

Величко Алеся Александровна

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ХРОМАТИЧЕСКИХ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖЕНСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ)

Статья посвящена исследованию особенностей перевода хроматических цветообозначений в креолизованных текстах. Как показал анализ, цветовая номинация и выбор необходимой переводческой стратегии в пределах исследуемого текстового пространства обусловлены экстралингвистическими факторами, то есть соответствуют базовым целеустановкам женских гляцевых журналов и осуществляются с опорой на визуальное сопровождение текста.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/10/11.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 10 (28). С. 47-50. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

**LINGUO-SYNERGIC POTENTIAL OF SMALL-FORMAT TEXTS
IN TITLES OF ENGLISH-LANGUAGE POETRY FOR CHILDREN**

Vedeneva Yuliya Vyacheslavovna
Samara State University
ulved@mail.ru

The article considers the possibility of applying linguo-synergic approach to the study of the English-language poetic discourse system, represented by small-format texts in the titles of poems for children. The author singles out the basic notions of linguo-synergetics, and analyzes the main features of poetic discourse as a complex self-developing system.

Key words and phrases: linguo-synergetics; poetic discourse; system; small-format text; chaotic oscillations; self-organization.

УДК 81.26 - 347.78.034

Филологические науки

Статья посвящена исследованию особенностей перевода хроматических цветообозначений в креолизованных текстах. Как показал анализ, цветовая номинация и выбор необходимой переводческой стратегии в пределах исследуемого текстового пространства обусловлены экстралингвистическими факторами, то есть соответствуют базовым целеустановкам женских глянцевого журналов и осуществляются с опорой на визуальное сопровождение текста.

Ключевые слова и фразы: креолизованный текст; гляцевый журнал; хроматические цветообозначения; прагматика перевода; переводческие трансформации.

Величко Алеся Александровна, к. филол. н.
Северо-Кавказский федеральный университет
alesya_velichko@mail.ru

**СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ХРОМАТИЧЕСКИХ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ
В КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖЕНСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ)[©]**

Проблема имен цвета, их семантики и прагматики уже длительное время находится в фокусе исследовательского внимания ученых различных направлений и школ, таких как А. Вежбицкая, Н. В. Серов, Р. М. Фрумкина, В. П. Яньшин, *B. Berlin, P. Kay, J. Itten* и др. Не утрачивает своей актуальности вопрос о специфике цветовой категоризации и цветовых универсалий, об основных и неосновных цветах, о динамике цветовой палитры, этноспецифике и выразительных возможностях цвета как в одной лингвокультуре, так и в сопоставительном плане. «Сложность феномена цвета осознавали еще античные мыслители, размышления и концепции которых свидетельствуют о сочетании наглядного (предметного) и абстрактного (апертурного) свойств цветов, давая ценную информацию о хроматизме мифа, цветах античности, их символике и связи с эмоциями» [8, с. 35]. Значительный интерес в прагматическом плане представляет проблема информативной емкости цвета, его воздействия на интеллект и психику человека, корреляции между основными личностными факторами и цветовыми предпочтениями. Описание значений слов, обозначающих цвет, и производных колоративных смысловых образований является одной из хорошо изученных областей вербально осмысленной действительности. Цветообозначения (далее – ЦО) представляют собой одну из наиболее интересных тематических групп слов для лингвокультурологических, прагматически и когнитивно ориентированных исследований. При изучении семантики цветообозначений актуальным как в теоретическом, так и в практическом планах оказывается вопрос о соотношении содержания и формы языкового знака в семантической структуре имен цвета, о когнитивных механизмах, лежащих в основе цветовой концептуализации, а также о коммуникативно-прагматических особенностях функционирования цветообозначений в различных дискурсивных пространствах. Следует отметить, что информативная емкость цвета до сих пор полностью не изучена с опорой на тексты различных функциональных стилей. Цветообозначения активно функционируют не только в художественных текстах, но и в дискурсе СМИ, в частности, на страницах женских гляцевых журналов, где используются яркие, насыщенные цвета, а в большинстве случаев и их сочетания, что позволяет активизировать восприятие информации женской аудиторией [10, с. 38].

В этом плане интерес вызывают СМИ, в которых механизмы воздействия могут быть самыми разными в зависимости от направленности издания, его аудитории, тиража, редакционной политики. Сегодня на рынке появляется все большее количество развлекательных журналов, пропагандирующих и навязывающих читателю определенный образ здорового, счастливого, уверенного в себе человека и соответствующий ему стиль жизни. Такие гляцевые журналы как «Playboy», «Cosmopolitan», «XXL», «Beauty», «Men's Health» отличает

так называемая неполитичность, красочность, простота изложения информации и большое количество рекламных материалов, обеспечивающих твердое стабильное положение на рынке [9, с. 540], в том числе и за счет прагматически сильного рекомендательного рекламного подтекста. К этим изданиям примыкают и журналы, нацеленные на представление рынка престижных товаров и услуг, рассчитанные не на массового потребителя, а на тех, кто заботится о своем имидже. Именно тут часто появляются «кальки» с зарубежных изданий, хорошо известных в мире; со временем они превращаются в самостоятельные русскоязычные варианты издания, но под иностранным названием. Именно так и произошло, например, с журналом *Cosmopolitan* [5, с. 243].

Популярность текстового пространства данного типа обусловлена достижениями современных технологий в представлении информации для разных типов адресатов. Так как издатели стремятся идти в ногу со временем, появляются все более и более красочные страницы журналов, статьи и реклама представляют собой не только текст, все большую часть начинает занимать изображение, что в свою очередь оказывает задаваемое воздействие на читателей. «Именно во взаимодействии со знаками иной природы (например, иконическими) вербальные знаки наиболее успешно реализуют свои коммуникативные функции. В человеческом употреблении сегодня имеется большое количество семиотически неоднородных текстов, которые в самом общем виде называются креолитованными» [2, с. 197]. Следует отметить, что глянцевого журнала *Cosmopolitan* обладает высокой степенью креолитации текста, важным элементом которого является цвет.

Задача данной статьи – определить коммуникативно-прагматические и переводческие особенности лексики хроматических цветов в глянцевой прессе. Материалом для анализа послужили англоязычные издания журнала *Cosmopolitan* за 2012 год.

При исследовании транслатологических особенностей эмпирического материала мы исходили из коммуникативно-прагматического потенциала качественных прилагательных, способных с разных точек зрения раскрывать заданные авторской интенцией характеристики. Лексические, грамматические, стилистические и другие различия языка оригинала и языка перевода определяют необходимость всевозможных преобразований [1, с. 41]. «Преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле, называются переводческими (межъязыковыми) трансформациями. Переводческие трансформации носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц» [6, с. 171]. Акцент в анализе был сделан на лексических и лексико-грамматических трансформациях, так как именно на этом уровне осуществлялись основные переводческие преобразования. Вслед за Я. И. Рецкером, под лексическими трансформациями мы понимаем «приемы логического мышления, с помощью которых мы раскрываем значение иноязычного слова в контексте и находим ему русское соответствие, не совпадающее со словарным» [7, с. 45].

В рамках данной статьи нами были исследованы переводческие особенности группы хроматических ЦО как наиболее репрезентативных и активно функционирующих в поле рассматриваемого текстового пространства. Согласно традиции, все выявленные нами ЦО были разделены на хроматические («—астрые») и ахроматические (черный, белый, серый) (Фрумкина 1984, Серов 1995, Вежбицкая 1996, Яньшин 2006). Рассмотрим далее способы сохранения прагматики английских хроматических ЦО при переводе на русский язык. Следует отметить, что на выбор переводческой стратегии большое влияние оказывает иконическая составляющая креолитованного текста, т.е. его визуальное сопровождение. Осуществляя перевод цветообозначающих прилагательных, мы руководствовались не только семантическими, но и экстралингвистическими факторами, чтобы переводимый нами контекст адекватно встраивался в текстовое пространство женского глянцевого журнала. В рамках данного контекста цветовая номинация играет ключевую роль, реализуя при этом аттрактивно-экспрессивную функцию, т.е. привлечение внимания читателя и воздействие на его эмоции. Большой частью примененных при переводе хроматических ЦО трансформаций является дословный перевод, который представляет собой, по сути, нулевую трансформацию:

Dark cherry shade [13] – *темно-вишневый оттенок*.

С целью сохранения прагматического потенциала лексемы *cherry* мы посчитали возможным перевести данное ЦО дословно, используя лишь прием частеречной замены, выделенный Л. С. Бархударовым. В рамках переводческих преобразований этот перевод копирует структуру оригинала и семантически соответствует прагматике женского журнала.

Считаем необходимым подчеркнуть, что для усиления цветового признака некоторых хроматических ЦО в переводе мы посчитали возможным применить замену широкого значения единицы исходного языка более конкретным значением языка перевода, т.е. конкретизировали лексему цвета в переводе.

(1) *Violet color* [Ibidem] – *баклажанный оттенок (краски для волос)*;

(2) *Yellow gold liner* [12] – *золотисто-янтарная подводка*;

(3) *Color blue* [11] – *лазурно-голубой цвет (теней)*;

(4) *Violet color* [13] – *лавандовый цвет (румян)*.

Анализируя перевод приведенных выше примеров, подчеркнем, что мы заменили ЦО оригинала с более широким предметно-логическим значением на ЦО с более узким значением в переводе, что было обусловлено контекстуальными факторами и, в частности, визуальной составляющей текста. Так, в примерах (1) и (4) одна и та же лексема *violet* была переведена нами как «баклажанный» и «лавандовый» с целью конкретизации оттенка фиолетового цвета. По нашим наблюдениям, при описании декоративной косметики прием конкретизации обеспечивает интенсификацию цветового признака в переводе, реализуя при этом аттрактивную и эстетическую функции, а именно «привлечение внимания женской читательской аудитории и оказание

воздействия на эстетические чувства адресата» [3, с. 59]. Следует отметить, что на выбор переводческого соответствия большое влияние оказывают и модные тенденции в макияже и окрашивании волос.

При передаче цветовой семантики в примере (2) мы исходили из заданного автором в оригинале цветового нюанса. По нашему мнению, лексема *янтарный*, находящаяся на периферии микрополя желтого цвета, гармонично и выразительно встраивается в текстовое пространство женского глянцевого журнала. Описывая модные тренды в макияже, авторы статей нередко прибегают к разнообразным оттенкам желтого, конкретизируя актуальный оттенок сезона. Этим и объясняется выбор переводческого соответствия.

Интересным представляется перевод примера (3), в котором при передаче цветовой лексемы *blue* на русский язык мы руководствовались модными тенденциями в декоративной косметике летнего сезона 2012 года, и именно *небесно-голубой*, а не *синий* оттенок теней использовался ведущими стилистами-визажистами при создании летнего вечернего образа.

Особого внимания заслуживают случаи применения в переводе приема смыслового развития, под которым мы понимаем «замену словарного соответствия при переводе контекстуальным, логически связанным с ним. Сюда относятся различные метафорические и метонимические замены, производимые на основе категории перекрещивания» [7, с. 45]. Для сохранения авторской интенции в переводе представляется возможным применение здесь данной переводческой трансформации.

(5) *The color red* [13] – *цвет вишни в шоколаде (о губной помаде)*;

(6) *Burgundy hues* [12] – *темные рубиново-красные оттенки (платьев, брюк)*;

(7) *Deep blue tones* [11] – *королевские синие оттенки (платья)*.

Анализ перевода приведенных выше примеров показал, что словосочетания исходного языка (далее ИЯ) были заменены единицами языка перевода (далее ПЯ), значения которых выводятся из значений исходной единицы логически и экстралингвистически. Заметим также, что микрополе красного цвета ввиду его высокого прагматического потенциала отличается способностью вступать в сложные семантические отношения. *Красный* цвет и его разнообразные оттенки обладают наибольшей функциональной активностью и прагматической значимостью на страницах женских глянцевых журналов ввиду частотности их использования. Авторы статей активно употребляют данное ЦО при описании базовых трендов в макияже и одежде. По нашему мнению, для сохранения заданного прагматического потенциала ЦО в переводе (пример 5) мы посчитали необходимым замену словарного соответствия лексемы *red* контекстуальным, логически связанным с ней словосочетанием *цвет вишни в шоколаде (о губной помаде)*. Применение данной переводческой трансформации обусловлено тем, что метафорическое представление цвета помады автоматически запускает механизм читательской рефлексии над ее оттенком. Впечатлительную женскую аудиторию заинтересует именно соблазнительный цвет вишни в шоколаде на губах, а не просто красный. Более утонченное название оттенка красного является прагматически релевантным для читательниц, стимулируя их к покупке товара. Помимо данного фактора, на выбор переводческого соответствия лексемы *red* повлияло и то, что трендовым цветом на губах в этот период времени выступал не просто красный, а глубокий темно-красный с легким коричневатым оттенком. Для создания необходимого прагматически релевантного эффекта на читательниц и реализации базовых функций цвета мы посчитали возможным заменить словарное соответствие контекстуальным.

Значительным коммуникативно-прагматическим потенциалом обладает и цветовая лексема *burgundy*. Обратимся к примеру (6), в котором представлено описание вечерних нарядов. Для эстетического наполнения и, как следствие этого, реализации аттрактивной функции, а также сохранения прагматического потенциала мы предложили вариант перевода лексемы *burgundy* как *рубиново-красные*, также вызывающий положительные ассоциации дороговизны и утонченности. Выбор переводческого соответствия в примере (7) также обусловлен экстралингвистически.

В прагматическом плане важно обратить особое внимание на случаи передачи значения широкого абстрактного понятия исходного языка без его полного уточнения, т.е. дифференциацию лексического значения [7, с. 45]. При воспроизведении семантики некоторых хроматических ЦО нами было использовано данное переводческое преобразование:

(8) *Caribbean blue hue* [11] – *лазурный голубой оттенок (карандаша для глаз)*;

(9) *Navy shadows* [12] – *тени цвета морской синевы*;

(10) *Brown liner* [Ibidem] – *шоколадная подводка*.

Рассматривая примеры, приведенные выше, отметим, что во всех трех случаях мы не уточняем значения ЦО в переводе, а подбираем другие, более аттрактивные переводческие соответствия, ассоциирующиеся с притягательными и соблазнительными образами, не конкретизируя ни оттенок, ни яркость цветов.

В заключение отметим, что хроматические цветообозначения обладают высокой репрезентативностью и активно функционируют в рамках текстового пространства журнала *Cosmopolitan*, что свидетельствует не только о высокой степени креолизации привлеченного к анализу материала, но и о гармоничном сочетании вербальной и иконической составляющих поликодового текста. Цветовая номинация и выбор необходимой переводческой стратегии в рамках данного исследования обусловлены преимущественно экстралингвистическими факторами, то есть соответствуют базовым целеустановкам женских глянцевых журналов и осуществляются с опорой на визуальное сопровождение текста. Цвет как важная составляющая креолизованного текста несет на себе при этом значительную функциональную нагрузку, успешно реализуя свои ключевые функции – аттрактивную, экспрессивную и эстетическую.

Список литературы

1. Алимов В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации. М.: Либроком, 2009. 160 с.
2. Алимуратов А. Р. Основные характеристики диалогического текста // Очерки по лингвистике текста: сб. науч. тр. Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2001. С. 188-250.
3. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003. 123 с.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. 190 с.
5. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России. М.: Аспект Пресс, 2001. 243 с.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
7. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Р. Валент, 2004. 237 с.
8. Серов Н. В. Античный хроматизм. СПб.: Лисс, 1995. 475 с.
9. Тортунова И. А. О работе в современных популярных журналах: с точки зрения практика. Язык средств массовой информации. М.: Альма Матер, 2008. 760 с.
10. Чаплыгина Ю. С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: на материале английского языка. Самара, 2002. 222 с.
11. <http://www.cosmopolitan.com/celebrity/exclusive/demi-lovato-july-cover-cosmopolitan> (дата обращения: 23.08.2013).
12. <http://www.cosmopolitan.com/celebrity/exclusive/scarlett-johansson-cosmo-cover-january-2012> (дата обращения: 16.08.2012).
13. <http://www.cosmopolitan.com/celebrity/exclusive/selena-gomez-march-cover-cosmopolitan> (дата обращения: 12.08.2013).

**SPECIFICITY OF CHROMATIC COLOUR NAMING TRANSLATION IN CREOLIZED TEXTS
(BY THE MATERIAL OF WOMEN'S GLOSSY MAGAZINES)**

Velichko Alesya Aleksandrovna, Ph. D. in Philology
North Caucasian Federal University
alesya_velichko@mail.ru

The article is devoted to the research of the features of chromatic colour naming translation in creolized texts. The analysis shows that colour naming and the selection of necessary translation strategy within the textual space under study are conditioned by extralinguistic factors, i.e. correspond to the basic aim orientations of women's glossy magazines and are implemented with the support of visual accompaniment to the text.

Key words and phrases: creolized text; glossy magazine; chromatic colour naming; pragmatics of translation; translation transformations.

УДК 8

Филологические науки

В статье анализируется преобразование реально существовавшего предмета, описанного Варламом Шаламовым в письме Борису Пастернаку в художественную деталь, соединяющую рассказы 1956-1966 гг. На основании анализа роли этой детали в рассказах из разных циклов продемонстрировано, что шесть циклов «Колымских рассказов» образуют взаимосвязанное целое. В прозе Варлама Шаламова такая деталь может играть композиционную роль как внутри одного цикла, так и между ними, связывать разрозненные сюжеты, помогая читателю выявить героев-двойников. Также в статье показан один из способов писателя сообщить своей прозе поэтическую ритмичность и интонационное богатство.

Ключевые слова и фразы: история литературы XX века; поэтика прозы; цикл рассказов; Варлам Шаламов; «Колымские рассказы».

Гаврилова Анна Петровна

Российский университет дружбы народов
a.p.gavrilova@gmail.com

**ПЕРЕПИСКА И «КОЛЫМСКИЕ РАССКАЗЫ» ВАРЛАМА ШАЛАМОВА:
К ПРОБЛЕМЕ СООТНОШЕНИЯ ФАКТА И ВЫМЫСЛА[©]**

Статья выполнена при поддержке РФНФ (номер гранта: 11-04-12055в).

Редактор собрания сочинений Шаламова на немецком Франциска Тун-Хоенштайн с сожалением отмечает, что «в международных дебатах о лагерной литературе его (В. Т. Шаламова — А. Г.) поэтика до сих пор играет сравнительно небольшую роль» [5, с. 35]. До самого недавнего времени «Колымские рассказы» рассматривались исключительно как фактографические свидетельства об истории ГУЛАГа. Труд всей жизни Варлама Шаламова постигла незавидная судьба: до конца 1980-х годов ни один цикл не был напечатан в соответствии с авторским замыслом, что, учитывая особенности композиции «Колымских рассказов», разрушало