

Следует отметить, что в переводе чувствуется стремление переводчиков передать оригинальный стиль написания эпоса.

Библиографические ссылки

1. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. М. : Высш. школа, 1983. 303 с.
2. Гер-оглы. Туркменский героический эпос. («Эпос народов СССР»). М. : Наука, 1983. 808 с.

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В. С. Подневич

Научный руководитель А. Ф. Шаповалова, старший преподаватель

*Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь*

Средства массовой информации отодвинули роль «переносчика» информации на второй план, и в современном мире их главной целью является влияние на умы и сердца аудитории. В текстах «пишущей» и «электронной» прессы широко распространено употребление прецедентных феноменов как средства воздействия на адресата путем сопоставления новой информации и фоновых знаний. Данные единицы используются намеренно для создания необходимого коммуникативного эффекта, что представляет определенные трудности в процессе перевода. В данной статье мы рассмотрим явление прецедентного феномена, а также основные стратегии передачи прецедентных феноменов при переводе с английского языка на русский на материале медиатекстов.

В конце 20 века российский литературовед Ю. Н. Караулов определил прецедентный феномен как текст, «значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющий сверхличностный характер, т.е. хорошо известный и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такой, обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [2, с. 216]. Ю. Н. Караулов также произвел классификацию прецедентных феноменов и выделил следующие виды:

1. Прецедентный текст – «хрестоматийный» текст на определенном языке, с которым знакомы все носители. Примером выступают произведения литературы, изучаемые в школе: «Ревизор» Н. В. Гоголя («К нам

едет ревизор»), «Анна Каренина» Л. Н. Толстого («Все смешалось в доме Облонских»).

2. Прецедентное высказывание – клише, воспринимаемое носителями языка как автономная языковая единица. В таком качестве может выступать цитата, поговорка, название произведения. («Горе от ума», «Гулять, так гулять!»).

3. Прецедентное имя – имя собственное, употребляемое в качестве символа определенных черт, событий («Русский Паганини», «Березовский погиб, как Павел Первый»).

Необходимо отметить факт отсутствия прецедентного феномена как языкового явления в зарубежной лингвистике [1, с. 84].

Наибольший исследовательский интерес представляют особенности передачи данных элементов при переводе с английского языка на русский. Переводчик должен ориентироваться на знания и опыт получателя перевода, обеспечивать понимание прецедентного феномена вне определенной культуры. Перевод должен быть эквивалентным и адекватным, т.е. производить такой же коммуникативный эффект на адресата перевода, как и на читателя текста оригинала.

Материалом данного исследования послужили англоязычные медиатексты различной функционально-жанровой направленности, из которых методами сплошного текстологического и лингвостилистического анализа были извлечены и проанализированы 86 единиц прецедентных феноменов. Последующий лингвопереводческий анализ данных единиц (на основе сравнения и сопоставления) и метод количественно-статистического анализа позволили нам выявить три основные стратегии передачи прецедентных феноменов при переводе текстов СМИ.

1. Сохранение образности при передаче понятийного содержания. Данная стратегия подразумевает восполнение прагматического и стилистического потенциала языковой единицы посредством использования синтаксического уподобления, калькирования или транскрипции и транслитерации, часто сопровождаемых разъяснительным переводом или переводческим комментарием: *It's the place I never could find somehow like counting Stonehenge* – ‘Это заколдованное место так же трудно найти, как сосчитать камни Стоунхенджа (древнейшее сооружение из множества камней)’; *Brought the tips of his fingers together* – ‘Выразительно свел кончики пальцев вместе, как это любил делать Шерлок Холмс’.

2. Стилистическая нейтрализация. Имеет место сохранение понятийного содержания образа. Смысл прецедентного феномена находит воплощение в стилистически нейтральной языковой единице перевода. В данном случае используется описательный перевод, модуляция, гене-

рализация или даже опущение: *This is why America is comfortable holding "World Series" and "World Championships" in which only America participate* – ‘Именно поэтому в Америке так популярны чемпионаты мира, где участвуют только американцы’; *Age of Un-Innocence* – ‘Эпоха Искушенных’).

3. Контекстуальная замена. Происходит замена образного элемента языка оригинала образным элементом языка перевода. В данном случае имеет место метафорическая замена или фразеологический аналог, когда ядерный элемент образа меняется при сохранении смысла и коммуникативного эффекта: *Obama's Eleven* – ‘Одиннадцать друзей Обамы’; *Wizard of Oz* – ‘Волшебник Изумрудного города’.

При передаче прецедентных феноменов в текстах СМИ наиболее часто переводчики прибегают к способу стилистической нейтрализации (63%). Менее распространены способы сохранения образности при передаче понятийного содержания (24%) и контекстуальной замены (13%). Означает ли это, что переводчики несколько пренебрежительно относятся к данному языковому явлению, раскрывая лишь частично прагматический потенциал текста? И как необходимо поступать, чтобы перевод соответствовал критериям качества?

Во-первых, переводчик всегда должен учитывать предметную обстановку, речевую ситуацию и тип реципиента. Довольно часто для достижения адекватности перевода достаточно передать лишь понятийное содержание языковой единицы, нейтрализовав ее образность.

Во-вторых, выбор стратегии перевода прецедентного феномена диктуется типом медиатекста и его коммуникативной задачей, а также необходимостью учитывать стилистические различия между англоязычным текстом СМИ и русским.

В заключение необходимо отметить, что, несмотря на сложившуюся в переводе тенденцию к частому использованию стилистической нейтрализации при переводе прецедентных феноменов в текстах СМИ, для сохранения интеллектуального и стилистического потенциала, культурноспецифичности прецедентного феномена предпочтительными в переводе остаются синтаксическое уподобление, калькирование, транскрипция и транслитерация, часто сопровождаемые разъяснительным переводом или переводческим комментарием. Выбор переводческой стратегии применительно к прецедентным феноменам зависит, в первую очередь, от типа текста и его коммуникативной направленности, типа реципиента, а также культурной и речевой традиции.

Библиографические ссылки

1. Захаренко И. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык. Сознание. Коммуникация: сб. статей / Ред. В.В. Красных, А. И. Изотов. М. : Филология, 1997. Вып. 1. С. 82-103.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : Едиториал УРСС, 2003. С. 216-260.

АНГЛИЙСКИЙ ВОЕННЫЙ СЛЕНГ И ЖАРГОНИЗМЫ, ВОШЕДШИЕ В ОБИХОДНУЮ РЕЧЬ

Н. Л. Стрельцов

Научный руководитель О. В. Сокеркина, старший преподаватель

*Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь*

Жаргон – набор упрощенных (укороченных или образных) слов и выражений, которые называют определенные действия, понятия, лица и часто используются ритуально, а также для замены уставных терминов и при их отсутствии в частности.

Сленг представляет собой особый пласт лексики, причем наиболее подвижный, который отражает языковую картину мира определенных культур и социальных прослоек, а также присущ определенным профессиям. Выделяют общий и специальный (профессиональный) сленг. К последнему относятся такие виды сленга как сленг компьютерщиков, таможенников, историков, военных, моряков, художников и др. Но в отличие от терминологии, технической и научной, профессиональный сленг не выражает научных понятий, а сленговые слова и выражения стилистически окрашены. Вне данной профессиональной среды они непонятны. Использование специального сленга становится маркером его носителя как «своего» в соответствующей среде и, таким образом, противопоставляет его «чужим».

Можно выделить несколько причин, по которым слова и выражения попадают из специального сленга в общий. Во-первых, это популярность определенных слов и выражений. Далее, полезность и востребованность предмета или явления. И наконец, потребность в выражении экспрессии.

Наша работа посвящена английскому военному сленгу и жаргонизмам, перешедшим из этой сферы деятельности в общеупотребительную. В первую очередь хотим отметить, что словами и выражениями, в част-