



УДК 81'25
ББК 81.07

ПРОБЛЕМЫ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ СМИ

Саютина Татьяна Владимировна

Студент кафедры теории и практики перевода,
Волгоградский государственный университет
tatyana-sayutina@mail.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Раскрыто содержание понятия, описаны виды эквивалентности в теории перевода. Определены особенности прагматической (коммуникативной) эквивалентности. Охарактеризованы особенности языка текстов СМИ и проблематика прагматической эквивалентности в переводах текстов СМИ различных жанров. Представлены задачи переводчика для создания отвечающего всем требованиям эквивалентного перевода с учетом достижения его прагматической составляющей.

Ключевые слова: перевод, эквивалентность, СМИ, прагматическая эквивалентность, коммуникативная эквивалентность, адекватность перевода, прагматическая адаптация, межъязыковая коммуникация.

Актуальность исследования обусловлена высокой социокультурной значимостью информационных материалов СМИ. Средства массовой информации чутко реагируют на постоянные перемены во всех сферах мирового общества. Особый интерес представляют проблемы сохранения прагматической эквивалентности в переводах текстов СМИ.

Объектом исследования являются лингвистические средства, используемые при передаче прагматической эквивалентности в переводах текстов СМИ.

Предметом исследования служат приемы перевода, используемые для передачи прагматической эквивалентности в информационных текстах.

Цель научного исследования заключается в рассмотрении наиболее характерных особенностей, а также проблем перевода, в частности прагматической эквивалентности текстов СМИ на материале новостных сайтов и сайтов информационных агентств. В соответствии с главной целью были поставлены следующие задачи:

1. Раскрыть понятие эквивалентности в переводе и его особенности.
2. Рассмотреть особенности языка текстов СМИ.
3. Изучить проблематику прагматической эквивалентности в переводах текстов СМИ.
4. Определить задачи переводчика для создания эквивалентного перевода.

Практическая значимость работы состоит в возможном использовании результатов исследования при переводе текстов СМИ.

Эквивалентность (лат. *aequus* – равный + *valens* (*valentis*) – имеющий силу, цену) охватывает отношения как между отдельными знаками, так и между текстами. Эквивалентность знаков еще не означает эквивалентность текстов, и наоборот, эквивалентность текстов вовсе не подразумевает эквивалентность всех их сегментов. При этом эквивалентность текстов выходит за пределы их языковых манифестаций и включает также культурную эквивалентность.

Различают пять видов эквивалентности: денотативную, коннотативную, текстуально-нормативную, прагматическую, формальную.

Прагматическая эквивалентность предусматривает определенную установку на получателя и предполагает разную степень адаптации как основу правильной стратегии перевода (в переводческой литературе также именуется «коммуникативной эквивалентностью»).

Коммуникативная эквивалентность – отношение между текстом на исходном языке и текстом на языке перевода, когда при переходе от оригинала к конечному тексту сохраняется или остается инвариантной изначальная коммуникативная ценность текста.

Понятие прагматической эквивалентности оригинала и перевода базируется на оценке соответствия текста перевода исходной целевой установке, а критерием служат коммуникативные эффекты. Ю.В. Ваников определяет четыре типа прагматической эквивалентности перевода и оригинала: 1) информационная – соответствует целевой установке воздействия на интеллектуальную сферу получателя; 2) валоративная – соответствует целевой установке воздействия на систему взглядов, отношений, оценок получателя; 3) инициативная – соответствует целевой установке воздействия на поведение получателя; 4) селективная – соответствует целевой установке воздействия на организацию поведения получателя [2]. Прагматическая эквивалентность перевода понимается не как необходимость более полного соответствия реакции исходного реципиента на оригинал и реципиента перевода на перевод, а как возможность для указанных реципиентов извлекать одинаковую информацию о прагматической направленности соответственно из оригинала и перевода. Перевод, связанный с транспонированием в иную культуру, невозможен без обращения к проблеме взаимовлияния языка и культуры. Дистанция между двумя культурами при переводе никогда не исчезает полностью, и задача переводчика состоит не в достижении «культурной адаптации», а в создании прагматического соответствия исходного и переводного текстов.

Анализ теоретической литературы на тему прагматической эквивалентности при переводе позволяет сделать вывод, что пе-

реводческая проблема в прагматическом аспекте – это максимальное сохранение при переводе историко-культурного, социального контекста оригинала. Важной задачей переводчика является при этом грамотная передача прагматической составляющей текста. Учитывая вышесказанное, очевидно, что наиболее релевантным практическим языковым материалом для анализа прагматической эквивалентности будут тексты СМИ, насыщенные историческими, политическими и социальными событиями, которые ориентируются на население определенной страны со своими национально-культурными особенностями.

Помимо особенностей, присущих отдельным жанрам текстов СМИ, которые отличают, к примеру, новости спорта и политический комментарий, можно определить особенности, свойственные языку СМИ в целом. Именно эти особенности определяют специфику перевода в сфере коммуникации. Одной из главных особенностей текстов СМИ всех жанров является сочетание воздействия и сообщения. Как известно, главной функцией массовой коммуникации является передача информации, однако довольно редко она бывает нейтральной, не содержащей элементов воздействия на реципиентов. При этом журналисты, создающие текст сообщения, учитывают национально-культурные особенности получателей информации. Именно в этом аспекте проявляется прагматическая составляющая текстов СМИ. В большинстве случаев передача информации сопровождается прямым или скрытым выражением оценки, языковыми средствами и речевыми приемами, побуждающими аудиторию к определенной реакции на передаваемую информацию, средствами привлечения внимания к информации или к точке зрения, выражаемой в сообщении. Разные жанры текстов СМИ характеризуются разным соотношением и наполнением элементов сообщения и воздействия, разным количеством информации и экспрессивных средств. По настоящему профессиональный переводчик должен не просто осознавать это соотношение в каждом переводимом им тексте, но и уметь адекватно передать его в пере-

воде. Среди собственно языковых и стилистических особенностей языка СМИ, совокупность которых отличает его от языка других функциональных стилей, можно назвать высокую степень стандартизации используемых средств (большой процент клишированных и устойчивых выражений, различные журналистские штампы, стандартные термины и названия). Эта особенность, прежде всего, характерна для новостных материалов и отражает стремление их авторов создать впечатление абсолютной объективности и беспристрастности. Экспрессивность языка как способ привлечения внимания читателя, выражения отношения к передаваемой информации, расстановки оценочных акцентов и т. п. (среди экспрессивных, то есть обладающих особыми коннотациями выражений, можно также встретить речевые клише и штампы); наличие оценочных эпитетов, прямых обращений к читателю. Насыщенность самыми разнообразными реалиями (общественной, политической и культурной жизни), аллюзиями (к литературе, истории, кино и т. п.) и цитатами (реалии характерны как для «анонимных», в том числе новостных материалов, так и для авторских, аллюзии и особенно цитаты – прежде всего для авторской журналистики). Использование разговорной, сниженной, сленговой и ненормативной лексики (последняя более характерна для письменных текстов СМИ и используется с целью выражения определенного отношения, например, иронического, автора материала, создания определенного образа и стилистического (например, юмористического) эффекта, а в так называемой «бульварной прессе» – еще и для эпатажа аудитории и / или привлечения определенной категории читателей). Широкое использование образной фразеологии и идиоматической лексики (как литературной, так и разговорной, просторечной), в том числе деформированных идиом, игры слов, каламбуров, пословиц и поговорок (часто так-

же в деформированном виде). Широкое использование иных стилистических средств, приемов и фигур речи, таких как гиперболы, литоты, образные сравнения, метафоры (в том числе развернутые и «застывшие», лексикализованные), метонимия, паронимическая аттракция (особенно в рекламных текстах), иносказания, эвфемизмы и др. (чаще характеризует авторские материалы, комментарии, статьи и заметки на различные темы и т. п.).

Оптимальным источником практического языкового материала, на наш взгляд, будет являться сетевой ресурс www.inosmi.ru, где представлены актуальные статьи из различных англоязычных газет и журналов и приведен их перевод на русский язык.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. – СПб., 2004.
2. Ванников, Ю. В. Понятие адекватности текста и типы адекватности перевода / Ю. В. Ванников // Уровни текста и методы его лингвистического анализа. – М., 1982.
3. Ванников, Ю. В. Проблемы адекватности перевода. Типы адекватности, виды перевода и переводческой деятельности / Ю. В. Ванников // Текст и перевод. – М. : Наука, 1988.
4. Виноградов, В. С. Перевод : Общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – М., 2004.
5. Комиссаров, В. Н. Теория перевода: (Лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М., 1990.
6. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – М., 2004.
7. Латышев, Л. К. Технология перевода / Л. К. Латышев. – М. : НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000.
8. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – М. : Флинта-Наука, 2003.
9. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. языков / А. В. Федоров. – СПб. ; М. : ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2000.
10. Швейцер, А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988.

THE ISSUE OF PRAGMATIC EQUIVALENCE
IN MASS MEDIA TEXTS TRANSLATION

Sayutina Tatiana Vladimirovna

Student, Translation Studies Department,
Volgograd State University
tatyana-sayutina@mail.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. Concepts and types of equivalence in translation theory are shown. Pragmatic (communicative) equivalence features are defined. The Mass Media texts language features and the problems of pragmatic equivalence in the translation of Mass Media text various genres are described. The task of the translator to create the equivalent translation that meets all the requirements to achieve its pragmatic component is presented.

Key words: translation, equivalence, Mass Media, pragmatic equivalence, communicative equivalence, translation adequacy, transcreation, interlingual communication.