Культура русской речи» (2003) определяет «клише или речевой стереотип как готовый, легко воспроизводимый в определенных ситуациях и сферах общения оборот». Подобное определение дано и в «Словаре лингвистических терминов» Ю. Э. Розенталя и М. А. Теленковой (1971). Приблизительно в том же значении в науке используются такие термины, как «речевой стандарт», «шаблон», «стереотипизированный оборот». К разновидностям клишированных образований относят также разного рода воспроизводимые единицы, такие как формулы речевого этикета, штампы, афоризмы, фразеологизмы, идиомы, крылатые слова, некоторые лозунги, цитаты. Все перечисленные выше термины состав-

ляют некое терминологическое поле и относятся к единицам, обладающим свойством воспроизводимости в определенных дискурсивно-речевых обстоятельствах. Хотя при более пристальном теоретическом взгляде на эти явления, а также в исследовательской практике обнаруживаются и фиксируются различия между ними. Именно широкое понимание клише в качестве рабочего будет применено нами к материалу исследования.

Отметим только специфику штампа (по отношению к клише), поскольку именно он, наряду с клише, является характерной особенностью газетно-публицистического текста. Речевые штампы, имея такую же коммуникативно-речевую природу, что и клише («высокая употребительность», «ходовая универсальная единица», «готовые блоки»²), отличаются от последних стилистической («окрашенное речевое средство») и стилевой («основная сфера, в которой рождается и меняется речевой штамп – это язык средств массовой информации») маркированностью. В связи с этим клише и штампы дают разный риторический эффект.

Какова же роль клише и штампов в газетно-публицистическом стиле и тексте? При анализе механизмов их функционирования в газетно-публицистическом тексте и его переводе необходимо учитывать как базовые лингвистические, так и экстралингвистические параметры текста данного типа и его жанрообразующие признаки (при анализе как оригинала публицистического текста, так и его перевода). Наиболее продуктивной в этом анализе является прагматическая триада: автор (адресант) – цель (коммуникативное задание) – читатель (получатель, адресат).

Как известно, модель порождения газетного текста определяется как «обязательное и прямолинейно-постоянное соотношение стандартизованных и экспрессивных сегментов речевой цепи, действием ориентаций на экспрессию и стандарт, составляющих единый конструктивный принцип»³. Эта модель предполагает системное взаимодействие выразительных, эмоционально воздействующих и стандартных речевых средств. Задача автора публицистического текста – не только информировать читателя (адресата), но и обязательно дать оценку сообщаемому, что и выполняют, как правило, стилистически маркированные средства. В этом процессе клише и



штампы выступают как амбивалентные единицы, поскольку они в различных обстоятельствах могут быть и стандартным речевым средством для передачи его информационно-фактологических элементов, и одновременно средством их экспрессивной оценки.

Особенности коммуникативной (взятой со стороны автора) ситуации – необходимость быстро реагировать на злобу дня – значительно усиливают в газетно-публицистическом тексте общеречевую тенденцию к клишированности и стандартизованности речевых средств. Эта тенденция поддерживается также фактором адресата. Последний, как известно, в данной функциональной сфере отличается массовостью, разнородностью и размытостью своих социально-психологических характеристик, что в определенной мере ограничивает речетворческие эксперименты автора. Сообщение, адресованное массовому читателю со всеми вытекающими из этого последствиями, должно быть как можно более доходчивым.

Кроме того, текстовые возможности клише и штампов свидетельствуют об их коммуникативной и риторической эффективности в номинации и интерпретации, а также социальной оценке событий, что позволяет им быть одним из важных средств формирования стилевой доминанты публицистического стиля, то есть не только стандарта, но и социальной оценочности.

В то же время коммуникативные параметры газетно-публицистического текста и коммуникативные условия его порождения корректируют определенные свойства клише и штампов: во-первых, именно в публицистическом дискурсе может происходить понижение в ранге клише до штампа через частотность их употребления, стирание образности; во-вторых, происходят разрушение и трансформация клише и штампов (нарушение их стабильности) в целях эффективной реализации воздействующей функции (для выражения оценки и усиления экспрессивности публицистического текста). Надо отметить, что «стабилизация таких готовых к употреблению выражений всегда относительна, тогда как тенденция к изменению и обновлению в допустимых лексических и тематических границах – абсолютна»⁴. Таким образом, внутренняя стабильность клише, штампов, шаблонов, речевых стандартов, в том числе и фразеологизмов, постоянно нарушается под действием прагматической свободы автора (отсутствия внешней обусловленности оценки) и стилового «произвола» (преобладания в тексте «слога» над стандартом, авторской креативности, нарушающей стилевые каноны и стандарты), что часто порождает дополнительные трудности при переводе.

Именно амбивалентная природа клише, проявляющаяся, как мы видим, в возможности их участия в тексте в качестве не только стандартного, но и экспрессивного средства, а также их

«стабильная нестабильность» или «нестабильная стабильность» порождают сложности перевода, поскольку требуют от переводчика не только их выявления и распознавания в тексте, но и установления механизмов и эффектов их трансформации (дестабилизации). От переводчика также требуется их адекватная функционально-стилевая и социально-культурная оценка.

Роль клише и штампов в конструировании газетно-публицистического текста и их поведение в переводе с учетом указанных выше процессов будут проанализированы нами на примере двух статей и их переводов, помещенных в польском журнале «Forum». Это статья А. Храмчихина (заведующего аналитическим отделом Института политического и военного анализа) «Угроза, которая сама по себе не рассосется» («Независимая газета», 22.02.2008) и статья Владимира Овчинского (доктора юридических наук, генерал-майора милиции в отставке) «Территория “свободной охоты”» (журнал «Огонек», 12.12.2007). В них отмечено соответственно 77 и 70 клише и штампов на примерно одинаковый объем – две страницы журнального текста.

В статье А. Храмчихина «Угроза, которая сама по себе не рассосется» обнаружены следующие клише: публичные выступления, потенциальная угроза, вызывает удивление, вооруженные силы, жизненное пространство, наступательные боевые действия, естественные потребности, защищать интересы, реальная сила, политическая стабильность, военная мощь, боевые действия, военные конфликты, законные права и интересы, долговременная программа, жизненные интересы, локальные войны, потенциальные противники, одержать победу, средства и способы ведения вооруженной борьбы, природные ресурсы, коренное население, официальная пропаганда, следует подчеркнуть, научные труды, полный контроль, официальная точка зрения, административное деление, территориальные претензии, официальное заявление, (китайские) власти, проблемы роста, тоталитарный режим, политическое руководство, серьезные проблемы, экономический рост, конечные цели, передовые страны, основные экономические показатели, повышение благосостояния населения, критическая ситуация, повышение цен, экологическая обстановка, вложение (значительных) средств, слой населения, рабочая сила, экономический рост, демографическая ситуация, ближайшая перспектива, социальный феномен, автоматически ведет, зачаточное состояние, младшие возрастные группы, обозримое будущее, разрубить гордиев узел, проблема решается, беда в том, проблемы усугубляет, огромная проблема, вызов для всего человечества, подкупающая прямота, печатный орган, прямая военная агрессия, высокая роль, политическая жизнь, руководящий пост, ускорить процесс, отправить на смерть, мировой порядок, проблема (не) рассосется.



В статье В. Овчинского «Территория свободной охоты» отмечен следующий состав клише и штампов: первоочередные задачи, поставленные конкретные задачи, нести прямую угрозу, нанести ущерб, организованное преступное сообщество, судебное разбирательство, работать в закрытом режиме, принять решение, государственный обвинитель, морской промысел, розничная торговля, осуществлять контроль, паспортные данные, обвинительное заключение, идеологическая работа, тяжкие преступления, экстренное совещание, неформальные лидеры, пользоваться авторитетом, в ходе следствия установлено, зверское избиение, трудная семья, преступная организация, закоренелые бандиты, широкий спектр вопросов, жесткие законы, громкие скандалы, высокопоставленные чины, силовые структуры, силовые ведомства, широкомасштабные спецоперации, реальная угроза, национальная безопасность, скачок спроса, жесткий контроль, преступный авторитет, тесные контакты, незаконный бизнес, урегулировать проблему, таможенная декларация, природные богатства, оперативная информация, национальные интересы и под.

На отбор и номинативно-смысловой состав клише и штампов в публицистическом тексте влияет ряд факторов: тема, жанр, авторская позиция, личность автора, его социально-психологические качества, профессиональная принадлежность.

Тематическая открытость газетно-публицистических жанров дает возможность употребления в них разностилевых клише и штампов, являющихся средством номинации многообразных явлений действительности, различных проявлений духовной и физической деятельности человека, о чем свидетельствует состав клише и штампов в проанализированных текстах, которые являются главными носителями фактологической информации.

Оба текста относятся к газетному жанру проблемной статьи, что также отражается на свойствах клише и штампов в них. Проблемная статья как особый газетный жанр создается в ситуации анализа, постановки вопроса, обсуждения, поиска решения вопросов социального развития. Цель автора проблемной статьи – дать описание общественно значимого факта, привлечь к нему внимание, дать оценку указанной проблеме и показать (в идеале) пути ее решения. Основная проблема статьи «Территория свободной охоты», к которой автор хочет привлечь внимание, определена в подзаголовке: «Удастся ли вырвать российский Дальний Восток из криминальных сетей?». Проблема в другой статье определена в преамбуле: «В последних публичных выступлениях руководителей России совершенно не прозвучала потенциальная угроза РФ со стороны Китая».

Авторы привлекают внимание к проблеме, оценивают явления, замеченные ими как отрицательные, выражают обеспокоенность и ищут выход из патологической ситуации, то есть обна-

руживают гражданскую позицию: заинтересованность проблемой, обеспокоенность ее последствиями (поиски решения проблемы).

Исследователи газетных текстов указывают, что на речевой фактуре проблемной статьи существенно сказывается культурно-речевая потенция автора. Можно противопоставить два типа статей: с одной стороны, это статьи, написанные профессионалами речи, спецкорами, а с другой – написанные специалистами, обладающими профессиональными знаниями в определенной области, которые приходят в газету со своим речевым опытом. Необходимо также учитывать возраст, пол, образование и профессию автора статьи. И эта закономерность сказывается на речевых клише и штампах.

Так, в статье Овчинского – генерала милиции, юриста – в области клише и штампов обнаруживаются черты, которые выявляют не только предметную сферу интереса автора статьи, но и его профессию: а) деловые, юридические, милицмейские; б) жаргонные; в) прецедентные клише. Часть из них имеет такую смысловую и стилистическую коннотацию, которую можно определить как советизм.

Именно клише-профессионализмы, близкие к терминам, составляют самую многочисленную группу. Они, в первую очередь, относятся к юридической и правоохранительной сфере: *паспортные данные, судебное разбирательство, работать в закрытом режиме, государственный обвинитель, тяжкие преступления, места лишения свободы, обвинительное заключение, в ходе следствия установлено, оперативная информация, зверское избиение, закоренелые бандиты, жесткие законы, контрафактная продукция*. Отмечаются также профессиональные клише, относящиеся к другим областям деятельности: *компьютерные базы данных, морской промысел, розничная торговля, природные богатства, полномочный представитель, трудная семья, населенные пункты, транспортные перевозки, местные власти, промысловые суда*. Часть клише, отмеченных в данной статье, можно характеризовать как канцеляризм. Чаще всего они представляют собой аналитические глагольные предикаты: *принять решение, осуществлять контроль, нанести ущерб, пользоваться авторитетом, урегулировать проблему*. Нередко в данных клише и штампах как стилистическая коннотация просвечивает советская риторика (*широкий спектр вопросов, первоочередные задачи, поставлены конкретные задачи* и др.). Общий тон статьи во многом напоминает протокол, служебный отчет именно в силу насыщенности профессиональными и деловыми клише (канцеляризмами). Кроме всего, в них просвечивают риторические идеалы минувшей эпохи (стилистические и семантические советизмы). Именно сфера официально-делового общения оказывается наиболее консервативной в отношении устойчивых словосочетаний, так



как официально-деловые реалии, ими обозначаемые, не предполагают динамики изменений, тем самым сохраняя в речевой практике целый пласт устойчивых сочетаний, часто имеющих коннотативную окраску, как советизмы. В этом, безусловно, можно видеть проявление языковой личности автора статьи, сформированной под влиянием профессиональной деятельности и советской эпохи. Автор является во многом продуктом минувшей эпохи, его языковые навыки были сформированы советским риторическим идеалом и советской словесной культурой, для которых характерны десемантизация речевых средств, минимум субъективизма в языке, идеологизация оценочной и частотное употребление клишированной лексики.

Кроме профессионально-деловых клише, канцеляризм и штампов автор употребляет также и жаргонные клише, причем в данном случае их употребление не имеет переносного значения, а является прямыми номинациями реалий преступного мира: *вор в законе, быть под колпаком, жить по понятиям*. Однако автор статьи не стремится объяснить и не считает нужным дать комментарии к этим жаргонным фразеологизмам, поскольку факты свидетельствуют о включенности части криминального жаргона в общенациональную речевую практику россиян. Так, данные языковые единицы получают квалификацию явлений общего жаргона и фиксируются в словаре «Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона»⁵. Криминальная окрашенность современного русского культурного дискурса вообще не препятствует, как показывают факты, вхождению жаргонной лексики, связанной с преступным миром, в публичные тексты.

В статье А. Храмчихина состав общественно-политических клише характеризует автора как профессионального политолога: аналитический подход к интерпретации действительности, общедемократический настрой автора (семантика) влияют на выбор клише. Их состав не отмечен идеологическими стереотипами советской эпохи и в целом отражает демократическую динамику изменений в российском обществе: публицистическая риторика автора вполне вписывается в европейскую парадигму (*локальные войны, жизненные интересы, законные права, политическая стабильность, критическая ситуация, экологическая обстановка* и др.).

Оба текста, как показал анализ, содержат немногочисленные прецедентные явления и фразеологизмы. Так, в статье В. Овчинского отмечен фразеологизм *окреп и расцвел*, который стал модным в последние годы и получил широкое распространение именно в газетно-публицистических текстах. Последнее утверждение основывается на том факте, что списки результатов в поисковой системе Интернета google.com показывают: преобладающее количество примеров (около 4000

из 5160) относится к газетно-публицистическим текстам. В данном тексте появляется и такой популярный газетный штамп, как *зеленые фуражки* (о пограничниках).

В текстах в соответствии с требованиями передачи информации и усиления воздействующей функции прецедентные фразы и фразеологизмы обыгрываются путем трансформации. Так, вторая часть статьи, названная «*По заветам Джэма*», имеет аллюзию на прецедентное высказывание, относящееся к советской эпохе, – *по заветам Ильича*. Оценочный компонент как раз и проявляется очень ярко в названии этой части, в которой иронически обыгрываются штампы советской эпохи: *по заветам Ильича, Ленин умер, а дело его живет – по заветам Джэма, Джэм умер, а дело его живет*.

Перевод клише и штампов в газетно-публицистическом тексте происходит, как правило, на фоне значительной трансформации, которую он переживает в этом процессе. Автор и переводчик публицистических текстов преследуют разные прагматические цели и задачи.

Газетный текст, как известно, отличается прагматической ориентированностью, то есть запрограммированной установкой на социальную оценку излагаемого факта в заданном направлении. Реакция читателя для журналиста, автора публицистической статьи – это конечная цель коммуникации, и она должна быть только такой, какой он ее себе представляет и сознательно запрограммировал. Все используемые средства, в том числе и клише, должны служить ее реализации.

Ситуация перевода качественно изменяет содержание триады «автор – цель – адресат». Ментальная и социальная активность переводчика публицистического текста реализуется иным образом и определяется сменой как цели, так и адресата, что значительно изменяет прагматическую составляющую текста перевода. Для переводчика важно не только передать фактуальную информацию, но и дать ей свою оценку, дополнить ее собственной оценкой, предлагая и производя переводческую трансформацию, но при этом переводчик не должен забывать о задаче передачи «смысла, эмоций, функции и стиля, т. е. сохранения смыслового, эмоционально-экспрессивного и функционально-стилевого содержания оригинала»⁶. Эти два обстоятельства определяют тактику и приемы перевода газетно-публицистического материала. Переводчик трансформирует оценочную составляющую текста, вводя свой «субъективный» компонент. Это проявляется в изменении модальности повествования. Для переводчика базовой становится пресуппозиция «свой – чужой»: он своим переводом привлекает внимание к негативному факту чужой действительности, и в этом акте уже есть оценочный момент. На характер оценки в переводе публицистического текста очень часто (если не всегда) влияет такой важный компонент данного коммуникативного акта, как



заказчик в качестве инициатора коммуникативного акта перевода. Роль инициатора перевода особо подчеркивает К. Норд⁷. Однако заказчика в публицистическом дискурсе можно трактовать достаточно широко: не только как конкретного заказчика – редактора, издателя, это могут быть и информационно-коммуникативные ожидания общества. Именно изменение прагматического потенциала текста – это механизм, который запускает все последующие действия переводчика над оригиналом.

Под давлением прагматической направленности текста меняются его содержательные и формальные параметры. В тексте перевода изменяется авторская позиция относительно излагаемых фактов: автор оригинала помещает себя внутрь ситуации, и его оценка в целом квалифицируется как оценка участника события. Переводчик же перемещает точку своего наблюдения вне событий, он является внешним наблюдателем, который не идентифицирует себя с ситуацией, то есть уже не «свое», «мы», а «чужое», «они». Изменение прагматического потенциала перевода выражается также в переключении в нем модально-оценочного плана: в переводе исчезают гражданская заинтересованность, убежденность, взволнованность авторов оригинала. Характерен уже сам выбор материала для перевода: проблемная статья о криминальной ситуации в одном из регионов России и обсуждение (вторая статья) критического состояния отношений между Россией и Китаем. Переводчики обеих статей привлекают внимание своим переводом к негативному факту чужой действительности, и в этом акте уже есть оценочный компонент.

Изменение точки зрения на проблему проявилось в изменении названий статей и их частей, появлении нового композиционного членения статей, изменении графического и параграфического оформления текстов. Статьи получают другие названия. Так, вместо «Территория свободной охоты» в переводе появляется «*Daleki Dziki Wschód*», что является своего рода культурно-речевым клише польского публичного дискурса. Негативная оценка является первоочередной для переводчика и выражается открыто в подзаголовке: «*Spółeczeństwo, gdzie hulają bandyci*» «Общество, где разгуливают бандиты». В переводе второй статьи название с четко выраженной гражданской позицией «Угроза, которая сама по себе «*rac-socet się*»» (оно содержит клише с вариативным компонентом (*угроза не рассосется, проблема не рассосется*) заменяется фактологическим «*Coraz więcej państwa środka*». В обоих текстах переводов убрана текстовая преамбула – абзац, в котором декларируется проблема, – поскольку в ней четко выражена позиция автора оригинала, избыточная для перевода. Вместе с преамбулой убираются «пустые» риторические клише с коннотациями советской эпохи (*намечен целый ряд программ, первоочередные задачи*) и публицистические кли-

ше (*публичное выступление, вызывает крайнее удивление*). При этом нередко часть клише находит в переводе смысловые и стилистические эквиваленты: *трудная семья* – *rodzina patologiczna*, *на-спортные данные* – *dane osobowe*, *неформальные лидеры* – *nieformalni liderzy*, *национальная безопасность* – *bezpieczeństwo narodowe*, *природные богатства* – *bogactwa naturalne*, *незаконный бизнес* – *nielegalny handel*, *урегулировать проблему* – *uregulować problem*, *высокопоставленные чины* – *wysoko postawieni pracownicy*, *научные круги* – *środowisko naukowe*, *жесткие законы* – *twarde prawo*, *обвинительное заключение* – *akt oskarżenia*, *идеологическая работа* – *działalność ideologiczna*, *розничная торговля* – *handel detaliczny*, *морской промысел* – *połowu morskie*, что объясняется общностью понятий и явлений в двух социально-культурных сообществах.

Вписываемость оценки автора публицистической статьи (во втором случае) в социально-политическую риторику современной Европы значительно облегчает задачу переводчика (*военные конфликты* – *konflikty zbrojeniowe*, *социальные войны* – *wojny lokalne*, *официальная точка зрения* – *oficjalne stanowisko*, *людские ресурсы* – *zasoby ludzkie*, *печатный орган* – *organ prasowy*).

Главной особенностью перевода в области клишированных оборотов, что подчеркивается теоретиками перевода, является их стилистическая модификация⁸, что выражается в сдвигах в стилистическом регистре (высокое – нейтральное – низкое) и функционально-стилевой отнесенности речевых клише (снятие черт официальности деловой речи, характерной для проблемной статьи). В нашем случае почти все деловые клише оригинала заменяются в языке перевода нейтральными.

Нейтральность тона перевода достигается также за счет грамматической трансформации. Такая черта официально-деловой речи, как аналитические предикаты, в переводе передана одним словом, что снимает официально-деловую окраску оригинала: *несет прямую угрозу власти* – *zagraża nawet samej władzy*, *наносит ущерб бюджету* – *przynosi straty*, *приняло решение* – *postanowił*, *осуществлял контроль* – *kontrolował*.

В переводе статьи А. Храмчихина клише и штампы как единицы текста не сохраняются. Возможно, это свидетельствует о меньшей клишированности польских газетно-публицистических текстов: клише – эквиваленты, номинативно опорные единицы текста – предлагаются в переводе только тогда, когда надо передать необходимый минимум фактологического содержания. Часто не переводятся клише и штампы, обозначающие отсутствующие в польской реальности явления, но чаще процесс компрессии происходит из-за необходимости убрать несвойственную для польского публицистического дискурса административно-бюрократическую риторику: *силовые ведомства, силовые структуры, широкомасштабная операция, широкий спектр вопросов*.



В языке анализируемых переводов исчезают культурно-исторические коннотации, связанные с советской эпохой. Это касается также перевода фразеологизмов и прецедентных явлений: *места лишения свободы – po wyściu z więzienia*, экстренное совещание – *specjalna narada*, высокопоставленные чины – *wysokopostawieni proacownicy*. В переводе *реальная угроза* предлагается синонимия, что разрушает клишированность исходного оборота подлинника – *poważne i realne zagrożenie*.

Иронически обыгрываемые в тексте оригинала прецедентные идеологические клише советской эпохи (*Дело Ленина вечно* (бессмертно); *Ленин жив, Ленин жил, Ленин будет жить*; *По заветам Ильича*) не получают в переводе соответствующих эквивалентов. Так, трансформация прецедентного текста «*Ленин умер, а дело его живет*» – в оригинале «*Dzieło Dżema żyje nawet kilka lat po jego śmierci*» совершенно теряет культурно-исторические коннотации и текстовую ироническую окрашенность, хотя и переведено буквально. Однако для читателя это закрытая информация, так как этой информации нет в его коде, перцептивной базе. То же самое происходит и с выражением «*По заветам Джемма*» (в переводе *Tako kazał Dżem*): исчезают культурно-исторические коннотации, аллюзии, связанные с советской эпохой. Однако в польском переводе появляются совсем другие стилистические и смысловые оттенки. Выражение *Tako kazał* может иметь двоякую стилистическую окраску: первая – просторечная, которая в современном польском языке является архаичной, и вторая – религиозно-церковная. Однако и оригинал, и перевод дают иронический эффект, возникающий на основе соединения низкого и высокого в пределах одного языкового сегмента.

В переводе стилистически нейтрализуются разговорно-жаргонные и жаргонные клише: *быть под колпаком общака – obszaczak kontroluje*; *воры в законе* – идет конкретизация смысла: *szefowie gangu*, *воровские понятия – uczone ich zasad obowiązujących w środowisku gangsterów*.

Для жаргонного фразеологизма *вор в законе* в одном случае переводчик не находит соответствующего эквивалента и не переводит его, в другом – переводит как *szefowie gangu*, меняя смысл выражения оригинала. Смена прагматических задач заставляет переводчиков прибегать к компенсирующим приемам: *А общак устроен по принципу «свято место пусто не бывает»*, в переводе – *A to oznacza, że miejsce jednego gangstera, który trafił za kratki, zajmuje conajmniej tak samo «godny» członek bandyckiej wspólnoty*. В данном случае наблюдаются трансформация и конкретизация, разъяснение значения не только фразеологизма, но и всей ситуации с ее оценкой в переводе. Переводчик, стремясь сохранить ироническую окрашенность текста подлинника, дает иронию в других местах текста, значительно

деформируя содержательно-структурные особенности подлинника и вводя иную, «свою» культурную информацию: *мечта этого вора в законе превратит Комсомольск-на-Амуре в Палермо (а с ним и весь Дальний Восток), продолжает воплощаться в реальной жизни – Jego marzeniem było zmienić Komsomolsk w Palermo. Nad przekuciem tych marzeń w rzeczywistość w pocie czoła pracują następcy «Dżема»*. *Процветать* переведено не нейтральным *rozkwitnąć*, а более выразительным польским журналистским штампом *rozwinąć skrzydła* – *расправить крылья*; *незаконные сферы – półświatek*, *закоренелые бандиты – kompani wyrokowcy*. В тексте перевода появляется словосочетание, которого нет в оригинале: *nielegalny przerzut ludzi*. Переводчик явно драматизирует и без того сложную ситуацию.

В другом случае (статья А. Храмухиной) переводчик также значительно изменяет и сокращает оригинал: для нейтрального клише *ситуация усугубляется* он предлагает в переводе два варианта – *kwadratura koła* и *sytuacja bez precedensu*. Кроме того, вводит в текст перевода клише *mięso armatnie*, которого нет в подлиннике. В результате такой трансформации текст перевода становится ярче, драматичнее.

Таким образом, анализ специфики перевода клише и штампов в публицистическом тексте (в проблемной статье) позволил установить некоторые коммуникативно-речевые свойства клише и штампов (их стабильность/нестабильность, препятствующую их узнаванию, фиксации и в конечном итоге переводу), а также проследить некоторые особенности перевода газетно-публицистического текста (такого жанра, как проблемная статья). Переводы, проанализированные нами, демонстрируют изменение прагматической цели переводчика. В переводе фиксируются изменение стилистической окраски сегментов текста (прежде всего клише), стилистическая нейтрализация официально-деловых, профессиональных, жаргонных и прецедентных клише. В переводе клише и штампов пропадает почти весь спектр социальных, культурных и исторических коннотаций, в том числе связанных с советской эпохой, и специфических «криминальных» коннотаций новейшего времени, так как практически не переведены жаргонные клише. Стремление сохранить, с одной стороны, общий стилистический тон оригинала, а с другой – появление иных прагматических целей заставляет переводчика прибегать к компенсирующей тактике, которая не предполагает прямой эквивалентности единиц оригинала и перевода. В этом можно видеть переводческую адаптацию текста, которая представляет собой приспособление текста перевода к уровню компетентности адресата, то есть создание такого текста, который читатель перевода сможет воспринять, не прибегая к посторонней помощи, и который удовлетворяет информационным ожиданиям, потребностям общества.



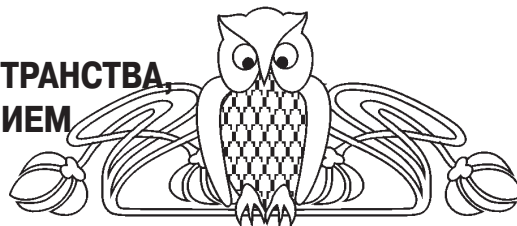
Примечания

- 1 См.: Микоян А. Проблемы перевода текстов СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003.
- 2 См.: Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Скорородникова, Е. Н. Ширяева и др. М., 2003. С. 574–575.
- 3 Сычев С. Стилеобразующие факторы и стилеобразующие черты газетно-публицистической речи // Вестн. Омск. ун-та. 1999. Вып. 3. С. 93.

- 4 Костомаров В. Русский язык на газетной полосе. М., 1970. С. 57.
- 5 Ермакова О., Земская Е., Розина Р. Слова, с которыми мы все встречались : Толковый словарь русского общego жаргона : ок. 450 слов / под общ. рук. Р. И. Розиной. М., 1999.
- 6 См.: Швейцер А. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. М., 1988.
- 7 См.: Nord K. Text analysis in Translation. Amsterdam, 1991.
- 8 Там же.

УДК 811.161.1'37:659.1

«ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИЯ» РЕКЛАМНОГО ПРОСТРАНСТВА ИЛИ ИГРА С ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫМ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ



Л. П. Амири

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону
E-mail: liudmila.amiri@gmail.com

Статья посвящена анализу фразеологических единиц в рамках рекламного дискурса. Рассматривается вопрос «обыгрывания» их внешней и внутренней формы за счет различной трансформации. Кроме варьирования компонентного состава, изменению подвергаются их синтаксическая структура и внутренняя семантика, что затрагивает проблему экспликации смысла.

Ключевые слова: язык рекламы, фразеологические единицы, трансформация смысла, прецедентное высказывание, авторский перифраз.

«Phraseologisation» of Advertising Space, or a Play with the Lingvocultural Consciousness of Advertising Consumers

L. P. Amiri

This article presents an analysis of phraseological units within the framework of advertising discourse. It examines the transformation of phraseological units in terms of both external and internal form. In addition to the substitution of the original components, their syntactic structure may also undergo changes, as well as their internal semantics, which directly touches upon the issue of meaning interpretation.

Key words: language of advertising, phraseological units, transformation of semantics, precedent sentence, author's paraphrase.

Фразеология считается одним из самых интересных аспектов изучения языка, а фразеологические единицы (далее – ФЕ) всегда пользовались широкой популярностью в русском лингвокультурном сообществе (далее – ЛКС). Популярность использования ФЕ в разговорной речи и художественном тексте не могла обойти стороной СМИ и рекламу, что привело к большому распространению языковой игры, создаваемой через обыгрывание ФЕ, в текстах масс-медийного¹ и рекламного дискурсов². В целом в современных исследованиях отечественной лингвистики можно отметить большой рост

интереса к изучению ФЕ в различных функциональных стилях.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания когнитивных механизмов, задействованных в обыгрывании ФЕ в рекламных текстах. Предметом рассмотрения является узуальное и окказиональное использование ФЕ в создании языковой игры в рекламных текстах. Фактический материал представлен рекламными текстами (далее – РТ) независимо от их жанрового происхождения (теле-, радио-, наружная и печатная реклама). Цель статьи – вывести особенности «игрового» использования ФЕ через рассмотрение их контекстуальной реализации и способов трансформации в рамках РТ.

Для рекламистов ФЕ представляют интерес в первую очередь своей большой семантической насыщенностью. В отличие от свободных словосочетаний ФЕ обладают такими категориальными признаками, как воспроизводимость, устойчивость и соотносимость по структуре, и удерживаются в памяти реципиента как устоявшиеся единицы. Данный когнитивный аспект может быть наиболее удачно проиллюстрирован следующим текстовым сопровождением рекламного видеоролика (в скобках нами приведено предполагаемое продолжение ФЕ): *Библиотека имени... (Ленина), Какие наши... (годы), Первый блин... (комом), Семеро одного... (не ждут), Куда уехал... (цирк), О, сколько нам... (открытий чудных), Быть или... (не быть), Слезами горю... (не поможешь), Альфа и ... (Омега), Бери быка... (за рога), Мой дядя самых... (честных правил), Благими... (намерениями вымощена дорога в ад), С лёгким... (паром), Как с гуся... (вода), Кинг... (Конг), Прыг... (скок), Пинг... (понг), Тик... (так). Быстрее, чем Вы думаете. Загрузите интернет браузер Chrome от Google (реклама поисковой системы «Google Chrome»).* При просмотре