

13. Халлер. М. Інтерв'ю : [навч. посібн.] / М. Халлер ; [пер. К. Маккеев, П. Демешко ; заг. ред. В. Ф. Іванов]. – К. : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.

Анотація

Стаття присвячена проблемі перекладу як міжкультурній комунікації. Вона розглядає стиль і жанр як головні риси для адекватного перекладу. Як жанроутворююча складова текстів інтерв'ю у науково-публіцистичному стилі розглядаються оціночні судження. Автори розглядають ядерні та периферійні характеристики жанру в аспекті перекладознавства. Оціночні судження аналізуються з точки зору їх функцій, класифікації, видів. Особлива увага приділяється способам передачі вищезазначених суджень у цільовій мові.

Ключові слова: дискурс, жанр, оціночні судження, жанрово-стильова домінанта.

Аннотация

Статья посвящена проблеме перевода как межкультурной коммуникации. Она рассматривает стиль и жанр как основные характеристики для адекватного перевода. Как жанрообразующая составляющая текстов интервью в научно-публицистическом стиле анализируются оценочные суждения. Авторы рассматривают ядерные и периферийные характеристики жанра в аспекте переводоведения. Оценочные суждения рассматриваются с точки зрения их функций, классификаций, видов. Особое внимание уделяется способам передачи вышеупомянутых суждений в целевом языке.

Ключевые слова: дискурс, жанр, оценочные суждения, жанрово-стильовая доминанта.

Summary

The article is dedicated to the problem of translation as intercultural communication. It considers style and genre as dominant features for a relevant translation. As the genre forming constituent of the specialism related interview texts in the Publicistic style the evaluating statements are highlighted. The authors examine nuclear and peripheral characteristics of the genre in the aspect of translation studies. The evaluating statements are examined in terms of their functions, classifications, types. Special attention is given to the ways of rendering the above-mentioned statements into the target language.

Keywords: discourse, genre, genre and style dominant, evaluating statements.

УДК 81'373.7:[811.112.2:070]

Марковська А. В.,
кандидат філологічних наук,
Миколаївський національний
аграрний університет

МІЖКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ПРЕСИ)

Мова й культура не можуть розглядатися сьогодні окремо одна від одної, оскільки обидві є когнітивними інструментами пізнання дійсності. Мова є відображенням свідомості та життєвого досвіду народу. Різні народи по-різному інтерпретують дійсність, одні й ті самі явища і характеристики, виділяють суттєві саме для цього народу елементи. Коли людина опиняється в іншому культурно-мовному середовищі, вона відчуває так званий "культурний шок" через недостатнє знання національних цінностей і законів спілкування носіїв інших культур і мов. Щоб уникнути всіх непорозумінь потрібно мати вагомі знання тої чи

іншої культури, потрібно щоб відбувалася взаємодія між культурами. Взаємодія культур – це особливий вид безпосередніх відносин і зв'язків, що встановлюються між двома або декількома культурами, а також тих впливів, взаємних змін, які проявляються в ході цих відносин.

Ще одним важливим питанням для сучасного людства є проблема полівимірності національних культур у їхніх різноманітних проявах. Більшість країн світу сьогодні є полікультурними, й ступінь їхньої полікультурності в умовах глобалізації постійно підвищується. Це спонукає до наукового осмислення цього явища в межах естетики, культурології, етнології, а також дослідження його лінгвокультурних наслідків. Останнім часом значно збільшилась увага дослідників до проблем лінгвоестетики, міжкультурної комунікації, національного менталітету та інших аспектів. Міжкультурна комунікація – це соціальний феномен, сутність якого полягає у конструктивній чи деструктивній взаємодії між представниками різних культур (національних та етнічних), субкультурами в межах чітко визначеного просторово-часового континууму [15, 223].

У кожній мові є певний набір маркованих фразеологічних одиниць (далі – ФО) і символів, які викликають у свідомості продуцента й реципієнта мовлення стійкі асоціації, пов'язані з тими чи іншими подіями та фактами в житті конкретного народу. Мовні одиниці такого типу належать до національно-культурних реалій, які також включають назви предметів та явищ традиційного побуту, імена національних і фольклорних героїв, топоніми тощо. **Мета** даної статті встановлення факторів, що зумовили національну своєрідність фразеологізмів та врахування міжкультурного аспекту при перекладі німецьких фразеологізмів у сучасній німецькомовній пресі.

Національна самобутність мови найяскравіше проявляється у фразеології, тому що фразеологізми прямо співвіднесені з позамовною діяльністю, відбивають образну інтерпретацію реалій навколишньої дійсності, в них закарбовані уявлення народу про навколишній світ. Із цього приводу О. С. Кубрякова пише: *“самі фразеологізми, що усвідомлюються як культурно значні топічні зразки властивостей, подій, фактів, не є знаками культури як такими, не утворюють її власних таксонів, але спроможні, якщо вони втілюють у своєму образному змісті культурно значні риси світобачення, виконувати роль культурних знаків за умови їх інтерпретації в тому чи іншому коді культури”* [11, 247]. Отже, дослідниця на передній план у мовній комунікації взагалі та інтерпретації фразеологізмів зокрема висуває спосіб мислення, який залежить не лише від індивідуумів, а, передусім, від того, в яких умовах останні формувались як особистості. Так, Є. М. Верещагін та В. Г. Костомаров зазначають, що національно-культурна семантика мови – продукт історії: чим багатша історія народу, тим яскравіші та змістовніші одиниці мови [7, 89].

Фразеологічні звороти у сучасній пресі віддзеркалюють культурний досвід народу, виконуючи роль культурних стереотипів, тобто їм властива когнітивна функція. В. М. Телія [18] висуває положення згідно з яким фразеологізми є мікротекстами, в номінативній основі яких концентруються різні типи інформації – денотативної, емотивної, граматичної, стилістично-маркованої, мотиваційної,

оцінної та когнітивної. Спираючись на це положення, можна вважати, що семантична структура фразеологізмів преси складається з таких інформаційних блоків (макрокомпонентів), як денотативний, емотивно-оцінний, граматичний, функціонально-стилістичний, мотиваційний та когнітивний. Названі блоки, як справедливо вважає Ю. А. Фірсова, є обов'язковими елементами семантичної структури німецьких фразеологізмів, у той час як інші мають факультативний характер [20, 5]. Культурно-значуща інформація про світ зберігається у фразеологізмах преси будь-якої мови у денотативному блоці або у когнітивному, тобто у культурних конотаціях, що відбивають зв'язок асоціативно-образної основи з еталонами, символами, стереотипами культури.

Отже, як стверджують у своїх дослідженнях М. Ф. Алефіренко [1], Н. Д. Арутюнова [3], Є. І. Діброва [8], О. А. Зубач [9], М. Л. Ковшова [10], О. Я. Остапович [14], Є. М. Солодухо [16], О. В. Степанова [17], Д. В. Ужченко [19], W. Eismann [23], J. Sternkopf [27] та інші, особливу роль у втіленні культурно-національної самосвідомості народу та його ідентифікації відіграють фразеологізми, бо вони виникають на основі образного представлення про дійсність і відображають побутово-емпіричний, історичний та духовний досвід мовного колективу. Фразеологізми, будучи яскравим фрагментом національної культури, є особливо цікавими в плані відтворення їх при перекладі. Ch. Schäffner наводить три типи ФО: універсальні, відомі багатьом культурам (*kulturübergreifend*) та "культурно специфічні" (*kulturspezifisch*). Вона вважає, що *"людський досвід в багатьох випадках є універсальним або відомим багатьом культурам, а отже культурно залежною часто є не сама концептуальна метафора, а її мовна реалізація"* [26, 284]. Але встановлення фразеологічних відповідників на рівні мовних систем не вирішує повністю проблему перекладу. З одного боку, не всі ФО мають фразеологічний відповідник у мові перекладу. З іншого боку, *"словниковий рівень не вичерпує інформаційний об'єм тексту як єдиного цілого"* [21, 72].

При перекладі слід зважати не лише на семантичну і стилістичну співвіднесеність мовної одиниці та її еквівалента, а й на те, які культурні ситуації лежать в основі цих одиниць і наскільки вони співвідносяться. У контексті фразеологізми вступають у різні системні зв'язки. Важливу роль відіграють не лише конотативне значення та стилістичне забарвлення ФО, а й стилістичне забарвлення та побудова всього тексту. Детальний аналіз фразеологічного значення, у першу чергу стилістичного аспекту, провела С. Б. Берлізон [5] на основі виділення фразеосем. Основну увагу у праці приділено аналізу стилістичного значення, де розрізняються: експресивні, емоційні, нормативні та функціонально-стилістичні фразеосеми, для яких притаманний високий ступінь узагальнення. Ця теорія має вагоме значення для дослідження фразеології преси. Наприклад, на два типи (нейтрально-номінативні та експресивно-емоційні) поділяють усі ФО Н. М. Амосова [2] та E. Riesel [25]. Значну увагу створенню стилістичних класифікацій фразеологізмів приділяли Я. А. Баран [4], Л. М. Болдирева [6], М. М. Шанський [22] та інші. Спираючись на результати їх

досліджень, можна визначити, що стилістична характеристика фразеологізмів преси базується на їх експресивному заряді та виражальних властивостях.

Експресивний фактор є інгредієнтом значення фразеологізму та співвідноситься з предметно-логічним. На цьому співвідношенні ґрунтується стилістична класифікація фразеологізмів преси. Так, М. М. Шанський розрізняє міжстильові, розмовно-побутові та книжні фразеологізми [22, 34]. А. Г. Назарян [12] розширюючи пропоновану класифікацію М. М. Шанського, виділяє шість стилістичних категорій із урахуванням сфери вживання фразеологізмів: нейтральні (нейтрально-літературні), розмовно-фамільярні, побутові, жаргонні, книжні та поетичні. Взявши за основу їх наукові доробки, учені розрізняють наступні стилістичні типи ФО сучасної німецькомовної преси (книжні, нейтральні, розмовно-побутові та стилістично-знижені), за якими визначається шкала рівнів стилістичного забарвлення ФО сучасної преси. Таким чином, у різних соціолектах фразеологізми використовуються неоднаково: так, у стилі преси вони занадто активні, бо є найбільш живим джерелом мовлення, оскільки для преси характерне прагнення до створення фонду специфічних фразеологічних засобів.

Фразеологічними відповідниками є такі ФО, які збігаються за значенням, стилістичним забарвленням та функціями, які вони виконують у мові та мовленні, але можуть розрізнятися за лексичним складом, образною основою та граматичною структурою. Стилістично відносні фразеологічні відповідники – це ФО, що, маючи однакову семантику, відрізняються за функціонально-стилістичним забарвленням. В наступних прикладах фразеологічні відповідники збігаються за стилістичним забарвленням (наприклад, нім. мова: **unter dem Pantoffel stehen** – укр. мова: *бути під черевиком / під п'ятою, під чоботом*; нім. мова: **eine bittere Pille zu schlucken geben** – укр. мова: *піднести гірку пілюлю*). В деяких випадках фразеологічні відповідники не збігаються за стилістичним забарвленням, тобто є стилістично відносними: **j-n über die Achsel ansehen** (нім. мова: нейтральний фразеологізм) – *вернути ніс* (укр. мова: розмовно-фамільярний фразеологізм); **j-m den Hof machen** (нім. мова: нейтральний фразеологізм) – *протоптати стежку / підбивати клинці / стелити містки / ханьки м'яти* (укр. мова: розмовні фразеологізми).

Наведемо приклад з сучасної німецькомовної преси: *Es stimmt, im Gegensatz zu anderen Kollegen verspürte Agamben vor der Irak-Intervention keinerlei Bedürfnis, aufseiten der Weltmacht geistig mitzumarschieren und sich in präventiver Anpassung an den Sieger **den Mund zu verbieten*** (Die Zeit, № 26, 19 Juni, 2008, S. 41). Фразеологізм **den Mund verbieten** (derb. грубий) – *заткнути пельку* (грубий).

Серед ФО біблійного походження наявні такі, що утворилися на основі біблійних сюжетів, тобто запозичені з Біблії (**ein Stein des Anstoßes** – *камінь спотикання*; **sein Kreuz tragen** – *нести свій хрест*). Ті ФО, що утворилися на основі біблійних сюжетів, мають в українській мові стилістично-типові фразеологічні відповідники або перекладаються описово. Наведемо приклади з сучасної німецькомовної преси.

*Dann kämen die Deutschen nicht immer so schleußlich uniinformiert und klischeebeladen zum Besuch in die USA, der ihnen in der Regel zum allersten Mal in ihren Leben **die Schuppen von den Augen fallen lässt**, zumindest was ihr Amerikabild anbelangt* (Die Zeit, № 26, 19 Juni, 2008, S. 48). Фразеологізм **die Schuppen von den Augen fallen** – (мов) полуда спала з очей [13, 59] має біблійне джерело походження (Apostelgeschichte 9, 18).

*Nach dem ersten Weltkrieg waren die Grünen Uniformen den Siegermächten **ein Dorn im Auge** – keine Tornfarben bei der Streife!* (Berliner Zeitung, 28.10.2005, S. 22). Фразеологізм **ein Dorn im Auge sein** – як більмо на оці / як сіль в оці [13, 151]. Таким чином, серед ФО біблійного походження не зафіксовано жодного багатозначного фразеологізму.

Серед багатьох мовознавців побутує думка, що ступінь еквівалентності серед ФО з національно-культурним компонентом досить низький. Та й за наявності відповідників вживання їх при перекладі не завжди можливе, оскільки переклад фразеологічною одиницею з чітко вираженою національною специфікою не допускається. Так, торгівля та комерційна діяльність у Німеччині має давні традиції. Торгівля інтенсивно розвивалася та в середні віки досягла свого розквіту. Не дивно, що вона залишила свій відбиток на фразеологічній системі німецької мови. Німецькі ФО з національно-культурним компонентом мають такі фразеологічні відповідники в українській мові, які не пов'язані з тими самими професіями та утворилися на основі різних асоціацій і традицій.

*Dieser Kollege geht ganz in seiner Funktion auf. Warum im Büro persönlich werden? Hier geht es doch vor allem um die Sache! Die **beherrscht** er allerdings auch **aus dem Effeff**, was seine E-Mails unterstreichen sollen* (Wirtschaftswoche, 2.02.2008, S. 13).

Фразеологізм **beherrschen aus dem Effeff** – зуби з'їсти [13, 163]. Цей фразеологізм визначається своїм національномовним забарвленням, оскільки його походження пов'язане з комерсантською, торгівельною діяльністю, а саме із вимовою слова *Kaufmännisch* (комерційний / торговельний) у німецькій мові та слова *fein* (гарний / чудовий / багатий / знатний), звідси і поєднання двох літер *ff* в компоненті **Effeff** (*Kaufmännisch* = *sehr fein*; *f* = *fein*), що є яскравим прикладом німецького фразеологізму з національно-культурним потенціалом преси.

Отже, в Німеччині соціальні фактори більше впливали на формування фразеологічного фонду, ніж в Україні. В обох мовах досить значними є групи ФО, що утворилися на основі народного побуту, звичаїв, релігійних вірувань та забобонів, професійних аргі. Приблизно однаково впливали в обох мовах на формування ФО полювання та мореплавство. Щодо торгівлі, судочинства, військової справи, то в утворенні німецьких ФО вони відігравали відчутнішу роль, ніж в українській. В обох мовах незначна група ФО відображає розвиток науки і мистецтва. Популярним джерелом утворення ФО в німецькій мові були різні змагання, починаючи від середньовічних лицарських турнірів тощо. Так, фразеологізм **jmdm. einen Korb geben** [24, 441] має походження з прадавньої німецької історії. Середньовіччя часто асоціюється з колоритною фігурою

лицаря. Прекрасні дами та принцеси жили у високих замках та вежах, закохані лицарі, які хотіли попросити руки та прихильності у дами, чекали на кошик унизу під вікнами. Якщо лицар подобався, то кошик він отримував з дном, сильним та безпечним, у проблемному випадку кошик опускали з проламаним дном. Коли його піднімали наверх разом із хлопцем, то він провалювався через дно вниз і не міг піднятися до прекрасної дами. Отже, цьому фразеологізму притаманне національне німецькомовне забарвлення:

*Reinhardt, dem die Wähler 1998 bei der Abstimmung zum Bundestag **einen** deutlichen **Korb gaben**, charakterisiert die Spitzenkandidatin mit den Worten “Sie ist mir persönlich recht sympathisch, aber kein politisches Fräuleinwunder”* (Mannheimer Morgen, 25.07.2000, S. 7).

Фразеологічні відповідники з однаковим значенням *відмовити кому небудь* у німецькій мові **jmdm. einen Korb geben** та українській мові **гарбуза отримати** відображають свої особливі національні звичаї та повір'я, які є різними для німецького та українського народу. В Україні є давній звичай під час сватання, коли наречена відмовляла парубку, який їй не подобався, то підносила йому гарбуз.

Виникнення лінгвокраїнознавчої теорії слова та відокремлення від лінгвокраїнознавства лінгвокультурології зумовили підвищений інтерес до національно-культурного компонента слова та фразеологізму. У сучасному перекладознавстві також наголошується на необхідності “міжкультурної компетентності” перекладача. Під “міжкультурною компетентністю” Н. Witte розуміє уміння перекладача оцінити, як культури сприймають своє місце по відношенню до іншої культури, що вони знають про іншу культуру, а також їх уявлення про те, як вони сприймаються іншою культурою [28, 347]. Така компетентність набуває особливого значення при перекладі національно забарвлених мовних одиниць. Міжкультурні порівняння дають змогу дати типологічну характеристику будови різних мов, встановити мовні універсалиї, а також риси, специфічні для великих груп мов чи окремих мов. Порівняння дозволяє встановити історичну мовну спільність чи історичні зв'язки мов. Крім того, в процесі порівняння встановлюються міжмовні відповідники, знання яких необхідне для перекладу та навчання іноземних мов.

Також, однією з найактуальніших проблем дослідження фразеології в плані перекладу є проблема усталеності. Фразеологічна одиниця визначається як усталений комплекс, що відтворюється в готовому вигляді, а не продукується в процесі мовлення. На вибір засобу чи способу перекладу впливає не лише семантика фразеологічної одиниці, а й її стилістична, емоційно-експресивна забарвленість, акцентування автором окремого компонента фразеологізму або навіть граматичної категорії (одноразовість – багаторазовість, результат дії – тривалість дії, одиниця – множина тощо), перенесення акценту з конотативного значення фразеологічної одиниці на її первинне значення, національне забарвлення фразеологічної одиниці. Всі ці фактори призводять до того, що навіть у разі наявності стилістично-типових фразеологічних відповідників перекладач

може відмовитися від використання фразеологічного відповідника заради збереження функції, яку фразеологічна одиниця виконувала в тексті оригіналу.

Зміщення автором акцентів значення вимагає підбору відповідника не серед словникових відповідників, а відповідно до актуалізованого значення. Опущення фразеологізму в одному місці можна компенсувати використанням фразеологічного звороту в іншому місці для характеристики явища або дії, виражених в оригіналі нефразеологічною одиницею. Таким чином можна уникнути втрати емоційно-експресивної забарвленості всього тексту. Аналіз співвідношення типологічних зв'язків та національно-культурного підґрунтя фразеологічних відповідників та аналіз функціонування ФО в конкретному контексті дозволить виробити пропозиції щодо способів перекладу ФО з національно-культурним потенціалом. Підбираючи достатньо експресивні еквіваленти до ФО з національно-мовним компонентом, нейтралізується лінгвоетнічний бар'єр, що надає носіям мови оригіналу та мови перекладу рівні можливості сприйняття та інтерпретації повідомлення.

Без знання світу досліджуваної мови неможливо вивчити мову. Вивчення світу носіїв мови спрямоване на те, щоб допомогти зрозуміти особливості цієї мови. Мовна картина світу є засобом міжкультурної комунікації, оскільки всі уявлення про світ, що історично склалися у свідомості мовного колективу, відбиваються у мові. За кожним із фразеологізмів стоять концептуальні структури (як структури знання про позначену сутність). Таке мотивування ФО дозволяє реконструювати фразеологічну картину світу народу, мова якого досліджується. Фразеологічна картина світу – це частина мовної картини світу, описана засобами фразеології, в якій кожен фразеологізм є елементом чіткої системи й виконує певні функції в описі реалій навколишньої дійсності. Вона знаходить своє мовне втілення в стійких образних одиницях мови, – це результат відображення вторинних відчуттів людини від зіткнення з навколишньою дійсністю, яка усвідомлюється крізь призму національного світобачення та світорозуміння. Таким чином, міжкультурний аспект аналізу німецьких фразеологізмів у сучасній німецькомовній пресі, включаючи не лише конотації та стилістичні особливості, а й етимологію, а також аналогічний аналіз українських відповідників цих ФО надає можливість розширити сферу пошуку перекладацьких відповідників та розробити певні критерії для такого пошуку. Перспектива даного дослідження полягає в тому, що воно може бути базою для подальшого порівняльно-перекладацького аналізу ФО різносистемних мов.

Література

1. Алефиренко Н. Ф. Фразеология и когнитивистика в аспекте лингвистического постмодернизма : [монография] / Н. Ф. Алефиренко. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2008. – 152 с.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии : [монография] / Н. Н. Амосова. – Л., 1963. – 208 с.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 896 с.

4. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови : [монографія] / Я. А. Баран. – Івано-Франківськ : Лілея НВ, 1997. – 176 с.
5. Берлизон С. Б. Стилистический аспект значения (стилистическое значение) фразеологических единиц и методы его исследования / С. Б. Берлизон // Проблемы семасиологии и лингвостилистики : [сб. науч. тр.]. – Рязань, 1975. – Вып. 2. – С. 116–621.
6. Болдырева Л. М. Стилистические особенности функционирования фразеологизмов : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.04 "Германские языки" / Л. М. Болдырева. – Москва, 1967. – 27 с.
7. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1983. – 288 с.
8. Диброва Е. И. Аксиологическая ориентация как культурологический компонент семантики фразеологической единицы / Е. И. Диброва // Язык и культура : II междунар. науч. конф. : [тезисы док.]. – К. : Библиотека журнала "Collegium", 1993. – Ч. 1. – С. 71–72.
9. Зубач О. А. Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць з колористичним компонентом у сучасній німецькій мові : автореф. дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 "Германські мови" / О. А. Зубач. – Д., 2007. – 22 с.
10. Ковшова М. Л. Культурно-национальная специфика фразеологических единиц : когнитивные аспекты : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.19 "Теория языка" / М. Л. Ковшова. – М., 1996. – 22 с.
11. Кубрякова Е. С. Части речи с когнитивной точки зрения : [монография] / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1997. – 326 с.
12. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка : [монография] / А. Г. Назарян. – М. : Высшая школа, 1976. – 320 с.
13. Німецько-український фразеологічний словник / [авт.-уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Рад. школа, 1981. – Т. 1. – 416 с.
14. Остапович О. Я. Національно марковані фразеологічні одиниці австрійського варіанту сучасної німецької мови : дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 "Германські мови" / О. Я. Остапович. – К. : Київ. держ. лінгв. Ун-т, 1999. – 207 с.
15. Рот Ю. Межкультурная коммуникация : теория и тренинг : [учеб.-метод. пособие] / Ю. Рот, Г. Коптельцева. – М. : Юнити-ДАНА, 2006. – 226 с.
16. Солодухо Э. М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии / Э. М. Солодухо. – К. : Изд-во Казанского ун-та, 1977. – 159 с.
17. Степанова О. В. Культурологический аспект фразеологии французского АРГО : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.05 "Романские языки" / О. В. Степанова. – М. : Ин-т яз-зн. РАН, 2002. – 17 с.
18. Телия В. Н. Культурно-языковая компетенция : её высокая вероятность и глубокая сокровенность в единицах фразеологического состава языка : [учебн. пособие] / В. Н. Телия. – М. : Языки русской культуры, 2004. – С. 19–30.
19. Ужченко Д. В. Семно-компонентний аналіз як засіб виявлення культурно-національних конотацій фразеологічних одиниць / Д. В. Ужченко // Вісник Луганського державного педагогічного університету ім. Тараса Шевченка : філологічні науки. – Луганськ, 1998. – № 9. – С. 190–195.
20. Фірсова Ю. А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові : лінгвокультурологічний аспект : дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 "Германські мови" / Ю. А. Фірсова. – К., 2002. – 194 с.
21. Чередниченко О. І., Коваль Я. Г. Оказіональні відповідники і переклад на різних рівнях еквівалентності / О. І. Чередниченко, Я. Г. Коваль // Теорія і практика перекладу. – К. : Вища школа, 1981. – Вип. 5. – С. 72–77.
22. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М. : Высшая школа, 1985. – 160 с.

23. Eismann W. Psycholinguistische Voraussetzung einer Definition der phraseologischen Einheit / W. Eismann // *Phraseologie*. – Heidelberg : Groos, 1981. – S. 59–95.
24. Redewendungen : Wörterbuch der deutschen Idiomatik 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage / [Hrsg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion : M. Wermke, K. Kunkel-Razum, W. Scholze-Stubenrecht]. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 2008. – B. 11. – 959 s.
25. Riesel E., Schendels E. Deutsche Stilistik / E. Riesel, E. Schendels. – Moskau : Hochschule, 1975. – 315 s.
26. Schäffner Ch. Metaphern / Ch. Schäffner // *Handbuch Translation*. – Tübingen : Stauffenburg Verlag, 1998. – S. 280–285.
27. Sternkopf J. Bedeutungsschichten in phraseologischen Einheiten / J. Sternkopf // *Deutsch als Fremdsprache*. – 1992. – H. 2. – S. 95–99.
28. Witte H. Die Rolle der Kulturkompetenz / H. Witte // *Handbuch Translation*. – Tübingen : Stauffenburg Verlag, 1998. – S. 345–348.

Анотація

У статті досліджується міжкультурний аспект перекладу німецьких фразеологізмів. Встановлено, що на вибір засобів перекладу впливає не лише семантика фразеологізмів, а також їх стилістичні та національно-культурні особливості. Охарактеризовано специфіку перекладу фразеологізмів різних стилістичних типів та етимологічного походження. На матеріалі сучасної німецькомовної преси розглянуто питання визначення українських відповідників німецьких фразеологізмів. Особливої уваги заслуговують пошуки перекладацьких відповідників німецьких фразеологізмів з національно-культурним компонентом.

Ключові слова: міжкультурний аспект, фразеологізми, німецькомовна преса, засоби перекладу, стилістичні типи, етимологічне походження, перекладацькі відповідники.

Аннотация

В статье исследуется межкультурный аспект перевода немецких фразеологизмов. Установлено, что на выбор способов перевода фразеологизмов влияет не только их семантика, но также стилистические и национально-культурные особенности. Охарактеризовано специфику перевода фразеологизмов разных стилистических типов и этимологического происхождения. На материале современной немецкоязычной прессы рассмотрен вопрос определения украинских соответствий немецких фразеологизмов. Особенного внимания заслуживают поиски переводческих соответствий немецких фразеологизмов с национально-культурным компонентом.

Ключевые слова: межкультурный аспект, фразеологизмы, немецкоязычная пресса, способы перевода, стилистические типы, этимологическое происхождение, переводческие соответствия.

Summary

In this article the cross-cultural aspect of German phraseologisms translation is researched. It is determined, that not only phraseological semantics, but also their stylistic and their national cultural peculiarities influence on the choice of translation means of phraseologisms. The translation's specificity of phraseologisms of different stylistic types and etymological origin has been characterised. On the examples from the modern German-language press the question of determining Ukrainian translations equivalents of German phraseologisms is considered. Special attention is paid to the searches translation's analogies of German phraseologisms with national cultural component.

Keywords: cross-cultural aspect, phraseologisms, German-language press, translation means, stylistic types, etymological origin, translation's analogies.