

интервью. Следующая особенность перевода – стремление к передаче модусов объективной и субъективной модальности, которые активно используются в политическом интервью (*I think, I believe, probably* и т.д.). Особенности могут быть также продиктованы тем, что английский и русский языки имеют ряд различий на всех уровнях языка. Это обуславливает использование приема снижения образности, поскольку русскому языку в меньшей степени присуща «высокая» экспрессия.

Вместе с тем необходимо добиваться максимально точной передачи речи – интонации и импликации – и грамматических средств, которые использовал коммуникант, чтобы избежать искажений. Данная особенность важна как для перевода политического интервью в целом, так и для иллюстрирования гендерных особенностей политических деятелей. Поскольку особенностью политического интервью является сочетание разговорных и политических элементов, то особенностью его перевода будет передача и тех и других.

Любое политическое интервью изобилует оценочной лексикой. Ее передача в ПЯ очень важна как для сохранения особенностей этого жанра, так и для отображения его гендерного аспекта. Еще одной особенностью политического интервью является точная передача когнитивной информации, а именно фактов, антропонимов, дат и статистических данных. Особое внимание следует уделить переводу антропонимов, который осуществляется путем транскрибирования и транслитерирования.

Таким образом, нужно сказать, что знание особенностей дискурса, с которым работает переводчик, и принципов перевода является постоянным компонентом его компетенции и становится основой выбора общего направления действий, которое соотносится с общей стратегией перевода.

И. Долбенко

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Неотъемлемой частью газетных публикаций является заголовок. В прессе заголовок занимает сильную позицию. Именно на него читатель обращает внимание в первую очередь. На примере американских газет «The Economist», «Los Angeles Times», «New York Times», «USA today» рассмотрим основные особенности заголовков.

Выделяются четыре типа заголовков, предполагающих свои смысловые схемы понимания их читателями. Это заголовки:

- 1) для понимания результирующего смысла которых не требуется обращение читателя к тексту статьи;
- 2) которые интерпретируются только после прочтения текста статьи;
- 3) интерпретируемые сразу, но требующие повторной интерпретации после прочтения текста статьи;
- 4) в которых фразы прецедентных текстов используются в прямом значении.

Критерии предусмотренные в англоязычных заголовках: использование простых времен, в частности Present Simple, неологизмов, которые являются характерной особенностью газетной лексики, а также словосложения и аббревиатур.

В процессе научной работы мы пришли к выводу, что при переводе заголовков, а также некоторых словосочетаний и фраз из английских газетных статей не всегда удается добиться точности перевода, из-за специфики стилевого оформления газет, поэтому при переводе приходится прибегать к опущениям или добавлениям, а также к лексическим и синтаксическим трансформациям. Журналисты используют гибкость и богатство английского языка, создавая эффектные заголовки с помощью разных коммуникативных тактик. Таким образом, рассмотрев более пятидесяти заголовков газетных статей по различной тематике, можно сделать вывод о том, что в заголовках реализуются все основные функции, однако преобладают номинативная и рекламная. Некоторые заголовки вообще не дают представления о содержании статьи, а имеют единственную цель – заинтересовать читателя. Заголовки статей современных изданий характеризуются максимальной лексической и грамматической компрессией, во многих случаях можно наблюдать одновременное использование различных средств сжатия заголовка, например в заголовках используется числительное, сокращение, опущение глагола и двух артиклей. В качестве специфической лексической особенности выделяется использование терминов в прямом и метафорическом значениях, а наиболее яркой грамматической особенностью является высокочастотное употребление причастия настоящего времени, которое наблюдается в более чем 10 % заголовков.

С. Духновская

РАСКРЫТИЕ ИМПЛИКАЦИИ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Импликацию можно охарактеризовать как семантическую категорию текста, которая передает новую, дополнительную информацию, характеризуется вариативностью восприятия и способствует раскрытию смысла высказывания. Выявление импликации осуществляется при помощи логических усилий читателя, приводящих к пониманию высказывания.

Для раскрытия импликации необходимо установить взаимосвязь имплицитного содержания со смежными семантическими явлениями в языке: пресуппозиция, подтекст и фоновые знания, которые составляют экстралингвистический компонент импликации. Пресуппозиция содержит информацию, которая известна коммуникантам, а импликация содержит новую, дополнительную информацию, которая может варьировать в зависимости от восприятия читателя и способствовать дальнейшему развитию высказывания. Импликация и подтекст занимают определенное место в организации содержательно-смыслового аспекта текста и придают ему дополнительную глубину, но в разных масштабах: в подтексте эта информация помогает более полному раскрытию главных тем, а импликация отражает обстановку отдельного эпизода. Импликация и фоновые знания влияют на осознание