

17. Austen Jane. Northanger Abbey. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.literaturepage.com/read/northangerabbey.html>
18. Bronte Charlotte. Jane Eyre. [Electronic resource]. – London : Wordsworth Editions, 1999. – 409 p. – Access mode: <http://www.bronte.netfury.co.uk/jane-eyre/>
19. Collins Wilkie. The Woman in White / Edited with an Introduction by John Sutherland. [Electronic resource]. – Oxford, New York : Oxford University Press, 1996. – 702 p. – Access mode: <http://www.readbookonline.net/title/35321/>
20. Wilde Oscar. The Picture of Dorian Gray. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.literaturepage.com/read/doriangray.html>

Список довідкових джерел:

21. Біблія. Перекл. Івана Огієнка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.bibleonline.ru/bible/ukr/>
22. Multi-Translation Online Dictionary. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.multitran.ru/>

УДК 811.133.1'25: 82 – 92

Н. И. Пустовойт,

Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, г. Днепропетровск

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ

Рассматриваются вопросы, касающиеся перевода с французского языка на русский газетных текстов, определения статуса языка прессы, анализируются различные классификация известных лингвистов типов текстов публицистической направленности. Изучаются приемы и способы перевода газетно-журнальной публицистики, проводится сравнительная характеристика языка французской и русской прессы. Определяются основные особенности стиля периодической печати: ее информативность, экспрессивно-эмоциональный характер, использование разговорной, ненормативной лексики, сокращенных слов, аллюзии, а также привлечение реальных политических и общественных событий. Подробно рассматривается вопрос употребления фразеологизмов, пословиц, поговорок, других стилистических приемов. Определяется понятие «фразеологизм» и исследуются его виды, а также изучаются помимо фразеологизмов, которые указаны в словарях, окказиональные фразеологические единицы.

Ключевые слова: язык прессы, фразеологические сращения, идиомы, свободные сочетания слов, фразеологические обороты, фразеологические выражения.

PROBLEMS OF FRENCH PRESS TRANSLATION

The article considers the problems of newspaper texts translation from French into Russian that are characterized by definite lexical and grammatical structures, typical only for press language expressions and formulas understandable for native speakers, but are not always explainable from the viewpoint of language norms. The French press language status is determined, which is part of the journalistic style, the analysis of the approaches to the language study is carried on. Different classifications of journalistic text types offered by well-known linguists are analyzed. On the basis of the text classification in L.S. Barhudarov edition the approach in solution of tasks put in the article is determined: to define the peculiarities of journalistic style. The methods and ways of translation of newspaper and magazine texts are examined; the comparative analysis of French and Russian press is conducted. The basic features of the style of the periodic press are determined: its informativeness, expressively emotional character, the use of colloquial and substandard vocabulary, abbreviated words, and allusion. The typical feature of press texts is the coverage of real political and meaningful for public events. The problem of the use of phraseological units, proverbs, sayings and other stylistic devices is examined in detail. The notion «phraseological unit» is determined here and its types are investigated profoundly. Besides phraseological units indicated in dictionaries the author analyses nonce phraseological units.

Keywords: language of the press, phraseological units, idioms, word combinations

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАНЦУЗЬКОЇ ПРЕСИ

Розглядаються питання, які стосуються перекладу газетних текстів з французької мови на російську, визначається статус мови преси, аналізуються різні класифікації відомих лінгвістів щодо типів текстів публіцистичної спрямованості. Вивчаються прийоми і способи перекладу газетно-журнальної публіцистики, проводиться порівняльна характеристика мови французької і російської преси. Визначаються основні особливості стилю періодики: її інформативність, експресивно-емоційний характер, використання розмовної, ненормативної лексики, скорочених слів, аллюзії, а також залучення реальних політичних і громадських подій. Детально розглядається питання вживання фразеологізмів, прислів'їв, приказок, інших стилістичних прийомів. Визначається поняття «фразеологізм» і досліджуються його види, а також вивчаються окрім фразеологізмів, які вказані в словниках, окказиональні фразеологізми.

Ключові слова: мова преси, зрощення фразеологізмів, ідіоми, вільні поєднання слів, обороти фразеологізмів, вирази фразеологізмів.

В настоящее время поток информации с активным использованием интернета значительно возрос и позволяет получать новости со всего мира. Это приводит к конкуренции разных СМИ, и те агентства, которые быстрее и качественнее подают самую свежую информацию, становятся самыми востребованными и конкурентно способными. В этом случае переводчик является связующим звеном между средством массовой информации и его потребителем. Совершенствование качества перевода зависит во многом от того, насколько многосторонне исследованы вопросы изучения языка прессы. Что касается французской прессы, то, несмотря на отдельные исследования в этой области, остается еще много лагун в изучении проблем перевода французской прессы на русский язык. В частности, это касается анализа фразеологических словосочетаний, широко используемых во французских публицистических текстах. Поэтому считаем, что исследование особенностей языка прессы является актуальным.

Вопросы, связанные с переводом на русский язык французской прессы, вызывают, несомненно, интерес в лингвистической среде, и, несмотря на наличие множества работ, написанных по этому поводу, остается еще немало проблем. Некоторые из них послужили поводом для написания этой статьи, посвященной изучению особенностей перевода языка французской прессы и, в частности, встречающихся в ней фразеологизмов. Новизной в исследовании этой проблемы считается анализ и характеристика свободных словосочетаний и идиом, значение которых невозможно вывести из отдельных элементов, входящих в словосочетания, а также анализ окказиональных фразеологизмов.

Непосредственному анализу газетных текстов, должно предшествовать, по нашему мнению, определение статуса языка французской прессы и выбор подхода в его изучении. Этот вопрос рассматривается многими известными лингвистами. Например, В.С. Виноградов выделяет шесть типов текстов публицистической тематики: 1) официально-деловые; 2) научные; 3) разговорные; 4) художественные; 5) общественно-информативные; 6) религиозные [2, с. 16]. Т. Р. Левицкая и А.М. Фитерман делят тексты на: «... газетные, газетно-публицистические, исторические, научно-популярные и художественные» [4, с. 3]. Л. С. Бархударов по этому поводу дает развернутую характеристику жанров, исходя из типов речи, которую он делит на обиходно-разговорную и книжно-письменную: «В пределах этой последней различаются следующие основные жанры: 1) художественная литература; 2) официально-научный жанр; 3) публицистический жанр. Каждый из этих жанров, в свою очередь, подразделяется на разновидности: так, внутри художественной литературы различаются художественная проза, драматургия и поэзия; внутри официально-научного жанра – тексты официально-деловые, газетно-информационные, документально-юридические и научно-технические; внутри публицистики – общественно-политическая литература, газетно-журнальная публицистика (в узком смысле) и ораторская речь» [1, с. 66].

Нам кажется, что последняя точка зрения наиболее полно отражает сущность текстов прессы, которые относятся к публицистике, и включают общественно-политическую литературу и газетно-журнальную публицистику. Определение ниши среди множества других классификаций позволит нам выбрать соответствующий подход в решении задач, поставленных в статье: определить особенности газетно-журнальной публицистики; провести анализ французской прессы на материале статей из газет *Le Monde* и *Figaro*; рассмотреть разные виды фразеологизмов и способы их перевода на русский язык.

Первой и самой важной особенностью публицистических текстов и периодической печати является их информативность. Однако информация подается чаще всего в виде конкретной точки зрения человека и может содержать признаки пропагандистского или идеологического характера. В ней также содержится оценка источника информации, явная или скрытая. Цель такой подачи материала заключается в желании автора донести до читателя свое мнение и побудить в нем определенную реакцию.

Другой особенностью печати является экспрессивно-эмоциональная окраска информации, имеющая целью повысить интерес аудитории и побудить читателя к активному восприятию материала. Этот эффект достигается с помощью разного рода эпитетов, сравнений, а иногда и непосредственным обращением к аудитории.

Использование разговорной, ненормативной лексики, сокращенных слов позволяет сделать текст привлекательным для публики и не оставить ее равнодушной к проблеме, которая в нем затрагивается.

Широкое использование реальных событий общественной и политической жизни, аллюзий (фактов, взятых из истории, искусства, известных всем событий) также преследует цель привлечь как можно больше публики.

Газетно-журнальная публицистика отличается большим количеством фразеологизмов, поговорок, пословиц, каламбуров, использованием игры слов и других стилистических средств.

Особое место в прессе занимают заголовки статей, которые соревнуются между собой неожиданным, неординарным характером употребления каламбуров, поговорок, идиом. Например: «*Sur la laïcité, le gouvernement a mis des oeillères*» (Правительство надело наглазники (намордник) на мирскую жизнь).

Помимо всего вышеперечисленного в публицистике используется много стилистических приемов таких как: метафор, метонимий, литот, эвфемизмов, сравнений, гипербол и большого количества фразеологических единств и идиом. Употребление фразеологизмов в текстах прессы объясняется их экспрессивностью, сочетающейся со строгим литературным стилем.

Анализ фразеологизмов в газетных статьях позволяет сделать вывод о том, что там встречаются наравне с идиомами, устойчивые сочетания, фразеологические сращения и скрытые фразеологизмы или фразеологические выражения, о чем пишет В. В. Виноградов [Виноградов В. В. Русский язык – М.: Наука. 1972. – 639 с.].

Для определения фразеологизмов обратимся к словарю-справочнику лингвистических терминов Д. Э. Розенталя и М.А. Теленковой: «Идиома (греч. *Idioma* – своеобразное выражение)... 1. То же, что фразеологическая единица. 2. То же, что фразеологическое сращение» [5, с. 116]. «...Фразеологические единства. Фразеологические обороты, целостное значение которых (обычно образное) в той же или иной степени мотивировано отдельными значениями составляющих их слов» [5, с. 515]. «...Фразеологические сочетания. Фразеологические обороты, в состав которых входят слова со свободным и фразеологически связанным значением, причем целостное значение вытекает из значения отдельных слов» [5, с. 515]. «Фразеологические выражения. Устойчивые в своем составе обороты, семантически делимые и состоящие полностью из слов со свободными значениями (что сближает их со свободными словосочетаниями), но в процессе общения воспроизводимые как готовые речевые единицы (что сближает их с фразеологическими единицами)» [5, с. 515].

Анализируя тексты прессы, можно встретить все виды фразеологических единств. Среди них есть фразеологизмы, которые указываются в словарях и окказионализмы, появившиеся благодаря авторам статей и которые можно считать находками, способствующими сделать язык прессы более выразительным и красноречивым.

Среди фразеологизмов, перевод которых встречается в словарях, к фразеологическим выражениям можно отнести следующие словосочетания: *dresser le bilan* (подвести итог); *dresser le procès-verbal* (составить протокол). Эти разные выражения с одним общим элементом, отличаются друг от друга, но их значения можно вывести из значений тех слов, присутствующих в каждом из выражений. Выражение «*pour des raisons indépendantes de ma volonté*» (по независящим от меня обстоятельствам) можно отнести к оборотам, состоящим из слов со свободным значением, однако в переводе этого примера есть трансформация, выражающаяся в замене некоторых элементов выражения. Слово «*ma volonté*» заменено местоимением и глаголом «зависеть» в отрицательной форме. Похожее явление прослеживается и в следующем примере: *ne pas avoir une bonne idée de qn* (быть невысокого мнения о ком-нибудь). Замена выражения «*une bonne idée*» словосочетанием «не высокое мнение» также вносит некоторые коррективы в перевод этого фразеологизма. В переводе выражения «*ils n'exigent que leur dû*» (они требуют только должного) есть практически полное соответствие форм оригиналу. О таком же соответствии форм оригинала и перевода свидетельствует пример выражения «*la guerre froide*» (холодная война). Здесь мы встречаемся с явлением, когда метафорическое выражение широко используется в разных языках.

Примером фразеологических сочетаний, в которых наряду со свободным значением входят слова фразеологически связанные, могут служить следующие фразеологизмы: *heurter l'amour-propre* (задеть самолюбие); *un sentiment d'horreur* (чувство отвращения). В этих словосочетаниях один из элементов входит со свободным значением, а второй элемент является фразеологически зависимым. Мы встречаемся с тем же явлением в примерах: *par acquit de conscience* (для очистки совести); *fondre sur l'ennemi* (обрушиться на врага); *il considèrait habillement les négociations* (он ловко вел переговоры). Эти примеры свидетельствуют о том, что такого рода фразеологизмы достаточно легко переводятся на русский язык, но разница в использовании лексики в двух языках вызывает необходимость замены некоторых элементов выражения.

Третью группу представляют фразеологические выражения, которые часто называют идиомами или фразеологическим сращениями. Среди примеров этой группы, которые нам встретились в прессе, можно назвать «ça ne tient pas debout» (это ерунда); «l'échapper belle» (счастливо отделаться); «il est des histoires» (все это вздор!); «à l'impossible nul n'est tenu» (на нет и суда нет); «faire du joli» (наломать дров); «parti pris» (предвзятое мнение). На примере этих сращений можно утверждать, что их значение сегодня практически невозможно определить, исходя из элементов их строения. Тем не менее, степень их сращения не одинаковая. В примере: « il est des histoires » слово «истории» подразумевает значение «небылицы, глупости»; а в примере « l'échapper belle » используется выражение «избежать красиво», что близко по значению «счастливо отделаться».

Фразеологические выражения, к которым относятся в первую очередь пословицы и поговорки, также часто используются в публицистике, стиль которой отличается стилистической окрашенностью и эмоциональностью. Примерами таких выражений стали: «à l'impossible nul n'est tenu» (на нет и суда нет); «comment on fait son lit on se couche» (что посеешь, то и пожнешь); «enfermer le loup dans la bergerie» (пустить козла в огород); «être comme un coq en pâte» (кататься как сыр в масле). В этих выражениях встречаются слова со свободным значением и семантически свободные обороты, но их использование в речи привело к тому, что они стали устойчивыми единствами и воспринимаются как единое целое. Следует отметить также, что в переводе на русский язык эти пословицы и поговорки нашли свое адекватное отражение, что не всегда имеет место. Однако перевод этих устойчивых выражений был бы невозможен без трансформаций, выражающихся в замене лексических и грамматических единиц. Выразительным примером является пословица «enfermer le loup dans la bergerie ». Ее дословный перевод был бы «заключить волка в овчарне», но так как в русском языке есть пословица, соответствующая значению этого выражения с учетом специфики восприятия событий в каждом языке, она переводится «пустить козла в огород». В этом примере произошла лексическая трансформация, которая, не нарушила значение французской пословицы.

Язык прессы использует стилистически нейтральные и стилистически окрашенные фразеологизмы. Первые со временем становятся штампами в связи с их частым использованием. Например: *peu à peu* (понемногу); *pas à pas* (шаг за шагом, постепенно); *de temps en temps* (время от времени). Что касается стилистически окрашенных фразеологизмов, то они употребляются в публицистических текстах для передачи экспрессивной оценки. Например: *se casser les dents* (обломать себе зубы); *renforcer ses marges de manoeuvre financières* (укрепить свои позиции для финансовых маневров); *bras de fer* (тиски); *partager la même galère* (разделять одну и ту же тяжелую долю). Среди названных примеров есть фразеологизмы, которые легко определить по компонентам, входящим в выражение. Например: *se casser les dents* или *bras de fer* (наручники), но в статье это выражение приобрело более выразительное значение «тиски». Другие примеры, приведенные выше, представляют собой фразеологизмы, значение которых можно было понять только в контексте, к тому же они были созданы авторами статей и представляют собой окказионализмы.

Фразеологизмы характеризуются в своей основе дуплановостью, которая выражается прямым и переносным значением. Например: *manier la gâchette* (владеть, умело пользоваться спусковым рычагом; т.е. легко управлять); *le tableau de bord* (приборная доска), а в газетной статье означает «статистическая сводка»; *ouvrir les vannes de l'immigration* (открыть дорогу иммиграции), где слово «*les vannes*» означает «клапаны». Метафора является основной отличительной чертой фразеологизмов, особенно тех, которые встречаются в прессе. Выражение «*attraper les bons*», где слово «*les bons*» означает «талоны, бонусы», в газетной статье приобретает метафорическое значение «усердствовать».

Анализ фразеологических выражений позволил сделать следующие выводы:

1) сравнительная характеристика фразеологизмов, входящих в состав языка, и окказионализмов, созданных авторами газетных статей, показал, что ситуативные фразеологизмы или окказионализмы преобладают над словарными выражениями, потому что последние воспринимаются читателем как привычные и маловыразительные сочетания, а необычное соединение слов оживляет подачу информации и вызывает интерес читателя;

2) исследование материала показало, что фразеологизмы являются одним из самых продуктивных способов выразительности и образности в языке прессы;

3) среди фразеологических единиц в языке публицистики встречаются устойчивые стилистически нейтральные сочетания, штампы и стилистически окрашенные идиомы;

4) фразеологизмы могут быть построены на основе профессиональной, разговорной, терминологической лексики. Активно используются также поговорки и пословицы, синонимические и антонимические фразеологические обороты.

5) Язык французской публицистики характеризуется более яркой экспрессивно-оценочной лексикой, чем русская публицистика.

Результаты данного исследования могут стать частью более полного исследования языка прессы и на занятиях со студентами-переводчиками при изучении особенностей перевода публицистических текстов.

Литература:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М. : «Международные отношения», 1975. – 240 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. Общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – М. : «Издательство института общего среднего образования РАО», 1988. – 224 с.
3. Виноградов В.С. Русский язык / В. С. Виноградов. – М. : « Наука», 1972. – 639 с.
4. Левицкая Т. Р. Теория и практика перевода английского языка на русский / Т. Р. Левицкая, А. М. Фитерман. – М. : «Издательство иностранной литературы», 1963. – 215 с.
5. Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М. : «Просвещение», 1976. – 543 с.