

2. Чуковский, К. И. Собрание сочинений : в 15 т. Т. 3 : Высокое искусство / К. И. Чуковский. – М., 2012. – 640 с.
3. Twain, M. Curing a Cold [Электронный ресурс] / М. Twain. – Режим доступа : <https://americanliterature.com/author/mark-twain/short-story/curing-a-cold> (дата обращения : 19.02.2022).
4. Twain, M. The Adventures of Huckleberry Finn [Электронный ресурс] / М. Twain. – Режим доступа : https://en.wikisource.org/wiki/Adventures_of_Huckleberry_Finn (1885) (дата обращения : 18.02.2022).
5. Twain, M. The Case of George Fisher [Электронный ресурс] / М. Twain. – Режим доступа : <https://americanliterature.com/author/mark-twain/short-story/the-case-of-george-fisher> (дата обращения : 19.02.2022).

Уланович О.И.

*Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь*

ПЕРЕДАЧА ЭКСПРЕССИВНОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИА ЗАГОЛОВКОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

***Аннотация.** Эквивалентность передачи англоязычных медиа заголовков при переводе на русский язык оценивается автором статьи через призму равнозначности экспрессивности словесных формулировок оригинала и перевода. Автором предлагается классификация переводческих стратегий передачи экспрессивности заголовка, включающая стратегии эквивалентной экспрессивности, экспрессивизации, деэкспрессивизации и нейтрализации.*

***Ключевые слова:** идеонимы, медиа заголовков, экспрессивность, перевод, передача экспрессивности, переводческие стратегии.*

TRANSFER OF THE EXPRESSIVENESS OF THE ENGLISH MEDIA HEADLINES IN THE PROCES OF TRANSLATION INTO RUSSIAN

***Summary.** The equivalence of translation of media titles from English into Russian is assessed by the author of the article through the prism of likeness of the expressiveness of the original wording and its translation variant. The author suggests a classification of translation strategies for transferring headlines' expressiveness, which includes the strategies of equivalent expressiveness, increased expressiveness, de-expressiveness and neutralization.*

***Keywords:** ideonyms, media title, expressiveness, translation, transfer of expressiveness, translation strategies.*

В массиве онимов национального языка идеонимы – названия продуктов интеллектуальной деятельности человека – располагаются на периферии ономастического поля в силу ослабления в их функциональном назначении концепта имени и по причине их «отягощенности» иными (помимо номинации) функциональными задачами. Идеоним является не только и не столько именем объекта или творческого продукта (литературного или музыкального произведения, полотна, скульптуры, танца, фильма и т. д.), сколько, как отмечает А.В. Суперанская, именуется идею, воплощенную в произведении [2, с. 212], т.е. аккумулирует его концептуальную сущность. Более того, названия продуктов творческой мысли и креативности творца должны быть привлекательными для потенциального потребителя (зрителя, читателя), побуждая к знакомству с произведением. Это предполагает акцентирование в идеониме аффективно-оценочных, чувственных компонентов семантики, апеллирование к эмоционально-чувственной сфере сознания реципиента и в меньшей степени – к его рациональной логике. Тем самым, экспрессивность идеонима становится ключевым критерием его функционально-коммуникативной состоятельности, а адекватное транслирование равноценной степени экспрессивности идеонима при переводе на другой язык – признаком эквивалентности перевода.

Экспрессивность речи интегрирует образность, эмотивность, оценочность, интензивность – т. е. характеристики речи, усиливающие манипулятивную силу слова. Среди различных классов идеонимов *заголовки СМИ-материалов* в наибольшей степени экспрессивно маркированы и наиболее чувствительны ко времени, культуре, экстралингвистическому контексту и образу целевого адресата. В «условиях конкурентной борьбы за рейтинги» компонент воздействия на адресата требует особой выраженности, что вынуждает акторов СМИ-дискурса действовать «в пространстве таких проектных установок, как креативность, многоуровневость, полисемиотичность, креализованность» [1, с. 57]. В связи с этим заголовки в медиа становятся квинтэссенцией, семантическим ядром, ключевым интеракциональным инструментом в диалоге СМИ адресант – адресат, что и определяет его экспрессивность с позиции структурно-семантических, эстетических, стилистических и прагматических характеристик формулировки.

Сравнительно-сопоставительный семантический, структурный и стилистический анализ параллельного экспериментального корпуса англоязычных (АЯ) СМИ-заголовков и официальных профессиональных вариантов их русскоязычных (РЯ) эквивалентов позволил нам предложить следующий комплекс стратегий передачи их экспрессивности при переводе, который включает: стратегии *эквивалентной*

экспрессивности, экспрессивизации, деэкспрессивизации и нейтрализации.

Стратегией **эквивалентной экспрессивности** предлагаем называть конструирование переводческого эквивалента, при котором сохраняются равнозначный набор средств экспрессии оригинала в переводе, что позволяет фиксировать равноценность выразительности и эффектов воздействия в оригинале и переводе. Таковыми являются: передача заголовка *Folly of the progressive fairytale* в формулировке *Сказка о прогрессе оказалась пустой блажью* (имеет место сохранение эмотивно-оценочных лексем: *folly, fairytale* – сказка, пустая блажь), а также перевод названия *Moscow starts to shut up shop* как *Москва «прикрывает лавочку»* (жаргонный фразеологизм с диминутивом в РЯ уравнивает экспрессивность оригинала, задаваемую ритмом, аллитерацией и идиомой). Эквивалентная экспрессивность присутствует и в следующих примерах передачи заголовков: *A Crossroad for Russia and America – Россия и Америка на перепутье* (сохранение метафорического выражения); *Addicted to travel – Вечные путешественники* (эпитет *addicted* в оригинале уравнивается аллюзией в переводе – «вечный» (*вечный студент, вечно молодой, вечно пьяный* и т.д.)).

Экспрессивизацией предлагаем именовать такую переводческую стратегию, при которой происходит акцентирование выразительности и аттрактивности заголовка в переводе посредством привнесения переводчиком в РЯ вариант не присутствующих в АЯ оригинале добавочных средств вербальной экспрессии. Данная стратегия реализована в переводе заголовка *Thalassotherapy changes its image* как *Талассотерапия – второе рождение*. Помимо трансформации грамматической структуры предложения в перевод привносится аллюзивная отсылка к библейскому откровению перерождения (второго рождения), что предполагает отречение от прежнего и обретение нового смысла и своего более совершенного воплощения. Это позволяет утверждать о большей степени экспрессивности РЯ варианта заголовка.

Экспрессивизацию можем фиксировать и в примерах заголовков ниже, когда при подборе РЯ эквивалента активно-нейтральное действие в оригинале меняется на активно-агрессивное в переводе (*Winning Contracts – Захват рынка*), или же вместо отмеченного в оригинале *состояния* в переводческом эквиваленте акцентируется *действие* (*After America – В погоне за Америкой*).

Противоположной вышеотмеченной является стратегия **деэкспрессивизации**, при которой можно фиксировать потерю при переводе эффектов воздействия в силу снижения уровня языковой экспрессии. Так, при передаче заголовка *Making the world work again* в формулировке *Как наладить механизмы мировой экономики* имеет

место, с одной стороны, эквивалентное транслирование аллитерации (*world work*; *механизмы мировой*), с другой – потеря в переводе ассонанса и ритма оригинала (*world work again*). В итоге оригинал более аттрактивен нежели его РЯ эквивалент, поскольку в АЯ заголовке задействован комплекс разнородных средств языковой экспрессии: аллитерация, ассонанс, ритм, герундий, метафорическое выражение.

Примерами деэкспрессивизации могут служить следующие варианты перевода: *Mighty Mouse* – *Мышонок, ставший супергероем* (экспрессивность лексемы «супергерой» недостаточна для компенсации потери лаконичности, ритмичности и аллитерации, присутствующих в оригинале); *A Run on Russia* – *Бегство из России* (эмотивность лексемы «бегство» не уравнивает экспрессивность аллитерации и предлога *on* в оригинале); *A Russia reset? Maybe not yet* – *Перезагрузка отношений с Россией?* (отмечаемые в оригинале ритм, рифма и лаконичность не компенсируются метафорой «перезагрузка»).

Реализацией *стратегии нейтрализации* предлагаем именовать случаи фактически полной потери экспрессивности АЯ оригинала в предложенном варианте РЯ перевода. Так, экспрессивность заголовка *Now Comes the Tough Part in Russia* задается симультанным использованием инверсии, ассонанса и ритма. РЯ эквивалент *Для России наступают сложные времена* звучит тривиально и уныло. Аналогичным образом довольно банально звучит заголовок *Роль отца в семье*, предложенный в качестве перевода оригинального *Re-emphasizing the role of fathers*, а также вариант *Почему Трамп не может загнать Китай* для оригинала *Why Trump Can't Bully China*.

Приоритетность той или иной стратегии передачи экспрессивности заголовка при построении переводческого эквивалента зависит от ряда факторов: сопоставимости языковых систем, индивидуального переводческого стиля, от особенностей журналистской риторики в принимающей лингвокультуре, образно-стилистических ресурсов языка перевода, а также – от дискурсной принадлежности публицистического материала (политика, спорт, экономика, образование и т. д.). При этом смеем утверждать, что в силу специфики СМИ-заголовков как особого класса идеонимов их передача на другой язык – это всегда переводческое решение креативного свойства, в котором стилистическая эквивалентность и равноценность эффектов воздействия превалируют над эквивалентностью семантики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Синельникова, Л. Н. Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века / Л. Н. Синельникова // Политическая лингвистика. – № 3(29). – 2008. – С. 56-68.

2. Суперанская, А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.

Усачев В.А.

*ГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,*

Донецк, ДНР

Усачева Г.М.

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»,*

Донецк, ДНР

СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЙ МОДЕЛИ ПЕРЕВОДА

***Аннотация.** Предложенная статья посвящена особенностям репрезентативной модели перевода, с помощью которой описывается весь сложный процесс перевода и создание равноценного текста на искомом языке, текста, полностью и достоверно передающего необходимую ситуацию, которая описана в предложенном переводе.*

***Ключевые слова:** перевод, репрезентативная модель, язык, текст, особенность, ситуация, знак.*

SPECIFICITY OF THE REPRESENTATIVE TRANSLATION MODEL

***Summary.** The proposed article is devoted to the features of a representative translation model, which describes the entire complex process of translation and the creation of an equivalent text in the target language, a text that completely and reliably conveys the necessary situation, which is described in the proposed translation.*

***Keywords:** translation, representative model, language, text, peculiarity, situation, sign.*

Проблемами разнообразных моделей перевода занимались в разное время многие ученые и лингвисты, начиная от английских лингвистов Джона Ферса и Джеймса Кэтфорда, которые попытались использовать их в теории перевода, и заканчивая отечественными лингвистами В.Н. Комисаровым, В.Г. Гаком и Л.С. Бархударовым, которые отмечают значительное воздействие данного фактора на весь ход перевода.

Мы ставим перед собой целью раскрытие теоретической значимости репрезентативной модели перевода во всем целостной процедуре перевода, в целом способствующего сглаживанию смысловых