

в Мексике. Заголовки в виде вопросов пробуждают мысль и создают у читателей определенную реакцию: *Could your birdfeeder be killing with kindness? – А вдруг ваша кормушка медленно убивает?* Глагольные предложения в заголовках представлены в основном повелительными предложениями: *Act now or lose your £20,000 allowance. – Действуйте сейчас или попрощайтесь с пособием в 20 000 фунтов.* Часто в прессе используются заголовки, выраженные именными предложениями: *South Korea and Japan, friendly foes. – Северная Корея и Япония, заклятые друзья.*

К неполным относятся предложения с редукцией всего сказуемого или его части. Например: *Heathrow to cost more by Crossrail than tube. – Доехать до Хитроу на Crossrail будет дороже, чем на метро.* *Artists in battle over modern art work fund. – Художники не довольны фондом современного искусства.* Зачастую заголовки содержат прямую речь: *Parents Put Children in Chains, Police Say. – Родители заковывают детей в цепи, сообщает полиция.*

Заголовки также могут оформляться сложными предложениями: *Miami bridge death toll rises as officials look at why and how of collapse. – Число погибших возрастает, пока расследуются причины крушения моста в Майами.*

Из 50 проанализированных заголовков 17 являются повествовательными глагольно-именными предложениями. Следовательно, можно сделать вывод о том, что заголовки данного типа являются самыми распространенными.

А. Сидорко

АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДОВ ПОЭМЫ А. БЛОКА «ДВЕНАДЦАТЬ»

Нами было проанализировано два варианта перевода поэмы А. Блока «Двенадцать» на английский язык, которые выполнили Мария Карлсон, профессор славянских языков и литератур, и Аврил Пайман, британский филолог и переводчик русской литературы.

Относительно сохранения формально-стихотворных характеристик исходного текста М. Карлсон придерживается оригинального деления на строки и строфы, а также по возможности вкрапляет в перевод элемент рифмы. Вариант перевода А. Пайман можно охарактеризовать как нехудожественный смысловой перевод, где формальные признаки стихотворения в целом не сохранены.

Поэма А. Блока «Двенадцать» чрезвычайно насыщена экспрессивными просторечными лексическими единицами. Уменьшительно-ласкательные суффиксы в обоих переводах передаются при помощи английских прилагательных *little* и *sweet*: *зубки – little teeth, толстоморденькая – sweet fat mug* (А. Пайман). Поскольку события в поэме привязаны к определенному историческому событию, в тексте можно встретить такие реалии, как *цигарка, керенки, картуз, красная армия*. К группе исторических реалий можно также отнести слово *буржуй*. Очевидна смысловая разница между *буржуа* – представителем социального класса, и *буржуем* – классовым врагом, врагом революции, которую при переводе подчеркивает А. Пайман транслитерацией *burzhui*.

При анализе двух переводов на английский язык поэмы Блока «Двенадцать» нами были выявлены следующие ошибки.

Разграничение паронимов. В первой главе, переведя слово *барыня* как *young lady*, М. Карлсон, вероятно, перепутала его со словом *барышня*.

Буквальный перевод фразеологизма. Идиоматическое выражение во второй главе *бубновый туз на спине* А. Пайман передает дословно: *the ace of diamond on the back*. В седьмой главе в отношении фразеологизма *завел шарманку* она вновь применяет метод буквального перевода – *the beggar turned on the barrel organ*.

Искажение смысла. Во второй главе двестишье *Ну, Ванька, сукин сын, буржуй, Мою, попробуй, поцелуй!* М. Карлсон переводит как *Well, Van 'ka, bastard, bourgeois guy, Why not give my kiss a try!*

Особенностью переводческой стратегии М. Карлсон является частое использование синтаксического параллелизма и антонимического перевода, тогда как для перевода А. Пайман характерен синтаксический буквализм.

И. Сидорук, Е. Дингилевская

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Эмоциональные характеристики являются важной составляющей интервью как одного из жанров современной публицистики. Для выявления трудностей, связанных с переводом эмоциональных характеристик интервью, мы рассмотрели 50 интервью различной тематики из американской прессы последних лет (The New Yorker, Los Angeles Times, New York Post, Vogue, Chicago Tribune, New York Daily News, The Rolling Stone, USA Today, Cosmopolitan, Vanity Fair, Time, People, National Geographic, Billboard).

Главными объектами, находящимися в фокусе исследования, стали заголовки, эмоционально окрашенные единицы, наличие шуток, нецензурной лексики, восклицательных и вопросительных предложений.

В большинстве случаев заголовки имеют нейтральную окраску с указанием интервьюируемого и события, с ним связанного. Однако зачастую в заголовках используются слова, привлекающие внимание читателя, при этом важно сохранять эмоциональную окраску этих слов при переводе. Например: *Will Ferrell asked Roger Federer **rhard-hitting** questions about his diet, game and fansat Australian Open.* – Уилл Феррелл задал Роджеру Федереру **провокационные** вопросы о его диете, играх и болельщиках на турнире Australian Open.

7 заголовков из 50 отобранных представляют собой цитаты из самого интервью. Например, *'I've Got to Be Myself': The Sachin Tendulkar Interview*, что в переводе может звучать как «Я должен быть собой»: интервью с Сачином Тендулкар.

Среди эмоционально окрашенных единиц в самом интервью мы выделили: междометия (*oh, God, man*); вводные слова и конструкции, передающие неуверенность говорящего (*I guess, probably, maybe*); наречия степени