

О. Н. Савельева

Тверской государственный университет, 3 курс

Научный руководитель: к.ф.н. Т. В. Гречушникова

ПРИЕМ ЛОКАЛИЗАЦИИ В ПАРАТЕКСТЕ И ИЗДАТЕЛЬСКОЙ АННОТАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ)

Предложение современного книгоиздательского рынка велико и разнообразно. Это стало очевидной причиной конкуренции и активного применения в этой сфере рекламных стратегий. Чтобы покупатель захотел приобрести ту или иную книгу, ему нужны аргумент и обоснование. В качестве такого обоснования выступает *издательская аннотация*.

Издательская аннотация – это гибридный текст, полученный в результате соединения черт литературной критики и коммерческой рекламы. Он может содержать сведения о произведении и его авторе и носить оценочный характер.

Этот термин возник в восемнадцатом веке, после появления первого хронологического указателя отечественных печатных изданий "Библиотека российская, или Сведение о всех книгах, в России с начала типографий на свет вышедших", автором которого является Епископ Дамаскин [Гречихин URL].

Стоит отметить, что аннотация является одним из основных элементов паратекста. Проблема паратекста приобрела актуальность среди лингвистов и литературоведов в 30-х гг. XX в. и является актуальной по сей день. Впервые этот термин был употреблен французским исследователем Жераром Женеттом в 1987 году в его работе «Паратексты: пороги интерпретации». [Колотов 2011: 37 – 41]. Паратекст – это околотекстовое окружение, то есть все то, что подготавливает читателя к процессу прочтения, к восприятию произведения, а именно: предисловие, примечания, посвящения, аннотации, оформление обложки (шрифт и размер текста, иллюстрации на обложке), и даже название и имя автора. Все это, несомненно, способно склонить покупателя приобрести продукт или же наоборот вызвать у него негативные эмоции и нежелание покупать книгу.

В первую очередь на реципиента воздействует дизайн обложки, поэтому расположения аннотаций, их количество и даже объем различны в зависимости от стиля аннотируемого текста и целевой аудитории, особенно иноязычной.

Если речь идет о переводе и подготовке продукта из одной языковой среды к репрезентации его в другой среде (напр. о переводе книги с немецкого языка на русский), нельзя не упомянуть о таком понятии, как локализация. Под локализацией понимается переводческая адаптация

языкового продукта, обладающего особенностями одной культуры к особенностям другой культуры [Шевченко, Якунина 2017: 16 – 20]. Целью такой адаптации является сохранение эффекта воздействия продукта на новую аудиторию. Название книги, аннотация и внешний вид, как правило, ориентированы на реципиентов той языковой среды, в которой книга создана, они обусловлены особенностями и культурой этой среды. Поэтому чистый перевод названия, аннотации и сохранение дизайна могут оказаться недейственными в новой среде, и остаться непонятыми. Вследствие этого, эти компоненты паратекста часто заменяются другими, т. е. создается нечто совершенно новое, то, что сможет подействовать на адресата.

Сравним, к примеру, внешний вид книги «Чтец» Бернхарда Шлинка, предложенную немецко- и русскоязычным читателям (рис. 1). Справа мы видим оригинал текста, на обложке представлены имя автора, название книги, а также жанр и издательский дом (1995 г.). Изображение, располагающееся на обложке у большинства русскоязычных читателей не вызвало бы интереса и, более того, вряд ли дало бы представление о сюжете произведения. Слева издание книги на русском языке, уже для русскоязычной аудитории (2015 г.). И здесь почти всю обложку занимает изображение, кадр из фильма (экранизации произведения), на обложке указано возрастное ограничение, также мы видим здесь лицо хорошо всем знакомой актрисы Кейт Уинслет, все это явно размещено с расчетом на то, чтобы обратить на книгу внимание покупателя.



Рис. 1

В любом случае, если не брать в расчет аннотацию, оформление книги в русском переводе раскрывает лишь часть сюжета, упуская основную информацию, и русскоязычный читатель, незнакомый ни с

книгой, ни с фильмом, вряд ли догадается, что сюжет завязан не только на любовных отношениях, что в произведении речь идет о моральном выборе, социальной вине, истории. Также можно сделать вывод, что на русскоязычном книгоиздательском рынке преобладает апелляция к удовольствию, эмоциям. На немецкоязычном книгоиздательском рынке воздействие на эмоции не является главным и определяющим фактором. Обложка оригинала книги скорее заставляет задуматься. То есть здесь мы наблюдаем апелляцию к интеллекту. Ведь выбор иллюстрации здесь не случаен. Автором картины является художник Эрнст Людвиг Кирхнер. В центре композиции перекресток, что наводит на мысль о выборе, с которым сталкиваются персонажи, на мысль о сомнениях и душевных терзаниях.

То же самое мы можем увидеть на примере произведения Зильке Шойерман «Девочка, которой всегда везло». В оригинале название произведения звучит совершенно по-другому – «Die Stunde zwischen Hund und Wolf», что дословно переводится как «час между собакой и волком», но если обратиться к этимологии выражения, то можно выяснить, что в русский язык оно пришло из французского, а во французский из латинского, и изначально звучало так: «Inter canem et lupum». Согласно фразеологическому словарю М. И. Михельсона, данное выражение означает позднее время суток, сумерки [Gufome: URL]. Его можно встретить в произведении А. С. Пушкина «Евгений Онегин» в следующих строчках: *Люблю я дружеские враки И дружеский бокал вина Порою той, что названа Пора меж волка и собаки* [Пушкин 1830: 4, 47]. Оказалось, в русском языке есть эквивалент данному выражению, но причиной создания нового названия, вероятно, могло стать то обстоятельство, что в оригинале оно несет определенную смысловую нагрузку, как было в предыдущем примере, и означает тяжелый этап в жизни главной героини, однако русскоязычному читателю, не так хорошо знакомому с данным выражением, оно было бы непонятно, или вызвало бы ложные ассоциации, а название «Девочка, которой всегда везло» звучит просто и незамысловато, и практически играет роль аннотации, раскрывая часть сюжета и вызывая некоторую интригу.

Следующим примером может послужить произведение «Вавилон-Берлин» Фолькера Кучера. В оригинале оно имеет название «Der nasse Fisch». Здесь тоже пришлось прибегнуть к созданию нового названия, так как прямой перевод «мокрая рыба» совершенно непонятен. Хотя в оригинале все вполне логично, т. к. данное выражение в немецком языке на сленге означает «нераскрытое дело», а это уже подсказывает читателю, что он скорее всего держит в руках детектив. В русском языке есть аналог этому выражению. На жаргоне работников уголовного розыска «нераскрытое дело» звучит как «глухарь» или «висяк». Однако название должно вызывать определенные ассоциации, и вариант «Вавилон-Берлин»

более ярко передает все то, что происходит в произведении. Вавилон называют городом грехов, безнравственности и порока, и сюжет насыщен такими явлениями, как политическая борьба, социальные сложности, подпольная деятельность, Берлин пестр и динамичен.

Важно сказать, что составление аннотации не ограничивается локализацией. Сочетание самых разнообразных лексических средств, или лингвистических стратегий с аргументативными стратегиями позволяют сформировать убедительный характер издательской аннотации, а так же затронуть читателя и его эмоции, обеспечить эффективный доступ к носителям разных культур.

ЛИТЕРАТУРА

Гречихин А. А. Общая библиография. М.: Изд-во МГУП, 2000. [Электронный ресурс]. URL: http://gumfak.ru/bib_html/biblio/bib030.shtml (дата обращения: 10.09.20)

Колотов А.А. Паратекстуальный подход в современном литературоведении // Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования: сборник материалов I Международной заочной научно-практической конференции. 30 сентября 2011 г. Краснодар, 2011. С. 37–41 2011. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kolotov.com/txt/kolotov2011a> (дата обращения: 4.11.20.)

Шевченко Е.В., Якунина В.Г. Лингвоиндустрия: локализация и перевод // Наука без границ. 2017. № 6 (11). С. 16 – 20. (дата обращения: 6.11.20.)

Gufo.me. 2005 – 2021. [Электронный ресурс]. URL: https://gufo.me/dict/mikhelson/пора_меж_волка_и_собаки (дата обращения: 7.12.20.)