

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

В период глобализации современного общества СМИ оказывают сильное влияние на различные сферы деятельности человека, и проблема перевода текстов СМИ как никогда становится актуальной. Основная задача любого СМИ донести информацию до читателя, который желает получать информацию не только от отечественных журналистов, но и от иностранных СМИ. Именно поэтому период англоязычных СМИ актуален как никогда. Нами исследуется важность прагматической функции при воздействии на реципиента. В статье автор изучает перевод неологизмов, которые появляются в средствах массовой информации с завидной частотой. Кроме этого, автором исследуется вопрос перевода некоторых стилистических конструкций, риторических вопросов с помощью определенных трансформаций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: перевод; язык СМИ; стилистические фигуры; риторические вопросы; прагматическая функция; неологизмы.

In the period of globalization of modern society, the media have a strong influence on various spheres of human activity, and the problem of translating media texts is becoming more urgent than ever. The main task of any media is to give information to the reader who wants to receive information not only from native-speaking journalists, but also from foreign media. That is why the period of English-language media is more relevant than ever. We investigate the importance of pragmatic function that influences the recipient. The author studies the translation of neologisms that appear in the mass media with an enviable frequency. In addition, the author examines the issue of translating some stylistic constructions, rhetorical questions with the help of certain transformations.

K e y w o r d s: translation; mass media language; stylistic figures; rhetorical questions; pragmatic function; new words.

Медийный стиль, который является разновидностью публицистического стиля, отличается логичностью повествования, четкостью и сжатостью излагаемых фактов и событий, а также наличием терминологической базы из определенных областей, что сближает этот стиль с научным. В то же время для данного стиля характерно использование эмоционально-оценочной лексики, авторской оценки того или иного события, что сближает данный стиль с публицистикой или даже со стилем художественной прозы. Сегодняшние журналисты максимально стремятся установить контакт с современным читателем, создать в какой-то степени диалог, позволяющий воздействовать на читателя, внушать и передавать нужную информацию.

Помимо особенностей, которые характерны для каждого языкового жанра текстов языка СМИ и отличающих тексты аналитической статьи от текста, содержащего политические комментарии, можно отметить ряд особенностей, свойственных языку СМИ в целом. Данные особенности и определяют специфику перевода в сфере массовой коммуникации, то переводчик обязан иметь представление еще на начальном этапе.

Наиболее значительным для текстов СМИ практически всех жанров является сочетание в них элементов сообщения и воздействия на читателя.

Несмотря на то, что самым важным для текстов СМИ считается информативная функция, она зачастую остается нейтральной, то есть свободной от воздействия на получателя. В большинстве случаев передача информации сопровождается завуалированным выражением оценки и приемами, которые заставляют аудиторию испытывать определенную реакцию на ту или иную информацию.

Основная цель публицистических текстов (точно так же, как информационных) – донести сведения до читателя. Поэтому у печатных и интернет-СМИ, как правило, есть общий стиль, идеология, тематическая направленность. В современном мире даже рекламные вставки практически не выбиваются из общей тематики (если это тематическое издание). Именно потому, что текст публицистического жанра является частью какой-то газеты или электронной версии СМИ, имеющей свой стиль и идеологию, стоит обратить внимание на то, каков источник информации. Основная задача газетно-информационного стиля заключается в сообщении определенных сведений с определенных позиций с целью достижения желаемого воздействия на читателя. И печатная газета, и новостной сайт как версия газеты – средства информации и убеждения. Они рассчитаны на массовую аудиторию, внимание которой должны удержать. Для них характерна необходимость так организовать материал, чтобы передать информацию быстро, сжато, сообщить основное, даже если заметка не будет дочитана до конца, и оказать на читателя особое воздействие. Именно эти две функции – информативная и воздействующая – являются стилеобразующими. Их реализация находит свое конкретное выражение в стиле и языке, синтаксисе и структуре публицистических документов, составе жанров публицистики.

Каждый функциональный стиль имеет некоторые языковые особенности, которые оказывают значительное влияние на ход и результат процесса перевода. Важную роль в газетно-информационном стиле играет наличие политических терминов, имен и названий, использование газетных клише, наличие элементов разговорного стиля и жаргонизмов и так далее. Язык СМИ очень насыщен метафорами, идиомами, в нем присутствуют элементы юмора, сарказма и иронии.

Язык интернет-СМИ изменяется еще на шаг быстрее, мы впервые встречаем разговорную лексику или фразеологизмы именно в этом источнике. Информация, появляющаяся в печати, в большинстве случаев когда-то была в новостной ленте в Интернете. Современные СМИ – источник большинства неологизмов в лексическом составе языка. Как английский, так и русский язык постоянно модернизируется, в них появляются новые слова и выражения, которые «обновляют» язык, сохраняя при этом его уникальность. Однако, с другой стороны, такие явления, как глобализация или межкультурная коммуникация являются причинами смешивания языков, лишения их идентичности.

Новообразования трансноминантного характера представляют собой новые лексические единицы, появляющиеся в языке с целью дать новое,

более эмоциональное имя предмету, уже имеющему нейтральное наименование. Для английских неологизмов такого типа характерно активное использование модели словосложения. Например,:

And a group of women psychologists thanked the board for using the word “chairperson” rather than “chairman” but argued that too much sexual discrimination still exists within the Association (Friday, 2011, с. 17) – ‘И группа женщин-психологов поблагодарила членов правления за использование нейтрального слова «председатель», но утверждала, что в Ассоциации все еще существует слишком много дискриминации по признаку пола’.

В английском языке данный трансноминант обозначает человека, председательствующего или руководящего каким-либо совещанием, конференцией или деловой встречей. В академической среде данное слово является нейтральным обозначением для номинации «заведующий кафедрой» или «декан». Следует отметить, что движение женщин за свои права способствовало появлению новых единиц не только в определенном секторе лексической карты, но и модификации в других секторах. Так, в 70-е годы прошлого века под влиянием феминистского движения английский язык был объявлен сексистским языком, т.е. языком, дискриминирующим женский пол, так как в нем содержится больше форм мужского рода, чем женского, что во многом объясняется широким использованием слова *man* в качестве второго компонента в названии профессий [2].

В английском языке можно встретить новую лексику трансноминантного характера, созданную на основе игры слов: *airhead*; *baby-boomer*; *goggle-box*, *all-nighter*. Например:

Not sure what to wear as we were part of the hippie generation and are now the baby-boomers (The Wall Street Journal, 2011, p. D4) – Не знали, что надеть, когда мы были частью поколения хиппи, а теперь являемся бэби-бумерами.

Новообразование *baby-boomer* представляет собой сложнопроизводную единицу, состоящую из двух слов *baby* (‘ребенок’) и *boomer*, имеющее два значения: ‘1) самец кенгуру’; ‘2) человек, рекламирующий что-либо или создающий шумиху вокруг чего-либо’ с продуктивным словообразовательным суффиксом *-e* и служит для обозначения ребенка, родившегося во время послевоенного демографического взрыва.

К третьему типу неологизмов, широко используемых в английских газетных текстах, относятся семантические инновации. Под семантическими инновациями понимаются новые значения уже существующих слов. При этом переосмысление может иметь следующие варианты: 1) старые слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее; 2) в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. Как показывает выборка примеров, в языке газеты последних десятилетий преобладают единицы второго типа.

В англоязычной прессе чаще семантические новообразования представляют собой простые имена существительные, такие как *house* – дом, *dog* – собака. Иногда встречаются случаи семантического переосмысления на уровне сложного слова или словосочетания: *blue-ribbon* – приз за первое место.

Как известно, процесс пополнения лексики новыми словами всегда присутствовал в языке, однако за последние годы объем новаций и скорость их проникновения в язык заметно возросли. Газета является первым письменным фиксатором, регистрирующим появление лексических инноваций, имеющих тенденцию проникать в литературный язык. В газетном тексте новое слово имеет реальную возможность пройти стадию социализации (принятия его в обществе). Именно поэтому данная лексика представляет интерес для переводчика с точки зрения новизны, оригинальности и возможности принять вызов.

Поскольку в наше время языку прессы уделяется большое внимание, важность данной проблемы достаточно ясна. Ведущей функцией газетных статей является воздействие с целью формирования общественного мнения путем сообщения о том или ином событии, что значительно влияет на выбор языковых средств, в том числе и образных. В англоязычном медиадискурсе используются различные фигуры речи, их передача на русский язык сопряжена с использованием различных переводческих трансформаций [1, с. 67].

Анализ некоторых газетных статей дает возможность зафиксировать случаи употребления авторами различных стилистических и лексических фигур в пространстве данного типа текстов. Использование экспрессивных синтаксических конструкций в статьях подчинено в первую очередь основной функции данного типа газетных материалов – информированию. Важно также отметить, что наряду с выполнением основной информирующей функции конструкции экспрессивного синтаксиса в медиадискурсе выполняют и более частные функции, направленные на реализацию тех или иных авторских намерений, что позволяет говорить о полуфункциональности стилистических конструкций.

Таким образом, говоря о переводе стилистических фигур используются некоторые виды трансформаций. Чаще всего для данного типа дискурса характерен эквивалентный перевод. При помощи данной трансформации передаются риторические вопросы, а также вставные конструкции.

Риторический вопрос позволяет повысить общий тон высказывания, актуализировать смысл определенных частей высказывания.

And the question needs to be asked – what happens to those who don't have the luxury of having US or UK publishers and who are trying to break out into the English market? – Возникает вопрос: что происходит с теми, кто не работает с американскими или британскими издателями и кто из всех сил пытается пробиться на английский рынок?

При переводе вставных конструкций наблюдается прием опущения стилистической фигуры. Вставные конструкции используются авторами для уточнения сообщаемой в статье информации.

The site – Exposed: The Secret Files – included the Internet suffix “.su” – an indication that it was originally from the Soviet Union. – Сайт под названием «Раскрыты: Секретные материалы» размещен на домене .su, что указывает на то, что он из бывшего Советского Союза.

При переводе данной конструкции переводчик отказался от вставной конструкции, переосмыслив и использовав синтаксическую информацию, что отражается в изменении порядка элементов в предложении. В данном случае следует отметить, что автору перевода удалось передать основную мысль и намерение автора оригинальной статьи. Соответственно, можно говорить о достижении адекватности и сохранении прагматической функции при переводе.

Еще одной специфической особенностью перевода является перевод инверсий, которая используется в англоязычной статье не только для выделения важной информации по мнению автора, но и для повышения экспрессивности высказывания.

Titled – Demonstration of an ultralow profile cloak for scattering suppression of a finite-length rod in free space, their research, published in the New Journal of Physics, describes a cloak consisting of 66 μm – thick copper tape and 100 μm – thick flexible polycarbonate film that scatters and cancels out incoming waves. – Результаты этой научной работы приведены в статье под названием «Демонстрация сверхнизкопрофильного материала, предназначенного для рассеивания и нейтрализации света, излучаемого цилиндром конечной длины в свободном пространстве», которая была опубликована в журнале по физическим исследованиям.

В данном примере для автора основным компонентом предложения было название статьи, которое он и вынес в препозицию к тексту для смыслового выделения. Но переводчик по-новому переосмыслил переводимый материал и предложил иной вариант, в котором инверсия не была сохранена, что, вероятнее всего, могло бы сделать предложение громоздким и не соответствующим нормам русского языка.

Таким образом, авторы данных статей используют различные стилистические фигуры. В системе английского медиадискурса мы смогли выделить такие конструкции экспрессивного синтаксиса, как риторические вопросы, параллельные конструкции и инверсии. Наряду с ключевой функцией информирования стилистические фигуры служат для реализации авторского намерения. Взаимодействие средств выражения категорий экспрессивности интенсивности создают прагматический эффект выразительности речи, усиленно воздействуют на получателя текста. При переводе образных лексических средств с одного языка на другой переводчики прибегают к различного рода трансформациям, чтобы сохранить образность, а также передать прагматический потенциал фигур речи, используемых в оригинальном тексте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киселева, А. В. Английский язык. Язык средств массовой информации / А. В. Киселева. – М. : МГИМО – Университет, 2008. – 216 с.

2. *Нещименко, Г. П.* Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: Проблемы. Тенденции. / Г. П. Нещименко // Вопросы языкознания. – 2001. – № 1. – С. 21–34.