

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

Как известно, в теории перевода различают два основных типа переводимых текстов – художественные и информативные [1, с. 239]. Основной целью художественного текста является достижение определенного эстетического или эмоционального воздействия на реципиента путем создания художественного образа.

Таким образом, художественный текст воздействует не столько на мышление человека, сколько на его эмоции и эстетические чувства.

В переводах художественных текстов языковые средства не всегда используются в соответствии с общепринятыми нормой и узусом, и, следовательно, могут содержать функционально мотивированные отклонения, обусловленные стилистическими и коммуникативными особенностями самого литературного произведения [1, с. 241].

В информативных текстах, главным образом, доминирует функция передачи информации, сообщения каких-либо сведений, а не художественно-эмоциональное воздействие на читателя [1, с. 243]. Следовательно, информативный текст, в основном, обращен к мышлению реципиента.

К текстам такого типа можно отнести все материалы научного, делового, публицистического характера. Язык информативных переводов в большей степени соответствует общепринятым нормам и узусу ПЯ, чем язык художественных переводов [2, с. 65]. Данные тексты объединяются функциями анализа, разъяснения, убеждения с установкой на выразительность, но не на изобразительность. Отсюда – использование информативного, обобщающе-логического регистров речи как основных и изобразительного как подсобного, вспомогательного [3, с. 355].

Во всех языках существуют похожие стилистические приемы, однако различаться могут функции, которые они выполняют. Следовательно, стилистические преобразования при переводе не менее важны, чем лексические и грамматические [4, с. 52].

Язык газетных статей часто эмоционально насыщен, что приближает его к языку художественной литературы. Мы встречаем в нем образные сравнения, метафоры, идиомы, элементы юмора, сарказма, иронии и т. д. Поэтому важно донести до читателя и все эмоциональные элементы, так же как и политическую и социальную направленность, которой обладают общественно-политические тексты [5].

Тексты общественно-политической тематики имеют свои стилистические особенности, представляющие свои стилистические трудности. Общение на политические темы никогда не бывает нейтральным, ему свойственна оценочная акцентированность, пристрастность. Например, нередко включаемые в англоязычные тексты жаргонизмы, элементы разговорной речи, слова, имеющие фамильярный оттенок, и другие средства экспрессии, принимаемые англоязычным читателем в качестве нормы, непривычны для русскоязычного читателя и могут оказывать совершенно иной эффект [6, с. 90].

Следует отметить, что для английских и американских газетных материалов характерно использование разговорных оборотов в самых серьезных по содержанию текстах [7].

'What is the meaning of the North Korean Foreign Ministry's strange statement on Thursday that it now had "nukes"?' – 'Что же все-таки заставило министра иностранных дел КНДР объявить о том, что страна обладает ядерным оружием?'

В этом примере при переводе разговорное слово заменено более официальным. Разговорные и фамильярные элементы привычны для англоязычного читателя и не производят дополнительного воздействующего эффекта. Однако если их включить в текст перевода, то это окажет на русскоязычного читателя значительно больший эффект. Стилистическая коннотация оригинала не будет оригинально воспроизведена, так как нейтральный для англоязычного читателя текст будет восприниматься русскоязычным читателем как неуместно фамильярный. Таким образом, от передачи разговорных и фамильярных выражений при переводе лучше всего отказываться и заменять их нейтральными конструкциями.

'I can't see demand picking up for the rest of this year. – 'Не думаю, что спрос до конца года будет расти'

Немецкоязычный газетный текст также близок к стилю устной речи: *aufgekratzt* – 'веселый, оживленный, в приподнятом настроении, в духе'; *der Alleinunterhalter* – 'весельчак, балагур, душа компании, шутник, томада'; *heraussprudeln* – 'захлебываться потоком слов, тараторить'; *liebäugeln mit etw.* – 'носиться с чем-л.'; *sich hinter j-n stellen* – 'поддержать кого-либо'; *die Streiterei* – 'дрязги, раздор, распри'; *mit den Schultern zucken* – 'пожать плечами'; *der Schwindler* – 'аферист, мошенник'; *weitemachen* – 'продолжать делать (фамильярно-бытовой оттенок)' [8].

'Winfried Kretschmann ist kein Alleinunterhalter. Wenn der baden-württembergische Ministerpräsident redet, dann langsam, stockend, es ist ein Kampf um jedes Wort. Am vorigen Montag aber, im Parteirat der Grünen, sprudelte es fast aus ihm heraus, er wirkte aufgekratzt, in seinen Vortrag baute er Elemente ein, für die er weniger bekannt war: Anekdoten.' [9]. – 'Винфрид Кречман не считался хорошим оратором. Премьер-министр земли Баден-Вюртемберг обычно говорил медленно, запинаясь, с трудом подыскивая нужные слова. Но на заседании Совета партии Зеленых в прошлый понедельник он выглядел чрезвычайно оживленным, непривычно много говорил, а во время

своего выступления даже рассказал несколько забавных историй, чего ранее за ним не водилось’.

Для привлечения внимания реципиента ИЯ используется широкий диапазон привычных образцов немецкого разговорного языка, которые придают эмотивное значение обычным словам и выражениям, достаточно типичным для общения в неофициальной обстановке: ‘*Winfried Kretschmann ist kein Alleinunterhalter*’, ‘...*sprudelte es fast aus ihm heraus, er wirkte aufgekratzt...*’. Подобное оформление политического текста ИЯ производит впечатление, главным образом, на носителей языка. Ориентированность на газетно-публицистический стиль русского языка в совокупности с межкультурными различиями не позволяют в полной мере воссоздать особенности разговорно-обиходного стиля оригинала.

Поиск иноязычной речевой формулы, способной обозначить выявленную ситуацию, приводит нас к выбору адекватной речевой единицы: «не считался хорошим оратором» (а не «балагуром или шутником») и «непривычно много говорил» (а не «тараторил или говорил без умолку»).

Газетные тексты часто включают метафоры, которые приносят эмоционально-экспрессивную окраску и привлекают внимание к необходимым элементам. Для перевода метафор, согласно Т.Н. Плещенко, наиболее приемлемым способом является подбор контекстуального варианта [10].

Unfriendly skies for an airline merger. – ‘Слияние авиакомпаний не будет безоблачным’.

‘Romney, Gingrich und Paul schossen sich auf Rick Santorum ein, der die Umfragenderzeit anführt’. – ‘Митт Ромни, Ньют Гингрич, Рон Пол избрали мишенью для критики Рика Санторума, который в настоящее время лидирует в соцопросах избирателей’.

‘Ein Erdrutschsieg der Conservative Party führte zu einem Regierungswechsel...’ – ‘Сокрушительная победа партии консерваторов привела к смене правительства...’

Определенные трудности представляет достижение эквивалентности при передаче оригинального предложения, включающего стилистические приемы экспансии (инфинитивные, причастные, аппозиционные конструкции, повторы, перечисления) или редукции (эллипсис, парцелляция) [11, с. 93].

Газетно-публицистические тексты включают пары, как синонимические, так и аллитерированные, или просто ритмические, семантически дополняющие друг друга. Для русского языка использование этого стилистического приема нехарактерно, поэтому при переводе синонимических пар в текстах публицистического стиля довольно часто приходится ограничиваться одним словом: *outcast and criminal system* – ‘преступная система’ [12, с. 55].

Синтаксический параллелизм, встречающийся в общественно-политических текстах (например, *burst into tears* и *duck into seclusion*), вносит активную экспрессивную составляющую в высказывание, однако этот

стилистический прием весьма сложно передать на русский язык. По этой причине переводчики используют компенсацию.

Таким образом, общественно-политические тексты характеризуются рядом стилистических особенностей, вызывающих затруднения в процессе перевода. Следует отметить, что чрезмерная эмоциональность при переводе на русский язык нейтрализуется, образные средства (метафоры, идиомы, метонимии, сравнения и т.д.) передаются на русский язык с использованием полных или частичных эквивалентов. В целях адекватной передачи стилистического значения, переводчику следует анализировать смысловое содержание, структуру и направленность текста, учитывать целевую аудиторию, а также принимать во внимание возможность отхода от словарных значений слова в оригинальном тексте. Цель переводчика состоит в том, чтобы переведенный газетный текст оказывал то же влияние на читателя, что и оригинальный. Необходимо отразить жанровые и стилистические особенности оригинального текста, а также уподобить переводной текст материалом того же жанра на родном языке, что нередко может вызвать затруднения. Поэтому оптимальным решением будет нахождение баланса между экспрессивностью оригинала и нормами языка перевода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прошина, З. Г. Прагматические аспекты перевода / З. Г. Прошина // Теория перевода с русского на английский и с английского на русский. – Владивосток : ДВГУ, 2002. – С. 239–243.
2. Палагина, О. И. Сопоставительный анализ лингвистических характеристик языка переводов (на материалах английского и русского языков) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / О. И. Палагина; Российский университет дружбы народов. – М., 2008. – 196 с.
3. Золотова, Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса / Г. А. Золотова. – М., 2007. – 399 с.
4. Занковец, О. В. Стилистическая адаптация при переводе общественно-политического текста / О. В. Занковец // Межкультурная коммуникация и профессионально-ориентированное обучение иностранным языкам = Міжкультурная камунікацыя і прафесійна арыентаванае навучанне замежным мовам : материалы V Междунар. науч. конф., посвящ. 90-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 28 окт. 2011 г. / БГУ; редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2011. – С. 52–53.
5. Занковец, О. В. Лекции по общественно-политическому переводу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fsc.bsu.by/wp-content/uploads/2015/12/Zankovets-O.V.-Lektsii-po-OPP-maksimal-no-sokrashheny-j.pdf> . – Дата доступа: 15.02.2018.
6. Прошина, З. Г. Прагматические аспекты перевода / З. Г. Прошина // Теория перевода с русского на английский и с английского на русский. – Владивосток : ДВГУ, 2002. – С. 90.
7. Никулина, Н. Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н. Ю. Никулина, Т. А. Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – № 1. – С. 232–238.
8. Добровольский, Д. О. Немецко-русский словарь живых идиом / Д. О. Добровольский. – М. : Метатекст, 1997. – 201 с.
9. Der heimliche Vorsitzende [Электронный ресурс] / Der Spiegel 24/2011. – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-78954507.html> . – Дата доступа: 17.02.2018.

10. Плещенко, Т. П. Стилистика и культура речи : учеб. пособие / Т. П. Плещенко, Н. В. Федотова, Р. Г. Чечет; под. ред. П.П. Шубы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1101566/> . – Дата доступа: 11.03.2017.
11. Мамедов, А. Н. Стилистико-синтаксические приемы экспансии немецкоязычного рекламного предложения при переводе на русский язык : монография / А. Н. Мамедов – М. : Издательство Прометей, 2011. – 136 с.
12. Левицкая, Т. Р. Проблемы перевода / Т. Р. Левицкая, А. М. Фитерман. – М. : Международные отношения, 1976. – 125 с.