

# ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА

## ОСНОВНЫЕ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ПЕЧАТНОЙ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ

А.Н. Мамедов

Кафедра западноевропейских языков и методики их преподавания  
Московский педагогический государственный университет  
*пр. Вернадского, 88, Москва, Россия, 119991*

В статье рассматриваются основные лексико-грамматические трансформации, которые способствуют сохранению семантико-синтаксической структуры немецкоязычного рекламного текста, воссозданию образа рекламируемого продукта, а значит и достижению транслятом того же коммуникативного эффекта, который достигается оригиналом.

**Ключевые слова:** переводческие трансформации, перестановки, грамматические замены, лексические замены, добавления, опущения.

Переводческие приемы или трансформации, выполняемые в процессе перевода, направлены на достижение наиболее полного соответствия создаваемого текста норме и узусу ПЯ. В российском переводоведении само понятие переводческой трансформации предполагает «намеренное отступление от структурного и семантического параллелизма между текстом на ИЯ и текстом на ПЯ» [6. С. 53].

Благодаря заменам переводчик фактически может передать все элементы оригинала. В умелом использовании замен и заключается искусство переводчика. Иногда ему приходится чем-то жертвовать, опускать какие-то детали, немного ослаблять или усиливать высказывание [7. С. 21].

В настоящей статье мы рассматриваем основные лексико-грамматические трансформации, которые способствуют сохранению семантико-синтаксической структуры немецкоязычного рекламного текста, воссозданию образа рекламируемого продукта, а значит и достижению транслятом того же коммуникативного эффекта, который достигается оригиналом. В качестве материала исследования берутся тексты печатной коммерческой рекламы на немецком языке из журналов «Der Spiegel» и «Stern».

В целях удобства описания все виды преобразований или трансформаций, осуществляемых в процессе перевода, можно свести к четырем элементарным типам, а именно:

- 1) перестановки;
- 2) замены;
- 3) добавления;
- 4) опущения.

Следует подчеркнуть, что данные типы элементарных переводческих трансформаций на практике «в чистом виде» встречаются редко — обычно они сочетаются друг с другом, принимая характер сложных, «комплексных» трансформаций [1. С. 189].

**Перестановка** как вид переводческой трансформации — это изменение расположения (порядка следования) языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом подлинника. Элементами, могущими подвергаться перестановке, являются обычно слова, словосочетания, части сложного предложения и самостоятельные предложения в строке текста.

Наиболее обыкновенный случай в процессе перевода текстов рекламы — это изменение **порядка слов и словосочетаний в структуре предложения**.

Известно, что словопорядок в немецком и русском языках неодинаков; это, естественно, не может не сказываться в ходе перевода. В русском языке с его свободным порядком слов при помощи местоположения может быть выражена коммуникативная нагрузка всех членов предложения. Сказуемое так же подвижно, как и другие члены предложения, оно может занимать любое место в зависимости от коммуникативного задания. Члены предложения располагаются, как правило, по принципу: данное — новое. Состав данного обычно целиком предшествует новому.

Таким образом, при переводе на русский язык необходимо в первую очередь акцентировать внимание на том, где находится смысловой центр предложения, т.е. какая информация является важной или новой, а какая второстепенной. Приведем пример уникального торгового предложения пакета технологий BMW EfficientDynamics, которые входят в базовую комплектацию каждого нового автомобиля BMW любого модельного ряда:

Die Schaltpunktanzeige ermittelt, wann der beste Zeitpunkt zum Schalten gekommen ist, und zeigt den optimalen Gang im unmittelbaren Blickfeld des Fahrers an (Stern № 21 20.5.2010: 2).

Индикатор переключения передач, расположенный непосредственно в поле зрения водителя, определит наиболее подходящий момент для включения оптимальной передачи.

В немецком языке сочетаются элементы твердого и элементы свободного порядка слов. Подлежащее, дополнения, обстоятельства располагаются в предложении в основном в зависимости от их коммуникативной нагрузки. Сказуемое в немецком языке имеет структурные функции, занимает твердо фиксированное место в зависимости от типа предложения: второе место — в повествовательных и част-

но-вопросительных предложениях, первое место — в побудительных и в общепросительных предложениях, последнее место — в придаточных предложениях. С твердо фиксированным местом сказуемого связана особенность немецкого порядка слов — рамочная конструкция: при сложных формах сказуемого второй компонент занимает последнее место в предложении [5].

Остальные члены предложения располагаются в рамке, образуемой обоими компонентами сказуемого. Особенности местоположения сказуемого в немецком языке ограничивают возможности членения предложения на тему и рему при помощи порядка слов. В связи с этим сохранение порядка слов оригинала не всегда целесообразно, а иногда может противоречить норме русского языка. Например:

Die Royal Oak Offshore Diver wurde für den Einsatz in großen Tauchtiefen konzipiert und entwickelt (Der Spiegel №49/6.12.10: 67).

Часы Royal Oak Offshore Diver были спроектированы и разработаны для использования на больших глубинах.

В этом примере порядок следования компонентов предложения ПЯ в определенном смысле «прямо противоположен» порядку следования компонентов предложения ИЯ. В немецком рекламном предложении новой модели часов Royal Oak Offshore Diver от компании Audemars Piguet порядок слов определяется правилами синтаксиса — подлежащее предшествует рамочной конструкции, образуемой сложной формой сказуемого «wurde ... konzipiert und entwickelt», внутри которой располагаются обстоятельство и предложное дополнение.

**Подлежащее-данное** при нейтральном порядке слов стоит обычно в обоих языках на первом месте. Обстоятельства места, времени, причины, следствия часто образуют вместе с подлежащим состав данного, который в немецком языке разрывается сказуемым:

Der Lemberger der Württembergischen Weingärtner-Zentralgenossenschaft leitet mit seinem Aromenspiel von Waldbeeren und schwarzen Johannisbeeren schöne Stunden voller Entspannung ein (Der Spiegel № 49/6.12.10: 157).

Вино Lemberger, продукт центрального винодельческого товарищества в Вюртемберге, с ароматным букетом лесных ягод и черной смородины располагает к безмятежному времяпрепровождению.

Сравнение оригинала и перевода показывает, что новое в предложении ИЯ стоит не на самом последнем месте, как в предложении ПЯ, а на предпоследнем, поскольку последнее место занято вторым компонентом сказуемого — отделяемой приставкой.

Итак, в немецком предложении порядок следования его членов определяется правилами синтаксиса (в предложениях без инверсии) — подлежащее предшествует сказуемому, далее следует обстоятельство времени и косвенное дополнение (или наоборот). В конце предложения располагаются обстоятельство места и прямое дополнение. Отличие русского порядка слов от немецкого в том, что в русском языке основными функциями порядка слов являются как грамматическая, так и коммуникативная функция, которая иногда подавляет грамматическую. Коммуникативная функция порядка слов помогает выявлению его коммуникативного

состава: известное, данное, исходное для говорящего помещается в начале предложения, новое, то, что является основным в сообщении, отодвигается к концу предложения [10].

Инверсия, в отличие от прямого порядка слов в немецком предложении, заключается в постановке глагола и других элементов предложения перед подлежащим, что не может не привлекать особого внимания читателя к этим элементам. При инверсии на первом месте стоит второстепенный член предложения, затем сказуемое (спрягаемая часть), подлежащее и потом остальные члены предложения в таком же порядке, как и при прямом порядке слов предложения. Смысл предложения при инверсии практически не меняется, но при этом член предложения, стоящий на первом месте, связывает предложение по смыслу с предыдущим высказыванием (1).

Sérum Capital Lumière kombiniert die revitalisierende Kraft der Pionierpflanzen mit Hexylresorcinol, dem nachweislich pigmentregulierenden Molekül. In nur zwei Wochen werden die Schatten der Zeit ausgeblendet: Pigmentflecken sind gemildert, Falten geglättet, die Haut erneuert ihre innere Leuchtkraft [www.clarins.com](http://www.clarins.com) (Stern № 52 22.12.2011:10).

Сыворотка Sérum Capital Lumière сочетает живительную силу растений-«первопроходцев» с гексилрезорцинолом, молекулы которого, бесспорно, регулируют процесс пигментации кожи. Всего через две недели исчезают признаки старения: яркость пигментных пятен смягчается, складки разглаживаются, кожа вновь обретает естественное сияние.

Во втором предложении рекламного текста ИЯ порядок слов изменен на обратный. обстоятельство времени „In nur zwei Wochen“ стоит на первом месте, связывая это предложение с предыдущим. Если и во втором предложении будет прямой порядок слов, то связь этих двух предложений не будет столь явной. В предложении ПЯ сохранена логическая последовательность развития мысли.

Препозиция **обстоятельства времени, места или косвенных дополнений** при переводе не влечет за собой изменения порядка слов.

При переводе текстов немецкоязычной рекламы нередко имеет место также **явление изменения порядка следования частей сложного предложения** — главного и придаточного предложения. Например:

Damit Sie später alle Freiheiten besitzen, optimieren wir täglich Ihre Rendite (Der Spiegel № 30/26.7.10:13).

Мы ежедневно оптимизируем Ваши доходы, чтобы в будущем Вы обрели финансовую свободу.

**Грамматические замены.** ИЯ и ПЯ располагают многими формально близкими грамматическими средствами, но при этом их смысловые и стилистические функции могут быть различны. В этом случае применяется другое, формально отличное, специфичное в данной функции грамматическое средство именно для того языка, на который делается перевод.

Существует немало случаев, когда форме единственного числа в русском соответствует форма множественного числа в немецком и наоборот, русской форме

множественного числа нередко соответствует немецкая форма единственного числа: информация — die Informationen, деньги — das Geld, волосы — das Haar.

Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrem Skoda-Partner (Der Spiegel № 50/13.12.10:97).

Дальнейшую информацию Вы можете получить у официального дилера Шкода.

Wir schaffen beste Arbeitsbedingungen für Ihr Geld (Stern №48 25.11.2010:59).

Мы создаем лучшие условия для работы Ваших денег.

При переводе текстов печатной немецкоязычной рекламы весьма распространенными являются замены **частей речи**. Одни грамматико-лексические формы часто заменяются другими с целью адаптации структуры предложения к нормам языка, на который делается перевод.

К замене частей речи относится следующее.

Замена прилагательного (чаще всего образованного от географического названия) на существительное:

Inkl. Starterset mit je zehn Kapseln der Sorten Caffè mild aus 100% naturmilden Tchibo-Arabica-Bohnen, Caffè Crema mit samtig-feiner Crema und Espresso Sizilianer kräftig nach süditalienischem Vorbild (Der Spiegel № 47/22.11.10: 127).

В набор включены 10 капсул различных сортов кофе с мягким вкусом, приготовленных из 100% натуральных зерен Tchibo-Arabica: Caffè Crema с изысканной бархатной крем-пенкой и Espresso Sizilianer — образец крепкого кофе из южной Италии.

Замена инфинитива глагола существительным.

В немецком языке, как правило, преобладает глагольный способ выражения многих предикативных отношений, тогда как русский язык тяготеет к именному способу:

Menschen bei der Gestaltung ihrer Lebensräume zu unterstützen, ist seit jeher unsere wichtigste Aufgabe (Stern №52 22.12.2011: 14).

Помощь людям при оформлении их жизненного пространства уже давно стала нашей задачей.

Dank des neuen, revolutionären CURV-Materials schaffen es unsere Serien Cosmolite (ab 2,2 kg) und Cubelite (ab 2,1 kg), extreme Leichtigkeit mit herausragender Schlagfestigkeit zu vereinen (Der Spiegel №47/22.11.10:59).

Благодаря инновационному материалу CURV, из которого выполнены наши чемоданы серии Cosmolite (вес от 2,2 кг) и Cubelite (вес от 2,1 кг), удалось добиться сочетания (комбинации) экстралегкости и высочайшей ударопрочности.

Замена существительного с прилагательным или сложного существительного на описательную структуру в виде группы слов:

serienmäßiges Doppelkupplungsgetriebe S tronic — коробка передач S tronic с двойным сцеплением на серийных автомобилях, Vorsorgeinvest Premium — инвестиционно-накопительная программа «Премиум», Vorsorgelösungen — решения по накопительному страхованию, die Pflegeversicherung — страхование на случай потребности в постороннем уходе.

Замена аппозитивного словосочетания атрибутивным словосочетанием:

Design-Uhrenradio — дизайнерские радиочасы, Stand-Lautsprecher — напольный громкоговоритель, Hybrid-Antrieb — гибридный привод, Reha-Management — комплексная программа реабилитационного лечения, die Sparkassen-Altersvorsorge — пенсионная накопительная программа от сберегательных касс.

**Перестройка синтаксической структуры предложения.** Синтаксическая перестройка — довольно частое явление при переводе текстов немецкоязычной рекламы, которое обусловлено несовпадением синтаксического строя двух языковых систем.

Примером синтаксической перестройки может служить замена немецкой пассивной конструкции на русскую активную.

В немецком языке **пассив** (страдательный залог) более продуктивен и употребителен, чем в русском, поэтому использование страдательного залога при переводе вызывает не вполне нормативное построение. Выбор действительной или страдательной конструкции определяется контекстом, зависит от лексического наполнения глагола, от сочетания слов, от языковой традиции, то есть учитывается естественность звучания формы страдательного залога в русском языке:

Die Ingenieure von PEUGEOT wurden von ihren Designern herausgefordert, einem automobilen Traum Leben einzuhauchen (Der Spiegel № 48/29.11.10:107).

Дизайнеры PEUGEOT призвали инженеров компании воплотить в жизнь мечту о концептуальном автомобиле.

Ihre Geldanlage wird professionell gemanagt (Stern № 14 27.3.2013:125).

Обеспечим профессиональное управление Вашими денежными средствами.

**Распространенные определения** довольно часто встречаются в текстах рекламы. Однако подобные громоздкие синтаксические структуры не отвечают норме русского языка и могут затруднить понимание рекламного объявления. Вследствие этого при передаче распространенных определений немецкого языка используются определительные придаточные предложения или обособленные причастные обороты, помещаемые после определительного слова:

Preisvorteil Lexus CT 200h Limited Edition 4.515 Euro gegenüber einem vergleichbar ausgestatteten Fahrzeug, auf Basis der unverbindlichen Preisempfehlung der Toyota Deutschland GmbH... (Stern № 7/7.2.2013:135).

Выгода при покупке Lexus CT 200h лимитированной серии составит до 4.515 евро, по сравнению с рекомендованной официальным дилером Toyota в Германии базовой ценой на автомобиль, который оснащен похожей комплектацией...

Als einziger Hersteller und Importeur in Deutschland finanziert Mazda für jeden über die Mazda VarioFlat finanzierten Neuwagen die Anpflanzung neuer Bäume und erwirbt zudem CO2-Waldzertifikate (Der Spiegel № 20/17.5.10:125).

Компания Mazda является единственным поставщиком своих автомобилей в Германию. За каждый новый автомобиль, проданный в кредит по программе Mazda VarioFlat, компания финансирует посадку молодых деревьев и приобретает к тому же лесные углеродные сертификаты.

**Синтаксические замены в сложном предложении.** Особым видом данной трансформации является так называемое **членение предложения** — разделение одного сложного (реже — простого) предложения на два или более простых. К такой трансформации часто приходится прибегать при переводе немецкоязычных текстов банковских услуг, для которых характерно употребление длинных предложений с многочисленными придаточными и/или причастными оборотами. Банковская реклама представляет собой особый тип экономической рекламы. Она существенно отличается от рекламы другого товара прежде всего объектом, информация о котором должна быть доведена до потребителя [2]:

Mit einer Sparkassen-Altersvorsorge entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen ein auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenes Vorsorgekonzept und zeigen Ihnen, wie Sie alle privaten und staatlichen Fördermöglichkeiten optimal für sich nutzen (Stern № 38 13.09.2012:107).

С помощью пенсионной накопительной программы от сберегательных касс мы вместе с Вами разработаем индивидуальный пенсионный план с учетом Ваших потребностей. Мы продемонстрируем Вам, как оптимально для себя использовать все возможности получения субсидий от коммерческих банков и государства.

Членение предложений нередко приходится использовать и при переводе рекламных текстов автомобильной тематики. Например:

Mazda VarioFlat Finanzierung, ein Finanzierungsbeispiel der Mazda Finance, einem Service-Center der Santander Consumer Bank AG, für den Mazda6 Prime-Line 1,8 I MZR, 88kW (120PS) bei 6,807 Anzahlung (um Mazda Bonus reduzierte Anzahlung), 1,99% effektivem Jahreszins, 154 Euro monatlicher Rate (erste Rate 147,06 Euro), 7,715 Euro kalkulierter Schlussrate, 48 Monaten Laufzeit (Kaufpreis 22.690 Euro UPE der Mazda Motors (Deutschland) GmbH, zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten).

Mazda VarioFlat, специальная программа кредитования от «Mazda Финанс» в партнерстве с «Сантандер Консьмер Банком» (ЗАО) при покупке в кредит нового автомобиля Mazda6 Prime-Line (базовая комплектация) 1,8 MZR, кВт (120 л.с.) у официального дилера Mazda. Первоначальный взнос составляет 6,807 евро (размер первоначального взноса снижен), процентная ставка 1,99% годовых, ежемесячный платеж 154 евро (размер первого ежемесячного платежа 147,06 евро), последний взнос составляет 7,715 евро. Срок кредита — 48 месяцев (цена товара в ООО «Мазда Моторс» (Германия) составляет 22 690 евро; в цену товара включены: стоимость доставки и расходы по проведению предпродажной подготовки).

Иногда при переводе приходится прибегать к **объединению предложений**:

Der neue Audi A1 ist klein. Beim Fahren fühlt er sich jedoch an wie eine vollwertige Limousine (Stern № 25, 16.6.2011:7).

Новый Audi A1 — маленький автомобиль, однако на дороге он ведет себя как полноценный седан.

**Лексические замены.** Как известно, при лексических заменах происходит замена отдельных лексических единиц (слов и устойчивых словосочетаний) ИЯ лексическими единицами ПЯ, которые не являются их словарными эквивалентами, имеют иное референциальное значение, нежели передаваемые ими в переводе еди-

ницы ИЯ. Чаще всего здесь встречаются три случая — конкретизация, генерализация и замена, основанная на причинно-следственных отношениях (замена следствия причиной и причины следствием).

**Конкретизация** — замена слева или словосочетания ИЯ с более широким референциальным значением, словом или словосочетанием ПЯ с более узким значением:

Kommen Sie zur Versicherung, die neue Maßstäbe setzt (Der Spiegel №24/11.6.11:45).

Выберите для себя страховую программу, которая включает широкий диапазон новых возможностей.

В данном предложении конкретизации подверглось словосочетание «*neue Maßstäbe*». Существительное *der Maßstab* в немецком языке обладает широким спектром значений, вследствие чего при переводе выбирается наиболее близкий лексический аналог в ПЯ «широкий диапазон». В процессе перевода происходит конкретизация понятия, которая всегда влечет за собой включение дополнительных семантических компонентов.

Наиболее часто конкретизация недифференцированных или абстрактных понятий на основе общего смысла всего контекста наблюдается для ряда глаголов весьма общего содержания, таких как *haben, sein, werden, gehen, kommen, machen, tun*, а также устойчивый безличный оборот „*es gibt*“. Лишь контекст может подсказать, какой их вариантов перевода наиболее приемлем. Приведем примеры:

Wollen Sie nicht auch wissen, woher Ihre Nachrichten kommen? (Stern № 38 13.09.2012:95).

Хотите ли Вы также знать, откуда к Вам поступают новости?

Mit seinem außergewöhnlichen Design ... macht er jede noch so kleine Fahrt zum reinen Vergnügen [www.MINI.de/notnormal](http://www.MINI.de/notnormal) (Der Spiegel № 45/5.11.12:142).

Автомобиль с необычным дизайном... превратит любую поездку в истинное удовольствие.

Täglich gibt es unzählige Situationen, die für Sie plötzlich und unerwartet vor Gericht enden können (Stern № 21/20.5.2010:73).

Каждый день случается бесчисленное количество ситуаций, которые неожиданно для Вас могут закончиться судебным разбирательством.

Устойчивый безличный оборот ИЯ „*es gibt*“ конкретизируется путем обращения к общему смыслу предложения и к ситуации действительности, выражаемой этим предложением с помощью лексической трансформации «случается» и «разработана».

Прием **генерализации** является противоположным конкретизации и представляет собой замену единицы исходного языка с более конкретным значением единицей переводного языка с более общим значением. Прием генерализации используется при переводе немецкоязычной рекламы значительно реже, чем конкретизации. Это связано с тем, что в немецком языке словесные элементы имеют более широкие и более абстрактные значения, чем в языке русском.



Рассмотрим рекламное предложение швейцарской часовой компании Chronoswiss:

Für Menschen, die genau wissen, was sie wollen: Chronoswiss Uhren. Gefertigt aus guten Ideen, edelsten Materialien und mit höchster Präzision (Der Spiegel № 51/17.12.12:19).

Идеальный выбор для людей, которые точно знают, чего хотят: часы Chronoswiss. Сделаны с умом. Изготовлены из благородных материалов и обладают высокой точностью хода.

При переводе текста следует обратить внимание на выражение «Gefertigt aus guten Ideen», дословный перевод которого ведет к буквализму. Применение приема генерализации позволяет избежать данной переводческой ошибки, не искажая при этом первоначального смысла «Сделаны с умом».

Der adaptive Fernlicht-Assistent erfasst auch Wildschweine. Damit Sie es nicht tun. Mercedes-Benz (Der Spiegel № 22/31.5.10:2).

Адаптивный ассистент дальнего света поможет также предотвратить наезд Вашего автомобиля на диких животных. Mercedes-Benz.

В данном случае вместо дословного перевода существительного ИЯ «Wildschweine» мы, не снижая степени эквивалентности транслята, употребляем более общее словосочетание «дикие животные». В результате применения этой трансформации создаваемое соответствие и исходная лексическая единица оказываются в логических отношениях включения: единица ПЯ выражает родовое понятие, а единица ИЯ — входящее в нее видовое понятие.

**Антонимический перевод.** Сущность антонимического перевода состоит в замене того или иного понятия противоположным ему понятием. Самый простой случай — замена слова его антонимом с одновременным введением отрицания (негативация):

Anleger flüchten nach wie vor in traditionell sichere Anlageformen, um Risiken zu vermeiden. Doch diese Sicherheit ist teuer erkauft (Der Spiegel № 19/6.5.13:47).

Вкладчики по-прежнему прибегают к традиционно надежным формам вложения денежных средств, чтобы избежать рисков. Однако эта надежность стоит недешево.

Часто используется и обратный прием — слово, отрицаемое в оригинале, при переводе при переводе заменяется антонимом. Отрицание при этом опускается (позитивация):

Der silberblaue Tintenroller der Havanna Collection erinnert in seiner Linienführung an eine Zigarre. Er liegt angenehm in der Hand, ohne schwer zu sein (Der Spiegel № 51/20.12.10:105).

Чернильная ручка-роллер из коллекции Havanna серебристо-голубого цвета по своим контурам напоминает сигару. Она легкая и приятно лежит в руке.

**Добавления.** Необходимость добавления слов в текст перевода может диктоваться требованием соблюдения грамматических и стилистических норм языка, поскольку средства выражения грамматического значения и возможности сочетания слов в разных языках не совпадают.

Наиболее обычной причиной, вызывающей необходимость лексических добавлений в тексте перевода, является «формальная невыраженность» семантиче-

ских компонентов словосочетания в ИЯ. Такое явление трактуется как эллипс. Эллипсисом называется способ языковой экономии на синтаксическом уровне, заключающийся в отсутствии отдельных (лишних) членов предложения, выводимых из ситуации. Эта экономия проявляется и на уровне словосочетания, и на уровне предложения [11. S. 117, 118].

Примерами эллиптических предложений могут стать заголовки. Попадая в заголовки, эллиптические конструкции приобретают большую самостоятельность, их неполнота ощущается слабее, в этом случае заголовок структурно выступает как полное предложение, несмотря на формальное сходство с неполным [9. С. 209]. Эллиптические заголовки интригуют читателя, заставляя его продолжить чтение, а также придают выразительность всей публикации. Лаконичность заголовка действительно является важной его характеристикой. Современные заголовки рекламных текстов стремятся к компрессии. Основной функцией подобных заглавий является не информативная функция, а функция привлечения читательского внимания. Во время прочтения заголовка рекламного текста потенциальный потребитель выстраивает гипотезу относительно содержания всего текста и стремится максимально восстановить эллиптическую конструкцию [3. С. 100, 101]. Например.

Freude schaltet schneller (Stern № 21 20.5.2010:2).

Восторг повышает динамику.

X-FACH MEHR BODENHAFTUNG: BMW xDRIVE (Stern № 52 22.12.2011:4).

Система полного привода BMW xDRIVE обеспечивает максимальное сцепление с дорогой.

Эллиптическое предложение — одна из форм структурного изменения предложения — представляет известную трудность при переводе текстов немецкоязычной рекламы:

Der erste Hybrid für Wasserstraßen (Stern № 21 20.5.2010:17).

Первый гибрид, способный преодолевать водные преграды.

Grillmeister: Mini-Kugelgrill

...Aus lackiertem Stahl. Verchromter Grillrost (Stern № 12 15.3.2012:121).

Гриль мастер: Мини-гриль круглой формы.

...Гриль изготовлен из стали, покрытой лаком. В комплект входит хромированная решетка-гриль.

Как видно из приведенных примеров, в эллиптических предложениях ИЯ намеренно отсутствует глагол-сказуемое, значение которого подразумевается в контексте. Именно в безглагольных эллиптических предложениях наиболее полно отражается структурная неполнота и семантическая полнота высказывания [4].

Далее, в эллиптических предложениях часто опускается вспомогательный глагол. В таких случаях следует восстановить полную конструкцию предложения, и лишь затем делать перевод. Например:

Vielseitige Mini-Cocottes aus ofenfestem Steinzeug. Für Ofen, Gril und Mikrowelle geeignet (Stern № 38 13.09.2012:85).

Универсальные миникокотницы из жаропрочной керамики. Подходят для использования в духовке, микроволновой печи и на гриле.

Добавление слов, отсутствующих в оригинале, производится также в целях раскрытия и четкой передачи смысла:

Mehr bei Ihrem BMW Partner oder unter [www.bmw.de/xDrive](http://www.bmw.de/xDrive) (Stern № 52 22.12.2011:4).

Более подробную информацию вы можете получить у официального дилера BMW или на сайте [www.bmw.de/xDrive](http://www.bmw.de/xDrive).

Для более ясной передачи смысла следует добавить слова «...подробную информацию вы можете получить...».

Итак, добавления позволяют преодолеть трудности, связанные с отображением глубинных, синтаксических отношений, существующих между составляющими структуру лексическими элементами, и в конечном итоге правильно учитывать языковую интуицию носителей ИЯ и ПЯ.

**Опущения.** В фокусе нашего дальнейшего изложения находится прием лексического опущения. Как система любого языка в целом, так и конкретные речевые произведения обладают, как известно, весьма большой степенью избыточности, что дает возможность производить те или иные опущения в процессе перевода.

Опускание слов в переводе вызвано расхождением между фразеологией немецкого и русского языков:

...und dank adaptiven Kurvenlicht wissen Sie auch in unübersichtlichen Situationen immer, wo es langgeht (Der Spiegel № 22/31.5.10:57).

...а благодаря адаптивной системе управления светом фар Вы сможете лучше ориентироваться при движении в условиях недостаточной видимости.

Другим соображением в пользу лексического приема опущения является необходимость осуществить, по возможности, компрессию рекламного текста при переводе. В ходе процесса перевода добавления и объяснительные фразы, вводимые для большей ясности (часто по прагматическим соображениям) грозят тексту перевода чрезмерным «разбуханием». Для того, чтобы уравновесить эту тенденцию, следует там, где это возможно в пределах языковых и стилистических норм ПЯ, производить опущение семантически избыточных элементов ИТ [8. С. 28]. Рассмотрим пример:

Dadurch kann Freude unbeschwert aufdrehen, ohne die Drehzahl und den Verbrauch unnötig in die Höhe zu treiben [www.bmw.de/EfficientDynamics](http://www.bmw.de/EfficientDynamics) (2) (Stern № 21 20.5.2010:2).

Благодаря этому восторг стремительно набирает обороты без излишнего расхода топлива.

Опуская существительное «die Drehzahl» и словосочетание «in die Höhe treiben», мы стараемся устранить избыточные, нерелевантные элементы оригинала и осуществить, по мере возможности, компрессию рекламного предложения компании БМВ при переводе.

Иногда к опущениям приходится прибегать для устранения максимальной конкретности, характерной для немецкого языка:

Wir organisieren für Sie innerhalb von 24 Stunden einen Pflegedienst. [www.AXA.de](http://www.AXA.de) (Der Spiegel № 30/26.7.10:45).

Мы организуем для Вас круглосуточный патронажный уход.

Таким образом, рассматриваемые нами основные лексико-грамматические трансформации обеспечивают построение высказываний при переводе текстов немецкоязычной рекламы с целью создания целостных понятий-представлений о рекламируемом товаре/услуге.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) URL: <http://www.studygerman.ru/online/manual/satz5.html>
- (2) Технологии BMW EfficientDynamics входят в базовую комплектацию каждого нового BMW и внедряются на автомобили всех сегментов и модельных рядов, обеспечивая моделям BMW выгодное сочетание динамики и расхода топлива <http://www.drive.ru/bmw/comnews/2008/09/25/1699849.html>

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бархударов Л.С.* Язык и перевод: Вопросы общей теории перевода. — М.: Международные отношения, 1975.
- [2] *Золотарёва Е.Н.* Языковые принципы организации банковской рекламы: Дисс. ... канд. филол. наук. — Ставрополь, 2008.
- [3] *Калиновская А.Ю., Пешкова Ю.В.* Структурные особенности эллиптических заголовков (на материале немецкой качественной прессы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2009. — № 1 (3).
- [4] *Кириллова А.Н.* Особенности перевода эллиптических предложений на материале переводов драматургии А.Н. Островского: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2009.
- [5] *Крушельницкая К.Г., Попов М.Н.* Советы переводчику. — М.: Астрель, 2006.
- [6] *Латышев Л.К.* Технология перевода. Учеб. пособие по подготовке переводчиков (с нем. яз). — М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000.
- [7] *Левицкая Т.Р., Фитерман А.М.* Теория и практика перевода с английского языка на русский. — М.: Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1963.
- [8] *Левицкая Т.Р., Фитерман А.М.* Пособие по переводу с английского языка на русский. — М.: Высшая школа, 1973.
- [9] *Розенталь Д.Э.* Стилистика газетных жанров. — М., 1981.
- [10] *Сиротинина О.Б.* Порядок слов в русском языке. — 2003.
- [11] *Jung W.* Grammatik der deutschen Sprache. — Leipzig, 1973.

## BASIC LEXICAL AND GRAMMATICAL TRANSFORMATIONS IN TRANSLATION OF GERMAN PRINT ADVERTISING

A.N. Mamedov

West European Languages Chair and a technique of their teaching  
Moscow State Pedagogical University  
Vernadskogo ave., 88, Moscow, Russia, 119991

The article presents basic lexical and grammatical transformations, which contribute to preserving the semantic and syntactic structure of a German advertising text and reproducing the image of the advertised product. This shows that the translation has the same communicative effect as that achieved by the source text.

**Key words:** transformations, transposition, grammatical replacements, lexical replacements, addition, omission.

## BIBLIOGRAPHY

- [1] *Barhudarov L.S.* Jazik i perevod: Voprosi obshej teorii perevoda. — M.: Mezhdunarodnii otnoshenija, 1975.
- [2] *Zolotareva E.N.* Jazikovie prinzipi organizatsii bankovskoi reklami: Diss. ... kand. filol. nauk. — Stavropol, 2008.
- [3] *Kalinovskaja A.J., Peshkova J.V.* Strukturnii osobennosti elliptitcheskih zagolovkov (na material nemetskoj katchestvennoi pressi) // Filologiticheskie nauki. Voprosi teorii I praktiki. — 2009. — № 1 (3).
- [4] *Kirilova A.N.* Osobennosti perevoda elliptitcheskih predlozhenij na material perevodov dramaturgii A.N. Ostrowskogo: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. — M., 2009.
- [5] *Krushelnizkaja K.G., Popov M.N.* Soveti perewodtchiku. — M.: Astrel, 2006.
- [6] *Latishev L.K.* Tehnologija perevoda. Utcheb. posobie po podgotovke perevodtchikov (s nem. jaz.). — M.: NBI-Tezurus, 2000.
- [7] *Levizkaja T.R., Fiterman A.M.* Teorija I praktika perevoda s anglijskogo jazika na russkij. — M.: Izd-vo lit-ri na inostr. jazikah, 1963.
- [8] *Levizkaja T.R., Fiterman A.M.* Posobie po perevodu s anglijskogo jazika na russkij. — M.: Visshaja shkola, 1973.
- [9] *Rozenal D.E.* Stilistika gazetnih zhanrov. — M., 1981.
- [10] *Sirotnina O.B.* Porjadok slov v russkom jazike. — 2003.
- [11] *Jung W.* Grammatik der deutschen Sprache. — Leipzig, 1973.