

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»

(наименование кафедры)

45.03.02 Лингвистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение

(направленность (профиль)/специализация)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему Достижение адекватности при переводе с французского на русский язык романа Фредерика Бегбедера «99 франков»

Студент

Ю. С. Мунтяну

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Ю. И. Горбунов

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой к.филол.н., доцент С. М. Вопияшина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2019

Аннотация

Актуальность данной бакалаврской работы связана с релевантной на сегодняшний день проблемой передачи оригинального смысла художественного текста с одного языка на другой. Художественная литература не перестаёт развиваться, рефлексирова о вечных проблемах с новых ракурсов и адаптируясь под современного читателя. Именно поэтому необходимо пополнять знания в данной сфере с целью создания профессионально полного и точного перевода.

Объектом данного исследования является роман современного французского писателя Фредерика Бегбедера «99 франков» и его перевод, выполненный переводчицей Ириной Волевич. **Предметом** исследования является адекватность перевода, представленная в переводческих трансформациях романа на русском языке.

Цель данного исследования состоит в выявлении основных способов достижения адекватности при переводе французской художественной литературы на русский язык.

Задачи: 1) описать художественный литературный стиль; 2) рассмотреть требования, на которые опирается переводчик при переводе художественного текста; 3) определить понятие адекватности перевода; 4) проанализировать лингвистические и экстралингвистические характеристики романа Фредерика Бегбедера «99 франков»; 5) выявить приёмы перевода языковых средств, помогающих достижению адекватности при переводе.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

В **первой** главе представляется определение художественного текста, перечисляются особенности его перевода, даются определения адекватности и эквивалентности перевода, с перечислением переводческих трансформаций для достижения полноценности перевода.

Вторая глава посвящена анализу переводческих приёмов и оценке их адекватности. В ней даются примеры перевода текста «99 франков» в оригинале и на русском языке с описанием применённых переводческих трансформаций и оценкой их адекватности.

Материалами исследования являются книга Фредерика Бегбедера «99 франков» представленная на французском языке в объёме 318 тыс. знаков, и её перевод на русский язык, осуществлённый Ириной Волевич, объёмом в 403 тыс. знаков.

Список использованной литературы включает 48 источников научной литературы.

Общий объём работы составляет 44 страниц.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА	6
1.1 Характеристика художественного литературного стиля.....	6
1.2. Особенности перевода художественного текста.....	12
1.3. Адекватность и эквивалентность как достижение переводческой задачи	19
Выводы по первой главе	23
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА С ФРАНЦУЗСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК РОМАНА Ф. БЕГБЕДЕРА «99 ФРАНКОВ»	24
2.1. Специфика перевода романа «99 франков»	24
2.2. Достижение адекватности при переводе романа «99 франков»	26
2.2.1. Перевод и переводческие стратегии	26
2.2.2. Поиск эквивалентности при переводе романа Ф. Бегбедера «99 франков»	28
Выводы по второй главе	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	45
ПРИЛОЖЕНИЕ	49

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования связана с неугасаемой на сегодняшний день проблемой адекватной передачи оригинального смысла художественного текста при переводе с одного языка на другой. Художественная литература не перестаёт развиваться, рефлексирова о вечных проблемах с новых ракурсов и адаптируясь под современного читателя. Именно поэтому необходимо пополнять знания в данной сфере с целью создания профессионально полного и точного перевода.

Объектом исследования является перевод романа современного французского писателя Фредерика Бегбедера «99 франков».

Предметом исследования является адекватность перевода, представленная в переводческих трансформациях романа на русском языке.

Цель данного исследования состоит в выявлении способов достижения адекватности при переводе с французского языка на русский язык.

Задачи исследования:

1. описать художественный литературный стиль;
2. рассмотреть требования, на которые опирается переводчик при переводе художественного текста;
3. определить понятие адекватности перевода;
4. проанализировать лингвистические и экстралингвистические характеристики романа Фредерика Бегбедера «99 франков»;
5. выявить приёмы перевода языковых средств, способствующие достижению адекватности при переводе.

Материалами исследования являются книга Фредерика Бегбедера «99 франков» (304 страницы), представленная на французском языке, и её перевод на русский язык, осуществлённый Ириной Волевич (400 страниц).

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы исследования**: метод анализа и синтеза, метод трансформационного анализа, метод предпереводческого и лингвостилистического анализа, метод сплошной выборки и сравнительносопоставительный метод.

Теоретическая база исследования состоит из работ учёных-лингвистов: Л. С. Бархударов, Н. К. Гарбовский, В. Н. Комиссаров, Т. А. Казакова, Л. Л. Нелюбин, А. В. Федоров, А. Д. Швейцер и других.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученного материала для перевода французской художественной литературы.

Структура: введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

Во **введении** обосновывается выбор темы и её актуальность, определяются объект и предмет исследования, характеризуются цели, задачи, методы, практическая значимость исследования.

В **первой главе** представляется определение художественного текста, перечисляются особенности его перевода, даются определения адекватности и эквивалентности перевода, с перечислением переводческих трансформаций для достижения полноценности перевода.

Вторая глава посвящена анализу конкретных переводческих приёмов, наряду с оценкой их адекватности. В ней даются примеры перевода текста «99 франков» в оригинале и на русском языке с описанием применённых переводческих трансформаций и их оценкой.

В **заключении** суммируются результаты данного исследования.

Список использованной литературы включает 48 источников научной литературы.

В **приложении** представлены текстовые фрагменты из книги Ф. Бегбедера, наряду с их переводом, представленным переводчицей И. Волевич, разделённые на группы переводческих трансформаций.

ГЛАВА 1. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

1.1 Характеристика художественного литературного стиля

С каждым годом человеческая деятельность продолжает свой путь развития, преобразуя и усложняя сознание общественности и формы мышления индивидуума. Это развитие подпитано многовековым опытом человечества в разнообразнейших сферах науки (которые помогают постичь реальность), деловых отношениях (без которых невозможно успешно осуществлять коммуникацию для достижения общих целей и поддержания социальных контактов), развития религиозной жизни и преобразования искусства (как символ эволюции духовности людей). Идя в ногу с модернизацией человечества, следует и язык, приобретая новые черты с целью выражения мысли современного человека в той или иной сфере деятельности. Таким образом, функциональные вариации бытового языка формируются на экстралингвистической основе, влияя так же на функционально-стилевые признаки русского литературного языка.

В самом начале нашей работы, следует определить функциональные стили в качестве крупных речевых разновидностей литературного языка, которые исторически сложились, опираясь на содержание и условия речевого общения. Каждому функциональному стилю присуща речевая системность, определяющаяся на основе определённых принципах отбора и сочетания средств языка. Опираясь на вышесказанное можно сделать вывод, что термины функциональный стиль и стиль речи считаются синонимичными [8, с. 21].

Функциональные стили непосредственно реализуются текстовым способом. Литературный язык можно подразделить на шесть функциональных стилей, среди которых выделяют четыре стиля, объединённых на основе книжно-письменной речевой традиции и образующих группу книжных стилей. К этому списку относят:

- *научный стиль* – свойственен научным текстам (учебное пособие, доклад, реферат, лекция). Стиль имеет приверженность к нормированной речи, характерен предварительно обдуманной

высказываниями, строгим отбором языковых средств, и монологическим характером;

- *официально-деловой стиль* – используется в официальной сфере (законодательной, административно-правовой, делопроизводственной) для сообщения, информирования. Характерно использование экономных языковых средств, клише и терминологии;
- *публицистический стиль* – воздействует на людей через средства массовой информации (газеты, радио, телевидение и т.д.). Свойственно использование оценочной лексики, которая обладает сильной эмоциональной окраской;
- *и религиозный стиль* – применяется в церковно-религиозной сфере. Задействует в себе употребление как церковнославянского языка при воспроизведении песнопений и молитв, а также произнесении разнообразных богослужебных канонических текстов, так и применение современного общеупотребительного русского языка во время выступлений священнослужителей по телевидению, радио, и на митингах и т.д.

Оставшиеся два стиля, *разговорный* и *художественный*, имеют схожие черты, так как их сближает между собой амплуа автора и значимость его диалога с читателем, присутствует преобладание общеупотребительного языка, а также неравнозначность эстетической функции речи и креативной составляющей.

На рис. 1 изображено разнообразие функциональных стилей: *разговорный стиль* находится в социальном пользовании, *художественная речь* – в широком использовании и личном производстве, *книжные стили* – в визуальных условиях речевого общения. *Публицистический стиль* располагается между книжными и иными стилями [21, с 265].



Рис. 1. Виды функциональных стилей

Изучением норм, стилей и способов применения литературного языка, как в вербальной, так и в письменной коммуникации занимается раздел языкознания – стилистика [32, с. 56]. В литературоведении данная дисциплина относится к разделу теоретической поэтики, изучающей художественную речь. Саму же стилистику текста относят к одному из направлений стилистики, предметом изучения которой является рассмотрение закономерности организации текста или речевого произведения, как структурно-композиционного, смыслодержательного и жанрового единства в зависимости от целей и задач коммуникации, идейного содержания и стилевых функций со всей совокупностью экстралингвистических аспектов текста, с целью наилучшей его интерпретации. Следовательно, объектом стилистики является текст, так как стиль представляется свойством текста [19, с. 124].

Стилистика текста, как наука помогает определить композиционно-стилистические типы формы и содержания, детально рассмотреть структурно-стилистические возможности любого вида произведений и выделить конструктивные приёмы в языковых средствах текста. Стилистическое направление сосредоточено на исследовании стилистической значимости разнообразных единиц текста на базе конкретного произведения или типа текста,

их роли в создании стилевой особенности текста и выражении его содержания [3, с. 41].

Подробное изучение основ и теоретической разработки стилистики можно найти в трудах учёных В. В. Виноградова, Г. О. Винокура, Б. А. Ларина, М. М. Бахтина и т.д.

Далее, следует обозначить само определение *художественного стиля*. Под понятием текст с художественной стилистической окраской понимают художественное произведение индивидуального характера, написанное на данном языке, где автор с помощью лексического разнообразия выразительных средств передаёт свои мысли и рассуждения о человеческом бытии и всего связанного с ним [16, с. 6].

Художественный текст выполняет нижеизложенные литературные функции:

- познавательную – литератор Ю. Б. Борев обозначает данную функцию как информацию, содержащуюся в искусстве и литературе. «Сопрягая личный жизненный опыт с опытом других людей, искусство служит средством и познания мира, и самопознания личности» [7, с. 160];
- воспитательную – доктор филологических наук В. Я Линков определяет данную функцию литературы и искусства как, изображение художниками жизненных явлений, которые они соотносят с идеалом прекрасной жизни, тем самым задавая читателям определённую модель поведения [25, с. 26];
- коммуникативную – поясняя значение данной функции, Борев считает, что «на коммуникативности искусства основывается его современное рассмотрение как знаковой системы, несущей информацию» [7, с. 160];
- гедонистическую (эстетическую\созидательную) – Борев также даёт описание названной функции, упоминая, что она «опирается на идею самоценного значения личности, исходит из этой идеи и осуществляет её, доставляя человеку бескорыстную радость эстетического наслаждения», вследствие чего сама «литература пробуждает в человеке художника» [7, с. 163].

Выражение мысли автора зависит также от выразительно-изобразительных средств языка, подразделяемые на стилистические фигуры и тропы, также понимаемые как лирические обороты речи, в которых выражение или слово применено с переносным значением. Принцип большинства стилистических фигур и тропов построен на сравнении, сопоставлении двух явлений с целью пояснения одной идеи при помощи другой. Среди многообразных фигур и тропов ниже можно увидеть перечень наиболее распространенных примеров стилистических фигур в художественном тексте [13, с. 49]:

1. эпитеты – определения при слове, влияющие на выразительность смысла предложения. Выражаются преимущественно именем прилагательным, наречием, существительным, числительным.

Ex: «Un religieux silence» (Bossuet).

«Святая тишина»;

2. метафоры – слова или выражения, употребляемые в переносном значении, в основе которых лежат неназванные сравнения одного предмета с другими на основе их общего признака.

Ex. «La tristesse chantait dans son ame» (Japrisot).

«Его Страх говорил вместо него»;

3. олицетворения – данный троп присваивает свойства одушевлённых предметов неодушевлённым. Применяется при изображении природы, наделённой человеческими чертами.

Ex.: «J'ai entendu les gémissements du vent dans la cheminée» (Gosciny).

«Я слышал стоны ветра в трубе»;

4. метонимии – словосочетания, в которых осуществляется перенос названия с одного предмета на другой, основываясь на их объективной близости и логической связи.

Ex: «Дом спал» (Zola).

«La maison dormait»;

5. сравнения – происходит уподобление одного предмета или явления другому по какому-либо общему для них признаку, при этом смягчая и снимая противоречивость с высказывания.

Ex.: «Petit comme un souris» (Goscinny).

«Мал, как мышь».

Зачастую, автор создаёт собственные фигуры речи, придумывая оригинальные образы, тем самым оставляя свой след в литературе [37]. Стилистические тропы и фигуры помогают автору донести открыто и напрямую, а иногда, намеренно завуалировано, свои идеи восприятия конкретной концепции или события. Следует упомянуть, что авторские знаки препинания и композиция художественного текста придают ему индивидуальную мелодичность – это выражается в намеренном разграничении автором масштаба своей идеи или же наоборот, объединения её в одно предложение, абзац или главу.

Прежде чем преступить к переводу определённого художественного текста, следует ознакомиться с его главными характеристиками и особенностями, с учётом личностного стиля автора произведения, тем самым совершая предпереводческий анализ.

А. В. Федоров, советско-русский переводчик и теоретик художественного перевода, объясняет, что сложность перевода самой художественной литературы объясняется многообразием сочетания индивидуальной манеры писателей, которая обусловлена мировоззрением, эстетическим влиянием эпохи в которой живёт автор, придерживаемой литературной школы. Федоров добавляет, что наличие в тексте всевозможных лексических, грамматических, и в частности синтаксических языковых средств, подпитанных разновидностями сочетаний функциональных стилей многократно усложняют задачу перевода художественной литературы.

Главной задачей художественного перевода является воспроизведение эстетической функции переводимого текста. Переводчик может столкнуться с формальной непередаваемостью отдельного языкового элемента подлинника, где он может прибегнуть к выбору другой грамматической категории или слова с другим вещественным значением и многим другим трансформациям [40, с. 334].

Следует сделать вывод, что художественный тип текста приобретает уникальную выразительность благодаря наличию вышеперечисленных функций (функций литературы, преобладания фигур и тропов, присутствия авторской

композиции художественного текста), которые соподчиняются, являясь частными задачами той или иной степени значимости для главной цели – передачи основной индивидуальной авторской мысли.

1.2. Особенности перевода художественного текста

Художественный перевод, пребывая в области зрения проблем лингвистики, представляет собой одну из основных и трудных элементов от единой проблемы концепции перевода, и кроме того, перевод художественного типа текста поднимает вопрос о культурологической его важности и среди современных переводчиков [11, с. 19].

Анализ художественного текста, приравниваемого к источнику зарождения культуры и представителю национального характера. В последнее время всё больше обращают внимание на исследования в области языка и культуры, где язык рассматривается как одна из форм отражения той или иной культуры. Американский лингвист Э. Сепир описывал язык, как символ руководства к осознанию культуры, добавляя, что «лексика – очень чувствительный показатель культуры народа» [47].

Многочисленные исследования оценивают взаимосвязь языка с особенностями культуры и национального характера, разнообразие ментальности и личностей, разных литератур и веков, степеней модернизации той или иной другой культуры и её традиций.

Если рассматривать художественный текст с этой точки зрения, то можно заключить что он способен зафиксировать систему норм, идей, ценностей, знаний, традиций и обычаев какой-либо культуры. С помощью художественного текста можно передать современную, этическую и историческую информацию о жизни любой культуры, что и позволяет рассматривать его как культурную единицу [2, с. 156]. Переводя художественный текст на другой язык, происходит искривлённое преобразование языковых средств текста в культурно-семантическом и лингвистическом пространстве. Безусловно, переводя произведение художественной литературы на другой язык, транслируется

заложенная автором оригинальная информация другим языкам, знакомя другую культуру с новыми познаниями.

Художественному переводу выделено множество разносторонних исследований (Л. С. Бархударов, Н. К. Гарбовский, В. Н. Комиссаров, Т. А. Казакова, Л. Л. Нелюбин, Ю. Л. Оболенская, А. В. Федоров, А. Д. Швейцер). Совместно с переводчиками, русские писатели уделяли большое внимание переводу произведений литературы на разные языки, внося большой вклад в теорию перевода художественного текста: В. Г. Белинский, В. Я. Брюсов, И. И. Введенский, В. А. Жуковский, Н. М. Карамзин, А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, А. А. Фет, К. И. Чуковский и многие другие. Многие из них выделяют лингвистические аспекты перевода и лишь некоторые выделяют межкультурный аспект [27, с. 79].

По словам лингвиста А. М. Пешковского, при переводе художественного типа текста, который является особым видом системы определенного соотношения фактов, любое смещение или изменение этих соотношений, ощущается резко, что помогает определить и оценить роль компонента, подвергшегося изменениям [30, с 98-102].

Опираясь на это утверждение, следует выделить основные критерии, способствующие наиболее точной передачи текста на другой язык:

- следует избегать «украшение» перевода;
- требуется приверженность к подлиннику, сохраняя его «недостатки»;
- необходимо рассматривать перевод, как полноправную замену оригинала, предназначенную для широкого круга читателей;
- необходимость передачи особенного значения, вложенного в понятие «художественный перевод», что подразумевает высочайший уровень соотношения к оригиналу. Отметим, что вышесказанное понятие не соответствует определению «поэтический перевод», при передаче которого допустима свобода творчества, при условии отсутствия разрозненности с авторским посылом текста оригинала.

По мнению литературного критика В. Г. Белинского, основной передачи художественного текста, заключается в передаче духа переводимого

произведения, то есть, передавая произведение на русский язык так, как бы написал его сам автор, будучи русским. Белинский придавал важное значение верной передаче формы подлинника соответствуя содержанию, добавляя, что для переложения произведений художественной литературы на другой язык, переводчику и сам должен быть художником [24, с. 25].

Учёный-философ А. Г. Чернышевский, рассуждая о буквальном переводе, в свою очередь замечает, что придерживаясь буквальности перевода, создавая неясность и неправильность языка, приравнивается к ущемлению точности перевода. Смысл подлинника должен быть ясен и в переводе, а иначе, зачем существует перевод? Учёный не являлся сторонником дословной передачи оригинала, и был против выражения индивидуального мнения переводчика, вместе с отступлением от литературной нормы.

К. И. Чуковский посвятил проблеме художественного перевода одну из трудов «Высокое искусство. Принципы художественного перевода» [41, с. 12]. Книга посвящена художественному переводу, который как подчеркивал её автор, – не ремесло, а высокое искусство. Несмотря на давность работы, она не утратила своей актуальности среди современных переводчиков, которые сталкиваются с большим потоком переводимых книг, не достигнув улучшенного качества переводов, в которых сегодня можно найти ошибки «человеческой речи», возмущавшие Чуковского. В отношении художественного перевода Чуковский выражал свое мнение против переводческих заслонения своей личностью автора оригинала, против замен культурно-специфических единиц, известных как имена собственные, когда Темза меняется на Волгу, крестьянин Демьян на фермера Уайта, рубли на пенсы, домовый на эльфа и т.д., и конечно же, против изменения стиля, утверждая, что перевод юмора, например, должен осуществлять человек с равноценным чувством юмора.

Таким образом, исходя из выше обозначенных подходов, можно обратить внимание на ряд разногласий по отношению к художественному переводу. Эти разногласия можно структурировать в блоках:

- адекватность/неадекватность;
- эквивалентность/неэквивалентность;

- буквальная близость/художественное перевоплощение/вольный перевод/буквальный перевод.

В данной работе уделяется особое значение переводу художественного текста с ориентиром на культурную принадлежность к народной литературе. Художественный текст несет символическое, эстетическое, эмоциональное, эталонное, фигуральное значение в культуре, а также отражает менталитет и восприятие мира того или иного народа в пределе наследия художественной литературы данной культуры [6, с. 37].

Перевод художественного текста способен внедриться и стать частью новой лингвокультуры при помощи своего вклада в её обогащение и развитие. Очень точно выражает свое мнение по значимости переводной литературы заслуженный деятель науки Российской Федерации Л. Л. Нелюбин в своей книге «Наука о переводе»: «Создание нового литературного языка, опирающегося на собственно русскую основу, встало на повестку дня в качестве одной из важнейших задач культурного развития. Огромную роль в её осуществлении должна сыграть переводная литература, поскольку новое содержание, с которым она знакомила русского читателя должно, требовало и новых форм выражения». Именно за счёт перевода текст художественного произведения становится посредником заложенной информации в самом тексте в другую культуру. Художественный текст перевода является связующей частью взаимоотношений культур и занимает важное место в обмене культурными и духовными ценностями среди разных лингвокультур [29, с. 281].

Перевод художественных текстов можно считать одним из первых международных средств массовой коммуникации, ввиду издания переводов художественных произведений, значительно превышающих тираж оригинального произведения [31]. Без перевода художественной литературы был бы невозможен диалог культур и культурные и литературные связи.

Для данного исследования перевод художественных произведений является объектом культуры, где сталкиваются различные виды литературы, склады ума, традиции и эпохи. А. Д. Швейцер рассматривал перевод с точки зрения однонаправленного и двухфазного процесса межкультурной и межъязыковой

коммуникации, передающего оригинальный текст в иную культурную и языковую среду [42, с. 53]. Таким образом, культурный аспект перевода, по нашему мнению, выводится на первый план, и является важным элементом при переводе художественного текста на другой язык.

Переведенные тексты, становятся событиями принимающей их культуры, а также продолжают жизнь оригинального художественного произведения в другой культуре. Таким образом, можно говорить о том, что взаимодействие текста оригинала и перевода находятся и функционируют в контексте двух языковых контактов и двух культур. Текст, претерпевая разные изменения на художественном, лексическом адаптационном, лингвистическом, буквальном и культурологическом уровнях, имеет своё уникальное воплощение в другой культуре [34, с. 86]. Такое воплощение позволяет тексту адаптироваться в другой культуре и как результат стать элементом собственной культуры.

Художественному тексту свойственна множественность и вариативность его характеристик. Число вариантов перевода определённого текста не ограничено, так как допускается возможность существования нескольких версий перевода одного художественного произведения [35, с. 358]. Многовариантность перевода подтверждает актуальную значимость литературного произведения в принимающей культуре. В каждом из таких переводов неизбежно содержание персональных черт, которые отличают его не только от текста оригинала, но и от версий перевода данного текста. Образование индивидуальных черт текста перевода обусловлено языковой и культурной картиной переводчика, его фоновых знаний вместе с личной эмоциональной оценкой к изложенным ситуациям, обозначенных в оригинальном произведении.

На основании вышеизложенного, представляется уместным привести некоторые примеры, ярко демонстрирующие множественную диалогичность переводного произведения в другой культуре, качество интерпретации, а также его адаптацию в другой культуре. Самым ярким примером адаптации художественного текста является жанр фольклора – сказка. Сказка как высшая форма отражения жизни того или иного народа отражает именно ту

культуросообразную специфику, которая содержит вечные ценности данного народа и его традиции, при помощи лексики выражает его быт, жизнь, характер.

Так, например, один из самых популярных сюжетов сказки «Золушка», получил свое воплощение в фольклоре разных народов мира. Сюжет сказки, которая была написана более 300 лет тому назад, каждая страна адаптировала и видоизменяла для своего культурного мировосприятия. В результате этого, появилось множество художественных воплощений:

1. сказка Ш. Перро (*Франция*);
2. сказка братьев Гримм (*Германия*);
3. опера Дж. Россини (*Италия*);
4. балет С. Прокофьева (*СССР*);
5. художественный фильм «Золушка» по пьесе Е. Шварца (*СССР*);
6. мультфильм-сказка «Золушка» Уолта Диснея (*США*);
7. художественный фильм «Три орешка для Золушки» (*Чехословакия, ГДР*);
8. художественный фильм-сказка «Золушка» (*СССР*) и т.д.

Золушка является героиней сказки, известной у разных европейских народов, вследствие чего, её имя имеет разнообразную интерпретацию по всему миру. В английском языке *Cinderella* – это архетипическое имя. Слово *Cinderella* по аналогии стало описывать человека, чьи заслуги не были признаны, или того, кто не зная того сам достигает признания или успеха после мрачного периода в жизни. В немецком языке *Aschenputtel* или *Aschenbrodel*, слово имеет значение «испачканная золой». Во французском *Cendrillon* (фр., от *endre* – «пепел» или «зола»). Во Франции сказка широко известна по произведению Шарля Перро (1628-1703) «Золушка, или Туфельки, отороченные мехом» (*Cendrillon, ou la Petite pantoufle de verre*, фр., 1697 г.). На русский язык перевод сказки был осуществлён писателем И. С. Тургеневым (1866 г.). Перевод был опубликован в составе «Волшебных сказок Шарля Перро» в 1866 году. И. С. Тургенев дал название «Замарашка», но она стала более известной под названием «Золушка». В версии сказки братьев Гримм героиня сначала получает в подарок «туфельки, расшитые шелками и серебром», а затем – «туфли чистого золота». В

итальянской сказке Золушка обута в серебряные туфельки, а в венецианском варианте сказки – в алмазные. В версии сказки французской писательницы Мари-Катрин д'Онуа они сделаны из красного бархата и вышиты жемчугом. В русской сказке – это хрустальная туфелька.

Вариация перевоплощений художественных произведений указывает на адаптацию с учётом стачивания сюжетных особенностей произведения, подстраиваясь под культуру страны переводящего языка (ПЯ).

Следует отметить связь диалогов между одним художественным произведением в разных культурах, где переведенный текст напрямую влияет и обогащает лингвокультуру новыми смыслами, крепко приживаясь в процессе [10, с. 350-352]. Именно переводной художественный текст открывает доступ к культурным, литературным, историческим достижениям других народов и выступает средством передачи видения мира представителями иной культуры.

Рассматривая специфику художественного переводного материала в пространстве иной культуры, и связывая специфические и национально-культурные составляющие исходного языка (ИЯ) с культурой ПЯ, следует вывод о художественном тексте как о тексте с культурной *множественностью* и *диалогичностью*. Переводной вариант художественного текста способен адаптироваться и преобразовываться в новом культурном пространстве, учитывая её особенности, традиции и культурно-национальные образы, при этом отражая неотъемлемо важную культурную информацию исходного языка [33, с. 64-70].

Можно заключить, что переводной художественный текст, неся печать культуры конкретного этапа жизни общества (менталитета, устоев, традиций) влияет на развитие разных литературных культур, вместе с эти создавая новые образы, соответствующие нормам и понятиям культуры языка перевода. Состоя в продолжительном межкультурном диалоге, существует склонность текста к множественности толкований. Соответственно, у и культуры и у текста существуют общие параметры, позволяющие рассматривать переводной художественный текст как часть элемента культуры.

1.3. Адекватность и эквивалентность как достижение переводческой задачи

Для воссоздания стилистических особенностей и содержания текста переводчику приходится проделывать огромную работу. На первом этапе осуществляется переводческая оценка, состоящая из двух единиц перевода: *эквивалентности* и *адекватности*.

На первом этапе следует определить сущность *эквивалентности перевода*, и попытаться выяснить её соотношение с близким понятием *адекватности* (точности, верности). Слово «эквивалентность» в русском языке сродно значению прилагательного «эквивалентный», являющийся эквивалентом (равносильным, равнозначным, равноценным), полностью заменяющим что-либо в каком-либо отношении. Эквивалентность, в теории перевода, подразумевает не абсолютную взаимозаменяемость сопоставляемых предметов в определённом соотношении, и показывает уровень соответствия как оригинального и переводимого текста в целом, так и отдельных в нём частей (лексики) [20, с. 165].

Обозначая понятие *адекватность* при переводе (от прил. «адекватный» – вполне соответствующий, совпадающий) предполагает квалитивную оценку объекта независимо от других объектов. Соблюдая адекватность перевода, предполагается соответствие ожиданиям участников коммуникации – соблюдение адекватности перевода ориентированно на запросы получателя переводной продукции, учитывая коммуникативную интенцию [12, с. 70].

Отсюда следует вывод, что наличие эквивалентности при передаче текста с ИЯ на ПЯ, предопределяет его общую адекватность.

В современном переводе существуют три основных подхода к определению понятий адекватность и эквивалентность. Первый подход – лингвистический, в котором главная роль при переводе отведена языку и максимально близкой передаче содержания при помощи переводящего языка.

А. В. Федоров прибегает к термину «полноценность» заменяя понятие «эквивалентность» и предполагает под ним детальную передачу коннотационного содержания текста оригинала [40, с. 190].

Многие приверженцы суждения Федорова замечают его неподтвержденность на практике, прибегая к противоречащим исходному

понятию оговоркам и создавая идею о *теории непереводимости*. Несомненно, каждому языку свойственны уникальные черты: свой словарный запас и своя грамматическая система, вследствие чего, полное равенство перевода и оригинала считается невозможным, но мысль о невозможности самого перевода, является спорной.

Второй подход состоит в стремлении к тождественности текста оригинала и перевода за счёт правильного сохранения инвариантной части исходного текста. Инвариантной частью текста в основном является его функция, или же описываемая ситуация. Отсюда вытекают проблемы передачи основной функции текста – недостаточность переведённой информации или полное сохранение информации в переведённом тексте без выполнения основной его функции [17, с. 52].

Последний подход принадлежит эксперту в сфере теории перевода, В. Н. Комиссарову, полагающему, что не следует конкретно выделять общие признаки оригинала и перевода, а необходимо изучать базис эквивалентности на основе уже переведённых текстов. Также, ученый считал, что ввиду отличительных языковых черт есть вероятность намеренного сохранения или исключения некоторых смысловых единиц исходного текста из текста перевода для достижения эквивалентности [20, с. 56].

Эквивалентность на данном этапе представляется неабсолютной категорией перевода. Российско-американский лингвист Р. О. Якобсон считал, что эквивалентность заключается в максимальном достижении подобия текста оригинала, а не его абсолютная копия [44, с. 18].

Можно заключить, что термины адекватность и эквивалентность имеют не совсем точное изначальное определение и на практике показывается, что оба термина более применимы к оценке результата перевода. Отсюда следует вывод, что с помощью эквивалентности переводчик оценивает соответствие на уровне полноценности исходного и переведённого текстов. При помощи адекватности достигается коммуникативная цель перевода, например при адаптации произведения с учётом читательской аудитории.

Для достижения адекватной передачи текста оригинала на переводящий язык в теории перевода существует безграничный диапазон разнообразных переводческих трансформаций [38, с. 52]. Под *трансформациями* в теории перевода понимают – разного рода преобразования (переводческие способы), осуществляющие переход от единиц оригинала к единицам перевода в соответствии указанного смысла. Трансформации применяются при переводе исходного текста в случаях отсутствия словарного соответствия или неуместности его использования в соответствии с контекстуальными условиями.

Переводческие трансформации подразделяют на лексические и грамматические трансформации, разделённые по характеристикам единиц исходного языка [28, с. 176]. Существуют также и комплексные лексико-грамматические трансформации, где осуществляется одновременное преобразование лексической и грамматических единиц оригинала, или же осуществляется межуровневый переход от лексических единиц к грамматическим единицам, и в обратном порядке [9, с. 65].

Следует отметить существование многообразия схожих терминов для обозначения стратегий работы переводчика, но в нашей работе будут рассматриваться трансформации, отобранные на основе частотности их употреблении при переводческом анализе конкретно художественного текста. Среди них мы выделяем:

- 1) ***грамматическую замену*** – грамматическая трансформация (ГТ), при которой происходит изменение исходной грамматической единицы на новую единицу переведённого текста с новым грамматическим значением;
- 2) ***добавление*** – лексическая трансформация (ЛТ), выраженная через добавления информации в тексте перевода для лучшего понимания читателей ПЯ;
- 3) ***модуляцию*** – ЛТ, известная как смысловое развитие. Представляет собой замену лексической единицы на логически выявленную единицу с опором на контекст;

- 4) **объединение предложения** – ГТ, при которой переводчик объединяет два или несколько предложений исходного текста в одно по признаку соединения простых предложений в сложное;
- 5) **описательный перевод** – ЛТ, замена лексической единицы оригинала на лексическое дополнение в виде словосочетаний с целью пояснения значения на ПЯ;
- 6) **опущение** – ЛТ, опущение слов с избыточной семантикой, не влияющих на сюжет произведения;
- 7) **перестановку** – ГТ, перемещение языковых элементов ИЯ при переводе с целью устранения языковых различий оригинала и перевода;
- 8) **синтаксическое уподобление** – ГТ, сохранение параллельных синтаксических структур исходного и переводящего языков;
- 9) **транскрибирование** – ЛТ, при которой производится наиболее точная передача произношения имён собственных\реалий;
- 10) **членение предложения** – ГТ, при которой переводчик разделяет синтаксическую структуру сложного предложения исходного текста на несколько упрощённых для понимания предложений.

Данные трансформации необходимы переводчику для адекватной передачи исходного текста, при этом устраняя такие переводческие проблемы как:

- лингвистическое несовпадение по объёму значений;
- расхождение грамматических конструкций языков;
- отсутствие наличия какой-либо категории текста оригинала при переводе.

Хотелось бы выделить ряд трансформаций, характерных именно произведению «99 франков», которые будут упомянуты во второй главе при описании наиболее узуальных способов перевода: перевод терминов, прагматическая адаптация, компенсация, сохранение англицизмов и имён собственных.

Выводы по первой главе

Перевод художественного текста производится с учётом многочисленных и важнейших факторов, которые влияют на адекватную передачу его содержания и смысла.

Учитывая неотделимое влияние авторского стиля изложения мысли, добавляя к этому культурную и историческую среду в которой воспитывается и из которой черпает знания автор, создаётся ряд проблем для интерпретирования текста переводчиком [43].

С помощью ряда функциональных языковых вариаций, переводчик предопределяет главные характеристики переводимого текста, совершая предпереводческий анализ. Перед переводом художественного типа текста следует помнить о функциях данного стиля. Познавательная, воспитательная, коммуникативная и гедонистическая функции являются пластами, на которых держится вся уникальность литературного изложения автора. Вместе с функциями, выразительные средства языка также помогают автору создать свой уникальный образ. Сталкиваясь с уникальными литературными функциями и стилистическими средствами оригинального и переводимого текста, переводчику необходимо достигнуть адекватности перевода.

Достижение адекватности осуществляется за счёт использования переводческих трансформаций. Они бывают трёх видов: грамматические, лексические и лексико-грамматические. Такие трансформации как: грамматическая замена, добавление, модуляция, объединение предложения, описательный перевод, опущение, перестановка, синтаксическое уподобление, транскрибирование и членение предложения, используют с целью устранения следующих переводческих проблем:

- лингвистического несовпадения объёмов значений;
- расхождение грамматических конструкций языков;
- отсутствие наличия какой-либо категории текста оригинала при переводе.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА С ФРАНЦУЗСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК РОМАНА Ф. БЕГБЕДЕРА «99 ФРАНКОВ»

2.1. Специфика перевода романа «99 франков»

История написания книги «99 франков» начинается с карьеры одного копирайтера из крупного рекламного агентства во Франции. Позже, этого сотрудника по имени Фредерик Бегбедер увольняют, после чего он выпускает нашумевшую книгу, которая станет его первым бестселлером и принесёт ему признание в качестве автора и литературного критика [18].

Название книги “99 F” является интересным явлением, как с точки зрения маркетинга, так и лингвистики: название совпадает со стоимостью книги, по которой она продавалась во французских магазинах, а с каждым новым изданием или публикацией в новой стране, название переводили на курс схожий с оригинальной стоимостью книги. Так, в Америке, книга получила название “\$ 9,99” (*англ.* 9,99 долларов), а в Германии название поменялось на “Neununddreißigneunzig” (*нем.* 39,99), а через некоторое время и само французское название было дважды изменено после смены официальной валюты страны на евро в 2001 году [45].

Сюжет книги «99 франков» представляет собой озлобленную сатиру на рекламный бизнес, где автор разоблачает безумный и полный превратностей мир рекламы и бизнеса, в котором все презирают друг друга и где люди тратят своё время на пустышки. Роман Бегбедера провокационен, написан в духе времени и полемичен. В нашем современном мире такой юмористический способ воображаемого бегства от идеологии особенно востребован у подконтрольных кадров – в силовых и бюрократических структурах, в среде офисного рабочего класса, среди учителей, врачей, продавцов. И, конечно же, основную аудиторию романа составляют сами рекламисты, которые с восторгом читают про сардонические выпады и наблюдения Бегбедера, и которые упускают главный посыл автора – сломать систему и разрушить концепцию беспрекословного послушания [26, с. 114-116].

В произведении «99 франков» базовым концептом является «общество потребления». Данное понятие является основной характеристикой современного общества, которое всё больше склоняется к философии эгоистического гедонизма, что делает людей несамостоятельными, безвольными, снижая уровень ответственности [1, с. 201-203].

В романе идёт повествование о рекламе и рекламодателях, потребителях и товарах потребления, о современной жизни и о людях, на всё готовых ради экономического благосостояния. Присутствует ярковыраженное преобладание обценной лексики и приёмов описания циничности человеческого темперамента.

Концептуальная картина романа «99 франков» также показывает такие актуальные концепты как: «безграничная дозволенность» (крайний индивидуализм, эгоизм, аморализм), «рабство» (отрицательный результат, связанный с обществом потребления). Их анализ помогает всецело понять главный замысел Бегбедера. Автор ярко доносит до читателя проблему вседозволенности, приводящей к деморализации и дальнейшей изоляции личности, тем самым препятствуя её самореализации.

В данном произведении концепт рекламы смежен с концептом рабства, поскольку реклама превращает людей в рабов своих желаний, вовлекая их в неконтролируемую зависимость от материальных ценностей. По словам Фредерика Бегбедера «реклама – это власть», «мощнейшая индустрия», а также «спрут» – осьминог, который контролирует людей с помощью своих цепких щупалец.

С точки зрения перевода, роман в максимально бытовом ключе выполняет все литературные функции. Перевод стилистических фигур романа заставляет переводчицу русскоязычной версии романа прибегать к частотным переводческим трансформациям, наряду с лексическими и стилистическими особенностями характерными именно для произведения «99 франков». В результате исследования было выявлено большое количество терминов, англицизмов и имён собственных, вместе с лексикой, требующей применения прагматической адаптации, компенсации, оригинального сохранения слов разной

тематики в тексте перевода, которые будут подробно описаны и рассмотрены в следующем параграфе.

2.2. Достижение адекватности при переводе романа «99 франков»

2.2.1. Перевод и переводческие стратегии

Теория перевода предлагает широчайший спектр различных переводческих стратегий. Не углубляясь в оттенки значения терминов, описывающих конкретно стратегии перевода, можно заметить большой ряд родственных понятий. В нашей работе мы считаем необходимость выделить самые употребительные из понятий и дать им характеристику:

- адаптация – замена непривычного значения привычным значением, с целью достижения эквивалентности коммуникативного эффекта оригинала и перевода;
- адекватность – квалитивная оценка объекта безотносительно другим объектам, которая учитывает интенцию участников коммуникации;
- буквальность – эквивалентность на уровне языковых знаков с сохранением формальных и семантических компонентов оригинала в переводящем тексте;
- трансформация – преобразование единиц текста с характерным отходом от семантико-структурного параллелизма оригинала и перевода;
- эквивалентность – взаимозаменяемость сопоставляемых предметов в определённом соотношении, с показанием уровня соответствия оригинального и переводимого текста и отдельных в нём частей (лексики).

Далее следует выявить эффективные стратегии перевода для углублённого анализа рассматриваемого нами текста произведения «99 франков».

Основополагаясь на обобщённый опыт ведущих специалистов художественного перевода (С. Маршак, Б. Пастернак, К. Чуковский и др.) происходило зарождение общелингвистической теоретической базы перевода. Их переводческие работы входят в популярную серию книг «Всемирная литература» и считаются эталоном качества перевода. Именно такие работы вносили вклад в формирование литературоведческой теории перевода 20-го века и, по словам поэта К. И. Чуковского, приравнивались к «высокому искусству» [41, с. 34].

Успех классики перевода можно объяснить, опираясь на продолжение рассуждений о переводе. Разработка *интерпретативной теории* переводчиками с французского языка М. Ледерер и Д. Селескович открыла новые возможности для рассмотрения материалов перевода с новой стороны. Суть их концепции – осуществление коммуникации должно происходить не через обмен языковых единиц, а при помощи речевых высказываний сконкретным смыслом. Главная задача перевода – определение исходного смысла текста и его перевыражение на другой язык [36, с. 79]. Здесь выделяется особая роль получателя исходного текста (слушателя) и автора переведённого текста (говорящего). Основная цель перевода, интерпретация, противоречит самому понятию перевода, другими словами замены знаков языка.

Прибегая к интерпретации, переводчик выделяет исходные смысловые элементы текста и перевыражает их с помощью средств иного языка с целью соответствия исходного и переведённого текста в определённых условиях без учёта передачи формально языковых эквивалентов. Селескович описывал данный процесс как расплетение ткани на отдельные нити, сотканной их сырья одного языка, и сплетение из вытянутых нитей новой ткани [36, с. 86].

Аналогичным способом, перед созданием перевода речевого произведения, переводчик преобразует авторскую мысль в мысль без эквивалентного языкового выражения. Следует упомянуть, что данный процесс происходит интуитивно и моментально. Учитывая только извлечённый смысл, переводчик отражает его в переведённом тексте. На результат и самобытность перевода влияет интеллектуальный багаж переводчика: общекультурные и лингвистические знания.

Следующая теория находит применение в переводе рекламных текстов, которые занимают значительное место рассматриваемого нами перевода романа Ф. Бегбедера «99 франков». Это *денотативная теория* перевода, которая основывается на факте отражения определённых явлений, предметов и отношений реальности [15, с. 35]. В данной теории, перевод обозначают как процесс иллюстрации с помощью ПЯ денотатов, или языковых знаков, отражающих реальную действительность, ИЯ. Теория основана на схожести установленной ситуации, описываемой через ИЯ и ПЯ. Данная модель имеет недостаток, так как она не демонстрирует механизм преобразования оригинального текста к тексту перевода и не решает проблемы эквивалентности.

Ситуативная теория перевода основана на отражении языковых реалий, явлений, предметов через денотаты. Эту теорию применяют для передачи «безэквивалентной лексики», слов-реалий, и в случаях безвариантности перевода информации какого-либо высказывания.

Следует пояснить, что *безэквивалентная лексика* состоит из: иностранных реалий, слов, описывающих быт, нравы и устройство государства, топонимов (имен собственных, названия географических объектов), антропонимов (имён или совокупность имён собственных, относящихся к человеку) и т.д.

Отсюда следует вывод, что традиционное понятие художественного перевода – это самостоятельный вид перевода, у которого предметом выступает определённый тип текста, с уникальными функциями, признаками и стилем. Адекватность перевода художественного текста напрямую зависит от подходящего применения переводческих стратегий.

2.2.2. Поиск эквивалентности при переводе романа Ф. Бегбедера «99 франков»

В случае перевода художественного текста переводчик сталкивается с довольно сложной задачей адекватной передачи основного замысла автора. В связи с этим возникает вопрос об эквивалентности, которой отечественные и зарубежные ученые (Л. Бархударов, В. Виноградов, В. Гак, Дж. Кэтфорд, Р. Миньяр-Белоручев, Л. Нелюбин, Я. Рецкер, А. Федоров, А. Швейцер,

Р. Якобсон и др.) посвятили свои труды. Однако следует отметить, что до сих пор содержание и объём указанного понятия вызывают противоречия в ученой среде.

Понятия эквивалентности и адекватности на протяжении многих лет применяются в переводческой литературе. В современной же теории перевода эквивалентность не имеет точного определения и зачастую приравнивается к понятию адекватности. К определениям этих двух понятий (см.: Параграф 1.3) хотелось бы добавить определение советского лингвиста Л. С. Бархударова, который обозначает его как «понятие, несущее ту же информацию, то есть имеет то же самое семантическое содержание, отличающееся по способу выражения этого содержания» [5, с.164].

В некоторых случаях, «адекватность», как термин, взаимозаменяется с термином «эквивалентность». К примеру, Дж. Кэтфорд предлагает понятие переводческой эквивалентности (*translation equivalence*), которое поясняется «адекватностью перевода» [22, с. 105].

У других же, «эквивалентность» и «адекватность» имеют противопоставления с учётом других факторов. Так, В. Н. Комиссаров считает эквивалентный и адекватный перевод неидентичными, хотя они и тесно связаны друг с другом. Он считает, что у адекватного перевода есть более широкий смысл – данный перевод даёт полноту межъязыковой коммуникации в конкретных условиях, и слово «адекватный» приравнивается к слову «хороший»; а эквивалентность перевода – это смысловая общность приравниваемых друг к другу единиц языка и речи [20, с. 264].

В теории перевода существуют попытки построить типологию эквивалентности, найти те ступени, которые ведут от минимально возможной к максимальной эквивалентности, а также установить объективную, обоснованную границу, отделяющую перевод от «неперевода». Наиболее известные теории уровней эквивалентности строятся на семиотических основаниях, точнее, на выделенных семиотикой трёх типах отношений знака – *прагматическом, семантическом и синтаксическом* [4, с. 67-68].

Понятие многоступенчатого переводческого эквивалента приобретает достаточно четкие очертания в теории Г. Егера. Он приходит к понятию

коммуникативной эквивалентности через понятие коммуникативной значимости, которая и составляет основу этого типа эквивалентности. Коммуникативная значимость текста оказывается его свойством вызывать определённый коммуникативный эффект. Она возникает из функций языковых знаков, которые связаны с семантическим, синтаксическим и прагматическим уровнями отношений [14, с. 142].

Эти отношения в нормальной речевой коммуникации находятся в определенных иерархических отношениях: семантический уровень подчиняет себе синтаксический, и оба они подчинены прагматическому уровню. Внутри семантического значения различаются сигнификативное и денотативное. Таким образом, модель переводческой эквивалентности, отражающая иерархию отношений языковых знаков, выстраивается в следующих четырех уровнях:

1. прагматический (для чего говорить);
2. семантический 1 (денотативный) (о чем сказать);
3. семантический 2 (сигнификативный) (как сказать);
4. синтаксический (как расположить элементы высказывания относительно друг друга).

Полная эквивалентность, или собственно эквивалентность, между текстом оригинала и текстом перевода достигается тогда, когда на всех четырёх уровнях значения ИТ инвариантны значениям ПТ.

Данная концепция была продержана многими исследователями. Так Швейцер утверждал, что «прагматический уровень занимает высшее место в иерархии уровней эквивалентности. В этой иерархии существует следующая закономерность: каждый уровень эквивалентности предполагает наличие эквивалентности на всех более высоких уровнях» [42, с. 81]. Таким образом, прагматическое значение составляет некий минимум инвариантности, по достижении которого уже оказывается возможным говорить о переводе.

Принимая во внимание предложенную рабочую классификацию текстов, попытаемся кратко охарактеризовать степень относительной эквивалентности, свойственную различным типам текстов. При бытовом общении в переводе разговорных текстов, как правило, нужды не бывает. В сфере делового общения

уровень относительной эквивалентности устного перевода связан с параметрами, о которых шла речь выше. Относительность эквивалентности названных текстов определяется различиями в языковых клише, в риторических структурах, возможностью появления элементов буквализма и стилистической нейтрализации текста перевода, а также несовпадением характеристик нейтрального стиля в различных языках [39, с. 74].

Перевод является особым видом деятельности и заключается в полной соответствующей замене текста ИЯ текстом ПЯ. Так как существуют несоответствия отдельных элементов содержания двух разных языков, различия в грамматическом строе языка оригинала и языка перевода, стилистические особенности, то следует упомянуть о том, что полное соответствие невозможно, и мы можем встречать как смысловые, так и художественные потери в тексте перевода, что может приводить к отсутствию абсолютного равенства между оригиналом и переводом [23, с. 94].

Исходя из анализа изложенных концепций и теории эквивалентности, обратимся к конкретному материалу перевода на русский язык романа Ф. Бегбедера «99 франков». Как было сказано выше, в данном романе основное место занимает тема рекламы, рекламного бизнеса. Художественный текст романа Ф. Бегбедера «99 франков» представляет собой литературное произведение, которое, как мозаичное панно, содержит многочисленные особые фрагменты, которые принято в современной лингвистике называть термином «рекламный дискурс».

Рекламный дискурс значительно отличается на фоне художественного текста, поскольку ему присущи особые отличительные характеристики, непосредственно связанные с самой рекламой, её специфическим содержанием и функциями. Эта специфика вызывает особые трудности в процессе перевода на русский язык и требует от переводчика специальных знаний в области рекламного бизнеса, знания языка этой особой отрасли, который отличается в первую очередь специфической лексикой или терминологией, которая отражает семантическое пространство рекламы. В связи с этим возникает вопрос о том, как

переводчица решает проблему адекватного перевода многочисленной в тексте романа терминологии рекламного бизнеса.

Переводческий анализ текста рассматриваемого романа позволяет нам выделить первую и основную особенность рекламного дискурса, которая состоит в преобладании английской лексики или *англицизмов*. Нередко, англицизмы являются абсолютно непереводаемыми, и переводчица вынуждена оставлять их в русском тексте в своей исходной оригинальной форме и сопровождать их постраничными сносками. Приведём некоторые примеры такого рода:

- термин *PhotoShop* сопровождается примечанием – «компьютерная программа для работы с графикой»;
- термин *cash-flow* объясняется как «движение наличности»;
- а термин *golden parachute*, который буквально переводится как «золотой парашют», поясняется как «выходное пособие при увольнении»; при этом переводчик указывает, что размер этого пособия оговаривается в контракте при поступлении на работу.

Приведём эти термины в соответствующих контекстах в оригинале и на русском языке:

*Ex: «... un bonheur parfait, retouché sur **PhotoShop**».*

*«...идеальное счастье, подкрашенное в **PhotoShop**'е».*

*Ex: «L'hédonisme n'est pas un humanisme: c'est du **cash-flow** ...».*

*«Гедонизм – это не гуманизм, это **cash-flow**».*

*Ex: «Je gagne 13000 euros (sans compter les notes de frais, la bagnole de fonction, les stock-options et le **golden parachute**)».*

*«Я зарабатываю 13 тысяч евро плюс представительские, служебная тачка, биржевые акции и **golden parachute**».*

Среди многочисленных англицизмов можно выделить перечень лексических единиц, которые передаются на русский язык путём их транслитерации, например:

- *mainstream* – мейнстрим:

*Ex: «...les sports outdoor deviennent de plus en plus **mainstream**».*

*«...спорт на свежем воздухе все больше входит в **мейнстрим**»*

- *dealer* – дилер бб:

Ex: «Puis les amis de tes amis sont devenus tes dealers».

«Так друзья твоих друзей стали твоими дилерами».

- *script* – скрипт:

Ex: «Donc nous venons vous montrer un script de trente seconds».

«Итак, сейчас мы вам покажем скрипт тридцатисекундного ролика».

Тем не менее, в русской версии исследуемого романа Бегбедера было замечено немало вариантов прямого перевода с английского, например:

- рекламная стратегия – *copystrat*
- промывание мозгов – *brainwashing*
- фотоснимок товара крупным планом – *packshot*

Однако некоторые англицизмы все же переводятся на русский язык, среди них отметим такие лексические единицы как: снято! – *cut!*; догадка – *insight*; логотип – *logo*, американская борьба – *catch*.

Прямой перевод используется также в отношении некоторых распространенных словосочетаний английского языка: *stock-options* – биржевые акции; *cash flow* – движение денежных средств; *junk food* – нездоровая пища; *me-too* – товар-имитатор; *brand review* – отбор торговых марок; *TV «pay-per view»* – платное телевидение и др.

Тот факт, что некоторые английские заимствования, используемые автором романа во французском тексте, в процессе перевода на русский язык теряют свой исходный облик в результате транслитерации или описательного перевода, никак не свидетельствует об адекватности перевода, поскольку в данном случае происходит потеря авторского замысла.

Однако французский рекламный дискурс, широко представленный в анализируемом художественном тексте, характеризуется не только избытком заимствованной лексики, в первую очередь, английской. Значительное место в романе Ф. Бегбедера занимают различные сокращения, а также лексические единицы, которые приобретают в том или ином контексте несвойственные им значения. Остановимся на их характеристике чуть подробнее.

Так уже в самом начале французского романа встречается сокращение *APC*, которое сопровождается примечанием в подстрочнике: «*дорогой магазин сверхмодной одежды в Париже*». В данном случае переводчик использует в сноске приём описательного перевода. Приведём контекст:

Ex: «Je me prénomme Octave et m'habille chez APC».

«Именуюсь я Октавом, одеваюсь в APC».

Кроме того, во французском тексте встречаются сокращения, обозначающие различные марки автомобилей, которые в русской версии данного романа сохраняются в первоизданном виде без каких-либо изменений.

Ex: «Je vous manipule et on me file la nouvelle Mercedes SLK (avec son toit qui rentre automatiquement dans le coffre) ou la BMW Z8 ou la Porsche Boxter ou la Mazda MX5».

«Я пудрю вам мозги, а мне выдают за это новенький «mercedes SLK» (с крышей, автоматически убирающейся в багажник), или «BMW Z8», или «Porsche Boxter», или «Mazda MX5»».

Помимо сокращений в исходном тексте романа встречаются усечённые слова, которые относятся к рекламному жаргону. Среди них:

- *Pub.* (усеченное от *publicité*) – реклама
- *Pub.* (усеченное от *publiciste*) – рекламщик
- *Bénéfice conso*, усеченное от *bénéfice consolidé* – консолидированная прибыль.

Сокращения и усечённые слова свидетельствуют о разговорной речи, которая порождается высоким темпом повседневной жизни, стремлением человека передать как можно больше информации за короткий срок. Эта тенденция также свойственна профессиональным жаргонам в узком кругу тех или иных специалистов, которые спешат в погоне за прибылью.

Что касается лексических единиц, которые приобретают в том или ином контексте несвойственные им значения, то они относятся к профессиональным терминам. Так, лексическая единица как *patte blanche* переводится на русский язык как «белая лапа». Однако в среде рекламного бизнеса это словосочетание приобретает особое значение и переводится на русский язык как «бэйджик». А

такая лексическая единица как *accroche* от глагола *s'accrocher*, буквально переводится как «зацепка», но на языке рекламы обозначает в сущности сам слоган.

Следует отметить, что сами слоганы как особые продукты деятельности рекламного агентства, постоянно вторгаются в описание событий, происходящих в анализируемом романе. И в данном случае переводчица И. Волевич успешно справляется с задачей перевода такого рода текстов, поскольку она стремится передать в первую очередь возникающие образы, символы, звучания. Приведём некоторые отрывки из этих слоганов.

Так, стремясь сохранить адекватность тех или иных фрагментов текста, прежде всего, тех текстов, которые были представлены на английском языке внутри слоганов, переводчица Волевич полностью сохраняет их на английском языке. Такой подход позволяет ей сохранить исходному тексту свой первоначальный характер, который выражается в экспрессивной форме оригинальности. Например:

- «*Nokia connecting people*»;
- «*Enjoy Coca-Cola*»;
- «*Hyundai. Prepare to want one*»;
- «*Just do it*».

Однако в некоторых случаях переводчик переводит на русский язык те или иные фрагменты слоганов, сохраняя при этом частично некоторые англицизмы, преследуя цель воспроизвести особую специфику слогана, его оригинальность и экспрессию. Приведём примеры:

Ex: «United colors of Benetton Barilla – on est tous un peu italien».

«United colors of Benetton Barilla – мы все где-то слегка итальянцы».

Ex: «C'est beaucoup trop wonderful».

«Это даже слишком wonderful».

Ex: «Nissan made in qualité».

«Nissan made in настоящее качество».

В конечном итоге мы приходим к выводу о том, что перевод рекламного дискурса романа Ф. Бегбедера «99 франков», осуществлённый переводчицей

И. Волевич, сохраняет целостность, экспрессивный характер и оригинальность исходного текста. Переводчице удалось сохранить большую часть английских заимствований, сокращений и разговорных усечений, которые способствуют сохранению авторского замысла.

Следует отметить также значительный спектр приёмов и методов перевода на русский язык, успешно применёнными И. Волевич в своём стремлении к адекватной передаче художественного смысла текста романа. Далее будут даны комментарии примерам применения переводческих трансформаций при переводе.

Среди этих приёмов и методов перевода наиболее вероятными оказались следующие:

- Модуляция (34 единиц):

Таблица 1

Оригинал	Перевод
Il ne touche plus sa femme depuis 1975 mais ne la trompe même pas (elle, si).	Он не спит с женой аж с 1975 года, но и не изменяет ей (чего не скажешь о его половине!).

В данном примере наблюдается употребление смыслового развития выражения «*ne touche plus*», которое буквально означает: «*не трогал*» – в данном контексте более уместен перевод «*не спит*», применение которого обусловлено дальнейшей ссылкой на супружескую измену. Также, неразвёрнутое выражение «*elle, si*» перебрывает развёрнутый перевод «*чего не скажешь о его половине!*».

- Добавление (11 единиц):

Таблица 2

Оригинал	Перевод
Tu te sens vieux parce que tu es tout content d'écouter des 30 cm en vinyle.	Ты чувствуешь себя древним старцем , ибо тебе нравятся допотопные виниловые пластинки (30 см в диаметре).

Добавление слов и выражений, выделенных жирным шрифтом можно объяснить стремлением к соответствию общего разговорного характера романа и

возможным проявлением *компенсации*, которая добавляет разговорные единицы в тексте перевода с учётом их определённой утраты в других частях перевода.

- Транскрипция (6 единиц):

Таблица 3

Оригинал	Перевод
«Consummation du produit: après avoir ouvert le pot de Maigrelette...»	...«Потребление продукта. Открыв баночку „Мегрелет“...»

Текст романа, как и его перевод, требует присутствия рекламных слов-реалий, в свою очередь требующих их точной передачи, что объясняет применение транскрибирования большинства названий брендовой продукции.

- Описательный перевод (6 единиц):

Таблица 4

Оригинал	Перевод
Comme si le consommateur était quelqu'un d'une autre race — un « untermensch »?	Как будто пресловутый потребитель существо иной породы, « Untermensch » («недочеловек», «неариец» на жаргоне германских фашистов)?

Здесь можно отметить перевод безэквивалентной лексики через приём описательного перевода, без которого не возможно полное донесение всей глубины смысла оригинальной реалии текста.

- Перевод терминов (6 единиц):

Таблица 5

Оригинал	Перевод
... alors que j'allais juste voir un vieux НЕС en chemisette rayée.	...а не какому-то старперу-вэкакашнику в полосатой рубашке.

Переводы сокращений терминов осуществляются через переводческий комментарий в конце романа. Например, *ВКК* – это высшие коммерческие курсы.

- Сохранение англицизмов (6 единиц):

Таблица 6

Оригинал	Перевод
— J'ai un mauvais feedback annonceur.	– У меня скверный feedback от заказчика.

Самый яркий приём перевода осуществляется через сохранение слов-англицизмов в тексте перевода и их пояснение через переводческий комментарий. Так, частый в рекламных текстах термин *feedback* с английского буквально переводится как обратная связь.

- Объединение предложения (4 единицы):

Таблица 7

Оригинал	Перевод
Dis bonjour à la caméra. Elle est ta seule amie.	А ну-ка, мальчик, поздоровайся с камерой, это твоя единственная подружка!

В данном примере наблюдается способ объединения простых предложений с одинаковым смысловым продолжением повествования с целью компактной передачи смысла в языке перевода.

- Опущение (4 единицы):

Таблица 8

Оригинал	Перевод
Tu as tout le temps des bouts de Kleenex collés aux doigts.	И вечно у тебя липнут к пальцам размокшие обрывки бумажных салфеток .

В данном примере реалия с избыточной семантикой была опущена переводчицей без утрат в тексте перевода.

- Прагматическая адаптация (3 единицы):

Таблица 9

Оригинал	Перевод
95 % des gens accepteraient de coucher si on leur proposait 1 500 euros .	Девяносто пять процентов людей согласились бы переспать с кем угодно за десять тысяч франков .

Представленный пример показывает замену определённого значения (1500 евро) привычным значением (десять тысяч франков), с целью достижения эквивалентности коммуникативного эффекта оригинала и перевода с учётом русскоязычного названия самой книги («99 франков»).

- Сохранение имён собственных (3 единицы):

Таблица 10

Оригинал	Перевод
«CANDEREL. T'ES BELLE, T'ES MINCE, T'ES TOI»,	«„CANDEREL“ – И ТЫ КРАСИВА, „CANDEREL“ – И ТЫ СТРОЙНА, „CANDEREL“ – И ТЫ ИГРИВА, ТОЧНО РАННЯЯ ВЕСНА!»;

В рекламных текстах часто можно встретить транскрибирование имён собственных для достижения особого эффекта на потребителя, к чему и прибегает переводчица.

- Членение предложения (3 единицы):

Таблица 11

Оригинал	Перевод
Dans ma profession, personne ne souhaite votre bonheur, parce que les gens heureux ne consomment pas.	В моей профессии никто не желает вам счастья. Ведь счастливые люди – не потребляют.

При членении предложения переводчица намеренно разделяет синтаксическую структуру сложного предложения исходного текста на несколько упрощённых для наилучшего понимания предложений читателями.

В результате анализа отмеченных приёмов перевода на русский язык нами была составлена диаграмма по признаку частотности этих приёмов (см.: Рис. 2.).



Рис. 2. Частотность использования приёмов переводческой трансформации

Как следует из диаграммы, отдельные виды переводческих трансформаций распределяются по своей частотности следующим образом:

- модуляция – 34 единицы;
- добавление – 11 единиц;
- транскрипция – 6 единиц.

Полный перечень переводческих трансформаций романа Фредерика Бегбедера «99 франков» в переводе на русский язык Ирины Волевич можно найти в приложении (см.: ПРИЛОЖЕНИЕ).

Выводы по второй главе

В результате сопоставительного анализа двух корпусов текстов романа Ф. Бегбедера «99 франков» на французском и русском языках мы приходим к следующим выводам:

- текст романа Ф. Бегбедера представляет в основном рекламный дискурс, который является одной из особенностей художественной прозы;
- рекламный дискурс представляет собой связный текст, который формируется под воздействием ряда экстралингвистических факторов, среди которых преобладают прагматический, социокультурный и психологический аспекты;
- в центре рекламного дискурса находится реклама, которая представляет собой особую информацию, которая распространяется в обществе с помощью специфических языковых средств;
- языковые средства рекламы включают:
 - а) специфическую лексику и фразеологию, среди которых преобладают заимствования из английского языка – англицизмы;
 - б) многочисленные сокращения и усечённые лексические единицы исконного (французского) языка, принадлежащие к современному французскому языку;
 - в) лексические единицы, которые выступают в рекламном тексте в несвойственных им значениях;
 - г) рекламные слоганы, которые представляют собой экспрессивные микротексты, имеющие ярко выраженную коммерческую направленность;
- среди широкого диапазона переводческих средств преобладают в основном такие трансформации как модуляции, добавления и транскрипция; кроме того, доминирует сохранение в русском переводе заимствованной лексики – англицизмов, что позволяет переводчику сохранить адекватность перевода.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной бакалаврской работе нами были исследованы образные художественные средства выразительности языка французского писателя-постмодерниста Ф. Бегбедера и их адекватный перевод на русский язык. Мы рассмотрели образные средства, использованные в его романах. В ходе исследования также были систематизированы такие понятия как каламбуры, оксюморон, авторские окказионализмы, языковая игра, выявлены их особенности в художественном тексте. В контексте постмодернистского дискурса было описано происхождение языковой игры, что является характерным для творчества писателя.

С учётом влияния авторского стиля изложения мысли, добавляя к этому культурную и историческую среду, в которой задействуется автор, создаётся ряд проблем для интерпретирования текста переводчиком, которые были освещены в данной работе.

Также были найдены решения проблем перевода. С помощью ряда функциональных языковых вариаций, переводчик предопределяет главные характеристики переводимого текста, совершая предпереводческий анализ. Учитывая главные и уникальные составляющие текста (функции и выразительные языковые средства), переводчик должен достигнуть адекватности перевода.

Достижение адекватности осуществляется за счёт использования *переводческих трансформаций*. Они бывают трёх видов: грамматические, лексические и лексико-грамматические. Данные трансформации решают ряд переводческих проблем. Например, лингвистического несовпадения объёмов значений, расхождения грамматических конструкций языков и отсутствия наличия какой-либо категории текста оригинала при переводе.

Нами был охарактеризован творческий путь Ф. Бегбедера, что помогло понять события, о которых писал автор, а также были выявлены особенности его индивидуального стиля.

Фредерик Бегбедер – писатель-постмодернист, яркий представитель современной литературы. Он борется с современным укладом жизни, пытаясь

донести до человека современные способы порабощения [46]. Его творчеству подражают, его произведения читают по всему миру, а новые романы раскупают в считанные минуты. Своими произведениями автор уже сделал вклад не только во французскую художественную литературу, но и в литературную картину мира.

Понимание художественного текста как дискурса, а литературы в целом как одной из дискурсивных практик объединяет интересы и лингвистики, и риторики, и литературоведения. В постмодернистском дискурсе язык и реальность сближаются, именно поэтому его основным принципом становится языковая игра, которая широко наблюдается у Ф. Бегбедера.

Подводя итог собранных нами языковых средств, можно сделать вывод, что в идиостиле писателя преобладают сравнения, метафоры, стилистические каламбуры, также ярко выражена сатира, придающая произведениям Ф. Бегбедера особую остроту и неповторимость. Нами было отмечено большое количество цитат, а также использование иностранных слов, подавляющее большинство которых приходится на английский язык. В романах писателя прослеживается его профессия – профессия рекламиста, создателя слоганов, коротких фраз, которые в короткой форме выражают основной смысл, заложенный автором. Также ему характерно использование профессионального жаргона. Нельзя не заметить особую форму письма, которую Ф. Бегбедер использует, когда хочет акцентировать внимание читателя: это и длинные фразы без использования знаков препинания, слова, не разделенные между собой, выделенные курсивом предложения.

Вокруг творчества Ф. Бегбедера возникает много споров, к какому из жанров стоит относить его произведения: классическая литература или массовая. Корнем этих противоречий служит особый слог писателя: он соединяет в себе философские размышления с жаргонной лексикой. На наш взгляд, такой своеобразный подход к изложению мысли на бумаге лишь выделяет Ф. Бегбедера среди остальных современных писателей, и столь противоречивые отзывы о его творчестве лишь подтверждают повышенный интерес к его произведениям.

Процесс перевода нацелен на выбор единиц переводящего языка. Предполагается некоторое сопоставление элементов содержания и компонентов ориги-

нала и перевода. Задача переводчика – определение и воспроизведение смыслов оригинала в переводе.

Конкретные результаты нашего исследования сводятся в основном к тем выводам, к которым мы пришли в результате сопоставления двух текстов романа Ф. Бегбедера «99 франков» на французском и русском языках (см.: Глава 2).

В результате сопоставительного анализа двух корпусов текстов романа Ф. Бегбедера «99 франков» на французском и русском языках мы приходим к следующему выводу, что текст романа Ф. Бегбедера представляет в основном рекламный дискурс, который является одной из особенностей художественной прозы. Сам рекламный дискурс представляет собой связный текст, который формируется под воздействием ряда экстралингвистических факторов, среди которых преобладают прагматический, социокультурный и психологический аспекты. В центре рекламного дискурса находится реклама, которая представляет собой особую информацию, которая распространяется в обществе с помощью специфических языковых средств.

Языковые средства рекламы состоят из специфической лексики и фразеологии, где преобладают заимствования из английского языка – *англицизмы*. Превалируют многочисленные сокращения и усечённые лексические единицы, которые выступают в рекламном тексте в несвойственных им значениях исконного языка и принадлежащие к современному французскому языку. Конечно же, присутствуют рекламные слоганы, которые представляют собой экспрессивные микротексты, имеющие ярко выраженную коммерческую направленность.

Среди широкого диапазона переводческих средств преобладают в основном такие трансформации как модуляции, добавления и транскрипция; кроме того, доминирует сохранение в русском переводе заимствованной лексики – англицизмов, что позволяет переводчику сохранить адекватность перевода.

Можно сделать вывод, что состояние современной науки о переводе не идеально, а значит, есть пути её дальнейшего развития и совершенствования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абразумова А. С. Особенности построения и перевода рекламного дискурса в романе Ф. Бегбедера «99 франков» // Коммуникативные аспекты языка и культуры : сборник материалов XII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, 2012. С. 201-207.
2. Адмони В. Г. Система форм речевого высказывания. М. : Наука, 2014. 422 с.
3. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по специальности «Иностранные языки». М. : «Просвещение», 2015. 295с.
4. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике. М., 2015. С. 67-68.
5. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : Международные отношения, 2014. 240 с.
6. Белянин В. П. Психолингвистические аспекты художественного текста. М. : Изд-во МГУ, 2015. 123 с.
7. Борев, Ю. Б. Эстетика : учебник. М. : Высш. шк., 2002. 511 с.
8. Брандес, М.П. Стиль и перевод: Учебное пособие. М. : Высш. шк., 2014. 127 с.
9. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2013. 224 с.
10. Гак В. Г. Высказывание и ситуация. Проблемы структурной лингвистики. М. : Академия, 2015. С. 349-371.
11. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : КомКнига, 2017. 148 с.
12. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2017. 413 с.
13. Долинин К. А. Стилистика французского языка : Учеб. Для Ин-тов. И Фак. Иностр. Яз. М. : Высшая школа, 2004. 414 с.

14. Егер Г. Коммуникативная и функциональная эквивалентность. // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М. : Международные отношения, 2015. С. 137-156.
15. Казакова Т. А. Практические основы перевода. СПб. : Лениздат; Союз, 2015. 320 с.
16. Казакова Т. А. Художественный перевод. Учебное пособие. СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2013. С. 5-22.
17. Каменская О. Л. Текст и коммуникация: Учеб. пособие для институтов и факультетов иностр. Языков. М. : Высшая школа, 2015. 152 с.
18. Коваченко Ю. Фредерик Бегбедер: Арестуйте меня и отправьте в Сибирь // Известия. 2010. URL: <http://izvestia.ru/news/361829> (дата обращения: 14.02.19)
19. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. 6-е изд., стер. М. : Флинта, 2016. 464 с.
20. Комиссаров В. Н. Введение в современное переводоведение: Учебное пособие. М. : ЭТС, 2015. 424 с.
21. Купина Н. А. Стилистика современного русского языка : учебник для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2018. 415 с.
22. Кэтфорд Дж. К. Лингвистическая теория перевода. // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М. : Международные отношения, 2015. С. 91-114.
23. Латышев Л. К. Технология перевода. М. : Академия, 2013. 278 с.
24. Левин Ю. Д. Проблема переводной множественности // Литература и перевод: проблемы теории. М. : Прогресс, 2014. С. 23-34.
25. Линков, В. Я. Введение в литературоведение. История идей от Вико до Бахтина и Гадамера. М. : Editorial URSS, 2019. 232 с.
26. Любимова А. Ф. Постмодернистская антиутопия Ф. Бегбедера «99 франков» // Проблемы метода и поэтики в мировой литературе. Межвузовский сборник научных трудов. Пермь: Пермский университет, 2015. С.112-116.

27. Межова М. В. Проблема культурологической эквивалентности слова в переводе художественного текста // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Кемерово, 2016. С. 78-82.
28. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы. М. : Московский Лицей, 2014. 207 с.
29. Нелюбин, Л. Л. Наука о переводе (история и теория с древнейших времен до наших дней) [Электронный ресурс] : учеб. пособие. М. : ФЛИНТА, 2018. 415 с. URL: <https://rucont.ru/efd/244471> (дата обращения: 25.06.19).
30. Пешковский А. М. Принципы и приемы стилистического анализа и оценки художественной прозы. М. : Государственная академия художественных наук, 1930. 133 с.
31. Радзиевская Т. В. Текстовая коммуникация / Т. В. Радзиевская // Человеческий фактор в языке. Коммуникация. Модальность. Дейксис. М. : Наука, 2015. С. 80-109.
32. Реформатский, А. А. Введение в языкознание. М. : Аспент Пресс, 2017. 275 с.
33. Рецкер Я. И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык. М. : Просвещение, 2016. 159 с.
34. Руцаков В. А. Основания лингвистического перевода и проблемы сопоставления. СПб. : СПбГИЭА, 2015. 125 с.
35. Сдобников В. В., Теория перевода: Учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. М. : АСТ, Восток-Запад, 2017. 448 с.
36. Селескович Д., Ледерер М. Интерпретативная теория перевода. М. 2013. 230 с.
37. Тартт Д. Щегол: роман. Пер. с английского А. Завозовой. М. : АСТ, 2015. 827 с.
38. Тюленев С.В. Теория перевода: Учебное пособие. М. : Гардарики, 2014. 336 с.

39. Утробина А.А. Основы теории перевода. Конспект лекций. М. : Приор-издат, 2013. 144 с.
40. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. Пособие. М. : ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2013. 416 с.
41. Чуковский К. Высокое искусство: Принципы художественного перевода. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. 416 с.
42. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М. : Наука, 2015. 110 с.
43. Шимановская Л. А. Проблема языкового оформления научной статьи для зарубежного журнала на английском языке // Вестник Казанского технологического университета. 2013. С. 338-345.
44. Якобсон, Р. О лингвистических аспектах перевода. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М.: Международные отношения, 2014. С. 16-24.
45. 99 francs (réédité sous le titre « 14.99euros ») [Электронный ресурс] : LE SNOB. URL: <http://www.beigbeder.net/fr/livres/99-francs-reedite-sous-le-titre-1499euros> (дата обращения: 16.04.19)
46. Marcoux-Chabot Gabriel. Frederic Beigbeder et ses doubles. URL: <http://www.fabiila.org/actualites/article26363.php> (дата обращения: 16.04.19)
47. Sapir E. Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture and Personality. Berkeley: University of California Press, 1949. 162 p.

Словари и энциклопедии

48. Воспитательная функция художественной литературы [Электронный ресурс] URL: http://literaturologiya.academic.ru/91/воспитательная_функция_художественной_литературы (дата обращения: 21.03.19).

Иллюстративный материал

49. Бегбедер Ф. 99 франков. М.: Иностранка, 2003. 400 с.
50. Beigbeder F. 99 francs. Editions Grasset & Fasquelle, 2000. 304 p.

Перечень переводческих трансформаций романа Фредерика Бегбедера «99 франков» в переводе на русский язык Ирины Волевич

№	Оригинал	Перевод	Переводческая трансформация
1.	— HEY BOYS, IL FAUT ALLER TRAVAILLER MAINTENANT!	– ЭЙ, ПАРНИ, НЕ ПОРА ЛИ НА РАБОТУ?	Антонимический перевод
2.	...et, dans une ère de technologie avancée, l'inefficacité est le péché contre le Saint-Esprit.	а в эру передовых технологий неэффективность – страшный грех перед Господом.	Генерализация
3.	...et leur armée de directeurs auraient la haute main sur une population d'esclaves qu'il serait inutile de contraindre, parce qu'ils auraient l'amour de leur servitude.	...опираясь на целую армию администраторов, держит в руках порабощенное население, которое излишне даже принуждать к труду, ибо оно с радостью примет свое рабство.	Грамматическая замена
4.	— Tu veux du nez?	– Нюхнуть хочешь?	
5.	Un Etat totalitaire vraiment «efficient» serait celui dans lequel le tout-puissant comité exécutif des chefs politiques...	Тоталитарное государство, заслуживающее названия действительно «эффективного», – это такая система, где всемогущий исполнительный комитет политических руководителей...	
6.	La leur faire aimer — telle est la tâche assignée dans les Etats totalitaires d'aujourd'hui aux...	Заставить людей полюбить рабское положение – вот главная задача, возлагаемая в нынешних тоталитарных государствах на...	Добавление
7.	pour me faire virer.	чтобы заставить моих шефов уволить меня.	
8.	Si je démissionnais, je ne toucherais pas d'indemnités.	Если я уйду по собственному желанию, не видать мне никаких компенсаций как своих ушей.	
9.	Dans notre jargon, on l'a baptisée...	На жаргоне рекламщиков это называется...	
10.	je vous garantis que vous allez l'acheter	то, даю голову на отсечение, вы его купите.	

11.	Tu y figureras en bonne place. Dès le troisième chapitre. ALFRED DULER EST...	Ты у меня будешь наиправейшим героем. Начиная с третьей главы. Которую я так и назову – „АЛЬФРЕД ДЮЛЕР...”	
12.	Il faut être beau, jeune, sportif, bronzé, souriant et en rythme.	Всем нужно быть красивыми, спортивными, загорелыми, улыбчивыми и железно держать ритм!	
13.	Tu te sens vieux parce que tu es tout content d'écouter des 30 cm en vinyle.	Ты чувствуешь себя древним старцем , ибо тебе нравятся допотопные виниловые пластинки (30 см в диаметре).	Добавление
14.	Quand on n'a rien préparé...	Если проект у тебя не готов...	
15.	Je crèverai seul comme une merde ...	Я сдохну где-нибудь в одиночестве, как шелудивый пес	
16.	...« la déception post-achat ».	...« печаль пост-шоп ».	Калькирование
17.	... ministères de la propagande , aux rédacteurs en chef de journaux et aux maîtres d'école».	... министерства культуры , главных редакторов газет и школьных учителей.	Компенсация
18.	Comme personne ne moufte, il continue de paraphraser ...	Поскольку никто не реагирует, он продолжает долдонить ...	
19.	ILS DANSENT SUR LA PLAGE EN DÉGUSTANT LE PRODUIT ...	ОНИ ТАНЦУЮТ НА ПЛЯЖЕ , СМАКУЯ ШОКОЛАДНЫЙ ДЕСЕРТ .	Конкретизация
20.	Le Glamour, c'est le pays où l'on n'arrive jamais.	Гламур – это праздник , который всегда с другими – не с тобой.	
21.	...ce qui s'avère pratique pour enculer la Terre .	если хочешь воткнуть его Земле в зад .	
22.	Si je vante un yaourt sur les murs de votre ville,	Если я нахваливаю йогурт, залепив плакатами все стены вашего города,	
23.	Je vous défends de désirer au hasard .	Я запрещаю вам желать как бог на душу положит .	Модуляция
24.	Filez moi cent plaques et je déguerpis, promis-juré .	Бросьте мне в морду сто штук отступного, и я смоюсь навсегда, зуб даю!	
25.	...je me suis senti hyper-important , comme si j'allais rendre visite au Président de la République, alors que	...возомнил себя такой важной птицей , точно наносил визит самому президенту республики, а	

	j'allais juste voir un vieux NEC en chemisette rayée.	не какому-то старперу-вэкакашнику в полосатой рубашке.
26.	«Les cadres montent vers leur calvaire Dans des ascenseurs de nickel Je vois passer les secrétaires Qui se remettent du rimmel».	Сверкая никелем, набитые кабины Возносят на Голгофу нас, к кресту. Повсюду секретарши-магдалины Наводят торопливо красоту.
27.	Il ne touche plus sa femme depuis 1975 mais ne la trompe même pas (elle, si).	Он не спит с женой аж с 1975 года, но и не изменяет ей (чего не скажешь о его половине!).
28.	Je ne vois pas l'intérêt d'écrire des livres si ce n'est pas pour cracher dans la soupe .	Какой интерес писать книги, если при этом не плюешь в лицо своим благодетелям?!
29.	UNE GROSSE BLACK S'APPROCHE D'EUX EN S'ÉCRIANT:...	ИХ ОКЛИКАЕТ ТЕМНОКОЖАЯ ТОЛСТУХА:...
30.	ILS SONT ÉVIDEMMENT TROP CASSÉS POUR LEVER LE PETIT DOIGT...	У НИХ НЕТ СИЛ ДАЖЕ ШЕВЕЛЬНУТЬСЯ.
31.	L'émission n'a pas d'autre concept que la beauté plastique et la transpiration techno .	Передача – простенькая, без претензий – славит всего лишь красоту пластики и упоение стилем техно.
32.	Ta vie est sur des rails	Вот они – «дорожки» твоей жизни.
33.	Ce flashback n'est pas un bon souvenir.	Уф, даже сейчас вспомнить жутко!
34.	Je veux voyager célibataire dans des villes étrangères .	Я хочу путешествовать холостяком по городам и весям.
35.	Toi, tu les crois sur parole.	И ты веришь этим шлюхам , веришь на слово.
36.	De longues langues recouvrent ton visage.	По-кошачьи вылизывают твое лицо.
37.	Les filles de joie te coûtent cher afin de t'économiser .	Продажные девки обходятся тебе дорого, но ты платишь, чтобы сэкономить самого себя.

38.	Va falloir calmer le jeu.	Умаслить начальство.	
39.	Il te contemple d'un drôle d'oeil .	Он смотрит на тебя с забавным взглядом .	
40.	Charlie est un rempart: il est aussi baraqué que tu es fluet.	Чарли – мой оплот и утешение: он настолько же крепок и уверен в себе, насколько сам я хил и убог.	
41.	Sophie t'a dit au revoir comme si elle t'avait dit bonjour .	Софи ушла от тебя так просто, как обычно приходят .	
42.	Tu sors sans tes lunettes pour n'y voir qu'à un mètre .	Ты выходишь на улицу без очков, чтобы не видеть дальше собственного носа .	
43.	Tout est surface. Tiens-toi bien .	Все поверхностно и зыбко. Держись, старик!	
44.	Tu l'aimes. Elle ne le saura jamais. Flûte .	Ей не узнать вовек , что ты готов влюбиться . Фу-ты ну-ты!	
45.	...«SALOPE. LE PARFUM QU'ON AIME DÉTESTER»,...	«„ДУШОК“ – ЗАПАХ, КОТОРЫЙ ТАК ПРАВИТСЯ ПРЕЗИРАТЬ!»;	
46.	...VIAGRA. ARRÊTEZ LE BRIDGE»...	«„ВИАГРА“: СКАЖИ СЛАБОСТИ „НЕТ!“»;	
47.	Il faut lui dire qu'elle est nulle à chier, invendable , ou que c'est un vieux coup, déjà fait dix mille fois, ou pompé sur une vieille campagne anglaise.	Напротив, скажи, что идейка дохлая, неходовая , или что она «с бородой», сто лет в обед, или что он скачал ее со старой английской рекламы.	
48.	Quand il te montre une annonce nulle à chier , lui dire «j'adore l'idée» et faire semblant d'être très envieux .	Зато, если он принесет тебе и впрямь дерьмовый титр , рассыпья в похвалах и притворись, будто сгораешь от	

Модуляция

		зависти.	
49.	C'était à Méga-Rail, faubourg de partage... L'excuse de la cocaïne.	Это было в угаре, в садах лупанара. Всему виной проклятый кокс.	
50.	La coke a bon dos.	На кокс можно списать все на свете.	
51.	Après le rhume des foins, tu inaugures une nouvelle maladie: le rhume de coke...	Это не сенная лихорадка, это новая, открытая тобой болезнь – кокаиновая аллергия...	
52.	COMME ELLE VOIT QUE LES TROIS « BROTHERS » NE BOUGENT TOUJOURS PAS, EN DÉSESPOIR DE CAUSE , ELLE BRANDIT UN POT DE DANETTE.	ВИДЯ, ЧТО ТРОИЦА ПРИЯТЕЛЕЙ НЕ ДВИГАЕТСЯ С МЕСТА, ОНА В ОТЧАЯНИИ ТРЯСЕТ У НИХ ПОД НОСОМ БАНОЧКОЙ «ДАНЕТ».	
53.	Soudain un long monologue, impossible à arrêter, est sorti de ta bouche.	И внезапно ты разразился длинным, беспаузым монологом.	
54.	— La séduction, la séduction, tel est notre sacerdoce, il n'y a rien d'autre sur Terre, c'est le seul moteur de l'humanité.	– Ах да, обольщение – это же наше все! Нет на земле ничего, кроме обольщения, единственного двигателя прогресса!	
55.	Au début tu en as pris pour essayer, une fois de temps en temps, puis pour t'encanailler, tous les week-ends. Puis pour réessayer de rigoler, en semaine.	Сперва ты нюхал просто так, из интереса, время от времени, потом для того, чтобы взбодриться по выходным, дальше – чтобы опять же взбодриться, но уже и по будням.	Объединение предложения
56.	En France, il y a 12 000 suicides par an, ce qui fait plus d'un suicide par heure, pendant toute l'année. . Si vous lisez ce livre depuis une heure, PAN, un mort.	Во Франции происходит 12000 самоубийств в год, то есть больше одного самоубийства в час: один час чтения этой вот книжонки – и готов покойник.	
57.	Dis bonjour à la caméra. Elle est ta seule amie.	А ну-ка, мальчик, поздоровайся с камерой, это твоя единственная	

		подружка!	
58.	Sept fois par an tu reçois des « CD démos.... »	Семь раз в году тебе бесплатно присылают CD с демонстрационными версиями....	Описательный перевод
59.	Comme si le consommateur était quelqu'un d'une autre race — un « untermensch »?	Как будто пресловутый потребитель существо иной породы, « Untermensch » («недочеловек», «неариец» на жаргоне германских фашистов)?	
60.	...(narines nécrosées, nez qui coule, tics de la mâchoire, Carte bleue corrodée à la tranche blanchie).	...(симптомы: онемевшие ноздри, хронический насморк, судорожная дрожь челюсти и голубая кредитка «Премьер» с истертым, белым от кокса ребром).	
61.	J.-F. s'approche de toi et fixe le bout de ton nez.	Жан-Франсуа подходит ближе и всматривается в кончик твоего носа.	
62.	...le chiffre d'affaires de Microsoft équivaut au PNB de la Belgique	годовой оборот компании «Microsoft» равен валовому доходу всей Бельгии	
63.	Je ne suis pas raciste mais les Noirs c'est trop segmentant, or nous devons mettre l'emphase sur la francité du produit.	Я, конечно, не расист, но чернокожие составляют весьма незначительный сегмент рынка, а мы должны делать ставку на коренных, французских потребителей .	
64.	Je suis nuisible, arrêtez-moi avant qu'il ne soit trop tard , par pitié!	Я же вредоносен, так остановите меня, хотя бы из жалости!	Опущение
65.	Tu as tout le temps des bouts de Kleenex collés aux doigts.	И вечно у тебя липнут к пальцам размокшие обрывки бумажных салфеток .	
66.	Pourquoi l'amour physique serait-il le seul domaine où l'on n'ait pas recours à des spécialistes?	Так почему же физическая любовь не нуждается в опытных специалистах?!	
67.	ce n'est pas raciste de dire	это не расизм, но, увы! –	

	ça, merde , nous ne fabriquons pas un yaourt noir!	мы пока что не производим черных йогуртов!	
68.	J'écris ce livre...	Эту книгу я пишу,...	Перестановка
69.	«C'est la première et la dernière fois que tu vois ta fille. Sophie».	«Это твоя дочь, которую ты видишь первый и последний раз. Софи».	
70.	95 % des gens accepteraient de coucher si on leur proposait 1 500 euros .	Девяносто пять процентов людей согласились бы переспать с кем угодно за десять тысяч франков .	Прагматическая адаптация
71.	«L'amour coûte 500 euros ».	«Любовь стоит 3000 франков ».	
72.	Personnellement, j'ai un faible pour le roadster BMW Z3 qui allie esthétique aérodynamique de la carrosserie et puissance grâce à son 6 cylindres en ligne qui développe 321 chevaux, lui permettant de passer de 0 à 100 kilomètres/ heure en 5,4 secondes .	Лично я питаю слабость к «BMW Z3»; в нем идеально сочетаются аэродинамическая эстетика кузова и мощь шестицилиндрового мотора в 321 л. с., что позволяет за 5,4 секунды развить скорость до 100 км в час .	
73.	Puis les amis de tes amis sont devenus tes dealers.	Так друзья твоих друзей стали твоими дилерами.	
74.	— Tu es un monstre.	– Ты чудовище.	Синтаксическое уподобление
75.	Elles te maternent.	Они по-матерински ласковы с тобой.	
76.	...la femme le mangera irrésistiblement avec délectation ainsi qu'avec sa cuiller».	...женщина съест его с неодолимым наслаждением и с помощью ложки».	
77.	L'hédonisme n'est pas un humanisme: c'est du cash-flow .	Гедонизм – это не гуманизм, это cash-flow .	Сохранение англицизмов
78.	PACKSHOT DANETTE AVEC SIGNATURE: «ON SE LÈVE TOUS POUR DANETTE».	СЛЕДУЕТ PACKSHOT «ДАНЕТ» С ТИТРОМ: «„ДАНЕТ“ ПОДНИМЕТ НА НОГИ ЛЮБОГО!»	
79.	— J'ai un mauvais feedback annonceur.	– У меня скверный feedback от заказчика.	
80.	Tu téléphones à Tamara, ta	Ты звонишь Тамаре, своей	

	call-girl favorite.	любимой call-girl.	
81.	C'est pour ça qu'on est Worldwide.	Именно поэтому наша фирма world-wide.	
82.	Le monde est terrifié par la perspective du clonage humain alors qu'il existe déjà et se nomme « plastic surgery ».	Мир ужасается перспективе человеческого клонирования, а оно давным-давно существует и называется « plastic surgery ».	
83.	Nous nous battons tous pour être en CDI (Contrat de Dépendance Infinie).	Все бьемся на смерть, лишь бы удостоиться вожделению БК (бессрочного контракта).	
84.	Corollaire: pour vendre une idée au DC (Directeur de Création), le créatif doit SYSTÉMATIQUEMENT faire croire au DC que c'est le DC qui l'a eue.	Отсюда вывод: чтобы продать идею КД (креативному директору), креатор должен СИСТЕМАТИЧЕСКИ внушать ему, что это он, КД , ее и родил.	Перевод терминов
85.	Tu cèdes à la tentation des U.V.	Ты уступаешь соблазну УФ.	
86.	...test HIVтест на СПИД ...	
87.	... alors que j'allais juste voir un vieux NEC en chemisette rayée.	...а не какому-то старперу-вэкакашнику в полосатой рубашке.	
88.	Le Président de mon agence vient d'entrer dans mon bureau.	ПГД нашего агентства собственной персоной!	
89.	...« LACOSTE. DEVIENS TES PARENTS »...	« „LACOSTE“: БУДЕМ ЭЛЕГАНТНЫ, КАК НАШИ РОДИТЕЛИ! »	
90.	« CANDEREL. T'ES BELLE, T'ES MINCE, T'ES TOI »,	« „CANDEREL“ – И ТЫ КРАСИВА, „CANDEREL“ – И ТЫ СТРОЙНА, „CANDEREL“ – И ТЫ ИГРИВА, ТОЧНО РАННЯЯ ВЕСНА! »;	Сохранение имён собственных

91.	« CHANEL № 5. PRÊT-À-PORTER PARTOUT».	«„ CHANEL “ НОМЕР ПЯТЬ: И ПРЕЖДЕ И ОПЯТЬ!»	
92.	— On a pris de la Corinne tout le week-end.	– Мы все выходные занюхивали « Коринну ».	Транскрибирование
93.	— Yourpêka! (Il s’agit de la contraction de «youpi» et «eurêka».)	Юпика! (Это у нас такой гибрид из слов «youpi» и «эврика»)	
94.	Au 8e étage chez Madone ...	На девятом этаже « Манон »...	
95.	Pour ne plus saigner du nez, tu écrases longuement la poudre sur le miroir avec ta Carte « Premier ».	Чтобы не кровил нос, ты тщательно растираешь порошок на зеркальце с помощью карточки « Премьер ».	
96.	Groupes d’êtres bronzés qui parlent dans des cellulaires devant le Colony .	Стайки загорелых созданий что-то мурлычат в мобильники возле знаменитого отеля « Колони ».	
97.	«Consommation du produit: après avoir ouvert le pot de Maigrelette«Потребление продукта. Открыв баночку „ Мегрелет “...»	
98.	Dans ma profession, personne ne souhaite votre bonheur, parce que les gens heureux ne consomment pas.	В моей профессии никто не желает вам счастья. Ведь счастливые люди – не потребляют.	
99.	Je pense qu’il y a un truc à faire avec cette foule pas sentimentale, cette esthétique de la surface, cet attroupement putassier.	...не кажется, из этой «несентиментальной» толпы, из этого озверевшего поганого стада можно кое-что сляпать. Эдакая пространственная эстетика...	
100.	— T’as qu’à démissionner, dit-il en sortant de mon bureau.	– Тогда чего ж ты не увольняешься? И выходит из кабинета.	