

стимулом розвитку національних мов, літератур, культур. Тому перекладознавство не втрачає своєї актуальності й сьогодні.

Література:

1. Вине Ж.-П., Дарбельне Ж. Технические способы перевода / Ж.-П. Вине, Ж. Дарбельне // Вопросы перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 157 – 167.
2. Козлов И.А. Авторская метафора в поэтическом переводе / И.А. Козлов // Теорія і практика перекладу: Укр. наук. зб. / Київ. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. - К.: Вища шк., 1993. – Вип. 19. – С. 67-75.
3. Коптилов В. И вширь и вглубь / В. Коптилов // Мастерство перевода. – М., 1973.
4. Коптілов В. Теорія і практика перекладу: Навчальний посібник для студентів / В. Коптілов. – К.: Юніверс, 2003. – 280 с.

УДК 811.111'373.7

ЕТНОМАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ПРЕСИ

Марковська А. В. – кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов МНАУ

Загально відомим є положення, що культура народу, мова і мислення тісно взаємопов'язані. Так, ще В. фон Гумбольдт у своїх дослідженнях стверджував про тісний зв'язок мови та культури. У фразеології зберігається система загальнонаціональних цінностей (суспільна мораль, ставлення до світу, до людей, до інших народів тощо). Фразеологізми сучасної преси найбільш наглядно демонструють спосіб життя, географічне положення, історію народу, традиції тої чи іншої суспільності, яка об'єднана однією культурою. Як зазначають у своїх дослідженнях лінгвісти (О. С. Кубрякова [2], Н. В. Любчук

[3] та інші) етнокультурний компонент семантики фразеологічних одиниць, що використовуються у газетних текстах, може виявлятися на трьох різних рівнях: 1) у значенні окремих лексичних компонентів фразеологізму; 2) у сукупному фразеологічному значенні сталого словосполучення; 3) у прямому значенні сукупного словесного комплексу, в якому відображається соціально-культурна ситуація, що лежить в основі образно-переносного значення фразеологізму. Такі фразеологічні одиниці (далі – ФО) раніше вживалися як вільні словосполучення з прямим значенням і розповідають тепер про народні звичаї, традиції тощо. Окрім простого збереження інформації, фразеологізми газетно-публіцистичного стилю оцінюють певні дії людей, особливо відомих, їх зовнішні ознаки, внутрішні якості. Цілий ряд фразеологізмів преси етимологічно пов'язаний із різними сферами народної духовної культури, зокрема обрядами, звичаями, повір'ями, прикметами, уявленнями про різні предмети та ін. У цілому фразеологія преси репрезентує своєрідну етномовну картину світу. Саме у період великих соціальних, політичних та економічних змін утворюються численні інновації, де обов'язковим є процес переформування і переосмислення мовних одиниць, зокрема фразеологічних.

Процес народно-етимологічного переосмислення ФО призводить до утворення нових ФО, що виникли: по-перше, унаслідок викривлення значення складових частин змінного словосполучення; по-друге, унаслідок неправильного осмислення локальних та застарілих зворотів під час переходу їх у національну мову. Слід підкреслити, що на утворення фразеологізмів сучасної преси та модифікацію їх значень великий вплив мають розмовна мова, професійні комунікації різних рівнів тощо. Значний внесок у розвиток фразеологічних інновацій роблять сучасні мас-медіа, серед яких вагоме місце посідає преса. Вчені-фразеологи (М. Ф. Алефіренко [1], С. Н.

Назаров [4] та інші) приділяли увагу проблемі творення ФО та їх семантиці, визначаючи, що семантична цілісність – це внутрішня смислова єдність, яка зумовлена та покликана до життя деактуалізацією компонентів, які входять до складу фразеологізму. Метафоричне переосмислення вільного словосполучення зумовлює семантичну цілісність. У результаті взаємодії вільного словосполучення з переосмисленим на його основі фразеологізмом створюється внутрішня форма фразеологізму. Цей переосмислений образ, який може відповідати чи не відповідати реальному стану речей, лежить в основі внутрішньої форми. Елементом, що визначає етнокультурну специфіку ФО, є їх внутрішня форма, яка, фіксуючи в семантичній структурі фразеологізму вербальні асоціації, викликає образне уявлення про позначуване.

Етномаркованими є фразеологізми, що характеризують денотат шляхом апеляції до уявлень носіїв мови про той або інший феномен національної культури – духовної або матеріальної. Отже, семантична структура фразеологізмів преси складається з таких інформаційних блоків, як денотативний, емотивно-оцінний, граматичний, функціонально-стилістичний, мотиваційний та когнітивний. Культурно-значуща інформація про світ зберігається у фразеологізмах преси будь-якої мови у денотативному блоці та у когнітивному, тобто у культурних конотаціях, що відбивають зв'язок асоціативно-образної основи з еталонами, символами, стереотипами культури. Таким чином, етнокультурна проблематика стає надзвичайно актуальною саме для антропоцентрично зорієнтованої фразеології, оскільки вона стосується того шару значення ФО, котрий традиційна фразеологія вважає компетенцією психології та логіки.

В порівняльних дослідженнях відомий також метод перекладу, який полягає в тому, що аналізуються дві пари паралельних текстів: оригінал іноземною мовою та його

переклад рідною мовою та оригінал рідною мовою і його переклад іноземною мовою, при цьому встановлюються структурні відповідники. Але в тексті або мовленнєвій ситуації фразеологізм не виступає як окрема, відірвана від контексту одиниця; він пов'язаний з іншими одиницями і вживається для реалізації певного наміру автора або мовця. Тому слід враховувати всі чинники, які вплинули на вибір саме цієї ФО у тексті оригіналу. Крім того, етномарковані ФО, з одного боку, самі мають національне забарвлення, а з іншого боку, можуть мати національно забарвлені еквіваленти, що також ускладнює переклад. Тому відтворення етнокультурного семантичного компоненту ФО зберігає національний колорит оригіналу, але іноді це може затемнювати перенесений сенс і перешкоджати досягненню еквівалентності.

Національна забарвленість етномаркованих ФО та ймовірність наявності у них національно забарвлених відповідників зумовлюють необхідність проникнення за значення знаків та використання позамовної інформації, для чого здійснюється інтерпретація тексту. Між тим, перекладач має бути посередником не лише між мовами, а й між культурами. Він має знати і враховувати як особливості культурного середовища, в якому функціонує оригінал, так і те, для якого культурного середовища створюється переклад. Аналіз співвідношення типологічних зв'язків та національно-культурного підґрунтя фразеологічних відповідників та аналіз функціонування ФО в конкретному контексті дозволить виробити пропозиції щодо способів перекладу етномаркованих ФО. Підбираючи достатньо експресивні еквіваленти до ФО з етнокультурним компонентом, нейтралізується лінгвоетнічний бар'єр, що надає носіям мови оригіналу та мови перекладу рівні можливості сприйняття та інтерпретації повідомлення.

Таким чином, всебічний аналіз фразеологізмів сучасної німецькомовної преси, включаючи не лише

конотації та стилістичні особливості, а й етимологію, синонімічні та антонімічні зв'язки, а також аналогічний аналіз українських відповідників цих ФО дав би можливість розширити сферу пошуку перекладацьких відповідників та розробити певні критерії для такого пошуку.

Література:

1. Алефиренко Н. Ф. Фразеология и когнитивистика в аспекте лингвистического постмодернизма : монография / Алефиренко Н. Ф. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2008. – 152 с.
2. Кубрякова Е. С. Части речи с когнитивной точки зрения : монография / Кубрякова Е. С. – М. : Наука, 1997. – 326 с.
3. Любчук Н. В. Німецькі фразеологізми з етнокультурологічним компонентом та проблеми їх відтворення при перекладі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16 / Любчук Наталія Володимірівна. – К., 2004. – 298с.
4. Назаров С. Н. Устойчивые словесные комплексы с национально-культурным компонентом содержания в современном немецком языке. Опыт синхронного описания : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” / С. Н. Назаров. – К., 1987. – 24 с.