

Высокий стиль и торжественность высказывания сохраняется за счет использования приема стилистической компенсации. Например, вышедшее из употребления старославянское слово *житница* переводится стилистически нейтральным и употребительным в современной речи *der Speicher* – хранилище, зернохранилище. Но в этом же предложении мы видим поэтическое „zugrundegehen“, что означает погибнуть, умереть.

Для перевода слова гусли в контексте „Литва ли, Русь ли, что гудок, что гусли“ переводчик находит интересное решение для достижения адекватности и выбирает свободный перевод, сохраняя при этом смысл высказывания: „dem einen seinen Uhl, dem anderen seinen Nachtigall“. Такое переводческое решение на наш взгляд очень уместно, ведь и в оригинале и в переводе мы получаем звуковое сравнение. Гудок сравнивается с неприятным звуком, который может издавать сова, а гусли – с органичной песней соловья.

Как показал анализ, самыми эффективными и успешными приемами, которые используются при переводе данного исторического текста, являются лексические трансформации, а именно прием адекватной замены, логически раскрывающей понятие, прием компенсации и транскрипция.

ВОССОЗДАНИЕ ВРЕМЕННОЙ ДИСТАНЦИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПЕРЕВОДЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА ПОЭМЫ А.С. ПУШКИНА «БОРИС ГОДУНОВ» НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)

А. Сомова

3 курс, филологический факультет

Научный руководитель – доц. **Е.В. Беспалова**

Под временной дистанцией понимается отдаленность оригинала от перевода во времени. В художественном переводе воссоздание временной дистанции называют исторической стилизацией.

Переводчик может придерживаться одной из следующих стратегий:

А. Сокращение временной дистанции – модернизация. Передается коммуникативное намерение автора.

В. Сохранение временной дистанции, то есть историзация. Передается также стилистическая составляющая.

Средства историзации должны применяться последовательно, на всех уровнях текста.

В ходе исследования мы выявили, что в переводе поэмы «Борис Годунов» А.С. Пушкина, выполненным Андреасом Эббингхаусом, преобладают лексические архаизмы (собственно лексические и лексико-семантические). Как в толковом словаре русского языка Ожегова данные слова имеют пометку «устар.», так и в немецком словаре братьев Гримм

«veraltet»). Выявленные нами архаизмы можно разделить на несколько лексико-семантических групп:

1. архаизмы, относящиеся к сфере религии и церковного быта.

Например, в оригинале архаизм «постник» переводится Эббингхаусом устаревшим «Fastenbruder» или «отшельник» звучит в переводе как «Eremit».

2. лексика, связанная с властью и иерархией в обществе.

Например, устаревшее слово «холоп» переведено архаизмом «Gesinde» или обращение «Государь наш!» («Отец наш!») немецким «Väterchen».

3. архаизмы, использованные в описании быта.

Например, русская «тафья» в переводе звучит как «Kalotte» или архаизм «опочивальня» переведен как «Gemach»

При переводе Андреас Эббингхаус либо использует прием компенсации, когда архаизм в ИТ заменяется архаизмом в ПТ, либо при отсутствии в ПЯ эквивалента устаревшему слову в ИЯ он оставляет современный вариант. Например, архаизм «чернец» переведен на немецкий разговорным «Mönch». Несмотря на то, что в оригинале множество архаизмов, переводчик не перегружает ими текст перевода. Кроме того, А. Эббингхаус переводит некоторые слова посредством транскрипции, как например «царь» – «Zar» или «копейка» – «Кореке», тем самым погружая читателя в атмосферу России времен Бориса Годунова и знакомя немецких читателей с русскими традициями.

Таким образом, историческая стилизация, а в частности воссоздание временной дистанции служит значимой для переводчика стратегией, с помощью которой передается не только первичное значение оригинала, но и его стилистическая составляющая.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

И. Голубкова

5 курс, филологический факультет

Научный руководитель – доц. Е.В. Беспалова

Сегодня деловая коммуникация достойна пристального внимания лингвистов, будучи одной из самых динамичных дискурсивных сфер. Любой современный человек, шагая по ступеням своего личностного развития, оказывается в своеобразных *ситуациях-экзаменах*, где ему нужно представить себя и в определенном ключе, осветить свои знания, навыки и опыт. Рассматривая такую ситуацию при подаче заявления, **Bewerbung**, мы выявляем речевые тактики коммуникативной стратегии *самопрезентации*, то есть самовыражения, направленного на создание определенного впечатления у аудитории: абстрактного лица – фирмы, учреждения или конкретного лица: ответственного по персоналу, директора, члена жюри.