

Пасенчук Н. В.,  
викладач кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики  
Херсонського державного університету

## ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКИХ РЕАЛІЙ У ПЕРЕКЛАДІ ФЕЙЛЕТОНУ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОГО ФЕЙЛЕТОНУ Д. БАРРІ)

**Анотація.** Статтю присвячено проблемі перекладу реалій американської дійсності як засобів вираження національного колориту в тексті фейлетону, адже передача національно-культурної специфіки однієї мови іншою потребує особливого підходу з боку перекладача в досягненні прагматичної адекватності перекладу.

**Ключові слова:** переклад, фейлетон, реалії, адекватність.

**Постановка проблеми.** Проблема перекладу реалій вважається однією з найголовніших та найскладніших у міжкультурному аспекті перекладу та дослідження національно-культурної специфіки мови і мовленнєвої діяльності.

Тема статті є актуальною, адже вона пов'язана з підвищеним інтересом до текст-типологічної природи фейлетону в перекладі, а також проблеми функціонування реалій у фейлетоні та відтворення їх у перекладі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у вивчення фейлетону як типу тексту зробили Є. Журбіна, Д. Заславський, Л. Кройчик, Б. Стрельцов, В. Здоровага, І. Михайлин, В. Різун та О. Тертичний, які вивчають фейлетон у системі комплексних досліджень жанрів. Наукові ж розвідки Ю. Яриша, Л. Мацько та О. Сидоренко стосуються історії жанру, змістових та стилістичних особливостей фейлетонів.

Д. Заславський до фейлетонів відносить статті сатиричного та гумористичного характеру, незалежно від місця розташування та розміру, «легко написані, з літературним блиском, з елементами художності статті на наукові, літературно-критичні, мистецтвознавчі, історичні теми» [4, с. 78]. Сатирико-гумористичний фейлетон вимагає індивідуального гумористичного чи сатиричного образу, який допомагає розкрити певне негативне явище.

В. Здоровага розглядає фейлетон як сатиричний жанр малої форми, у якому висміюються негативні явища соціально-політичного життя, повсякденного побуту, стосунків між людьми [5, с. 249].

**Метою статті** є висвітлення проблематики адекватного відтворення національно-культурного компоненту реалій у перекладі фейлетону.

Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: виявити особливості реалій, що віддзеркалюють англomовну картину світу з точки зору структури мови оригіналу й лексичних засобів мови перекладу, та виявити роль реалій у створенні культурного тла оригіналу та перекладу.

**Виклад основного матеріалу.** Ми, як і Л. Кройчик, найбільш релевантним вважаємо визначення фейлетону як невеликого за обсягом типу тексту художньо-публіцистичної літератури злободенного змісту, якому притаманні сатиричність, динамізм викладу, невимушена композиція, пародійність, застосування позалітературних жанрів, зокрема приватного та ділового листа, доповіді, резолюції [7, с. 27].

Питання щодо перекладу реалій у тексті фейлетону досі залишаються малодослідженими. В арсеналі художньо-виражальних і композиційних засобів фейлетону чільне місце посідають реалії, що створюють жаргівливу, глузливо-сатиричну тональність. Саме вони містять інформацію про країну, її звичаї та певні особливості побуту.

Мові фейлетону характерна велика кількість культурно-маркованих одиниць, до яких належать реалії, які характеризують національний побут, звичаї, культуру, суспільство, стереотипи та ідеали. Процес перекладу фейлетону має свої особливості, оскільки тексти оригіналу розраховані на сприйняття носіїв мови, тоді як рецептором тексту перекладу є іншомовний читач, який має інший обсяг фонових знань.

Переклад реалій, як слів специфічних для певного народу або країни, вимагає від перекладача особливої уваги. Це пов'язано з тим, що з точки зору частоти вживання, ролі в мові реалії побутового характеру не мають спеціального стилістичного забарвлення. Вони не вирізняються стилістично навіть в найбільш буденному контексті оригіналу та є звичними для мови оригіналу, саме тому при їх перекладі виникають труднощі.

За визначенням видатних болгарських дослідників-перекладознавців С. Влахова та С. Флоріна, «реалії – це слова (і словосполучення), які називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального та історичного розвитку) одного народу і чужі для іншого, як носії національного та / або історичного колориту вони, як правило, не мають точних еквівалентів в інших мовах, і, відповідно, не підлягають перекладу «на загальних підставах», а потребують особливого підходу» [2, с. 102].

Реалії нерозривно пов'язані з культурою певного народу, є для його мови загальнозживаними і в той же час чужими для інших мов. Основною рисою реалії є її колорит. Саме передача колориту при перекладі реалії з однієї мови іншою і складає головну проблему перекладача, адже вона є однією з умов його адекватності.

Проблему відтворення реалій тексту фейлетону Дейва Баррі «Why not the Best» [8] розглянемо у перекладі Д. Бузджи «Только лучшее» [1]. Фейлетон містить інформацію про американську дійсність 1980-х рр. та вміщує чимало реалій англomовної картини світу. Заголовок говорить про сатиричне спрямування фейлетону, активізує сприйняття читача і спрямовує його увагу на те, про що йтиметься у фейлетоні. У тексті автор висміює прагнення до досконалості, яке вразило американське суспільство того часу. На думку Д. Баррі, у 80-ті рр. XX ст. типовою проблемою дійсності було прагнення до досконалості та успіху.

Майстерність автора полягає зовсім не в тому, щоб розважити читача веселою оповіддю, замість цього справжній фейлетон повинен «відкрити очі» читачеві на ті події та факти, до яких він давно звик, з чим давно змирився і вже не розуміє їх абсурдності, вважаючи чимось цілком прийнятним. Підгрунтя

фейлетонної теми полягає у зіставленні життєвого матеріалу, побудові широкого асоціативного поля, адже письменник апелює до фонових знань читача.

Наведемо приклад з тексту, в якому сконцентровано реалії, що найбільш вдало відображають американську дійсність та проаналізуємо адекватність їх перекладу з точки зору прагматичного впливу.

*Excellence is the trend of the eighties. Walk into any shopping-mall bookstore, go to the rack where they keep the best-sellers such as Garfield Gets Spayed, and you'll see a half-dozen books telling you how to be excellent: In Search of Excellence, Finding Excellence, Grasping Hold of Excellence, Where to Hide Your Excellence at Night So the Cleaning Personnel Don't Steal It, etc* [8]. Наведемо переклад. *В восьмидесятих у всіх на уме одно – стремление к совершенству. Зайдите в книжный отдел любого торгового центра, подойдите к полкам, где выставлены бестселлеры вроде «Гарфилд идет на кастрацию», и непременно увидите пять-шесть книг, рассказывающих о том, как достичь совершенства. Называются они примерно так: «В поисках совершенства», «Как достичь совершенства?», «Погоня за совершенством», «Куда спрятать свое совершенство на ночь, чтобы уборщица не стащила?» и т. д* [1].

У цьому прикладі виділяємо переклад *“excellence is the trend of eighties”* – «в восьмидесятих у всіх на уме одно – стремление к совершенству». Вислів вдало відтворений, незважаючи на заміну синтаксичної структури, що в цілому відповідає адекватності сприйняття читачем (рецептором) тексту без додаткового осмислення. Трансcoderувачу дається до повного відтворення предметного значення реалії, форму якої набуває вислів, оскільки з історії американського народу відомо, що у США була поширена доктрина, за якою кожному американцеві відкрита можливість досягти успіху – і навіть обертися президентом країни – завдяки таким своїм рисам, як працелюбність, мужність, наполегливість, рішучість. Кожна людина, котра володіє здібностями та працьовитістю, здатна чесним шляхом домогтися успіху в житті. Як відомо, американці, більше, ніж інші народи, вірять в те, що успіх людини залежить від власних здібностей і чесної праці, а не від приналежності до певного класу. Різноманіття національностей та рас, які населяють простори американського континенту, викликали нагальну потребу у формулюванні єдиної доктрини, яка б згуртувала вихідців із різних країн світу в єдину націю. Такою доктриною стала американська мрія, яка культивувалася протягом багатьох десятиліть і давала кожному американцю віру в те, що він може досягти успіху в житті. Історик і письменник Джеймс Труслоу Адамс популяризував фразу «американська мрія» у 1931 р. в книзі *“Epic of America”*: *“the dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to his ability or achievement”* [10, с. 256].

Для українського та російського рецепторів реалія «американська мрія» набуває дещо іншого значення. Вони сприймають США як країну необмежених можливостей, а американський спосіб життя – як можливу реалізацію всіх своїх бажань. В українській та російській редакції «американська мрія» втратила акцент на словах «багато працювати» та поставила його на тезі «жити багато», тому вона втрачає свою романтичну привабливість.

Словосполучення *“Rolex Hyperion”* виражено через транслітерацію «Ролекс Гиперион». Перекладач транскрибував словосполучення, не вдаючись до додаткових засобів осмислення.

Слід зазначити, що пересічному українському читачеві навряд чи відомо що «Ролекс Гиперион» – це годинник заможних (можновладців) в Америці. Дейв Барі використовує Ролекс так само, як у рекламників прийнято виражати ідею досконалості. *“The Rolex Hyperion. An elegant new standard in quality excellence and discriminating hand-craftsmanship. For the individual who is truly able to discriminate with regard to excellent quality standards of crafting things by hand. Fabricated of 100percent 24 karat gold* [8]. Наведемо переклад. *«Ролекс Гиперион. Новый эксклюзивный стандарт элегантности, высококачественного совершенства и ценной ручной работы. Для того, кто поистине способен оценить совершенство стандартов высокого качества применительно к изготовлению вещей вручную. Произведен целиком из 24-каратного золота* [1]. Для адекватної інтерпретації реалії доречно було б пояснити, що для англомовного рецептора годинник – це символ успіху та досконалості. Зазначена реалія сприймається як стороння українськими та російськими рецепторами і не викликає таких асоціацій, тому вимагає коментаря з метою актуалізації у свідомості іншомовного одержувача ідеї про те, що багато американських президентів носили годинник «Rolex», починаючи з президента Д.Д. Ейзенхауера, який мав годинник «Yellow Gold Rolex Datejust». Як блискучий маркетинговий хід компанія «Rolex» подарувала цей годинник президентові Д.Д. Ейзенхауера для користування ним під час Другої світової війни, і він буквально закохався в нього. Президент Л.Б. Джонсон надавав перевагу золотому «Yellow Gold Rolex Day-Date». Цей годинник пізніше став відомий як *президентський годинник* через любов до нього Л.Б. Джонсона. Політичні лідери любили підкреслити свою владу за допомогою дорогих швейцарських годинників. Немає жодних сумнівів, що традиційний годинник серед можновладців – це годинник «Rolex», який продовжує користуватися повагою і сьогодні. І тому, щоб запобігти неправильному сприйняттю реалії рецептором, необхідно було б вдатися під час перекладу до додаткових засобів осмислення, наприклад, до пояснення у виносці або до тлумачення реалії у коментарях.

Автор логічно використовує ім'я *“Lee Iacocca”*, одного з відомих та найуспішніших менеджерів США. *“Mark my words: We will reach the point, in our lifetimes, where babies emerge from their mothers fully prepared to asumeen try-level management positions. I'm sure I'm not the only person who has noticed, just wandering around the shopping mall, that more and more babies, the really brand-new modern ones, tend to resemble Lee Iacocca* [8]. Наведемо переклад. *«Попомните мои слова: не за горами тот день, когда младенцы будут рождаются на свет уже готовыми руководителями низшего звена. И я уверен, что не один я замечал, бродя по залам торговых центров, что все больше и больше младенцев, таких современных, новеньких, чем-то напоминают Ли Якокку* [1]. Перекладач транскрибував ім'я *“Lee Iacocca”*, не вдаючись до додаткових засобів осмислення. Якщо брати до уваги тільки переклад власної назви, такий переклад є прийнятним, однак, вживаючи такий відповідник, перекладач залишає нерозкритим національно-культурний компонент з огляду на зміст фейлетону. Доречно було б ввести коментар до цієї лексеми у виносках для пояснення її значення, адже діяльність Лі Якокки як видатного управлінця була високо оцінена в США. Якщо спробувати охарактеризувати стратегію Лі Якокка в бізнесі з точки зору кар'єри то можна сказати, що вона, мабуть, полягає у постійному прагненні до досконалості. Завдяки блискучому управлінню компанією «Крайслер» йому в досить короткі терміни вдалося не тільки відновити компанію,

але й вивести її на друге місце в автомобільній індустрії США і світу. Тому, коли ми у перекладі зустрічаємо ім'я Лі Якокки, це провокує фонові знання, адже незнання цього компонента значення не сприймається цільовою аудиторією настільки прагматично та адекватно, як це сприймає носій американської культури в оригіналі. В американській історії та культурі знаходимо чимало епізодів, в яких підкреслюється внесок окремих особистостей, висуваються на перший план лідерські якості.

Розглянемо переклад такої реалії. *"It wouldn't surprise me if, very soon, one side or the other offered to pay \$29 trillion to Bruce Springsteen, who according to a News week magazine cover story is currently the most excellent musical genius of all time, preceded briefly by Prince [8].* Наведемо переклад. *«Я не удивлюсь, если в самом ближайшем будущем одна из враждующих сторон предложит 29 триллионов долларов Брюсу Спрингстину, который, если верить передовице в «Ньюс уик», на сегодняшний день как раз является самым гениальным музыкантом всех времен (сменив недолго пробывшего на этом посту Принса) [1].* Назву журналу *"News week"* перекладено за допомогою транскрипції *«Ньюс уик»*, але у перекладі немає засобів осмислення, які необхідні цільовому читачеві. У лексикографічних джерелах дається таке визначення: *"News week is an American weekly news magazine founded in 1933 and that the number of News week subscribers has increased from more than 3 million [9].* Якщо запитати у пересічного американця, які асоціації викликає у нього *"News week"*, то він зазвичай зосередиться на одному з трьох найбільших щотижневих журналів країни, які дають детальний аналіз новин щодо міжнародних питань, технології, бізнесу, культури і політики. Детальне відтворення цієї реалії необхідне для збереження її змісту й колориту, адже шляхом змісту повідомлень журнал суттєво впливає на думку та поведінку людей, визначає модель поведінки, яка полягає у прагненні до успіху. Інформаційний вплив реалізується як через зміст інформації, так і через форму її подачі. Але для українського та російського рецептора вона чужа і, відповідно, незрозуміла. Слід зазначити, що іншомовному читачу навряд чи відомо, що публікації журналу є наймогутнішим засобом інформаційного впливу на населення. Відсутність у рецептора необхідних фонових знань вимагає пояснення, тому для того, щоб зберегти повний зміст реалії, доречно було б вдатися до коментування.

**Висновки.** Проаналізувавши переклад реалій у тексті фейлетону, ми дійшли висновку, що реалії відіграють важливу роль у досягненні адекватності перекладу. Вони надають тексту яскравого національного колориту, несуть додаткову інформацію, за допомогою якої можна більше дізнатися про історію і буденне життя народу, культурні цінності, традиції та звичаї. Реалії становлять досить великий і неоднорідний шар, оскільки позначають усе те, що є характерним для культури, побуту, традицій кожного народу впродовж різних історичних епох.

Переклад реалій як слів специфічних для певного народу або країни вимагає від транскладувача особливої уваги. Це пов'язано з тим, що з точки зору частоти вживання, ролі в мові, побутового характеру реалії не мають спеціального стилістичного забарвлення; вони не вирізняються стилістично навіть в найбільш буденному контексті оригіналу та є звичними для мови оригіналу, саме тому при їх перекладі виникають труднощі.

Проблема відтворення національно маркованої лексики засобами іншої мови ускладнюється ще й тим, що в перекладі

необхідно не тільки передати особливості певних побутових чи історичних реалій оригіналу, але й донести до читача правильне розуміння усталених образів, що складаються в кожного народу протягом століть, знайти у мові перекладу такі засоби, які б достовірно й адекватно відображали риси характеру певного народу – носія мови оригіналу.

Ця складність, з іншого боку, забезпечує інтерес до вказаної проблеми. Крім цього, реалії відносяться до лексичних одиниць, схильних до динаміки, тобто з плином часу утворюється все більше нових реалій, а це означає, що розширюється і поле їх дослідження.

Перспективами подальших пошуків у цьому напрямі вважаємо дослідження реалій із огляду на відображення національно-специфічного колориту різних типів текстів культури у перекладі.

#### Література:

1. Бузаджи Д. Только лучшее / Д. Бузаджи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thinkaloud.ru>.
2. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Р. Валент, 2006. – 448 с.
3. Журбина Е. Искусство фельетона / Е. Журбина. – М. : Худож. лит-ра, 1965. – 288 с.
4. Заславский Д. Истоки и пути фельетона / Д. Заславский. – М. : Огонек, 1931. – 96 с.
5. Здоровега В. Теория и методика журналистской творчости : [підручник] / В. Здоровега. – 2-ге вид., переробл. – Л. : ПАІС, 2004. – 268 с.
6. Зорівчак Р. Реалія і переклад (на матеріалі англійських перекладів української прози) / Р. Зорівчак. – Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216 с.
7. Кройчик Л. Современный газетный фельетон / Л. Кройчик. – Воронеж : Воронежский ГУ, 1975. – 230 с.
8. Barry D. Why not the Best? / D. Barry // New York. – 1988. – P. 88–92. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://docs.google.com/document/d/1iLsOcjROucUjvrtV1OdfalIACMMAXadUSApXKE\\_SQKo/edit#](https://docs.google.com/document/d/1iLsOcjROucUjvrtV1OdfalIACMMAXadUSApXKE_SQKo/edit#).
9. Encyclopedia Britannica. – Inc, 2007. – 1040 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.britannica.com>.
10. Adams J.T. The Epic of America / J.T. Adams // Greenwood Press, 1931. – 446 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.goodreads.com/work/quotes/1180986-the-epic-of-america>.

**Пасенчук Н. В. Особенности воссоздания американских реалий в переводе фельетона (на материале перевода англоязычного фельетона Д. Барри)**

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме перевода реалий американской действительности в тексте фельетона, поскольку именно передача национально-культурного своеобразия реалий с одного языка на другой требует особого подхода со стороны переводчика в достижении прагматической адекватности перевода.

**Ключевые слова:** перевод, фельетон, реалии, адекватность.

**Pasenchuk N. The peculiarities of reproducing of the American realia in translation of feuilleton (case study of translation of the English feuilleton of D. Barry)**

**Summary.** The article highlights the problems of translation of American realia in a feuilleton as it requires a special approach of a translator in achieving the pragmatic adequacy of a target text.

**Key words:** translation, feuilleton, realia, adequacy.