

К ВОПРОСУ О СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ АНГЛИЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ В УСЛОВИЯХ КРОСС-КУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В статье рассматриваются некоторые стилистические особенности английских публицистических текстов на материале оригиналов статей газет *The Times* и их официально опубликованных переводов. Проводится сопоставительный анализ, внимание уделяется трудностям перевода английских газетных заголовков согласно нормам публицистического стиля русского языка; особенностям перевода устойчивых выражений; частотности употребления лексических единиц; проблемам, связанным с расхождением частотности их употребления; стилистической разноплановости лексики и особенностям перевода стилистически окрашенной лексики.

Ключевые слова: публицистика, газетный стиль, стилистика, перевод заголовков, кросс-культурное взаимодействие, эквивалентность.

Сегодня происходит невиданная активизация международного общения. В едином политико-экономическом контексте и информационном поле живут и действуют уже не только соседствующие народы, но и представители разных стран, живущих на отдаленных континентах, которые некогда даже и не подозревали о существовании друг друга.

Вместе с беспрецедентным ростом международного общения, а, значит, и развития и постоянного усиления кросс-культурного взаимодействия [4], пропорционально выросла и потребность осуществления перевода в процессе коммуникации.

За последние годы произошли существенные изменения, предопределенные экстралингвистическими факторами – глобальными переменами в политической и экономической жизни нашего общества, интеграции в мировое сообщество. Публицистика, которую называют летописью современности, т. к. она обращена к злободневным проблемам [6], близка к художественной литературе. Так же как и беллетристика, публицистика тематически неисчерпаема, огромен ее жанровый диапазон, велики выразительные ресурсы. Все эти особенности обусловили своеобразие образной системы публицистического стиля, а также сложность ее передачи на другом языке.

Для газетных статей характерна концентрическая подача информации, облегчающая читателю возможность выбрать в газете то, что его интересует. Заголовок дает самую общую ориентацию. При этом очень часто заголовки сообщают основную мысль газетной статьи, но

иногда информативность заголовка сведена к минимуму [3].

Рассмотрим следующие заголовки:

1) *Spies collect more toys as cold war turns to hot peace* – Шпионы собирают новые игрушки, когда холодная война превращается в жаркий мир [14].

2) *Diamonds could be Putin's best friend in Norilsk saga* – Лучшие друзья Путина – это бриллианты [12].

3) *Can you be green, blue or Goldsmith?* – Миллиардер за консерваторов и за экологов? [11].

Заголовок *SPIES COLLECT MORE TOYS AS COLD WAR TURNS TO HOT PEACE* основан на игре слов. Здесь, прежде всего, бросаются в глаза словосочетания «cold war» и «hot peace». Если рассматривать значения слов в каждом словосочетании независимо друг от друга, то может показаться, что речь идет о противоположных понятиях. Слова «cold» – «hot», «war» – «peace» являются антонимами. Но в данном контексте нужно отталкиваться от того, что «cold war» – это общепринятое устойчивое выражение, означающее враждебный политический курс, который правительства западных держав стали проводить в отношении СССР и других социалистических держав по окончании Второй мировой войны. Это словосочетание переводчик перевел аналогичным русским выражением «холодная война». Но выражение «hot peace» отнюдь не является антонимичным. Оно не имеет значения «теплые дружеские отношения», а даже наоборот его следует понимать как «разжигание огня ненависти». Слово

«rease» здесь было употреблено в смысле обратном буквальному с целью насмешки, т. е. это пример иронии. Переводчик перевел это словосочетание как «жаркий мир», и оно не потеряло смысла, который автор статьи вложил в эту фразу. Прочитав статью можно убедиться в том, что речь действительно идет о недоверии Запада России. Более того, Запад видит в лице России угрозу безопасности, поэтому правительства включают в работу спецслужбы.

Заголовок CAN YOU BE GREEN, BLUE OR GOLDSMITH? представляет особую трудность при переводе. Здесь игра слов создается за счет сочетания фамилии «Goldsmith» и слов «green» и «blue». Статья представляет собой интервью известного в Великобритании потомственного миллиардера Зака Голдсмита. Темой интервью является экология Великобритании и политические взгляды Зака Голдсмита. При этом он основал журнал Ecologist и является сторонником партии Тори. Отсюда были проведены параллели с цветами: экология – организация по защите природы «Грин Пис» – зеленый; сторонник Тори – консервативная партия – синий. А фамилия героя статьи Голдсмит состоит из двух слов, одно из которых переводится как «золотой». Дословно перевести заголовок можно было бы следующим образом: Можно ли быть зеленым, синим и Голдсмитом? Но в таком случае не сохраняется игра слов и более того заголовок вообще теряет всякий смысл. Российский читатель не поймет, о чем идет речь. Именно игра слов чаще всего является камнем преткновения при переводе вообще и, в частности, при переводе заголовков. Выход из положения – в описательном нейтральном переводе: МИЛЛИАРДЕР ЗА КОНСЕРВАТОРОВ И ЗА ЭКОЛОГОВ? Переводчик не стал использовать цвета, которые являются символами, а написал конкретно, о чем говорится в статье. Он также изменил структуру предложения, но при этом оставил его вопросительным – вопросительные знаки привлекают внимание читателя. При изменении структуры заголовка переводчик учел особенность заголовков отечественных газет, для которых характерно преобладание безглагольных заголовков. Таким образом, перевод хоть и потерял компонент экспрессивности, заложенный автором статьи, но зато он максимально приближает содержание заголовка оригинала и перевода.

В случае, когда переводчику не понятна игра слов, он может обратиться также к предложению-аннотации, которое, как правило, дает представление о том, что кроется за выражением, представленном в заголовке [10]. Заголовок газеты The Times DIAMONDS COULD BE PUTIN'S BEST FRIEND IN NORILSK SAGA является переделанной строчкой из песни, которую исполняла Мерлин Монро. И, безусловно, англоязычные читатели сразу же разглядят здесь иронию. Но и в России эту строчку из песни использовали, в результате чего появилась на свет песня группы «ВИА Гра», которая называется «Лучшие друзья девушек – это бриллианты». Это, очевидно, облегчило переводчику труд, который перевел заголовок статьи аналогично английскому, т. е. он переделал строчку из песни: ЛУЧШИЕ ДРУЗЬЯ ПУТИНА – ЭТО БРИЛЛИАНТЫ. Фразу «in Norilsk saga», которая еще больше усиливает ироничный эффект, переводчик опустил, поскольку она в русском варианте будет уже избыточна. С нашей точки зрения, перевод заголовка не уступает заголовку оригинала по силе эмоционального воздействия.

В газетных заголовках особенно широко используются жаргонизмы и другие лексические элементы разговорного стиля [6]. Даже если в самой статье какая-либо ситуация описывается в более сдержанном стиле, заголовок часто носит более разговорный характер.

Принимая во внимание все вышесказанное, можно выделить основные трудности перевода газетных заголовков:

- 1) использование деформированных фразеологизмов, устойчивых выражений, названий литературных произведений, песен и т. д.;
- 2) использование таких стилистических средств как игра слов;
- 3) использование разговорных форм и жаргонизмов, в том числе профессиональных;
- 4) использование сокращенных фамилий и прозвищ известных политических деятелей.

С одной стороны, все это играет важную роль для привлечения внимания читателей, но с другой – это создает определенные трудности для переводчика. Для того чтобы облегчить себе работу переводчик должен руководствоваться следующим [1], [7]:

- 1) переводчик должен постоянно пополнять свои знания в области фразеологии изу-

чаемого языка, в области культуры этой страны с целью более полного и глубокого знакомства с реалиями;

2) переводчику следует начинать перевод заголовка после с ознакомлением со статьей, чтобы облегчить понимание содержания заголовка, если оно не ясно.

Характерная особенность газетного стиля, как английского, так и русского, заключается в стилистической разноплановости лексики. Наряду с книжной лексикой здесь широко используются разговорные слова и сочетания, сленг, наряду с терминологической и профессиональной лексикой нейтральная, лишенная какой-либо стилистической окраски. Но нужно обязательно учитывать, что количественное отношение этих разно стилиевых элементов в языке газеты неодинаково для русского и английского языков. Отсюда следует, что, переводя на русский язык английскую газетную статью, переводчик должен руководствоваться нормами русского публицистического стиля. Таким образом, иногда переводчику нужно заменять единицы, относящиеся к одному стилистическому пласту, на единицы, относящиеся к другому стилистическому пласту, которые характерны для данного жанра [2]. Подобные изменения получили название стилистической модификации. Рассмотрим следующий пример:

«If it fails, it will just say it tried its damndest» [14].

«Если нет – он сможет сказать, что старался изо всех сил».

Слово «damned» в английском языке не просто принадлежит к разговорной лексике, но и является ругательством. Перевод его зависит от контекста, а зачастую его вовсе не переводят. В данном случае автор употребил это прилагательное в превосходной степени, что придало высказыванию еще больше экспрессии. Учитывая контекст, можно предположить, что значением слова «damndest» здесь является «очень сильно, прилагая максимум усилий». Переводчик перевел это слово фразеологизмом «изо всех сил». Как известно, фразеологизмы стилистически весьма выразительны [1]. Согласно фразеологическому словарю, «изо всех сил» значит «с предельным напряжением, интенсивностью делать что-либо». Таким образом, переводчик, заменив ругательство «damndest» на фразеологизм «изо всех сил», сохранил экспрессивный

элемент высказывания, избежав при этом употребления ненормативной лексики, которая недопустима в отечественных газетах.

В следующем примере автор использовал сленговое слово «mob», которое переводится как «нападать толпой или окружать». Это слово придает особую эмоциональную окраску. В этой статье говорится о том, как россияне отреагировали на слух о прекращении ввоза соли из Украины. Чтобы лучше передать ажиотажное настроение, воцарившееся в народе, он использовал сленг.

«In the central Tula region, where the official made his throwaway remark, people mobbed stores and markets, pushing salt prices up from 3 roubles per kilo to 60 roubles (£1.20)» [14].

«В Тульской области, где российский чиновник сделал заявление, породившее ажиотажный спрос на соль, толпы людей ринулись в магазины и на рынки, и за короткое время цена на этот продукт возросла с 3 рублей до 60 рублей за килограмм».

В русском языке вряд ли найдется сленговое слово, которое было бы у всех на слуху (а это для газеты очень важно), и которое могло бы передать всю эмоциональность происходящих событий, описанных английским корреспондентом. Но зато этим требованиям отвечает нейтральное слово «ринуться», которое имеет следующее значение: стремительно броситься устремиться. Тем более, оно употреблено со словосочетанием «толпы людей», что намного усиливает впечатление. Так, переводчику удалось передать впечатления, прежде всего, автора статьи. При этом он употребил привычное для русского читателя выражение, не исказив содержания текста.

Таким образом, становится очевидным, что для перевода газетных статей с английского языка на русский наиболее характерны такие стилистические модификации как замена научной и разговорной функциональной окраски книжно-письменной и нейтральной. При этом важную роль играют жанровые характеристики высказываний [5].

При сопоставлении текстов оригиналов и переводов газетных статей, мы выявили следующую закономерность. При переводе на русский язык нужно учитывать частотность употребления тех или иных слов в рамках стиля газеты. Например, такие словосочетания как «to

be under spotlight» и «to focus» переводить следует «быть/находиться в центре внимания», поскольку именно это выражение наиболее часто употребляется в русской прессе. Глагол “fail” имеет несколько значений. Поэтому, переводя на русский язык статью, прежде всего, нужно обращать внимание на то, какое именно значение активизировано в данном контексте, а затем выбрать тот вариант, который наиболее часто употребляется в прессе [9]. Например, если глагол имеет значение «не иметь успеха», то в этом случае используются фразы «в случае неудачи/провала». Если этот глагол имеет значение «не исполнить», то в русском тексте нужно употребить глагол «не смочь». Если ситуация того требует, то можно применить такой прием как свертывание словосочетания и конкретизировать перевод.

Переводчику, работающему с прессой, нужно хорошо ориентироваться в лексике. И если он переводит с английского языка на русский, то он непременно должен знать, какие слова и словосочетания используются наиболее часто при переводе тех или иных оборотов [6]. И наоборот, то же нужно учитывать при переводе с русского на английский. Это позволяет не только облегчить работу самого переводчика, но также адаптировать текст к языку, на который делается перевод.

Одной из наиболее важных коммуникативных функций публицистического стиля является экспрессивная, связанная с передачей отношения говорящего к высказыванию. В связи с этим следует обратить внимание на адекватность перевода. Ведь, учитывая всю необходимость передачи экспрессивной функции текста оригинала, переводчик должен сопоставлять реакции на начальное и конечное сообщение [8]. Обычно в процессе перевода текст переадресовывается иноязычному получателю с учетом его реакции, как интеллектуальной, так и эмоциональной. При этом переводчик не всегда использует при переводе такие же стилистические средства, что и в оригинале, т. к. для него главную роль играет достижение сходного экспрессивного эффекта.

Анализируя стилистическую сторону английских и русских газетных статей, мы выявили, что наиболее часто встречаются метафоры. Статьи, объектом которых являются политические события, наиболее насыщены метафо-

рами. При этом метафоры нередко связаны с миром искусства (театра, музыки) и спорта. Хотелось бы обратить внимание на заголовок этой статьи «Rival writers start last chapter in war of words over Da Vinci Code» [12]. Здесь мы видим сразу две метафоры: «start last chapter» и «war of words». Значение первой метафоры связано с тем, что автор сравнивает судебные заседания с актами пьесы, о чем говорилось немного выше. Смысл второй метафоры «war of words» (что переводится как «война слов») заключается в следующем: Дэна Брауна обвиняют не только в заимствовании самой идеи книги, но и в том, что он даже частично перенял язык книги «Святая Кровь и Святой Грааль», авторы которой и подали в суд на него. Экспрессивная насыщенность заголовка статьи призвана привлечь внимание читателя. Однако перевести такой заголовок дословно, сохранив и семантический и экспрессивный компоненты, едва ли удастся. Если попробовать это сделать получится следующее: «Конкурирующие писатели начали последнюю главу в войне слов за «Код да Винчи» или «Конкурирующие писатели начали последнюю главу в словесной битве за «Код да Винчи». Очевидно, что подобные переводы не просто неблагозвучны, но и громоздки, поэтому теряется весь смысл заголовка. Ведь заголовок должен не просто отражать основное содержание статьи, но также привлекать внимание читателя, вызывать его интерес. Переводчик изменил структуру заголовка, произвел перераспределение компонентов. В результате получился заголовок, отвечающий на два основных вопроса Что? и Где?: «В Лондоне началась судебная битва вокруг «Кода да Винчи». Переводчик использовал метафору «судебная битва», которая перекликается с обеими метафорами оригинала.

Таким образом, переводчик, произведя некоторые изменения в структуре заголовка, перевел его согласно всем требованиям и правилам перевода заголовков. И данный перевод можно считать адекватным, как с точки зрения стилистического аспекта перевода, так и прагматического.

Авторы политических статей довольно часто используют олицетворение, говоря о взаимоотношениях разных стран, как о личных взаимоотношениях людей. Это не только придает особую эмоциональную окраску, но и упроща-

ет процесс понимания сложных политических отношений, в которых порою могут разобраться только политические эксперты, политологи. Но стоит помнить, что все-таки аналитическая политическая статья носит субъективный характер, поскольку отражает, прежде всего, мнение автора.

Приведем примеры, где авторами статей было использовано олицетворение.

1) «In the past two years the West has again started to see Russia as a security threat...» – «В прошедшие два года Запад начал видеть в России угрозу для безопасности...» [14];

2) «Russia is sitting on a vast nuclear arsenal as well as poorly guarded stockpiles of nuclear material». – «Россия имеет значительный ядерный потенциал, причем ее ядерные материалы очень слабо охраняются» [13].

Эти примеры свидетельствуют о том, что при переводе олицетворения, как правило, не возникает сложностей. Но в последнем случае переводчик все-таки внес некоторые коррективы, переведя фразу «Russia is sitting on a vast nuclear arsenal» как «Россия имеет значительный ядерный потенциал». При этом смысл сообщения совершенно изменился. В английском выражении, которое дословно переводится как «Россия сидит на обширном ядерном арсенале», можно увидеть подтекст: Россия находится в опасном положении, т. к. «ядерный арсенал», на котором она сидит, может в любой момент взорваться. Но переводчик перевел это предложение иначе. Конечно, английское выражение «Russia is sitting on a vast nuclear arsenal» содержит значение «имеет значительный ядерный потенциал», но здесь основную роль играет, судя по контексту, значение «опасности». Дело в том, что речь в статье «Spies collect more toys as cold war turns to hot peace» [14] («Шпионы собирают новые игрушки, когда холодная война превращается в жаркий мир») идет о нагнетании мировой политической обстановки в связи с ситуацией в Ираке, где Россия – один из главных участников конфликта. На переводчика, по-видимому, повлияла его собственная точка зрения при работе над статьей, поскольку в его переводе прослеживается совсем иная мысль: «имеет значительный ядерный потенциал», т. е. Россия – это великая держава, и ее нужно уважать.

Неотъемлемую часть газетной статьи составляют эпитеты, которые призваны не толь-

ко отражать точку зрения автора, но и влиять на формирование мнение читателя. Эпитеты, которые сразу бросаются в глаза, несут негативный характер. Стоит заметить, что эпитеты с отрицательной оценочностью встречаются гораздо чаще. Например, в статье *Deadly viruses mutating to infect humans at rate never seen before* [13], темой которой были вирусы, поражающие человечество. В самом заголовке статьи на первом месте стоит слово «deadly» (смертельный, смертоносный), задача этого эпитета поразить воображение читателя, привлечь его внимание к статье. Далее в тексте встречается эпитет «the deadliest», что также создает тяжелую атмосферу. Трудностей у переводчиков перевод данных эпитетов, очевидно, не вызвал, поскольку все они имеют эквиваленты в русском языке, и при переводе как семантический, так и экспрессивный компоненты были сохранены.

Приведенные выше примеры свидетельствуют о том, что при переводе необходимо учитывать функциональную характеристику высказывания. Это особенно важно в тех случаях, когда ведущей функциональной характеристикой является экспрессивность высказывания.

Таким образом, стилистическими особенностями английской публицистики являются концентрическая подача информации; обилие фразеологизмов (в том числе деформированных); применение приемов, основанных на игре слов, а также широчайший охват многозначной, полисемантической лексики литературного языка по различным тематическим направлениям с огромным жанровым диапазоном, который включает всевозможные выразительные средства и тропы: от достаточно нейтральных научных и технических терминов до слов обыденной разговорной речи. Иногда публицист может выходить за рамки литературного языка, используя в своей речи экспрессивные, коннотативно яркие жаргонизмы и даже вульгаризмы, представляя достаточно высокую сложность для переводчика.

Изложенный в данной работе материал подтверждает трудность и многогранность процесса перевода, а также многообразие внутриязыковых внеязыковых факторов, определяющих переводческие решения. Эти факторы порой противоречат друг другу, и учет одного из них не всегда совместим с полным учетом другого. Однако отсутствие строго регламентиро-

ванных решений привносит в переводческую деятельность элемент творчества.

Проведенное исследование показало, что при переводе английской публицистики возникает вопрос: нужно ли передавать стилистические особенности и своеобразие текста и, если да, то какими средствами. Переводчик должен решить, следует ли равняться на стиль русскоязычной прессы или на стиль оригинала, или вообще пренебречь трудно передаваемыми характеристиками текста.

Мы пришли к выводу, что однозначного ответа или решения не существует. В каждом конкретном случае необходим индивидуальный подход к интерпретации оригинального текста,

учитывая помимо всего набора языкового инструментария, и экстралингвистические факторы: современные реалии, исторический фон, систему ценностей и прочие аспекты, имеющие как общие, так и расхожие черты, проявляющиеся в процессе кросс-культурного взаимодействия. Таким образом, целесообразно принимать во внимание назначение перевода, поскольку любые стилистические средства экспрессивны, т.к. имеют эмоциональную окраску или оценочное действие или суждение, и в большинстве случаев лишь загромождают текст излишней информацией и могут быть переданы в переводе только в сопровождении подробных примечаний.

25.09.2014

Список литературы:

1. Антонова, А.В. Средства выражения промиссивной интенции в английском языке: монография / Под редакцией А. В. Антоновой. – Оренбург, 2007. – 117 с.
2. Еремина, Н.В. Самостоятельная работа студентов с фономатериалом в условиях неязыкового бакалавриата / Н.В. Еремина, В.В. Томин // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: мат-лы Всероссийской науч.-метод. конф. – Оренбургский государственный университет. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2014. – С. 2728–2732.
3. Забелин, В.В. Стилиевая специфика языка газеты / В.В. Забелин // Общая стилистика: теоретические и прикладные аспекты. Сборник научных трудов. – Калинин, 1990. – С. 112–115.
4. Ксенофонтова, А.Н. Интернет-диалог и медиавзаимодействие в развитии речевой деятельности студентов / А.Н. Ксенофонтова, В.В. Томин // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – №12. – С. 54–59.
5. Ксенофонтова, А.Н. Теоретические и прикладные аспекты развития речевой деятельности: монография / А.Н. Ксенофонтова, Н.В. Еремина, В.В. Томин. – Оренбург: ОГУ, 2006. – 263 с.
6. Моисеева, И.Ю. Деривационные механизмы процесса текстообразования (на примере текстов-примитивов Internet) / И.Ю. Моисеева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – №11. – С. 82–88.
7. Сахарова, Н.С. Развитие академической мобильности студентов университета в современном пространстве – времени высшего профессионального образования / Н.С. Сахарова, В.В. Томин // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №2. – С. 221–225.
8. Томин, В.В. Взаимодействие старшеклассников на уроках иностранного языка нетрадиционных форм, направленных на развитие иноязычной компетенции / В.В. Томин, А.А. Рул // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Изд-во «Грамота», 2014. – №4. – Ч. 3. – С. 180–183.
9. Томин, В.В. Диалоговое взаимодействие как фактор сформированности самостоятельности магистрантов / В.В. Томин, Н.В. Еремина // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: мат-лы Всероссийской науч.-метод. конф. – Оренбургский государственный университет. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2014. – С. 2772–2778.
10. Томин, В.В. О лингвистических особенностях электронного перевода научно-технического текста / В.В. Томин, Н.В. Еремина, А.Ю. Богомолова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №11. – С. 199–205.
11. Cavendish, C. Can you be green, blue and Goldsmith? / C. Cavendish // The Times, 2006. – February, 18.
12. Evans, J. Diamonds could be Putin's best friend in Norilsk saga / J. Evans // The Times, 2006. – January, 14.
13. Henderson, M. Deadly viruses mutating to infect humans at rate never seen before / M. Henderson // The Times, 2006. – February, 21.
14. Page, J. Spies collect more toys as cold war turns to hot peace / J. Page // The Times, 2006. – January, 25.

Сведения об авторах:

Еремина Наталья Владимировна, доцент кафедры иностранных языков
Оренбургского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент

Томин Виталий Вячеславович, доцент кафедры иностранных языков
Оренбургского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 20614, тел.(3532) 372433,
e-mail: vniomot@yandex.ru