

УДК 811.161.1

ББК 81.053.2

ОБ ЭЛЛИПТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЯХ В ТЕКСТАХ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ И ОСОБЕННОСТЯХ ИХ ПЕРЕВОДА С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

А.Н. Мамедов

Аннотация. В статье рассматривается одна из разновидностей экспрессивных конструкций — эллипсис, а также особенности его перевода с немецкого языка на русский в общественно-политических еженедельниках „Der Spiegel“ и „Stern“. Актуальным, на наш взгляд, является исследование конструкций динамического синтаксиса в текстах рекламы, поскольку они создают особую организацию высказывания, которое отличает такое высказывание от высказывания в «нейтральной» форме изложения и преследует цели осознанного воздействия на реципиента. Анализ фактического материала показал, что составители рекламных сообщений сознательно делают выбор в пользу эллиптических структур для достижения определенных прагматических целей — побуждения реципиента-потребителя к совершению действий в интересах рекламодателя. Автор приходит к выводу, что при передаче немецких эллиптических предложений на русский язык используются следующие способы: немецким эллиптическим предложениям при переводе могут соответствовать полные русские предложения с восстановленным глаголом-сказуемым (сказуемым и подлежащим) и эллиптические русские предложения похожей структуры.

Ключевые слова: тексты печатной немецкоязычной рекламы, конструкции экспрессивного синтаксиса, эллипсис, переводческие преобразования конструкций ИЯ и ПЯ.

335

ON ELLIPTIC CONSTRUCTIONS IN PRINTED ADVERTISING TEXTS AND PECULIARITIES OF THEIR TRANSLATION FROM GERMAN INTO RUSSIAN

A.N. Mamedov

Abstract. The article deals with one of the varieties of expressive constructions — ellipse, as well as the features of its translation from German into

Russian in the socio-political weekly “Der Spiegel” and “Stern”. It is relevant to study dynamic syntax constructions in advertising texts since they create a special organization of a statement that distinguishes such a statement from a statement in a “neutral” form of presentation and pursues the goal of conscious influence on the recipient. Analysis of the factual material showed that the authors of advertising messages consciously make a choice in favor of elliptical structures in order to achieve certain pragmatic goals — encouraging the recipient-consumer to take actions in the interests of the advertiser. The author comes to the conclusion that when transmitting German elliptic sentences into Russian, the following methods are used: full Russian sentences with reconstructed verb-predicate (predicate and subject) and elliptic Russian sentences of similar structure can correspond to German elliptic sentences.

Keywords: *German printed advertising, expressive syntax constructs, ellipse, translation transformation of the structures of the original language and language of translation.*

В текстах современной рекламы традиционно прослеживается установка на повышенную экспрессивность. Составитель рекламного сообщения применяет экспрессивные языковые средства для усиления изобразительности как при эмоциональном воздействии, так и при выражении логически связанных мыслей, т.е. спланированное рекламное воздействие на сознание реципиента-потребителя осуществляется через эмоциональную сферу (вызов чувственной реакции), а также путем выстраивания рациональной аргументации (убеждение). В настоящей статье мы рассмотрим одну из разновидностей экспрессивных конструкций — эллипсис, эффект воздействия которого на потребителя достигается при помощи оформления рекламного предложения, а также особенности его перевода с немецкого языка на русский.

Как известно, противопоставление экономных и избыточных структур является единой основой всей

системы экспрессивных конструкций. Исследователи отмечают, что одно и то же сообщение можно оформить по-разному, с разной долей интеллектуального и аффективного начала: экспрессивные конструкции противопоставляются интеллектуальным, логически четко построенным, с эксплицитно представленными синтаксическими связями, с последовательным расположением компонентов [1, с. 39; 2, с. 87; 3, с. 237, 238].

Спектр грамматических механизмов воздействия на адресанта в текстах печатной немецкоязычной рекламы чрезвычайно широк. При построении рекламного текста с учетом его информационно-прагматических установок адресант использует способность стилистических приемов экспансии/редукции рекламного предложения дать информацию о товаре/услуге в избыточном словесном варианте, развернуто, и более сжато, в логически свернутом варианте [4, с. 156].

В исследуемых нами текстах немецкоязычной рекламы часто встре-

чается эллипсис — специфические конструкции с редукцией структурных компонентов, которые заключают в себе полноценный смысл передаваемого содержания. Напомним, что эллипсис (от греч. *elleipsis* — «опущение», «пропуск», «нарушение», «дефект») трактуется как пропуск (выкидку) элемента (члена) высказывания, легко восстанавливаемого в данном контексте или ситуации [5]; как средство языковой экономии, которая состоит в отсутствии лишних членов предложения, выводимых из ситуации [6, с. 117-118; 7; 8, с. 636-639]; как «явление, выражающееся в невербализации ряда языковых единиц в речевой цепи, возможное на основе данных общей коммуникативной ситуации, контекста и пресуппозиции» [9, с. 188]. К эллиптическим конструкциям мы относим конструкции, в которых отсутствуют подлежащее, сказуемое, оба главных члена, подлежащее и часть сказуемого, а также строевые элементы (предлоги, артикли, союзы).

Итак, эллипсисы — специфические синтаксические конструкции, нарушают привычный, нормативный, ожидаемый порядок взаимоотношения элементов предложения, выделяются в речевой цепи и деавтоматизируют восприятие реципиентов. По нашему мнению, данные конструкции динамического (экспрессивного) синтаксиса повышают эффективность рекламы, поскольку создают особую организацию высказывания, которое отличает такое высказывание от высказывания в «нейтральной» форме изложения и преследует цели осознанного воздействия на реципиента. Обладая ярко выраженным прагматическим потенциалом в

немецком языке эллипсис способен обеспечить возникновение экспрессивного эффекта, большую адекватность эмоциональной реакции реципиента намерениям адресанта. Составители рекламных сообщений в немецких общественно-политических еженедельниках „*Der Spiegel*“ и „*Stern*“ сознательно делают выбор в пользу эллиптических структур для достижения определенных прагматических целей — побуждения реципиента-потребителя к совершению действий в интересах рекламодателя: *Wenn es um Geld geht — Sparkasse. (Stern №32 5.8.2010: 28); Gut für Si — und gut für Deutschland (Stern № 38 16.9.2010:81).*

Анализируемый материал — тексты наиболее рекламируемых товаров/услуг в немецкоязычных журналах „*Der Spiegel*“ и „*Stern*“ в количестве 300 единиц — был систематизирован в двенадцать групп в зависимости от назначения и вида товаров/услуг. К числу наиболее рекламируемых товаров относятся автомобили и аксессуары (104), бытовая техника (58), компьютерная техника (16), часы (20), галантерейная продукция (14), предметы косметики и парфюмерии (7), продукты питания (бакалейная и гастрономическая продукция) (22), лекарственные препараты (9). В качестве основных объектов рекламы услуг выступают следующие группы услуг: финансовые (22), страховые (19), юридические (1), услуги авиаперевозок (8).

В зависимости от членов предложения, подвергаемых эллиптированию в текстах печатной немецкоязычной рекламы, можно выделить следующие типы эллипсисов:

- Эллипсис подлежащего: (*Der BMW X3) Setzt nicht nur auf der*

Strasse Meilensteine (Der Spiegel № 47/22.11.10:2).

● Эллипсис сказуемого или его части: *Erst (kommt) das Vergnügen (Der Spiegel № 13/26.3.12:32); Originale (sind) gesucht (Der Spiegel № 51/17.12.12:19);* эллипсис личных форм глагола „sein“ в составе адъективного предиката — *Der Lexus CT200h Vollhybrid — (ist) als Limited Edition schon ab 29.900 Euro (erhältlich) (Der Spiegel № 6/4.2.13:57); Keine Papierfilter (sind) notwendig (Stern № 45 4.11.2010:150).*

● Эллипсис подлежащего и сказуемого (или его части): *Mehr Infos (erhalten Sie) bei Ihrem Volkswagen Partner und unter www.volkswagen-team2010.de. (Der Spiegel № 30/26.7.10:2);*

● Эллипсис предлога или предлога с артиклем: *Der Moter des en 911 Carrera GTS liefert 300 kW (408 PS) — (um) 23 PS mehr als der 911 Carrera S <...> (Der Spiegel № 50/13.12.10:109); (Im) Klartext reden, ohne viel Worte zu verlieren (Der Spiegel № 50/13.12.10:109).*

● Эллипсис союза: *(Ob) Schnee, Matsch, Laub oder Regennässe — der neue BMW 740d xDrive bewegt sich souverän auf jedem Untergrund (Der Spiegel № 51/20.12.10:2).*

Статистический анализ фактического материала показал, что на долю эллипсиса приходится 106 случаев употребления. Количество эллиптических конструкций в рамках каждой группы товаров/услуг составляет:

1. Автомобили и аксессуары — 41 ед. или 38,6%; опущение подлежащего — 1 ед., подлежащего и сказуемого — 17 ед., сказуемого или его части — 21 ед., предлога с артиклем — 1 ед., союза — 1 ед.

2. Бытовая техника — 13 ед. или 12,2%; опущение подлежащего и ска-

зуемого — 5 ед., сказуемого или его части — 8 ед.

3. Компьютерная техника — 6 ед. или 5,6%; опущение подлежащего и сказуемого — 1 ед., сказуемого или его части — 5 ед.

4. Часы — 9 ед. или 8,4%; опущение сказуемого или его части — 9 ед.

5. Сумки и чемоданы (галантерейная продукция) — 3 ед. или 2,8%; опущение сказуемого или его части — 3 ед.

6. Предметы косметики и парфюмерии — 0 ед.

7. Продукты питания (бакалейная и гастрономическая продукция) — 5 ед. или 4,7%; опущение сказуемого или его части — 5 ед.

8. Лекарственные препараты — 5 ед. или 4,7%; опущение сказуемого или его части — 5 ед.

9. Финансовые услуги — 18 ед. или 16,9%; опущение подлежащего и сказуемого — 9 ед., сказуемого или его части — 9 ед.

10. Страховые услуги — 4 ед. или 3,7%; опущение подлежащего и сказуемого — 4 ед.

11. Юридические услуги — 0 ед.

12. Услуги авиаперевозок — 2 ед. или 1,8%; опущение подлежащего и сказуемого — 2 ед.

Перевод эллиптических конструкций неизбежно связан с необходимостью найти некий структурно-семантический «инвариант», не искажающий исходный язык и соответствующий нормам языка перевода. Переводчик осуществляет последовательные преобразования предложений ИЯ и ПЯ, восстанавливает опущенные элементы в переводимой фразе и вводит их в переводящую фразу в соответствии с правилами эллиптического сокращения данного

конкретного языка. Эллиптические предложения в текстах печатной немецкоязычной рекламы — это, в первую очередь, продукт элиминации сказуемого или его части (61,3% случаев или 65 ед.), подлежащего и сказуемого (35,8% случаев или 38 ед.).

Мы используем два способа передачи немецких эллиптических предложений на русский язык: немецким эллиптическим предложениям при переводе могут соответствовать полные русские предложения с восстановленным глаголом-сказуемым (сказуемым и подлежащим) и эллиптические русские предложения похожей структуры [10].

Достижение максимального семантико-структурного подобия эллиптических предложений ИЯ с элиминацией сказуемого или его части оказалось возможным в 72,3% случаев (47 из 65 ед.):

Erst (kommt) das Vergnügen. Der neue Passat Alltrack (Der Spiegel № 13/26.3.12:32).

Сначала удовольствие. Новый «Пассат Альтрек».

(Zeigt sich) Souverän auf jeder Straße: Der Jeep Grand Cherokee S-Limited besticht mit seinem markanten, sportlichen Design und jeder Menge Komfort <...> (Der Spiegel № 6/4.2.13:77)

Непревзойденный на любой дороге: Jeep Grand Cherokee S-Limited подкупает своим характерным спортивным дизайном и совершенным комфортом.

Schicken Sie Ihre Gedanken auf Reisen. First Class. Vision (ist) erfüllt. Die neue S-Klasse. Mercedes-Benz (Der Spiegel № 31/29.7.13:2).

Отправьтесь мысленно в путешествие. Первым классом. Мечта исполнена. Новый S-Класс. Mercedes-Benz.

В 27,7% случаях (18 из 65 ед.) при переводе эллиптических предложений ИЯ с элиминацией сказуемого или его части возникала необходимость восстановления сказуемого и преобразования синтаксической структуры предложения ПЯ в полносоставную. Глагол-сказуемое восстанавливался, исходя из ситуации или контекста:

S-MAX. Der neue Ford. Die Premiere am 29.Mai 2010 (Stern № 21. 20.5.2010:119).

Новый Ford S-Max. Премьера состоится 29 мая 2010 года.

Startfotograf: Casio Exilim Zoom EX-Z350

Jeder Schuss ein Treffer <...> (Stern № 35 26.8.2010:118).

Фотоаппарат для начинающего фотографа: Casio Exilim Zoom EX-Z350

*Каждый снимок **станет** шедевром <...>*

Семантико-структурное подобие эллиптических предложений ИЯ с элиминацией подлежащего и сказуемого достигнуто нами при переводе в 7,8% случаев (3 из 38 ед.).

Der neue Opel Insignia Turbodiesel mit Adaptivem 4x4 Allradantrieb

Mehr Dynamik (erreicht das Model) dank Adaptiven 4x4 Allradantriebs mit Sportdifferenzial auf der Hinterachse. Mehr Komfort (erhalten Sie) dank der Vernetzung aller fahrdynamischen Systeme durch das FlexRide Premium-Fahrwerk mit Fahrstilerkennung und den drei wählbaren Fahrmodi Standard, Sport und Tour. Mehr Ergonomie (erreicht man) dank des optional erhältlichen Premium-Sitzes mit Gütesiegel AGR (Aktion Gesunder Rücken)

Новый Opel Insignia с турбодизелем и адаптивным полным приводом 4x4

Больше динамики благодаря адаптивному полному приводу 4x4 со спортивным дифференциалом на задней оси. Больше комфорта благодаря уникальной динамической системе управления настройками подвески FlexRide с функциями распознавания стиля вождения и выбора режима вождения (Standard, Sport und Tour). Больше эргономичности благодаря доступным в качестве дополнительной опции сиденьям премиум-класса со знаком качества AGR (Акция Здоровая спина).

В 92,1% случаев (35 из 38 ед.) при переводе эллиптических предложений ИЯ с элиминацией подлежащего и сказуемого требовалось восстановление опущенных компонентов и преобразование синтаксической структуры предложения ПЯ в полносоставную.

Weitere Informationen (erhalten Sie) bei Ihrem Volkswagen Partner und unter www.volkswagen-life.de (Der Spiegel № 17/22.4.13:123)

Дальнейшую информацию Вы получите у Вашего дилера (партнера) «Фольксваген» и на сайте www.volkswagen-life.de

Mehr (Informationen erfahren Sie) auf ergo.de/unfall und bei Ihrem Versicherungsexperten vor Ort (Der Spiegel № 37/10.9.12:11).

Вы узнаете больше информации на сайте ergo.de/unfall или у страхового консультанта в ближайшем офисе.

TomTom XL Classic Series CE T—4,3"-Display

Ausgestattet mit TMC-Verkehrsinformationsempfänger, tageszeitabhängiger Routenberechnung, IQ-Routes, Fahrspurassistent, gesprochenen Straßennamen, MapShare, Hilfe!-Menü, praktischer EasyPort-Halterung und

Karten von Zentraleuropa (bis zu 19 Länder) (Der Spiegel № 17/22.4.13:68).

TomTom XL Classic Series CE T с экраном 4,3 дюйма

Навигатор оснащен приемником TMC, получающим информацию о ситуации на дорогах и обладает такими функциями, как построение оптимального маршрута в зависимости от времени суток, IQ Routes для быстрого прокладывания маршрута, выбор полосы движения, озвучивание названия улиц, MapShare для внесения корректировки в карту, меню экстренной помощи. Комплект поставки включает также практичное крепление Easyport (держатель для навигатора) и карты Центральной Европы.

Таким образом, в результате процентного соотношения мы получаем следующее: 51,4% эллиптических предложений в немецком языке соответствуют полносоставные русские предложения, а 48,5% эллиптических предложений ИЯ переводятся на русский язык предложениями подобной эллиптической структуры. Резюмируя вышеизложенное, можно сделать следующие выводы: 1) эллипсисы — специфические синтаксические конструкции с редукцией их структурных компонентов (106 единиц), нарушают привычный, нормативный, ожидаемый порядок взаимоотношения элементов предложения, выделяются в речевой цепи и деавтоматизируют восприятие реципиентов; 2) при передаче немецких эллиптических предложений на русский язык мы используем два способа: немецким эллиптическим предложениям при переводе могут соответствовать полные русские предложения с восстановленным глаголом-

сказуемым (сказуемым и подлежащим) и эллиптические русские предложения похожей структуры.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Сковородников, А.П.* О системе экспрессивных синтаксических конструкций современного русского литературного языка [Текст] / А.П. Сковородников // Филологические науки. — 1982. — № 1. — С. 37-43.
2. *Акимова, Г.Н.* Новое в синтаксисе современного русского языка [Текст] / Г.Н. Акимова. — М.: Наука, 1990. — 168 с.
3. *Валгина, Н.С.* Теория текста [Текст] / Н.С. Валгина. — М.: Логос, 2003. — 250 с.
4. *Мамедов, А.Н.* Конструкции экспрессивного синтаксиса в текстах печатной немецкоязычной рекламы и способы их перевода на русский язык [Текст] / А.Н. Мамедов // Вестник Тульского государственного университета. Сер. «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики». Тула: Изд-во ТулГУ, 2017. — 351 с.
5. *Ахманова, О.С.* Словарь лингвистических терминов [Текст] / О.С. Ахманова. — М.: «Сов. Энциклопедия», 1966. — 608 с.
6. *Jung, W.* Grammatik der deutschen Sprache [Text] / W. Jung. — Leipzig, 1973. — 518 S.
7. *Bußmann, H.* Lexikon der Sprachwissenschaft [Text] / H. Bußmann. — Kroner: Stuttgart, 1990. — 904 S.
8. Duden 04. Die Grammatik: Unentbehrlich für richtiges Deutsch: Band 4, 8. — Auflage Mannheim Bibliographisches Institut AG, 2009. — 1343 S.
9. *Михайлов, Л.М.* Коммуникативная грамматика немецкого языка [Текст] / Л.М. Михайлов. — М., 1994. — 256 с.
10. *Кириллова, А.Н.* Особенности перевода эллиптических предложений на материале переводов драматургии А.Н. Островского: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Текст] / А.Н. Кириллова. — М., 2009. — 22 с.

REFERENCES

1. Ahmanova O.S., *Slovar lingvisticheskikh terminov*, Moscow, Sov. Enciklopediya, 1966, 608 p. (in Russian)
2. Akimova G.N., *Novoe v sintaksise sovremennogo russkogo yazyka*, Moscow, Nauka, 1990, 168 p.
3. Bußmann N., *Lexikon der Sprachwissenschaft*, Kroner, Stuttgart, 1990, 904 p.
4. Duden 04, *Die Grammatik: Unentbehrlich für richtiges Deutsch: Band 4, 8, Auflage Mannheim Bibliographisches Institut AG*, 2009, 1343 S.
5. Jung W., *Grammatik der deutschen Sprache*, Leipzig, 1973, 518 p.
6. Kirillova A.N., *Osobennosti perevoda ehlipticheskikh predlozhenij na materiale perevodov dramaturgii A.N. Ostrovskogo: Extended Abstract of PhD dissertation (Philology)*, Moscow, 2009, 22 p. (in Russian)
7. Mamedov A.N., *Konstrukcii ehkspressivnogo sintaksisa v tekstah pechatnoj nemeckoyazychnoj reklamy i sposoby ih perevoda na russkij yazyk, Vestnik Tulsckogo gosudarstvennogo universiteta. Aktualnye problemy lingvistiki i lingvodidaktic*, Tula, 2017, 351 p. (in Russian)
8. Mihajlov L.M., *Kommunikativnaya grammatika nemeckogo yazyka*, Moscow, 1994, 256 p. (in Russian)
9. Skovorodnikov A.P., *O sisteme ehkspressivnyh sintaksicheskikh konstrukcij sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka, Filologicheskie nauki*, 1982, No. 1, pp. 37-43. (in Russian)
10. Valgina N.S., *Teoriya teksta*, Moscow, Logos, 2003, 250 p. (in Russian)

Мамедов Артур Нарманович, кандидат филологических наук, доцент, кафедра теории и практики перевода и коммуникации, Институт иностранных языков, Московский педагогический государственный университет, dochenka.papina@mail.ru

Mamedov A.N., PhD in Philology, Associate Professor, Theory and Practice of Translation and Communication Department, Institute of Foreign Languages, Moscow Pedagogical State University, dochenka.papina@mail.ru