

В. Набокова “Лоліта”, що значною мірою збереглися в російській версії роману та в українському перекладі.

Цитати мовою оригіналу (тобто французькою) в російській версії і в українському перекладі роману “Лоліта” залишено без перекладу – це очуження, так би мовити, в найвищому ступені: адже загальновідомо, що серед цільової аудиторії – і російської кінця 1960-х років, і сучасної української – зовсім небагато знавців французької мови. Переклад цитат подано або в примітках після тексту (російська версія), або ж у зносках (український переклад). В. Набоков, залишаючи в російській версії “Лоліти” цитати з “Кармен” французькою мовою, очевидно, традиційно орієнтувався на освічену еліту, з якої походив сам, або ж уважав, що недосконале розуміння кількох фраз не перешкодить недостатньо освіченому читачеві стежити за сюжетом. П. Тарашук скопіював стратегію В. Набокова, однак подав переклад цитат у зносках, усвідомлюючи, що більшість українських читачів не знає французької, і не бажаючи залишати в тексті малозрозумілі уривки – хай і не принципові для розуміння змісту. Інтертекстуальна іронія в цьому випадку зумовлена зіставленням двох любовних історій і двох сюжетних ліній, тож для її загального розуміння важливо лише знати “історію Кармен”. Однак, тільки ті “втаємничені”, що знають цю історію детально – у тому числі знають про розбіжності між версією П. Меріме і оперою Ж. Бізе, вловлять усі іронічні натяки й паралелі – і на рівні окремих ситуацій та образів, і на рівні загальної сюжетної лінії. А “невтаємниченим” можуть допомогти в цьому пояснення у примітках.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бабай П. Примітки // В. Набоков. Лоліта. / Пер. з рос. П. Тарашука. – Харків: Фоліо, 2008. – С. 401–411.
2. Венгрєнівська М. Множинність чи варіативність перекладів // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Збірник наукових праць. Випуск 11. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2007 р. – С. 93–97.
3. Набоков В. Лоліта / Пер. з англ. П. Тарашука. – Харків: Фоліо, 2008. – 412 с.
4. Набоков В. Лоліта / Пер. с англ. автора. Предисл. В. Ерофеева. – М.: Известия, 1989. – 368 с.
5. Appel A. Notes // The Annotated Lolita / Edited, with preface, introduction and notes by Alfred Appel. – New York: Vintage Books, 1991. – P. 319–457.
6. Nabokov V. The Annotated Lolita / Edited, with preface, introduction and notes by Alfred Appel, – New York: Vintage Books, 1991. – 458 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ангела Кам'янець – здобувач кафедри перекладознавства і контрастивної лінгвістики імені Григорія Кочура ЛНУ імені Івана Франка.

Наукові інтереси: інтертекстуальність у перекладі.

КОМІЧНЕ В КОРОТКИХ РОЗПОВІДЯХ КУРТА ТУХОЛЬСЬКОГО ТА СПОСОБИ ЙОГО ПЕРЕКЛАДУ (на прикладі розповіді «Frauen sind eitel. Manier? Nie –!»)

Руслана КОЛЕСНИК (Київ, Україна)

У статті розглянуто сатиричну розповідь Курта Тухольського, виокремлено стилістичні засоби та прийоми, які використовував автор для створення ефекту комічного, запропоновані перекладацькі рішення при відтворенні комічного мовою перекладу.

The article highlights one of the problems of modern theory of translation - translation of humor. Analyzed are stylistic devices in short stories of Kurt Tucholskiy, which compose the comical effect. Clarified are methods of humor translation into target language.

Стаття присвячується відомому німецькому письменнику-сатирику, фейлетоністу та поету Курту Тухольському. Його есе, гуморески, короткі сатиричні оповідання, памфлети – це гострі і тонкі спостереження, це критичні аналізи. Паралельно з цим в його творчості була і проза, і вірші, в яких Курт Тухольський – це лірик, поет.

В даній статті ми звернемось до Курта Тухольського як до письменника-сатирика. Вперше він публікується в 1907 році і з того часу його творчість, просякнута сатирою, ідкою іронією, не залишається без уваги, має величезний успіх. Курт Тухольський писав під різними псевдонімами: Теобальд Тигер, Ігнат Врубель, Петер Пантер, Каспар Гаузер. Теми його творчості багатоаспектні: це актуальні політичні події і розгляд історії, це людина з її слабостями, недоліками, судженнями.

В 20-х рр. минулого століття він стає одним з найпопулярніших берлінських літераторів, це була вершина його популярності. А 10 травня 1933 р. його книжки палали у вогнищі під

наглядом нацистів. 23 серпня того ж року його позбавляють німецького громадянства. З 1933 року Курт Тухольський жив у Швеції, де не мав права на політичні висловлювання. Блискучий стиліст, майстер художнього слова з тих пір не написав жодного рядка. Письменник покінчив життя самогубством.

Починаючи з 50-х років його твори багаторазово видавались в оригіналі та були перекладені багатьма мовами. Проте перекладів українською мовою існує не так вже й багато.

Короткі розповіді були основним жанром Курта Тухольського. Саме до них ми і звернемося, щоб визначити, які мовні засоби та стилістичні прийоми використовував автор, щоб так критично відтворювати реальність, змушуючи читачів крізь призму сміху над собою бачити справжні проблеми, що їх оточували.

На даному етапі методика інтерпретації комічних текстів розроблена недостатньо, тому що смисл комічного тексту представлений імпліцитно, що спонукає реципієнта до активної мисленнєвої діяльності, а не до сприйняття «готового» тексту. Недостатнє вивчення проблеми вимагає подальшого дослідження комічного, його складових, оскільки це дозволить перекладачеві правильно підійти до визначення способу перекладу для адекватної передачі комічного в МП (мові перекладу).

Мета статті зумовлює вирішення конкретних завдань:

- розглянути ефект комічного на прикладі однієї з розповідей Курта Тухольського;
- визначити мовні засоби та стилістичні прийоми, які використовував автор для досягнення комічного ефекту;
- запропонувати переклад, який би відтворював ефект комічного в МП;
- встановити способи перекладу, що лежать в основі досягнення комічного ефекту в МП;

Практичним матеріалом слугуватиме розповідь Курта Тухольського «Frauen sind eitel. Männer? Nie - !». Оскільки перекладу цієї розповіді українською мовою не існує, то в статті будуть запропоновані власні перекладацькі рішення.

Вже в першому абзаці розповіді автор створює комічний ефект завдяки повторам прийменника «**vor**» та дієслова «**stehen**» - «Der Spiegel **stand** in einem Hotel, das Hotel **stand vor** der Alster, der Mann **stand vor** dem Spiegel. Die Morgen-Uhr zeigte genau fünf Minuten **vor** einhalb zehn.» Для виникнення ефекту комічного автор використав зевгму як стилістичний засіб. Для створення комічного ефекту в МП необхідно зберегти повтор як стилістичний засіб. Українською мовою можемо сказати, що людина стоїть перед якимсь предметом, але не можемо сказати, що будівля стоїть перед річкою. Узус української мови вимагає прийменника «**на**». В наступному реченні компенсуємо втрату двох з трьох повторів прийменника «**vor**» в МО повторами прийменника «**на**» в МП. Варіант перекладу українською мовою може звучати так: «Дзеркало **стояло** в готелі, готель **стояв на** річці Альстер, чоловік **стояв** перед дзеркалом. Стрілка **на** годиннику чітко **стояла на** двадцяти п'яти хвилинах **на** десяту ранку».

Наступний приклад ефекту комічного утворений на основі контрасту, а точніше на основі невинного очікування. Представником цієї теорії "невинного очікування" є Е. Кант. Він вважав, що «сміх – це афект від раптового перетворення напруженого очікування в ніщо» [6: 19]. Ми очікували зовсім інше, аніж те, що відбулось. Ця невідповідність і викликає комічний ефект. Схожі думки висловлював Г. Спенсер: «Сміх виникає тоді, коли свідомість раптово звертається від великого до незначного» [6: 20]. На початку розповіді мова йде про красиве місто Гамбург. Читач налаштовується на те, що далі дізнається про видатні місця чи пам'ятки, а опиняється... перед трюмо – "**Das war in Hamburg, wo jede vernünftige Reiseroute aufzuhören hat, weil es die schönste Stadt Deutschlands ist** (реципієнт далі очікує опис міста) – **und es war vor dem dreiteiligen Spiegel**" – "**Це було в Гамбурзі, де має завершитися будь-який достойний туристичний маршрут, тому що це найгарніше місто в Німеччині – і це було перед трюмо**". Раптовий перехід від найгарнішого міста в Німеччині до трюмо викликає ефект комічного.

Нарешті читач знайомиться з героєм розповіді: «Der Mann war nur **mit seinem Selbstbewußtsein bekleidet**» – «На чоловікові було лише відчуття власної гідності». Автор

не говорить, що чоловік був голий, а навмисне для створення комічного ефекту вживає евфемізм, поєднуючи при цьому дієслово «bekleiden» («одягати») та іменник «Selbstbewusstsein» («відчуття власної гідності»). Одягти можемо певні речі, які вимірюються матеріальною субстанцією, але ніяк не гідність. Поєднання непоєднуваного – один з прийомів створення комічного ефекту. Це приклад теорії протиріччя. Основоположниками цієї теорії були Г. Гегель та А. Шопенгауер. Г. Гегель визначає комічне як «контраст сутності явища та те, як воно проявляється, контраст мети та засобу, протиріччя, завдяки якому явище знищує себе в самому собі» [6: 25].

У героя розповіді відпустка. І для того, щоб відпочити, він знімає номер в готелі. Ось як описує Курт Тухольський час відпустки: "es war jenes Stadium eines Ferientages, wo man sich überhaupt benimmt wie ein **mittlerer Irrer**: es ist ein **geschäftiges Nichtstun** - це була та стадія відпочинку, коли люди поводяться цілком як **нормальні божевільні**: це **діяльне байдикування**. Розглянемо поняття «божевільний» – 1. який має психічний розлад; 2. нерозсудливий, позбавлений розумного змісту та «нормальний» – який не має відхилень від норми; який відповідає загальноприйнятим нормам, установленим вимогам. Автор поєднує протилежні поняття - вживає оксюморон, досягаючи цим самим ефекту комічного.

В цьому ж реченні авторові вдалось вжити ще один оксюморон: поєднання прикметника «**geschäftig**» («діяльний» - який виявляє енергію, силу, завзяття; сповнений активної діяльності, сповнений бажання практично діяти) та протилежного йому за значенням іменника «**Nichtstun**».

В основі наступного прикладу ефекту комічного лежить протиріччя, що розкривається саме в собі. Герой розповіді стоїть перед дзеркалом, він пишається собою. Автор для підсилення ситуації порівнює його з Антиною – "Nun sah er sich, **Antinous mit dem Hängebauch**, im dreiteiligen Spiegel". Антиною в міфах Стародавньої Греції - найвідоміший, найнахабніший залицяльник Пенелопи, коли Одісея не було вдома. Отож, для передачі пихатості автор підібрав дуже влучне порівняння. А продовження цього порівняння «**mit dem Hängebauch**» – «з **обвислим черевцем**» й справді створює ефект комічного. Поглянувши на скульптуру Антиною, впевнено можемо сказати, що проблем з пресом він не мав, і, якщо б жив в наш час, то з успіхом міг би рекламувати спортивні тренажери. Порівняння суперечливе саме в собі – це один з прийомів викликати сміх у читача. Переклад цього стилістичного засобу не буде викликати труднощів, тому що міфи Стародавньої Греції відомі як у Німеччині, так і в Україні, перекладачеві непотрібно вигадувати ім'я героя, притаманного нашій культурі. Отже, переклад українською мовою може звучати так: «І тепер він, **Антиною з обвислим черевцем**, дивився на себе в дзеркало». Проте залишиться небезпека, що у реципієнта не виникне алюзії, він не зіставить нахабного молодого красеня з нашим героєм розповіді, а отже, і ефекту комічного не буде. Залишається лише сподіватись на ерудованість реципієнта.

І раптом наш «Антиною з обвислим черевцем» бачить у вікні в будинку на протилежному боці вулиці жінку, яка, не рухаючись, пильно дивиться на нього. Наш герой розглядає це як комплімент у свій бік. Він поспішив до ванної кімнати, поголився. Поводився так, ніби був на сцені, тому що знав, що за ним спостерігають, але не подавав виду. Він ходив по кімнаті як гладіатор. Лише косив погляд – переконувався, що вона все ще стоїть і спостерігає за ним. І весь цей час вона стояла біля вікна, не рухаючись. Чоловік відчував в собі силу переможця, його самовпевненість зростала. Нарешті, коли він поголився, причесався, стильно вдягнувся, він з гонором і посмішкою підійшов до вікна і, не криючись, подивився на протилежний бік вулиці, в те вікно, біля якого нерухомо стояла жінка. І лише тепер чоловік зрозумів, що жінка була зовсім не жінкою, а просто його уявою, яка над ним жартувала. Це просто стояла дерев'яна підставка з накинутим на неї плащем, а поруч кімнатна пальма і стілець. Через гардини цей силует здався йому жінкою біля вікна. Така раптова розв'язка, коли очікування знайомства з жінкою та перспектива гарного проведення відпустки перетворюється в пальму і дерев'яну підставку, створює ефект комічного. Знову Курт Тухольський використав прийом невинного напруженого очікування, яке перетворилось в ніщо. Хоча під час розповіді автор незначними натяками дає зрозуміти реципієнтові, що щось відбувається не так: жінка постійно стояла не рухаючись, чоловік дивився через гардини і лише похапцем, тому міг і

помилитись. Уважний реципієнт починає здогадуватись, що саме не так, ще не дочитавши розповідь до кінця. У нього з'являється відчуття зверхності над героєм розповіді, його метушливі дії вже викликають посмішку. Про зверхність як один з факторів виникнення ефекту комічного писав Т. Гоббс. Він вважав, що «почуття смішного витікає із раптового відчуття зверхності, яке виникло з неочікуваного усвідомлення відчуття переваги над тим, хто поведився неналежним чином» [6: 13].

Марнославство героя розповіді з'являється і зростає на очах у реципієнта, який буде сміятись над цією негативною рисою. Але чому ж сміється реципієнт? К. Юберхорст вважав, що основа комічного – це негативна риса або недолік. Причому суб'єкт не повинен мати недоліка, який є в об'єкта, в крайньому випадку за його особистими уявленнями (і в такому випадку спрацьовує почуття зверхності як чинник виникнення ефекту комічного). Але існують й ті випадки, коли ми сміємось самі над собою. Адже дуже часто, сміючись над явищем, ситуацією, об'єктом, ми розуміємо, що самі можемо стати цим об'єктом, самі можемо потрапити в комічну ситуацію. І тоді реципієнт не буде виступати просто спостерігачем, він сам приміряє на себе роль героя комічної ситуації.

В розповіді автор повторює одне й те саме речення: «Der Mann stand vor dem Spiegel» (чоловік стояв перед дзеркалом), яке саме по собі не викликає сміху, не створює комічного ефекту до тих пір, аж поки ми не звернемося до назви розповіді «Frauen sind eitel. Männer? Nie –!». Переклад назви розповіді пропонуємо наступний: «Жінки марнославні. Чоловіки – ніколи!». Великий тлумачний словник сучасної української мови роз'яснює слово «марнославний» так: якому притаманна надмірно висока думка про себе, зверхність, погорда, зарозумілість, зазнайство; який внаслідок самовпевненості занадто покладається на свої сили, можливості, здібності; схильний до надмірностей у користуванні оздобами, прикрасами. Значення слова охоплює поведінку героя і розкриває його риси характеру. Але назва розповіді стверджує, що жінки марнославні, читаючи ж розповідь, ми неодноразово бачимо саме чоловіка перед дзеркалом, він розглядає себе, «красується», тобто поводить себе марнославно саме він. Протиріччя назви і змісту розповіді викликає ефект комічного, до того ж ще й підсилюється повторами.

Отже, серед стилістичних засобів, які використовував Курт Тухольський в розповіді для створення комічного, слід виокремити:

- повтори
- зевгму
- оксюморон
- порівняння

Майстерно переплітаючи стилістичні засоби зі структурою розповіді, для досягнення комічного автор використовував такі прийоми:

- негативної якості (розкриття недоліків)
- контрасту (невиправдане очікування)
- протиріччя

В даному випадку для вирішення перекладацьких завдань нам допомогла така характеристика комічного як універсальність - об'єктом висміювання було явище, яке є характерним для загального суспільного розвитку. При відтворенні комічного мовою перекладу застосовувались такі способи перекладу – вживання закономірних відповідників, перекладацькі трансформації, заміни.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Боров Ю. Б. О комическом. – М.: Искусство, 1957. – 394 с.
2. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высш. шк., 1990. – 320 с.
3. Брандес М. П. Переводческая стилистика. – М.: Высш. шк., 1988. – 126 с.
4. Великий тлумачний словник української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2004. – 1440 с.
5. Вулис А. В лаборатории смеха. М.: Художественная литература, 1966. – 142 с.
6. Дземидок Б. О комическом. – М.: Искусство, 1974. – 223 с.
7. Конщина С. Г. Комический текст в аспекте его структурирования и понимания. – автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М., 2006. – 25 с.
8. Пихтовникова Л. С. Языково-стилистика средства комического в публицистических текстах. – Нова філологія. Запоріжжя, 2002. – №3, с. 186-195

9. Титаренко Е. Ю. Языковые средства выражения юмора. Дисс. канд. филол. наук. – К.: КНУ, 1992. – 25 с.
10. Bedeutungswörterbuch: Band 10 / Herausgegeben von der Dudenredaktion / Dudenverlag, 2003. – 111 S.
11. <http://www.textlog.de/kurt-tucholsky.html>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Руслана Колесник – аспірантка кафедри теорії та практики перекладу з німецької мови КНУ ім. Т.Шевченка.
Наукові інтереси: комічне у художній літературі та способи його відтворення.

ЗАПОЗИЧЕННЯ З АНГЛІЙСЬКОЇ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ТА ЕКОНОМІЧНІЙ ЛЕКСИЦІ УКРАЇНСЬКОЇ І РОСІЙСЬКОЇ МОВ: ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Тетяна ЛЕЛЕКА (Кіровоград, Україна)

У статті розглядаються англійські запозичення суспільно-політичної та економічної сфери, які використовуються в російській та українській пресі, у зв'язку з політичними та економічними перетвореннями останнього десятиліття. Досліджені різні функції іншомовних елементів та їх стилістичні ознаки у газетному тексті, а також відмінності у застосуванні англійських слів українською та російською мовами і неоднакове ставлення до них різних мовних суспільств.

The article deals with English Borrowings of the social, political and economic fields, which are used in Russian and Ukrainian press, connected with political and economic changes of the recent ten years. The different functions of the foreign elements and their stylistic characteristics in the newspaper text, the differences of the usage of English words in the Ukrainian and Russian languages, the different attitude to them, according to the different language societies are researched.

У сучасному світі соціально-політичних та економічних перетворень, а також орієнтуванні пострадянських держав на західні моделі розвитку дуже важко обійтись без запозичених слів. Інтеграційна політика України та Росії, намагання покращити свій економічний потенціал відбиваються на розвитку мовних процесів. Звичайно, перехідні періоди в історії держави завжди мали своє відображення на лексичній системі мови. І це є головною причиною використання великої кількості іншомовних елементів в контексті преси.

Англiцизми займають одне з перших місць серед запозичень в українській та російській мовах. На сьогоднішній день тенденція щодо подальшого розвитку іншомовних елементів в них набуває все більшого і більшого масштабу. Але у контексті преси запозичення набувають нових ознак. Суспільно-політична та економічна лексика займає провідне місце у мові ЗМІ, а англiцизми виконують в ньому дуже багато функцій.

Проблемою використання іншомовних слів у мові мас-медіа займалися багато вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, а саме: Д.Х. Баранник, Т.І. Панько, О.А. Стишов, Е.Ф. Володарська, Л.П. Крисін, А.І. Дьяков, А.К. Казкенова та інші.

Мета даної роботи – дослідити основні особливості іншомовних елементів в контексті української та російської мов у функціонально-стилістичному аспекті на прикладі їх використання у ЗМІ. Головна увага приділяється суспільно-політичній та економічній лексиці.

По-перше, слід сказати про безперечно велику роль іншомовних слів у процесі найменування нових предметів та явищ, які з'явилися у сучасному світі останнім часом. На початку ХХІ століття життя української та російської держав змінилось завдяки запровадженню нових реалій суспільно-політичного та економічного напрямку. Тяжіння до „західного” стало неодмінною складовою розвитку суспільства за останнє десятиліття. Використання іноземних слів на сьогоднішній день є нормою розвитку української і російської мов. Звичайно, все те, що потрапило у нашу реальність завдяки торгівельним, економічним, культурним контактам України і Росії з західними державами залишило і іншомовні назви. Ми можемо говорити про різні лексичні групи запозичень, які останнім часом стали часто вживаними, а саме: укр. *дилер*, рос. *дилер* (фін. фізична або юридична особа, яка здійснює перепродаж товарів, а також цінних паперів [8: 223]); укр. *брокер*, рос. *брокер* (офіційний посередник під час укладання угод між зацікавленими сторонами на біржі [8: 120]); укр. *дефолт*, рос. *дефолт* (відмова держави, юридичної або фізичної особи від виконання своїх зобов'язань, зокрема фінансових, в односторонньому порядку [8: 217]); укр. *дистриб'ютор*, рос. *дистрибьютор/дистрибутор* (юридична або фізична особа, якій дають виключні права на гуртову купівлю й перепродаж певних товарів або послуг у межах певної території або ринку [8: 231]); укр. *бізнес*, рос. *бизнес* (економічна діяльність, спрямована на