

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

STYLISTIC ASPECT OF TRANSLATION OF MEDIA TEXTS

Т. М. Шукалович

T. M. Shukalovich

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: t.shukalovich@inbox.ru

В статье рассматриваются стилистические особенности английских общественно-политических текстов, а также трудности их перевода на русский язык. Внимание уделяется особенностям перевода устойчивых выражений, частотности употребления лексических единиц, стилистической разноплановости лексики и особенностям перевода стилистически окрашенной лексики.

Ключевые слова: публицистика, газетный стиль, стилистика, кросскультурное взаимодействие, эквивалентность.

The article deals with the stylistic features of English Media texts. Attention is paid to the difficulties of translating English Media texts into Russian according to the norms of the publicistic style of the Russian language, to the peculiarities of the translation of set expressions; frequency of use of lexical units; stylistic versatility of vocabulary and peculiarities of translation of connotative words.

Key words: publicistic writing, publicistic style, stylistics, cross-cultural interaction, equivalency.

Язык газетных статей в значительной степени эмоционален, что приближает его к языку художественной литературы [3, с. 46]. В общественно-политических текстах используются образные сравнения, метафоры, идиомы, элементы юмора, сарказма, иронии и т.д. При этом газетная статья, как правило, имеет определенную политическую направленность [4, с. 203]. Все эти особенности накладывают отпечаток на процесс перевода. Полноценный перевод газетного материала, помимо фактически точной передачи содержания, должен донести до читателя и все эмоциональные элементы оригинала, равно как и его политическую направленность [4, с. 203]. При этом, важно различать в переводимом тексте оригинальное и трафаретное, чтобы избежать, с одной стороны, нивелировки, а с другой – излишнего акцентирования и сохранить стилистическую равноценность. От передачи некоторых жанровых особенностей часто приходится отказываться в случае противоречия нормам языка перевода [6, с. 88].

Например, в англоязычной прессе для обозначения понятия ‘политик’, ‘политический деятель’ существует целый ряд слов, тем не менее, эмоциональный заряд у этих слов различный. Нейтральными вариантами являются *public figure*, *office holder*, *(professional) politician*, *government leader*, *political expert*, *statesman*. А политические слова, приведенные ниже, имеют негативную коннотацию: *ardheeler* – ‘мелкий политикан’, *party hack* – ‘политический наймит’, *hanger-on* – ‘приспешник’. При переводе следует избегать подобных слов и заменять их более нейтральными [6, с. 88].

Согласно В.Н. Комиссарову, подобные замены представляют собой стилистическую адаптацию, которую ученый определяет как «замену специфических средств изложения в оригинале языковыми средствами, отвечающими требованиям данного стиля в языке перевода» [5, с. 57].

Причин, обуславливающих необходимость использования стилистических трансформаций, достаточно много. Лингвисты Т.Р. Левицкая и А.М. Фиттерман пишут о них так: «Причины коренятся в национальных особенностях обоих языков. Их стилистические системы также имеют свой национальный характер [9, с. 89]. Стилистические приемы одних и тех же языков в основе одни и те же, однако, их функционирование в речи различно. Одни и те же приемы имеют разную степень употребительности, выполняют разные функции и имеют разный удельный вес в стилистической системе языка, чем и объясняется необходимость трансформаций» [9, с. 89].

При передаче стилистического значения переводчик должен воссоздать при переводе тот же эффект, то есть вызвать у читателя аналогичную реакцию, хотя часто ему приходится достигать этого, прибегая к совершенно иным языковым средствам [9, с. 90].

Например, нередко включаемые в англоязычные тексты жаргонизмы, элементы разговорной речи, слова, имеющие фамильярный оттенок, и другие средства экспрессии, принимаемые англоязычным читателем в качестве нормы, непривычны для русскоязычного читателя и могут оказывать совершенно иной эффект [9, с. 90].

Следует отметить, что для английских и американских газетных материалов характерно использование разговорных оборотов в самых серьезных по содержанию текстах [7].

What is the meaning of the North Korean Foreign Ministry's strange statement on Thursday that it now had "nukes"? – ‘Что же все-таки заставило министра иностранных дел КНДР объявить о том, что страна обладает ядерным оружием?’

В этом примере разговорное слово заменено на более официальное. Разговорные и фамильярные элементы привычны для англоязычного читателя и не производят дополнительного воздействующего эффекта. Однако если их включить в текст перевода, то это окажет на русскоязычного читателя значительно больший эффект. Стилистическая коннотация оригинала не будет оригинально воспроизведена, так как нейтральный для англоязычного читателя текст будет восприниматься русскоязычным читателем как неуместно фамильярный. Таким образом, от передачи разговорных и фамильярных выражений при переводе лучше всего отказываться и заменять их нейтральными конструкциями.

I can't see demand picking up for the rest of this year. – ‘Не думаю, что спрос до конца года будет расти’.

Еще одной особенностью общественно-политических текстов является использование англоязычными авторами жаргонизмов и перифраз для эмоционального насыщения текста [4, с. 63]. Для сохранения жанровых особенностей газетного текста в русском языке, от передачи этих элементов также лучше отказаться.

Так как перифраза является описательным элементом, ее можно передавать с помощью калькирования и конкретизации: *white collars* – ‘белые воротнички’ и ‘чиновники’, *yellow pages* – ‘желтые страницы’ и ‘телефонный справочник’ и т. д.

В англоязычных текстах принято указывать титул и звание. При упоминании политического деятеля без титула и звания, всегда ставится *Mr.*, *Mrs.* или *Ms.*, которые чаще всего в процессе перевода опускаются. Тем не менее, в особо официальных случаях *Mr.*, *Mrs.* или *Ms.* переводятся, но словами ‘господин’ и ‘госпожа’, а не ‘мистер’ и ‘миссис’ [8].

Газетные тексты часто включают метафоры, которые привносят эмоционально-экспрессивную окраску и привлекают внимание к необходимым элементам [2, с. 182]. Для перевода метафор, согласно Т.Н. Плещенко, наиболее приемлемым способом является подбор контекстуального варианта.

Unfriendly skies for an airline merger. – ‘Слияние авиакомпаний не будет безоблачным’.

Иногда удается успешно передать образность оригинала с помощью калькирования [6, с. 55].

A bigger problem with a managed democracy is that it provides no safety valve for social discontent. – ‘Более серьезная проблема для управляемой демократии заключается в том, что она неспособна стать предохранительным клапаном для сброса пара социального недовольства’.

Метонимия в газетной публицистике используется для того, чтобы сделать изложение более лаконичным, а речь более выразительной. Очень часто в англоязычной прессе можно увидеть следующие метонимии: *the Downunder* – ‘Австралия’, *the Emerald Island* – ‘Ирландия’. В случае отсутствия эквивалентного метонимического оборота в русском языке, его следует заменить нейтральным оборотом, раскрыв его основное значение, т.е. значение, на котором основан метонимический оборот. В противном случае реципиент может неверно понять смысл высказывания. Для иллюстрации, существуют метонимии, которые знакомы многим, такие как ‘Кремль’, ‘Пентагон’, ‘Белый дом’, однако смысл оборота ‘Елисейский дворец’ отдельным реципиентам может показаться незнакомым, поэтому его стоит нейтрализовать в целях обеспечения адекватного восприятия [6, с. 90].

It is the Elysee which exercises control over the interministerial committee for Europe. – ‘Контроль над межминистерским комитетом по делам Европы осуществляется президентом’.

Устоявшиеся сочетания рекомендуется либо конкретизировать, либо использовать калькирование с сохранением образности, например: *the White house* – ‘президент США/Белый Дом’ [1, с. 98].

Немаловажной особенностью англоязычных газетных материалов является использование фразеологизмов, которые являются сильным средством воздействия на читателя. От правильной передачи фразеологизмов зависит степень передачи замысла журналиста, писавшего статью, а также производимый статьей эффект. Фразеологизмы передаются с сохранением образности, ее частичной передачей или описательно [6, с. 60].

All inventories are rising – they are bursting at their seams. – ‘По его словам, хранилищ не хватает’.

Поскольку возможности перевода фразеологических оборотов довольно обширны, следует выбирать тот вариант, который по степени воздействия наиболее близок к оригиналу, но в то же время находится в рамках стилистических норм языка перевода. Если удастся найти общеупотребительный аналог английского фразеологизма в русском языке – его использование будет наилучшим выходом. Например:

He promises to repair America’s alliances so that it doesn’t have to “go it alone in the world”. – ‘Он обещал восстановить отношения с американскими союзниками, чтобы больше не быть «одним воином в поле»’.

Очень часто в англоязычных текстах можно заметить оценочные эпитеты [2, с. 109]. Они придают тексту ту или иную полярность коннотации – от положительной до отрицательной. Нормы русского

языка предполагают гораздо меньшую степень экспрессивной оценочности в прессе, что вынуждает использовать при переводе нейтрализацию и компенсацию [6, с. 53]. Например:

Bavarian lagers were dark while the beer from Pilsen was an enticing pale gold and took the world by storm. – ‘Однако, в отличие от темных баварских лагеров, пльзеньское имело приятный бледно-золотистый оттенок, оно быстро завоевало весь мир’.

Англоязычные газетно-публицистические тексты включают пары, как синонимические, так и аллитерированные, или просто ритмические, семантически дополняющие друг друга [4, с. 338]. Для русского языка использование этого стилистического приема нехарактерно, поэтому при переводе синонимических пар в текстах публицистического стиля довольно часто приходится ограничиваться одним словом: *outcast and criminal system* – ‘преступная система’ [6, с. 55].

Instant history, like instant coffee, can sometimes be remarkably palatable. – ‘Современная история, как и такой современный продукт, как растворимый кофе, иногда может быть необыкновенно приятна’.

Синтаксический параллелизм, встречающийся в общественно-политических текстах (например, *burst into tears* и *duck into seclusion*) вносит активную экспрессивную составляющую в высказывание, однако этот стилистический прием весьма сложно передать на русский язык. По этой причине переводчики используют компенсацию.

Аллитерация широко используется в общественно-политических текстах, особенно в газетных заголовках и часто в самих статьях, для придания им броскости, а также для привлечения внимания реципиента [4, с. 344]. Но при переводе на русский язык аллитерацию сохранить весьма сложно: *Rolls on the Rocks* – ‘Банкротство компании Роллс-Ройс’.

At the end of the week the students, tutors and chairman meet to review the school. Everything is criticized, sometimes favorably, from the tutor to the tea, from bedroom to beer. – ‘В конце недели студенты, преподаватели и председатель встречаются, чтобы обсудить все учебные дела. Все подвергается критике, иногда доброжелательной, и преподавателей, и чай, и спальни, и пиво’.

Использование аллитерации подтверждает тот факт, что различные функции стилистического приема в разных языках далеко не всегда совпадают в употребительности [4, с. 346].

Таким образом, общественно-политические тексты характеризуются рядом стилистических особенностей, вызывающих затруднения в процессе перевода. Следует отметить, что чрезмерная эмоциональность при переводе на русский язык нейтрализуется, образные средства (метафоры, идиомы, метонимии, сравнения и т.д.)

передаются на русский язык с использованием полных или частичных эквивалентов. В целях адекватной передачи стилистического значения, переводчику следует анализировать смысловое содержание, структуру и направленность текста, учитывать целевую аудиторию и учитывать возможность отхода от словарных значений слова в оригинальном тексте. Цель переводчика состоит в том, чтобы переведенный газетный текст оказывал то же влияние на читателя, что и оригинальный. Необходимо отразить жанровые и стилистические особенности оригинального текста, а также уподобить переводной текст материалам того же жанра на родном языке, что нередко может вызвать затруднения. Поэтому оптимальным решением будет нахождение баланса между экспрессивностью оригинала и нормами языка перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимов, В.В. Общественно-политический курс перевода: практический курс перевода: учеб. пособие / В.В. Алимов, Ю.В. Артемьева. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – 272 с.
2. Арнольд, И.В. Стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Просвещение, 1990. – 301 с.
3. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
4. Клименко, А.В. Ремесло перевода / А.В. Клименко. – М.: Восток-Запад, АСТ, 2007. – 640 с.
5. Комиссаров, В.Н. Теория перевода. Лингвистические аспекты / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253с.
6. Левицкая, Т.Р., Фитерман, А.М. Проблемы перевода / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман. – М.: Международные отношения, 1976. – 125 с.
7. Никулина, Н.Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н.Ю. Никулина, Т.А. Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 232-238.
8. Плещенко, Т.П. Стилистика и культура речи: Учеб. пособие / Т.П. Плещенко, Н.В. Федотова, Р.Г. Чечет, под. ред. П.П. Шубы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1101566/> – Дата доступа: 11.03.2017.
9. Прошина, З.Г. Прагматические аспекты перевода / З.Г. Прошина // Теория перевода с русского на английский и с английского на русский. – Владивосток: ДВГУ, 2002. – С. 239-243.