

ЮМОР В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ И ЕГО ПЕРЕВОД

Ответ на вопрос, используется ли юмор в новостном дискурсе, безусловно, утвердительный. Как показал анализ новостных сообщений ведущих русскоязычных газет для выражения комического используются разнообразные лексические средства (метафоры, гиперболы) и синтаксические средства (каламбур, сравнения, метонимия, двусмысленность, ирония). Как сохранить юмористический эффект при переводе – особая задача для переводчика.

Для передачи на английский язык полного смысла тропа «Цены на хлеб кусаться не будут» («Комсомольская Правда») можно использовать английский эквивалент идиомы *prices can't be beat* или перевести как *prices won't be steep, won't bite, won't hurt*, что по смыслу будет ближе к русскому варианту и окрашенность заголовка сохранится.

Для перевода эпитетов легко найти устоявшийся английский вариант, применив методом калькирования, напр.: *горячие парни* – *hot guys*. Но юмористический заголовок «Чуть не подрались русские и горячие эстонские парни» («Российская газета») дает возможность подобрать более интересные варианты: *hotties*, *passionate guys*, *tempestuous men*, *stunners*. Вариант перевода: *Russian and Estonian dreamboats almost got into a fight*.

В новостях встречается отдельный тип юмора, основанный на базе культуры исходного языка – он предполагает определенные минимальные знания об исходной культурной среде и гораздо труднее поддается переводу. Примером можно назвать шутки о национальных особенностях выходцев разных стран, которые основаны на специфичных реалиях: «Компания британцев незаконно перешла в Россию из Финляндии, чтобы выпить пива» («Газета.Спб»). Комичность заголовка строится на стереотипах о британцах как любителей пивных напитков: *A British company illegally crossed into Russia from Finland to drink beer*.

Перевод коммуникативных единиц с безэквивалентной лексикой также может вызвать затруднения в поиске соответствующих языковых форм, особенно при нехватки базы фоновой информации.

«Казах устроил драку в Москве из-за вегетарианского бешбармака» («Панорама»). Как и в предыдущем примере, комизм заключается в использовании стереотипов о казахах и о национальной казахской кухне. *Kazakh staged a fight in Moscow over vegetarian beshbarmak*. Отметим, что все этнические шутки, направленные против других народов, одновременно являются утверждением о достоинствах тех, кто эти шутки рассказывает: другие нации могут быть глупыми, трусливыми, но своя нация всегда противоположна. Такой юмор несет в себе превосходство.