

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА АВТОРСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ ВО ФРАНКОЯЗЫЧНОЙ ГАЗЕТНОЙ СТАТЬЕ

В. А. Кунигель

*Белорусский государственный университет,
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, kunigel.viki@gmail.com
науч. рук. – О. В. Лапунова, к. филол. н., доцент*

В статье выявлена специфика франкоязычных авторских окказионализмов газетного текста, определены способы их передачи на русский язык, представлена классификация частотности их использования. Новизна данного исследования заключается в том, что в настоящее время существует необходимость в определении основных направлений перевода рассматриваемых языковых единиц, специфики их толкования и правильной передачи в контексте. Процесс перевода окказиональной лексики носит скорее субъективный характер, а переводчик выступает в первую очередь интерпретатором текста. Основные результаты исследования могут быть использованы на семинарских занятиях по стилистике французского языка, переводу и лингвистике текста в учреждениях высшего образования. В качестве основных методов исследования применялись метод функционального анализа, метод контекстного и переводческого анализа языковой структуры дискурсивных фрагментов.

Ключевые слова: окказионализм; авторский неологизм; газетный текст; переводческая трансформация; контекстуальный анализ.

METHODS FOR TRANSLATING AUTHOR'S NEOLOGISMS IN A FRENCH NEWSPAPER ARTICLE

V. A. Kunigel

*Belarusian State University,
K.Marx str., 31, 220030, Minsk, Republic of Belarus, kunigel.viki@gmail.com
scientific adviser – O.V. Lapunova, Phd of Philology, associate professor*

The article reveals the specifics of French language author's occasionalisms in a newspaper text, determines the ways of their translation into Russian, and presents a classification of the frequency of their use. The novelty of this study lies in the fact that at present there is a need to determine the main directions of translation of the considered language units, the specifics of their interpretation and correct transmission in the context. The process of translating occasional vocabulary is rather subjective, and the translator acts primarily as an interpreter of the text. The main results can be applied in seminars on French Stylistics, Translation and Text Linguistics at the higher education institutions. The study uses the following research methods: functional analysis, contextual and translation analysis of the language structure of discursive fragments.

Key words: occasionalism; author's neologism; newspaper text; translation transformation; contextual analysis.

Лингвистов всегда интересовали вопросы, связанные с появлением и функционированием новых слов в системе языка, принципами их классификации и фиксации в словарях. Уже во второй половине XX века были созданы условия для развития и становления неологии – новой

самостоятельной лингвистической дисциплины «со своим научным аппаратом и своей историей, которую можно охарактеризовать как историю дифференциации разных типов новых слов» [1, с. 5]. Новые обозначения возникают в тех случаях, когда у людей возникает необходимость назвать новые объекты или выразить иное отношение к уже существующему слову. Неологизм – это языковая единица, созданная для определения нового понятия. В целом неологизмами также могут стать заимствования, но только при условии их успешной ассимиляции в контексте основных грамматических и фонологических моделей целевого языка. Большинство исследователей утверждают, что неологизм определяется как необходимость обозначения новых предметов и явлений в результате как эволюции знаний, так и межличностного обмена информацией. Неологизмы часто определяют как авторские контекстные новообразования, выделяющиеся на общезыковом привычном фоне и создающие особый эффект, формирующий восприятие читателя.

Появление новых лексических единиц свидетельствует об изменениях не только в структуре языка и его словарном составе, но и об изменениях в самом обществе. Изучение новой лексики позволяет говорить об изменении как концептуальной картины мира, так и лексической (языковой) карты мира, об изменении категоризации, о появлении новых концептов, новых концептуальных сфер, о тех новых фрагментах общественного опыта, которые требуют лексической фиксации, а также о прагматических факторах, влияющих на создание и употребление новых единиц [2 с. 49].

Основным вопросом неологии является вопрос о том, какие же слова считать действительно новыми. Лингвисты обычно выделяют различные признаки, характеризующие неологизмы внутри лексической системы языка. По мнению Р. Ю. Намитоковой, «ведущим признаком неологизма действительно является признак объективной новизны слова, под которым подразумевают его отсутствие ранее в лексической системе языка (а не только в лексическом запасе отдельного индивидуума) и восприятие его носителями языка как нового слова. Субъективное ощущение новизны слова поддерживается такими объективными показателями, как неизвестность или малая известность, пассивность или растущая активность в его употреблении в данном языковом обществе» [3, с. 6].

Под окказиональным образованием (словом, значением, словосочетанием, звуко сочетанием и т.д.) понимается единица языка, не соответствующая общепринятому употреблению, характеризующаяся индивидуальным вкусом, обусловленная специфическим контекстом

употребления [1]. В отличие от неологизмов окказионализмы не «стареют» со временем.

Объектом исследования в данной статье являются окказиональные единицы французской газетной статьи и их русскоязычные соответствия. Предмет исследования состоит в определении способов перевода, использованных при передаче окказионализмов на русский язык. Актуальность данной работы определяется тем фактом, что окказионализмы являются новообразованиями, которые не имеют эквивалентов в языке перевода и еще не зарегистрированы в каком-либо словаре. Именно поэтому они представляют особую трудность при передаче на другой язык. Эмпирическим материалом послужил корпус окказиональных единиц (56), отобранных методом сплошной выборки из французского журнала «Paris Match». Цель исследования состоит в выявлении специфики перевода окказионализмов или авторских неологизмов во франкоязычной газетной статье.

В результате проведенного исследования была выявлена следующая частотность переводческих приемов при передаче на русский язык французских окказионализмов: функциональная замена и подбор контекстуального эквивалента (24 %), описательный перевод (17,5 %), калькирование (16 %), смешанные способы перевода (15,1 %), создание собственного окказионализма (12 %), транслитерация (7,1 %), гипогиперонимический перевод (5,4 %), перевод с помощью узуального слова (1,8 %) и прием уподобления (1,1 %).

Именно правильно подобранный эквивалент определяет качество перевода. Максимально полная передача содержания оригинала является одной из главных задач переводчика. Различия в системах исходного языка и переводного языка могут ограничивать возможность полного сохранения в переводе содержания оригинала. Поэтому подбор эквивалента может основываться на сохранении или утрате некоторых элементов смысла, содержащихся в оригинале. Высокая частотность приема функциональной замены при передаче французских окказионализмов обусловлена отсутствием эквивалентов либо близких по значению вариантных соответствий французских окказиональных слов в русском языке.

Так, для перевода окказионализма *l'immédiatisation* было подобрано контекстуальное соответствие *priorité*: *Ainsi, le gouvernement a du mal à assumer l'immédiatisation de l'espace en ligne* – ‘Таким образом, правительству с трудом удастся признавать **приоритет** онлайн-пространства’ (здесь и далее перевод наш – В. К.).

17,5 % французских окказионализмов было передано на русский язык путем описательного перевода, что объясняется наличием реалий, отсутствующих в русскоязычной практике и не имеющих общепринятых русскоязычных эквивалентов.

Так, окказионализм *paparazzade* был передан посредством описательного перевода как *новость для желтой прессы*: *Avant le mariage, il a vendu à un journal une fausse paparazzade* – ‘Перед свадьбой он продал журналу ложную **новость для желтой прессы**’.

При передаче авторских неологизмов переводчики часто прибегают к уникальным переводческим решениям и используют оригинальные переводческие приемы, в числе которых – смешанные способы перевода.

Так, окказионализм *doudoumania* является производным от *Doudou* (уменьшительно-ласкательный вариант имени *Edouard*), а также от слова *manie* (f) – ‘одержимость’, ‘мания’. Появление данного окказионализма связано с частым употреблением варианта имени *Doudou* по отношению к французскому политику Эдуару Филиппу. На русский язык данный авторский неологизм был переведен как *Дадомания* путем смешанного способа перевода:

La doudoumanie fait même des émules à droite – ‘Дадомания набирает популярность даже среди правых’.

Окказионализм *smoltification* на русский язык передается как *смолтификация*. Данный авторский неологизм употреблен для обозначения сложной морфофизиологической перестройки организма лососевых, в результате которой организм становится способным переходить в водоемы с повышенной соленостью. Семантика выделенного окказионализма может трактоваться как ‘физиологическая адаптация молодого лосося к морской воде’: *Lorsque le jeune saumon atlantique atteint quelques dizaines de grammes, il subit une transformation physiologique – la smoltification – qui lui permet de s'adapter à la salinité de l'eau de mer, puis il amorce sa migration* – ‘Когда молодой атлантический лосось достигает нескольких десятков граммов, он подвергается физиологической трансформации – **смолтификации** – что позволяет ему адаптироваться к солености морской воды, затем он начинает свою миграцию’.

Таким образом, процесс перевода окказионализмов в газетном тексте делится на два этапа: понимание текста переводчиком (понимание языковых знаков и соотнесение их с авторской задумкой) и перенос текста из одной языковой среды в другую с учетом особенностей восприятия текста представителями иной культуры. Процесс перевода

окказиональной лексики носит скорее субъективный характер, а переводчик выступает в первую очередь интерпретатором текста. Новообразования, полученные в результате перевода, являются потенциальным средством обогащения коммуникативных возможностей языка перевода.

Библиографические ссылки

1. Александрова О. И. Неологизмы и окказионализмы. К. : Рус. яз., 1974.
2. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. М. : Наука, 1992.
3. Намитокова Р. Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1986.