



Публицистический стиль занимает особое место в системе стилей литературного языка, поскольку во многих случаях он должен перерабатывать тексты, созданные в рамках других стилей. Научная и деловая речь ориентированы на интеллектуальное отражение действительности, художественная речь - на её эмоциональное отражение. Публицистика играет особую роль - она стремится удовлетворить как интеллектуальные, так и эстетические потребности.

Выдающийся французский лингвист Ш. Балли писал, что "научный язык - это язык идей, а художественная речь - язык чувств". Можно добавить, что публицистика - язык и мыслей, и чувств. Говоря о публицистическом стиле, необходимо сразу же заметить, что не все тексты, размещаемые в средствах массовой информации, принадлежат к публицистическому стилю. Так, например, в "National Geographic" иногда печатаются научные статьи, написанные специалистами, они принадлежат научному стилю. По радио нередко читают романы, повести, рассказы - эти произведения относятся к художественной речи. Всё это характеризует не публицистический стиль, а общественные функции средств массовой коммуникации.

Иначе обстоит дело, когда журналист в газетной статье рассказывает о научных исследованиях по генетике и при этом употребляет научные термины, или сообщает о запуске космического корабля, учениях спасателей, открытии авиасалона и включает в свою речь технические термины, а в судебной хронике использует юридическую лексику. В этих случаях стилевые элементы (слова и обороты речи) включаются в состав выразительных средств публицистического стиля, входят в язык массовой информации. Именно эти случаи имеются в виду, когда лингвисты рассуждают о взаимодействии разно стилевых единиц в рамках газетно-публицистического стиля. Это взаимодействие также является важной чертой публицистического стиля.

1. Цели и особенности публицистического стиля

В первую очередь, цель публицистического текста, как и любого другого - сообщить новые сведения. Разновидностей таких текстов много: краткие информационные сообщения (заметки), тематические статьи, объявления, интервью. Так же существует несколько иной вид публицистического текста - эссе, или аналитическая публицистика. Цель этих текстов не столько донести

информацию, сколько донести суждения об этой информации. Кроме донесения информации у данных текстов есть еще одна цель – воздействовать на читателя. Поэтому у любой газеты есть общий стиль, идеология, тематическая направленность. Не смотря на широкие потоки информации и потребность в передаче новых сведений, публицистический стиль характеризуется обширным наличием клишированной лексики. В данном случае в термин «клише» не вкладывается никакой негативной оценки. Примерами таких сочетаний могут быть «демографический взрыв» или «мрачные прогнозы». Такие клише, как правило, метафоричны, но их метафоричность стерлась, хотя они продолжают служить для читателя определенным сигналом и создавать общий повышенный эмоциональный фон, который, при этом, не мешает восприятию когнитивной информации. Таким образом, через клише передается оценка автора и общая позиция издания, ведь не смотря на то, что целью является передача информации, информация часто передается под определенным углом и так, что читателю навязывается определенная позиция.

Еще одной особенностью публицистического стиля является характерно максимальное использование эмоционального потенциала слов и выражений, их коннотативности. Эмоциональность и фактографичность слова — составляет суть лексических особенностей языка данного стиля. В публицистике также немало терминов и терминологических образований, поскольку этого требует тематическое многообразие освещаемого СМИ материала. Если речь идет о политике, в тексте появляются политические термины (демократия, инаугурация, кабинет министров, переговоры на высшем уровне, нота протеста, персоне нон грата и др.); если об экономике, то, соответственно, появляются экономические термины (маркетинг, биржа, инфляция, демпинг и др.).

Так же особую роль в тексте играют «модные слова», которые часто являются словами иностранного происхождения. Иногда так же в тексте могут появиться старые слова, которые вдруг начали сочетаться с другими словами. Модные слова повышают доверие читателя и подчеркивают актуальность информации. Однако, при переводе «модность» слова теряется, поэтому переводчику нужно лексически компенсировать потерю «модности», перенеся ее на другую лексему т.е заменяя по контексту слова на модные для языка перевода.

Кроме того стоит обратить внимание на скрытый комизм, который часто базируется, например, на использовании лексики высокого стиля рядом с нейтральной лексикой. Это может компенсироваться только подходящими вариантными соответствиями.

1. **Функции публицистического стиля**

Публицистические тексты имеют две основные функции: информационную и воздействующую, а также просветительскую и популяризаторскую.

Информационная функция предопределяет такие качества публицистического текста, как официальность, документальность, объективность, сдержанность.

Воздействующая функция предопределяет такие качества публицистического текста, как побудительность, выразительность (выражение авторского отношения к содержанию высказывания и к читателю и оппоненту), оценочность, эмоциональность.

Публицистические тексты, где реализуется, прежде всего, информационная функция, называются *информационными жанрами* (заметка, репортаж, интервью, отчёт). Другая группа текстов, где реализуется, прежде всего, воздействующая функция, представлена *аналитическими жанрами* (беседа, статья, корреспонденция, рецензия, обзор, обозрение).

Внутри каждой группы мера проявления воздействующего и информационного начала различна. Так, например, в информационной заметке речевой облик её складывается под подавляющим воздействием информационной функции. В репортаже значительно сильнее проявляет себя воздействующая функция.

Среди аналитических жанров в особую группу выделяются *художественно-публицистические жанры*, где качество текста в значительной степени определяется тем, что эти тексты имеют хорошо развитую образность; это сближает их с текстами литературно-художественного стиля (эссе, очерк, фельетон, памфлет).

1. **Разновидности публицистического текста и их перевод**

Согласно И.Р. Гальперину, выделяются две разновидности публицистического стиля: *письменная* и *устная*. К письменной разновидности публицистического стиля относится язык эссе, газетных статей, журнальных статей литературно-критического и общественно-политического характера, памфлеты, очерки и пр. К устной разновидности публицистического стиля относится стиль ораторской речи и обзоры радиокомментаторов.

Если в переводимом тексте преобладают клишированные сочетания нейтрального характера, то аналогичные языковые средства следует использовать и в переводе.

Тем более что для многих журналистских клише, используемых, например, в англоязычной прессе (а также, возможно, и в прессе на других европейских языках), нетрудно подыскать смысловые и стилистические соответствия среди такого же рода выражений русского языка. Там, где «готовых» соответствий на языковом уровне нет, смысл нужно передавать иными средствами, не нарушая при этом жанрового, стилистического и коммуникативного характера текста.

Этот же принцип по возможности следует применять и при переводе образных, идиоматических выражений и прочих экспрессивных элементов текста.

Что касается реалий, названий организаций, должностей и т.п., здесь простора для творчества у переводчика нет или очень мало. Названия международных организаций, принятые обозначения важных исторических и политических событий, географические названия и ряд других реалий - то, что любой переводчик должен знать. Поэтому в большинстве подобных случаев выбора эквивалентов у него либо нет вообще, либо он ограничен двумя-тремя альтернативными вариантами. Именно из-за отсутствия у некоторых переводчиков необходимых знаний, не говоря уже об общей эрудиции и кругозоре, в русский язык проникают обозначения, не соответствующие традиционным русскоязычным названиям.

Для правильной передачи в переводе аллюзий и цитат также нужны фоновые знания и хотя бы минимальная эрудиция. Чтобы найти правильный эквивалент для заголовка статьи, нужно, по крайней мере, распознать их как цитаты и обратиться к классическим переводам первоисточников. Там, где интуиция или контекст подсказывают, что в тексте спрятана цитата, переводчику с английского языка могут помочь англоязычные словари цитат (например, знаменитый Oxford Dictionary of Quotations и Penguin Dictionary of Modern Quotations). Никто не может знать наизусть все тексты всей мировой литературы, названий всех фильмов и т.п., однако переводчик должен компенсировать недостаток подобных знаний интуицией, языковым чутьем и постоянным обращением к словарям и другой справочной литературе (и, конечно, расширением своей эрудиции).

Таким образом, готовых рецептов и универсальных приемов, пригодных в любых ситуациях, разумеется, не существует. Но, если переводчик заранее готов к подобным проблемам, если он осознает суть, содержание, коммуникативную функцию и стилистический эффект этих и других особенностей переводимого текста, если он умеет распознавать метафоры и аллюзии, иронию и каламбуры и т.п., если у него есть необходимые фоновые знания и представление о той реальности, которой посвящен текст, есть надежда, что его перевод будет

достаточно адекватен. Разумеется, при условии, что переводчик в нужной степени владеет профессиональными навыками и соответствующими рабочими языками.

Главная цель перевода - достижение адекватности. Адекватный, или как его еще называют, эквивалентный перевод - это такой перевод, который осуществляется на уровне, необходимом и достаточном для передачи неизменного плана содержания при соблюдении соответствующего плана выражения, с соблюдением норм языка перевода.

Основная задача переводчика при достижении адекватности - умело произвести различные переводческие трансформации, для того, чтобы текст перевода как можно более точно передавал всю информацию, заключенную в тексте оригинала, при соблюдении соответствующих норм переводящего языка.

1. Анализ особенностей перевода публицистической литературы

Проанализируем основные способы перевода лексических особенностей американской публицистической литературы: аббревиатур, клише, политических терминов и неологизмов. Первая статья, которую мы рассмотрим, называется «Стивен Кинг великий писатель?» (Is Stephen King a great writer?). При анализе текста данной статьи в нем можно найти, как и во многих других газетных изданиях, неологизмы. Рассмотрим способы передачи этих неологизмов на русский язык.

Пример 1.

Выражение *hit bull's-eye* переводится как «попасть в яблочко».

Одним из способов образования неологизмов является словосложение. Здесь мы видим, что *bull's-eye* состоит из двух слов, где *bull* - бык, *eye* - глаз (дословно: бычий глаз).

- *Stephen King has had an uncanny ability to **hit the commercial bull's-eye** from the beginning of his career.*
- *С самого начала своей писательской карьеры Стивен Кинг проявлял прямо-таки сверхъестественную способность **точно угадывать запросы публики.***

В данном предложении слово *bull's-eye* употреблено в значении «яблоко мишени». Переводчик эксплицировал выражение *to hit the commercial bull's-eye*, т.е. перевел

его, как «точно угадывать запросы публики».

Пример 2.

Рассмотрим слово-неологизм *blood-drenched*, которое в статье передано как «**кровавый**».

- *Shortly after its release, Carrie was turned into a **blood-drenched** film by Brian De Palma.*
- *Вскоре после выхода в свет "Кэрри" американский режиссер Брайан де Пальма снял по роману одноименный **кровавый** фильм ужасов.*

В данном контексте слово *blood-drenched* согласуется с существительным *film*. Это слово имеет эмоциональную окраску, так как слово-неологизм образованно от слов *blood* – *кровь* и *drench* – *мочить, смачивать*. Дословно эта фраза означает «пропитана кровью». Но в русском языке нельзя сказать «пропитанной кровью фильм», и в данном случае нашлась замена в слове «**кровавый фильм**».

Пример 3.

- *And in 1977 King's novel *The Shining*, set in a wintry ski resort and featuring a paranormal child and a maniacal father, further **showcased** his **unparalleled** gift for psychological terror.*
- *А вышедший в 1977 году роман Кинга «Сияние», действие которого разворачивается на лыжном курорте, где находятся главные герои – мальчик, наделенный особым даром, и его полусумасшедший отец, стал очередным **подтверждением** таланта писателя в жанре психологического триллера.*

Слово *showcase* является неологизмом и означает «витрина», «выставка», «показывать», «демонстрировать». На русский язык это слово переведено как «подтверждение», т.е. в данном случае способ перевода был контекстуальным.

Как известно, в процессе перевода переводчик может опустить то или иное слово иностранного текста на языке перевода, если оно не играет важной роли. Так неологизм *unparalleled* было опущено. На самом деле слово *unparalleled* переводится как «непараллельный». Если добавить к этому слову суффикс *-ed*, оно имеет значение «не имеющий себе равного», «бесподобный».

Пример 4.

Рассмотрим перевод аббревиатуры *SXSW*, которая является сокращением от *South by Southwest* – масштабный ежегодный фестиваль, который проходит в г. Остин, штат Техас. В рамках этого фестиваля проходят премьеры фильмов, релизы техники и выступления знаменитостей. Эта аббревиатура не имеет аналога в русском языке, поэтому переводчик воспользовался уточнением, описательным переводом, но при этом, оставил аббревиатуру на английском языке (прямой графический перенос), передав значение этой единицы так:

- *At this year's **SXSW festival** ...*
- *В этом году на **фестивале музыки, кино и интерактивного искусства SXSW**...*

Пример 5.

Сложное слово *self-evident* также является неологизмом, оно состоит из двух английских слов, *self* – суффикс, выражающий направленность действия на самого себя и имеющий значение «свой, себя» и *evident* – явный, ясный, наглядный. Таким образом, получается, что дословно оно переводится «сам наглядный». Но мы так не говорим, в этом случае был подобран синоним – «очевидный», которым переводчик воспользовался при переводе этого текста. Способ перевода – калькирование.

- *...arguments for the (I think) **self-evident need** to infuse your life with more compassion.*
- *...аргументы в пользу, как мне кажется, **очевидной потребности** привнести в свою жизнь больше сочувствия.*

Пример 6.

Слово *chiller* имеет значение «фильм ужасов». В данном контексте это слово переведено при помощи эквивалента на русском языке.

- *...exorcism **chillers** have as much to do with hormones as they do with horror*
- ***кошмары** экзорцизма имеют не меньше общего с гормонами, чем с нечистой силой*

Пример 7.

Слово *shorthand* переводится как «условное обозначение». Поэтому переводчик снова применил прием контекстуального перевода, чтобы не потерять смысл текста.

- *It's a part of horror **shorthand***
- *Это уже часть **фольклора** «ужастиков»*

Благодаря этим примерам выяснилось, что самым продуктивным переводом неологизмов является контекстуальный перевод. А для клише – поиск аналога.

1. Сложности перевода публицистических текстов на примере статьи «Nobody knows anything»

Для того чтобы разобраться с тем, с какими лингвистическими проблемами возможно столкнуться в процессе перевода статьи “Nobody knows anything”, нам нужно рассмотреть ключевые определения, касающиеся данной темы.

Морфологические особенности публицистического текста

Помимо лексических особенностей, в публицистическом тексте можно встретить и некоторые морфологические особенности.

1. Например, к таким особенностям относится повелительная форма глагола. В публицистике она часто используется как средство привлечения внимания собеседника: *Select the right fund managers and all will be well.*

2. Форма прошедшего времени более частотна в сравнении с другими книжными стилями и служит для сообщений о происшедшем: *The portfolio of all products recommended by investment consultants delivered average returns net of management fees of 6.31% per year (7.13% before fees).*

Синтаксические особенности

1. Широко в публицистических текстах используются риторические вопросы. Чаще всего они используются, чтобы подчеркнуть значимость утверждения и обратить внимание слушателя или читателя на конкретную проблему. При этом использование вопросительной формы является условностью, т.к. ответа на такой вопрос не ожидается или же он слишком очевиден.

Примеры:

- *But how?*
- *Is performance consistent with the stated philosophy? Can the manager explain trading decisions?*

2. Так же в публицистических текстах широко распространена сегментация, то есть вынесение важного вопроса в начало текста. Анализируя текст, выбранный для перевода, был обнаружен подобный прием в одном из абзацев, где вначале задается вопрос, а затем весь абзац посвящен ответу на него.

Пример:

- *Why is this? One reason could be that consultants tend to recommend big funds and big funds tend to underperform.*

3. Так же мы заметили и другую особенность, свойственную публицистическому тексту, а именно наличие длинных предложений, со сложной структурой.

Пример:

- *Proposing an active US equity strategy, which involves more due diligence, complexity, monitoring, switching and therefore more consultancy work, drives up consulting revenues in comparison to simple cheap solutions.*

Также встречается дробление текста на абзацы, когда почти каждое предложение начинается с новой строки, наличие подзаголовков в корпусе текста для повышения интереса читателей.

Лексические трансформации

Лексические трансформации применяются при переводе в том случае, если в исходном тексте встречается нестандартная языковая единица на уровне слова, например, какое-либо имя собственное, присущее исходной языковой культуре и отсутствующее в переводящем языке; термин в той или иной профессиональной области; слова, обозначающие предметы, явления и понятия, характерные для исходной культуры или для традиционного именованя элементов третьей культуры, но отсутствующие или имеющие иную структурно-функциональную упорядоченность в переводящей культуре. Такие слова занимают очень важное место в процессе перевода, так как, будучи сравнительно независимыми от контекста, они, тем не менее, придают переводному тексту различную направленность, в зависимости от выбора переводчика.

К лексическим приемам перевода принято относить следующие: транскрипция и транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены, конкретизация, генерализация, модуляция или смысловое развитие.

В публицистическом стиле использование клише распространено, как ни в одном другом, однако, особая трудность для переводчика – распознать их в тексте. Ниже я привела несколько примеров клише, встречающихся в статье:

- *...someone is bound to pop up online and argue that people don't pick fund managers at random.*
- *...кто-нибудь обязательно появляется в сети и уточняет, что управляющих фондами не выбирают наугад.*
- *The consultants employ highly-educated workforces, have decades of experience and charge hefty fees.*
- *Консультанты нанимают высококвалифицированные образованные кадры, которые имеют многолетний опыт работы и взимают огромные сборы.*
- *We find no evidence that these (the consultants') recommendations add value...*
- *Мы не находим никаких доказательств того, что рекомендации «консультантов» становятся причиной увеличения стоимости услуг...*
- *Whenever one writes about the failure of active managers to beat the index, someone is bound to pop up online and argue that people don't pick fund managers at random.*
- *Всякий раз, когда кто-то пишет об очередной неудаче действующих менеджеров превзойти по темпам роста общий индекс цен, кто-нибудь обязательно появляется в сети и уточняет, что управляющих фондами не выбирают наугад.*

Заключение

Для успешной переводческой деятельности необходимо не только иметь определённый запас языка оригинала, знать его грамматику, но также владеть техникой перевода, которая включает в себя умение пользоваться различными переводческими трансформациями.

Главное отличие публицистического стиля от остальных функциональных стилей – это, пожалуй, большая роль в нём эмоционального содержания, приобретающего в рамках газетно-публицистического стиля оценочный характер, хотя положение публицистического стиля в системе функциональных стилей до сих пор оспаривается. Тем не менее, многие авторы соглашались с тем, что самые важные черты публицистического стиля – информационная и воздействующая.

Список литературы:

1. Алексеева А.С. Введение в переводоведение – 3-е издание ,2004
2. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп., 2000.
3. Коломейцева Е.М., Макеева М.Н. Лексические проблемы перевода с английского языка на русский, Учебное пособие, Издательство Тамбовского Государственного Технического Университета, 2004