

как вы уже заметили, они составлены с помощью двух противоречивых мыслей объединены в одно предложение. Вообще говоря, мы можем только сравнить и видеть отличия между стилистического приема оксюморон в английском языке и концептами «энантиосемия» и «случайный антоним» в кыргызском языке, что они семантически близкие, но не являются эквивалентами.

Оксюморон также встречается в крылатых выражениях, афоризмах. В качестве примера служат высказывания известных авторов, такие как М.Твен : «Я не позволю мою *учебу* вмешиваться с моим *образованием*», Т.Гарди: «*Человеческая тишина это прекрасное чтобы слушать*», С.Колдуин: «*Если б я мог умереть прямо сейчас, я был бы самый счастливый живой*», У.Черчилль : «*Я всегда готов учиться хотя мне не очень нравится когда меня учат*», Коко Шанель: «*О, мои друзья, друзей не бывает*».

Следует отметить, что оксюморон в разносистемных языках обладают свои варианты оксюморона, потому что любые языковые культурные ценности принадлежат только данной культуре. Одна положительная языковая оценка может восприниматься отрицательно другой культурой и не соответствует языковым нормам, поэтому нужно быть очень осторожной при переводе этого стилистического приема, хотя это отдельный предмет обсуждения. В кыргызском языке есть несколько известных оксюморонов в повседневной жизни и в художественных произведениях, в то время как многочисленное количество оксюморонов в английском языке представляют целый мир.

1. Ажыбаева З., Кыргыз тилиндеги эмоционалдык-экспрессивдүү каражаттар, Бишкек, 2007
2. Ашырбаев Т.Кыргыз тилинин стилистикасы, Бишкек-Ош, 2000
3. Кузнец М.Д. и Ю.М.Скрёбнев Стилистика английского языка, Учпедгиз, Л.,1960, с.34)
4. Листвинов Н.Г., Вопросы стилистики русского языка, Москва, 1965
5. Усубалиев Б. Көркөм чыгармага лингвистикалык илик.-Дисс....филол.илимдер.д-ру,-Бишкек,1994.-366.
6. Эгембердиев Р., Кыргыз тилиндеги фразеологизмдер, 2007
7. Egemberdieva D.Sh., Kadyrov K.P., Text Analysis, Bishkek, 2005
8. Fowler H.W. A Dictionary of Modern English Usage
9. Адышева Т. Шамдай жанган сөздөр= (The words that shine like a candle): Избр.стихи.Т.1/ Пер.на англ. З.Караева, К.Калиева. - Бишкек: Айат,2008.-63 б.
10. Айтматов Ч. Уч томдон турган чыгармалар. -Фрунзе: Кыргызстан, 1982-1983. Т.1.-1982.-448 б.; Т.2.-1982.-510 б.; Т.3.-1983.-432 б.
11. Ch.Aitmatov Selected Stories, Boston & Moscow, 2000
12. Осмонов А. Көл толкуну=(Waves of the lake): Избр.стихи. Т.1/Пер.на англ. У.Мэй.- Бишкек:1995.-148 б.
13. Лоурэнс Д. «Любовник леди Чаттерлей» - D.H. Lawrence "Sons and lovers", L., 1924.
14. Lawrence D.H. "Sons and lovers". New York:The Viking Press,1960.-491 p.
15. www.oxymoronlist.com

Статья посвящена вопросу изучения и перевода оксюморона в разносистемных языках. Описываются виды и употребление данного стилистического приема в жизни людей разных культур. В статье дается сопоставительный анализ кыргызского, русского и английского оксюморона в художественных произведениях.

The article is devoted to the study of a stylistic figure oxymoron. It describes the kinds of oxymoron and the usage in lives of people of different cultures. In the article is given comparative analysis of oxymoron in literary works of Russian, Kyrgyz and English authors.

А. А. Жаутикбаева

ПЕРЕВОД ЗАГОЛОВКОВ

Заголовки статей в англоязычной прессе являются словосочетаниями, причем в силу того, что их основная функция – привлечь внимание читателя, стоит остановиться на особенностях их структуры для правильного понимания и адекватного перевода.

Трудность понимания газетных и журнальных заголовков обусловлена двумя причинами:

- тем, что в них допускается нарушение языковых норм (сокращение структуры предложения, отсутствие артиклей, глаголов-связок и даже смысловых глаголов, другие особенности синтаксиса, порядка слов и пунктуации);

- недостаточно полным и глубоким знанием реалий и культуры страны изучаемого языка, а также пробелами в знании фразеологии.

Как правило, за перевод заголовка следует приниматься после прочтения всей статьи. Это

облегчает понимание содержание заголовка, если оно не ясно.

Следует иметь в виду следующие особенности заголовков:

1. Полные предложения в качестве заголовков (без пропусков служебных слов, артиклей и предлогов) встречаются не так уж часто. Здесь, конечно, важно правильно понять заголовок-предложение и сделать его адекватный перевод. (Примеры заголовков статей взяты из газеты “The Financial Times”, и журналов “Business Week” и “The Economist”. В заголовках все слова могут быть написаны с заглавной буквы.)

Small Investment That Make A Big Difference – Небольшие инвестиции, играющие большую роль.

Czechs pay a heavy price for bank sell-offs – Чехи платят дорожную цену за распродажу банков.

2. Чаще всего полные предложения в качестве заголовков отличаются пропуском артиклей:

Italy's bank governor paints [a] black picture – Председатель правления итальянского банка рисует картину в черных тонах.

3. Даже если заголовок представляет собой полное по структуре предложение, для его перевода необходимо иногда прочитать статью или хотя бы первый абзац, чтобы понять смысл:

Euro rises on talk of ECB intervention – Евро растет благодаря интервенциям ЕЦБ (Европейского Центрального банка).

BMW plans Rolls-Royce plant in south of England – Компания БМВ планирует начать сборку автомобилей Роллс-Ройс на новом заводе, на юге Англии.

4. Последние два примера представляют собой еще одну особенность заголовков – наличие всякого рода сокращений (буквенных, слоговых и др.) Обычно буквенные сокращения объясняются в первом же абзаце:

Handspring reduces IPO price range – Компания Хэндспринг сокращает диапазон предлагаемых стартовых цен. (В первом абзаце статьи объясняется значение аббревиатуры IPO – Initial Public Offering.)

NASDAQ and Dow soar on tech buying [NASDAQ – National Association of Securities Dealers automated quotations – система автоматической котировки Национальной ассоциации биржевых дилеров; Dow – Dow Jones index – индекс Доу Джонса Нью-Йоркской фондовой биржи; tech – high technology – зд. акции высокотехнологичных компаний] – Индексы НАСДАК и Доу Джонса резко повысились на приобретении акций высокотехнологичных компаний.

5. Заголовки по своей структуре часто представляют собой эллипсис, т.е. предложение, в котором с целью привлечения внимания опускаются те или иные слова. Наряду с артиклями, притяжательными местоимениями и другими служебными словами, часто опускаются формы глагола *to be*, например:

Sara Lee [is] to refocus [its] activities – Компания «Сара Ли» собирается сделать новый акцент в своей деятельности.

OAS [is] divided on [the] Peru action – ОАГ (Организация американских государств) разделилась во мнениях по вопросу о действиях Перу.

6. Иногда в заголовках опускаются смысловые глаголы и другие слова, о которых можно догадаться лишь после просмотра статьи:

California [‘s voters stand] for GOP – выборщики (представители избирателей) делают выбор в пользу республиканцев (GOP – Grand Old Party, традиционное название Республиканской партии в США).

Israeli and Palestine envoys [are heading] for talks – Посланники Израиля и Палестины направляются на переговоры.

7. Распространенной формой английского заголовка является номинативное (назывное) предложение (как односоставное, так и состоящее из двух или нескольких существительных по типу N+N):

A Brave New Economy for Singapore – Смелая новая экономика для Сингапура.

DT incentives for retail buyer – Стимулы компании Дойче Телеком в работе с индивидуальными (розничными) заказчиками.

IMF loan accord delay – Задержка соглашения о кредите МВФ.

8. Английские заголовки могут быть представлены словосочетанием с причастием или герундием:

Muddying the waters – В мутной воде (дословный перевод «мутя воду» явно был бы неудачным).

Keeping up the pace – Сохраняя темп.

9. Для привлечения внимания в заголовках используются двоеточия и вопросительные знаки:

Laptops: Do we need that speed? – Портативный компьютер: Есть ли необходимость в такой скорости?

Is the weak euro making Germany complacent? – Играет ли на руку Германии падение евро?

10. Вопрос в заголовке может быть косвенным:

Why Big Tobacco Can't Be Killed – Почему нельзя ликвидировать табачную промышленность.

What's wrong with paying off the national debt – В чем заключаются проблемы с выплатой государственного долга.

11. Употребление в заголовках разговорных форм и сленга также служит средством привлечения внимания читателя:

Web Lotto: it ain't pretty – Тотализатор в Интернете: не больно он хорош.

Hey, wanna buy some used mortgages? – Не хотите ли приобрести подержанную ипотеку? (Речь идет о том, что китайские банки для получения наличности перепродают внутренние кредиты.)

Coke: Say good-bye to the good ol' boy culture – Кока-Кола: Прощай, старое доброе время.

12. Наибольшую сложность при переводе, очевидно, представляет использование в заголовках фразеологизмов, игры слов и умышленно измененных устойчивых выражений, смысл которых является прозрачным лишь для тех, кто хорошо знает культуру англоязычных стран:

Has Ford backed Detroit into corner? (back into corner – загонять в угол; головное предприятие «Форд» находится в Детройте, США).

To save or not to save? (парафраз из Шекспира “To be or not to be?” – “Быть или не быть?”)

Much ado about lending (парафраз из Шекспира “Much ado about nothing” – “Много шума из ничего”)

North Korea: Why it's suddenly ready to come in from the cold (явно переключается с названием самого известного романа Джона Ле Каре «Шпион, который пришел с холода» - John Le Carre – “The Spy Who Came in from the Cold”).

Ready, steady, go – На старт, внимание, марш! (использование спортивного жаргона)

Suddenly Goldman is less golden.

Здесь *игра слов* (по-английски *pun; play on words*) создается за счет сочетания названия компании *Goldman, Sachs & Co.* И слово *golden* – золотой

в связи с критикой, которая обрушилась на компанию вследствие сомнительных операций.

Именно игра слов (каламбур) чаще всего является камнем преткновения при переводе вообще и, в частности, при переводе заголовков.

Выход из положения – в описательном нейтральном переводе, например, неожиданные проблемы у компании «Гольдман, Закс и Ко».

Обычно следующее после заголовка предложение-аннотация объясняет значение игры слов или дает представление о том, что кроется за выражением, представленном в заголовке. Например, последний заголовок становится понятным благодаря следующему после него аннотационному предложению:

After a string of troubled deals, the firm [Goldman, Sachs & Co] is facing criticism. (После ряда сомнительных сделок фирма [Гольдман, Закс и Ко] подвергается нападкам (критике)).

Поскольку игра слов построена на двойном значении какого-то слова, причем второе его значение чаще всего слэнговое, переводчик иногда вправе дать комментарий или объяснение к данному выражению, поскольку *перевод* в принципе не возможен. Вот пример игры слов, основанной на двух значениях слова *grand*: 1. великолепный, восхижительный, 2. слэнг: 1000 долларов. Естественно, что игра слов не переводима, ее можно лишь объяснить:

Love is grand.

Divorce is a hundred grand.

Вернемся к заголовкам, которые можно понять, лишь зная реалии и культуру страны. Пониманию таких заголовков способствует контекст. Необходимо обратить внимание на следующие заголовки, в которых используются известные *устойчивые*

выражения, контекстом для понимания смысла служат предложения-аннотации, помещенные сразу под заголовками:

Rich man, poor man – Богач, бедняк (название известного романа Ирвина Стоуна).

Предложение-аннотация: The gap between high earners and the lowest paid has widened.

Keep the high humming – Пусть улей жужжит.

Предложение-аннотация: Immigrants may prevent the economy from overheating.

Теперь становится понятным смысл заголовка: иммигранты, работающие на многих малооплачиваемых работах, заполняют рынок труда и дают возможность экономике динамично развиваться.

Таким образом, указанные выше примеры представляют наиболее типичные трудности при переводе *заголовков* с английского на русский. Совершенствование перевода с английского на русский – процесс длительный, происходящий параллельно с бесконечным процессом освоения языка.

1. Левицкая Т.Р., Фитерман А.М. Проблемы перевода. Москва: Международные отношения, 1987.

2. Миньяр Белоручев Р.К. Записи в последовательном переводе. Москва: Высшая школа, 1997.

3. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. Москва: Высшая школа, 1983.

4. Черняховская Л.А. Перевод и смысловая структура. Москва: Международные отношения, 1986.

5. Читалина Н.А. Учитесь переводить. (Лексические проблемы перевода). Москва: Международные отношения, 1976.

Бұл мақалада ағылшын тілінен орыс тіліне аудару кезіндегі лексикалық сұрақтар қарастырылады. Және тақырыптардың аударылуы сөз етіледі.

Лексические вопросы перевода с английского языка на русский.

Е. А. Ломова

АВТОРСКОЕ ПРИСУТСТВИЕ В СТРУКТУРЕ ПЕРЕВОДНОГО ТЕКСТА

Художественный текст характеризуется единством субъектной принадлежности, он результат индивидуального творчества говорящего, и потому его основным компонентом выступает автор, чье восприятие и видение мира является «центро-стремительной силой, организующим стержнем любого художественного текста» [1, 180].

Термин «образ автора» был введен в научный обиход В.В. Виноградовым, но проблема «образа автора» и его роль в художественном тексте разрабатывалась в научных и литературоведческих исследованиях Бахтина, Томашевского, Тынянова и многих других.

Образ автора пронизывает все языковые уровни художественного текста, скрепляя отдельные худо-

жественные элементы в единую образную структуру, обеспечивая системность, связность и целостность словесного произведения.

Художественный текст, отмечают В. Сдобников и О. Петрова, апеллирует прежде всего «к образному мышлению, к способности человека познавать мир образно» [2, 349]. В отличие от логического, художественный текст не может быть объективным, лишенным авторской позиции, авторского отношения к героям и событиям, авторской интонации. При этом, разумеется, нельзя смешивать образ автора с образом рассказчика, от лица которого ведется повествование».

В литературном тексте образ автора многомерен и многолик. Он в равной мере может иметь как

собственную речевую структуру, так и извлекается из «геройной» речи персонажа или повествователя. Автор может быть персонифицированный или скрытый - все зависит от его концепции и «той маски, которую он на себя одевает» [1, 180].

В. Вус приходит к выводу, что, наряду с конструированием образной модели действительности сообразно индивидуальному пониманию, писатель создает в словесном произведении и свой образ, “an implied version of himself” [3, 70], тем самым представляя перед взором читателя как субъект художественного восприятия и как объект изображения.

Л. Долецел добавляет, что в этом случае образ автора не тождественен конкретной личности самого писателя, «отношение между реальным автором и его образом в произведении художественной прозы аналогичны отношению между поэтом и лирическим субъектом (лирическим «я» в поэзии)» [4, 12].

«Выражая философски - обобщающую идею произведения, идеальный образ автора извлекается из всей макроструктуры текста путем анализа его материи - художественного текста» [1, 180]. Словесная материя художественного текста - это единственная реальность, которая дает возможность сделать выводы о мировосприятии автора, его отношении и оценке изображаемой им объективной действительности. Степень авторской активности в организации и построении изложения обуславливается доминирующей композиционно-речевой формой и развивается от наименее выраженной авторской точки зрения в повествовании через отдельные сигналы ее проявления в описании - к открытому выявлению авторского мировосприятия в рассуждении.

В связи с этим исследования М.И. Данилко, Т.Г. Шухат и Е.В. Петропавловской обнаруживают, что в прозе Д. Дефо и Дж. Свифта значимость авторских рассуждений очевидна, что «способствует открытому выявлению авторского мировосприятия» [1, 180].

Хронотоп автора принципиально задан в художественном тексте и выражен имплицитно на разных языковых уровнях и в смешанных композиционно-речевых формах. Например, в литературе XIX века с ее повышенным интересом к раскрытию психологического «я» героя возникают формы внутреннего монолога и несобственно - прямой речи.

В повествовательной манере XX века реализуется новый способ существования хронотопа авторского присутствия, связанный с «поток сознания». Так, М. Пруст использует метод «потока сознания» в качестве единственного типа изложения. Основная задача прустовского повествователя - выражение рефлексивности авторского сознания, попытка отразить собственное временное переживание.

Слияние «потоков сознания» героев можно очевидно наблюдать также в «Улиссе» Д. Джойса.

Будучи мегатекстовым фактором по отношению к самому художественному тексту, хронотоп автора

отражает общие культурные и философско-методологические установки своей эпохи.

В художественном тексте, являющимся субъективной проекцией познаваемого «мира на себе» [1, 183], всегда эксплицитно или имплицитно присутствует авторское отношение к высказываемому.

Анализируя прозу Хемингуэя, М. Арнаутов находит четкое звучание персональной интонации и «субъективной ноты» [5, 180], а М. Данилко, Т. Шухат и Е. Петропавловская добавляют, что в прозе писателя даже при ориентации на объективное самораскрытие художника» [1, 181], поскольку, как отмечал В. Виноградов, само «тяготение к объективности воспроизведения и разные приемы «объективного» построения - все это лишь особое, но соотносительные принципы конструкции образа автора» [6, 140].

Автор может сознательно «утаивать» часть информации до определенного момента, сознательно создавать некоторую двусмысленность. Все это служит «созданию у читателя нужного настроения, нужного впечатления, помогает автору подготовить его к восприятию дальнейших событий» [3, 55].

Э. Хемингуэй был убежден, что, «если писатель хорошо знает то, о чем пишет, он может опустить многое из того, что знает, и, если он пишет правдиво, читатель почувствует все опущенное так же сильно, как если бы писатель сказал об этом...».

Как подчеркивает И. Кашкин, понятия «недоговоренности в рассказах иногда помогают, кроме контекста, возможного в крупных вещах, и внешне неприметные ключевые фразы, «как сгусток, в котором сконцентрирован подтекст». Поэтому при переводе художественной книги «переводить надо не изолированный словесный знак и его грамматическую оболочку в данном языке, а мысль, образ, эмоцию - всю конкретность, стоящую за этим словом, при непрременном учете всех выразительных средств, всей многосмысленности знака или многозначности слова» [7, 74].

Однако даже в тех случаях, когда повествование ведется от лица одного из персонажей, «за спиной у него всегда стоит автор со своим отношением к персонажам и к происходящему, автор, ведущий опосредованный разговор с читателем. И зачастую этот скрытый разговор в художественном произведении оказывается важнее описываемых событий» [2, 353].

Общепризнано, что заглавие отражает тему и идею художественного произведения. Будучи первым знаком текста, заглавие является для всего произведения в некотором роде предшествующей информацией и «не только побуждает ожидание новой, расширенной информации, но и направляет это ожидание» [8, 175].

М. Морозов утверждал, что к выбору заглавия переводного текста надо относиться крайне осторожно. Так, например, в сделанных в Англии переводах басен Крылова «Демьянова уха» превратилась в “Soup of Master John”, «сосед Фока» стал