

ИНОСТРАННАЯ ФИЛОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

УДК 81'25

О.С. Горбунова¹, Л.В. Новикова²

СЕМАНТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ БЕРЛИНА В ПЕРЕВОДЕ АВТОРСКОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ В. КАМИНЕРА «ICH BIN KEIN BERLINER»

Аннотация. В данной статье рассматривается место семантического образа в структуре текста гибридного характера на примере авторского путеводителя В. Каминера «Ich bin kein Berliner», а также анализируются те элементы семантики текста, которые являются релевантными при транскодировании денотативного, концептуального и эмотивного пространства текста при переводе с немецкого языка на русский. Обзор примеров основан на практиках предпереводческого анализа текста перевода и авторского стиля, а также методах исследования художественных текстов и лингвопрагматики, что обусловлено смешением жанровых характеристик в изучаемом тексте. Текст носит гибридный характер, соединяя в себе признаки авторского художественного произведения и информационного текста (путеводитель для туристов), насыщен культурными реалиями разного типа, – историческими именами и событиями, топонимами, прецедентными именами, относящимися к периоду объединения Германии, которые описаны автором через призму опыта иммигранта.

Образ Берлина является ключевым в творчестве автора и формирует ядро семантической структуры рассматриваемого произведения, включающего такие характеристики как «город для чудаков», «город для вдохновения», «город для жизни», «промышленный город», «театральная столица», «мультикультурный», «многообразный», «таинственный». Важной частью образа Берлина в индивидуально-авторской картине мира являются немецкие пивные как место притяжения не только туристов, но и творческих людей и литераторов со всего мира. Приведенные характеристики в разрезе семиотического подхода следует принимать во внимание при первичном анализе текста перевода и последующем выборе переводческих стратегий и приемов с целью максимального сохранения своеобразия произведения и его прагматических установок.

Ключевые слова: семантика текста; образ; авторская картина мира; Берлин; путеводитель.

Сведения об авторах: Горбунова Олеся Сергеевна¹, магистрант кафедры лингвистики и перевода Нижневартковского государственного университета; Новикова Лариса Валерьевна², кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и перевода Нижневартковского государственного университета.

Контактная информация: 628609, г. Нижневартовск, ул. Мира, д. 36, ауд. 105; тел.: 8(3466)27-28-27; e-mail: olesya.gorbunova.1996@mail.ru¹, larissa0211@yandex.ru².

O.S. Gorbunova¹, L.V. Novikova²

THE SEMANTIC IMAGE OF BERLIN IN THE TRANSLATION OF THE AUTHOR'S GUIDEBOOK V. KAMINER «ICH BIN KEIN BERLINER»

Abstract. The Article is devoted to the problem of semantic image of Berlin in the structure of the author's guidebook V. Kaminer "Ich bin kein Berliner". The research focuses on studying the elements of the hybrid text semantics that are relevant to transcoding denotative, conceptual and emotive space while translating from German into Russian. The description of the examples is based on the source text analysis, the analysis of the author's style, various methods used for literary texts analysis, and also on the linguistic pragmatics research. This multifaceted approach is prompted by the mixed genre characteristics of the book under consideration. The book is of a hybrid character with qualities of the author's literary text and informational text as a guidebook. It is full of different cultural realities, historical names

and events, toponyms, precedent names relating to the unification of Germany. All these features were described by the author through the prism of an immigrant experience.

The image of Berlin is critical in the V. Kaminer works and forms the semantic structure core of the guidebook. It contains such characteristics as «city for eccentrics», «city for inspiration», «city for life», «industrial city», «theater capital», «multicultural», «diverse», «mysterious». An important part of the author's world picture image are German beer houses as a place of attraction not only for tourists, but also for creative people and writers from all over the world. These characteristics in terms of semiotic approach are relevant to making the initial analysis of the source text, the choice of translation strategies and techniques in order to preserve the book's specificity and pragmatic attitudes.

Key words: text semantics; image; author's picture of the world; Berlin; guidebook.

About the authors: Gorbunova Olesya Sergeevna¹, master's student, Linguistics and Translation Department of the Nizhnevartovsk State University; Novikova Larisa Valeryevna², Candidate of Philology, Associate Professor, Linguistics and Translation Department of the Nizhnevartovsk State University.

Область перевода текстов практически любого жанра чувствительна к аспекту их семантической организации и охватывает широкий круг вопросов в части предпереводческого анализа исходного текста, выбора оптимальных переводческих стратегий, смыслового преобразования исходного текста и текста перевода. От умения переводчика распознавать и транскодировать сигналы непосредственно автора и опосредованно лингвокультуры оригинального текста зависит его способность к оптимальной передаче смысла, экспликации ценностной составляющей и реализации прагматических авторских установок в тексте перевода.

Теория и практика литературоведения дает переводчику дополнительный инструментарий для реализации своих утилитарных задач; в таком разрезе особое значение приобретают актуальные исследования в области семантики текста, которая все чаще находится в центре внимания отечественных и зарубежных литературоведов. Вопросами текстовой семантики занимались Ч.С. Пирс (2000), И.Р. Гальперин (2006), А. Вежбицкая (Вежбицкая 1999), Ф.Ш. Акмалова (Акмалова 2005) и др. Результаты этих исследований помогают в решении ряда актуальных прикладных переводческих задач (например, повышения качества машинного перевода). На взаимосвязь семантики текста с вопросами прагмалингвистики указывают Л.К. Латышев и А.Л. Семенов (Латышев, Семенов 2005), обращающие внимание на роль функций воздействия на адресата при создании вторичного текста на уровне интерпретатора (в нашем случае переводчика).

Современный рынок перевода предлагает интересные образцы для анализа в данной области. Глобальный характер общественных изменений, открытость границ и интерес к другим культурам диктуют порождение новых литературных форм, объединяющих в себе черты разных функциональных стилей. В качестве иллюстративного материала обратимся к авторскому путеводителю В. Каминера «Ich bin kein Berliner» («Я – не берлинец»), представляющему собой сборник рассказов, посвященных Берлину (на немецком языке). Концептуальный характер образа Берлина в данном произведении рассматривался в работе М.М. Русяевой (Русяева 2013), однако вне связи со структурой и жанровыми характеристиками текста. В то же время актуальность перевода такого типа произведений, а также своеобразие их семантического пространства побуждает нас более глубоко рассмотреть эту связь с позиции современного переводоведения.

Анализируемое произведение написано в форме необычного «Путеводителя для ленивых туристов» и обладает информационной направленностью, однако его стилистический анализ позволяет сделать вывод о гибридном характере, проявляющемся в сочетании черт публицистического и художественного стилей, что находит отражение в семантической организации текста. Е.Е. Анисимова под гибридностью текста понимает его способность сочетать в себе стилистически разнородные элементы, признаки разных типов текста. Гибридными могут быть некоторые художественные тексты, используемые в характерологических целях и в целях стилизации, пародирования других типов текстов, а также часть публицистических, научных, учебных текстов, которые привлекают другие тексты в документальных и иллюстративных целях (Анисимова 1992: 76).

Книга представляет собой яркий образец современной немецкой прозы – рассказы наполнены рефлексией относительно эпохальных событий (объединение Германии, смена общественной парадигмы), в то же время прикладной характер текста побуждает смещать авторские акценты – образы и истории людей лишь служат средством создания ключевого образа Берлина – безусловно привлекательного, как того требует жанр путеводителя. Такие характеристики текста в условиях транскодирования, когда автор и читатель принадлежат к разным культурам, с возможными различиями в подходах к одним и тем же событиям и явлениям, а содержание текста на уровне интерпретатора (Латышев, Семенов 2003: 84) трактуется также посредником-переводчиком, семантика текста оригинала становится уязвима и требует особого внимания с тем, чтобы прагматические установки автора (информативная, побудительная, эмотивная, эстетическая) не пали жертвой упрощения или ложного толкования.

Исследуя смысловую структуру текста Н.Ф. Алефиренко определяет последний как «целостное коммуникативное образование, компоненты которого объединены в единую иерархически организованную семантическую структуру коммуникативной интенцией его автора» (Алефиренко 2005: 303). Одной из ключевых задач переводчика является определение *денотативной структуры текста*, «которая представлена совокупностью денотатов (подтем и субподтем), связанных между собой определенными отношениями. Денотаты обозначаются в тексте именами, а отношения между ними – глаголами и другими предикатными знаками. Это позволяет выделить в тексте относительно самостоятельные части содержания, устанавливать средства связи между ними и внутри их» (Алефиренко 2005: 305).

Так, при внимательном прочтении анализируемого путеводителя проявляются очертания смысловой структуры текста, в которой семантическим ядром является образ Берлина, который предстает как мультикультурный город, вдохновляющий (*Inspirationsquelle der Weltliteratur*), многоликий (*Vielseitigkeit*) и таинственный (*geheimnisvoll*), притягивающий как магнит чудачков всех мастей (*die Knaller*) и туристов, и в то же время приятный для постоянного проживания (*Lieblingswohntort*). Особое место в структуре текста отводится берлинским пивным, автор мастерски «переключает регистры», добиваясь естественных переходов от описания сложных социокультурных феноменов к востребованным у туристов реалиям, совершенно ненавязчиво пробуждая в читателе намерение обязательно побывать в этом городе.

Рассмотрим несколько примеров (перевод наш. – О.Г., Л.Н.). Не затрагивая синтактику текста, все же отметим одну особенность – все рассказы объединяет использование автором номинативной конструкции «Берлин – это...», что, с одной стороны, определенно структурирует семантический образ города в авторской концепции, а с другой сближает текст с рекламными проспектами для туристов, реализуя прагматическую функцию. Названия отдельных глав охватывают типичную для туристического проспекта тематику: «Образование Берлина», «Экономика Берлина», «Фауна Берлина», «Гастрономическая индустрия в Берлине», «Шоппинг в Берлине», «Берлинский диалект» и другие. Однако некоторые из них отступают от привычного информирующего формата и звучат как постулаты, презентующие авторское представление о городе: *Berlin – eine Arbeiterstadt* (промышленный город), *Berlin – eine Theaterhauptstadt* (театральная столица), *Berlin ist eine Kneipe* (большая пивная). Посвящая берлинским пивным отдельную главу, автор с долей иронии описывает их как особое место, источник вдохновения для писателей со всего мира, которые целенаправленно приезжают в столицу Германии, чтобы засесть в пивной и бесконечно сочинять будущий шедевр:

Пример 1

Нем.: „Wegen *dieser Kneipen* genießt Berlin beispielsweise unter den Schriftstellern große Popularität, und man kann die Stadt ohne Übertreibung als bedeutende *Inspirationsquelle* der Weltliteratur bezeichnen“ (Kaminer 2007: 45).

Рус.: «Именно *такие пивные* привлекают писателей в Берлин и его без преувеличения можно назвать *источником вдохновения* для мировой литературы».

Пример 2

Нем.: „Es gibt *hier mehr Literaten als Mücken am Wannsee*. Aus Bayern, Österreich, Ex-Jugoslawien und dem Ruhrgebiet ziehen sie hierher“ (Kaminer 2007: 45).

Рус.: «Здесь больше писателей, чем комаров на озере Ванзее. Они слетаются в столицу Германии из Баварии, Австрии, бывшей Югославии и Рурской области».

Однако автор, словно опытный маркетолог и имиджмейкер, обращается и к тем, кто предпочитает более спокойный тип отдыха в городе, противопоставляя несколько божественный характер немецкий пивных простоте и отсутствию суеты в обслуживании.

Пример 3

Нем.: „Die Berliner Kneipen sind *anders als ihre Schwestern* in London, Barcelona und Paris noch *nicht von der Tourismusindustrie unterwandert*. Sie sind relativ preiswert geblieben, die Gäste werden in der Regel *nicht von aufdringlichem Personal* mit Fliege und Speisekarte *verfolgt*, und überhaupt ist das Personal in einer Berliner Kneipe von den Gästen noch kaum zu unterscheiden“ (Kaminer 2007: 45).

Рус.: «Берлинские пивные, в отличие от своих сестер в Лондоне, Барселоне и Париже, до сих пор не испорчены туристами. Цены там остались относительно невысокими, а над гостями не мельтешат назойливые официанты в галстук-бабочке, и вообще, работников берлинской пивной трудно отличить от самих гостей».

Глубокое понимание смысловой иерархии текста, сопряженной с его концептуальным и эмотивным пространствами, невозможно без изучения биографических фактов, социокультурного фона, сопровождавшего создание произведения; переводчик не может себе позволить быть просто читателем и трактовать смысловую ткань произведения лишь через призму собственного опыта.

Автор сборника рассказов В. Каминер (р. 1967), покинувший в 1990 году СССР, стал популярным в Германии писателем, пишущем на немецком языке о людях, рожденных в СССР. Помимо темы советского прошлого В. Каминер описывает феномен «мульти-культи» (мультикультуризм). Все книги В. Каминера представлены в виде коротких рассказов, которые наполнены юмором, культурными реалиями и яркими воспоминаниями из жизни самого писателя. Наиболее известные произведения автора: Russendisko, Karaoke, Militärmusik, Helden des Alltags, Ich mache mir Sorgen, Mama, Salve Papa!.. Отличительной чертой авторского стиля является легкая ирония в описаниях Германии и ее жителей.

Вернемся к гибриднему характеру текста. Путеводитель как информационный тип текста адресован широкому кругу читателей. Его реципиентами являются люди разных возрастов, которые могут обладать разной степенью компетентности в представляемой в произведении области. Цель информационных текстов – заинтересовать читателя, увлечь информацией. Однако особенная форма подачи материала может привлечь не только интересующихся Берлином как территориальным объектом, но и студентов, изучающих языки, а также людей, которым близка тема «советского прошлого» и интересна история Германии; рассказы В. Каминера дозированно информируют о страноведческих реалиях, скорее побуждают реципиента к дальнейшим поискам сведений и визиту в будущем.

Достичь данной цели автору помогают такие характеристики путеводителя, как оценочность, эмоциональность и образность, более типичные для публицистических текстов.

Пример 4

Нем.: „Der *muffige Berliner*, für den es immer etwas zu meckern gab, ist zum großen Teil in den Westen abgehauen, wahrscheinlich auf der Suche nach einem gut bezahlten Arbeitsplatz. Alle, die einen *Vogel haben*, kamen dagegen nach Berlin. Aus ganz Deutschland kommen die Knaller hierher, um endlich so zu leben, wie sie es gern hätten, ohne dass jemand mit dem Finger auf sie zeigt“ (Kaminer 2007: 44).

Рус.: «Ворчливые берлинцы, из тех, что вечно на что-то жалуются, мигрировали в поисках хорошо оплачиваемой работы на запад. А чудачки отовсюду перебрались в Берлин. Бе-

зумцы со всей страны хотят начать здесь новую свободную жизнь, в которой не будет осуждающих взглядов».

Ключевым отличием художественного текста от информационного можно считать проявление в произведении индивидуально-авторской картины мира. «Авторская картина мира фиксирует, в первую очередь, уникальность творческого субъекта: ее индивидуально-личностная составляющая определяет сущность текста как произведения словесного искусства и эстетического события. Вместе с тем, как и картина мира любого индивида, она включает в себя универсальное и национальное» (Щирова, Гончарова 2007: 92).

Пример 5

Нем.: „Oft fragten mich die Leute dort, ob ich mir vorstellen könne, *aus Berlin wegzuziehen*. «Nein, kommt nicht infrage», schüttle ich den Kopf. *Berlin ist mein Lieblingswohntort*“ (Kaminer 2007: 10).

Рус.: «Люди часто меня спрашивали, возможно, ли, *что я захочу уехать из Берлина*. «Нет, об этом не может быть и речи», – качал я головой. *Берлин – это мой любимый город*».

Объяснение такому определению можно почерпнуть в наиболее известной книге писателя «Русская дискотека» («Russendisko»), единственной переведенной на русский язык. Книга является автобиографией, которая рассказывает о периоде жизни В. Каминера, когда он вместе с двумя друзьями отправился в захватывающее путешествие длиною в жизнь из СССР в Берлин. Такая историческая, автобиографическая, событийная и эмотивная нагруженность текста ставит перед переводчиком определенные задачи.

Пример 6

Нем.: „Vor fünfzehn Jahren kam ich nach Ostberlin, aus Gründen, die mir bis heute rätselhaft geblieben sind. *Wahrscheinlich war es bloße Neugier auf die Welt und ungebremste Reiselust, die mich damals nach Berlin trieben*“ (Kaminer 2007:4).

Рус.: «Я приехал в Восточный Берлин пятнадцать лет назад, но по сей день я не знаю, что меня на это сподвигло. Вероятно, *в Берлин меня привело любопытство и безудержное желание путешествовать*».

Признавая безусловный мультикультурный характер метрополии, автор с определенной долей скептицизма подмечает такое последствие глобализации как стирание аутентичности культур:

Пример 7

Нем.: „Jedes Mal, wenn ich essen ging, stellte sich heraus, dass *der Italiener* in Wirklichkeit *ein Grieche* war, die Japaner in einer authentischen Sushi-Bar entpuppten sich als *Russen*, und die *Türken*, die einen Grillhähnchen-Imbiss betrieben, sprachen *Bulgarisch*“ (Kaminer 2007: 20).

Рус.: «Каждый раз, когда я входил в ресторан, выяснялось, что *грек* на самом деле был итальянцем, *японцы* в аутентичном суши-баре оказывались *русскими*, а *турки*, жарившие курицу-гриль, говорили на *болгарском языке*».

Тем не менее, в такой эклектичности автор видит достоинство города, ненавязчиво приглашая туриста в Берлин:

Пример 8

Нем.: „*Man muss kein echter Berliner sein, um sich hier zu Hause zu fühlen. Die Stadt lebt von ihrer Vielseitigkeit, es gibt etwas für jeden, aber nicht jeder muss unbedingt alles mitmachen*“ (Kaminer 2007: 44).

Рус.: «*Не обязательно быть настоящим берлинцем, чтобы чувствовать себя здесь как дома. Суть этого города – в его многогранности, каждый найдет что-то свое*».

Вопреки тому, что писатель уже много лет живет в Берлине и посвятил ему целую книгу, город как главный герой всего повествования до сих пор остается для него таинственным и непостижимым.

Обобщая приведенные выше примеры и аргументацию, можно утверждать, что гибридный характер текста, совмещающий информативность и насыщенность содержательно-

фактуальной информацией (И.Р. Гальперин) с образностью, позитивной оценочностью и выраженной индивидуально-авторской интерпретацией позволяют автору путеводителя создать увлекательный образ Берлина, приглашающий отправиться в путешествие.

Ключевой проблемой для переводчика при выявлении семантических связей в текстах гибридного типа является необходимость сохранить и транскодировать те национальные, локальные и индивидуальные культурные смыслы, которые автор интегрировал в структуру своего текста на всех языковых уровнях, так как в стремлении передать мельчайшие нюансы текста оригинала переводчик может упустить из вида более крупные смысловые узлы, формирующие ядро семантического образа. Существенную роль при этом играет качественно проведенный предпереводческий анализ авторского стиля и внимание к проявлениям смешения жанров, а также значимым реалиям эпохи.

ЛИТЕРАТУРА

- Акмалова Ф. Ш.* 2005. Семантическая и формально-структурная репрезентация категории «состояние»: На материале английского, немецкого и русского языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск.
- Алефиренко Н. Ф.* 2005. Спорные проблемы семантики. М.: Гнозис.
- Анисимова Е. Е.* 1992. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания 1, 71–79.
- Гальперин И. Р.* 2006. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига (Лингвистическое наследие XX века).
- Вежбицкая А.* 1999. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры.
- Латышев Л. К., Семенов А. Л.* 2003. *Перевод: теория, практика и методика преподавания*. М.: Академия.
- Пирс Ч. С.* 2000. Логические основания теории знаков. СПб.: Алетейя.
- Русяева М. М.* 2013. Репрезентация концепта «Берлина» в сборнике рассказов В. Каминера «Ich bin kein Berliner» // Гулин А. И. (отв. ред.). Инновации в науке: Сборник статей по материалам XXVII Международной научно-практической конференции 11(24). Новосибирск: СибАК, 141–146.
- Щирова И. А., Гончарова Е. А.* 2007. Многомерность текста: понимание и интерпретация. СПб.: Книжный дом.
- Kaminer W.* 2007. Ich bin kein Berliner. München: Goldmann.