

Секция «Теория, история и методология перевода»

Особенности перевода текстов СМИ

Мигашкина Ольга Дмитриевна

Студент

Челябинский государственный университет, Факультет лингвистики и перевода,

Челябинск, Россия

E-mail: ms.isinka@mail.ru

В настоящее время СМИ играют огромную роль в жизни общества. По средствам массовой информации люди узнают, что происходит в их стране и за ее пределами. Чтобы точно донести информацию до большинства людей необходимо знать стилистические особенности написания текстов СМИ как на родном, так и на других языках, с которых планируется перевод.

Следует разделять понятия «публицистика» и «текст СМИ». Понятие «публицистика» более общее, так как публицистика может быть представлена во множестве форм, например, в словестной, иконографической и других, а текст СМИ принимает только речевую форму [5]. Тексты СМИ представляют собой газетно-журнальные и тексты разнообразных звучащих материалов: телерепортажи и интервью [5].

Существует множество классификаций текстов СМИ по разным признакам. Одна из самых распространенных классификаций – деление их на жанры, которые объединяют в группы, согласно их публицистическим функциям. Выделяют пять групп жанров: оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные (художественно-публицистические) [3]. Мы также проанализировали руководства по стилю различных изданий, в которых прописаны правила написания (и перевода) публицистических текстов.

Основной задачей данного исследования является разработка плана, которого следует придерживаться для того, чтобы переводить тексты СМИ без серьезных стилистических ошибок. Во-первых, внимание следует обратить на жанр текста. От этого зависит лексика текста и его целевая аудитория. Жанрово-стилистическая направленность текстов СМИ важна для перевода еще и потому, что перевод подразумевает не только передачу информации, но и коммуникативной/функциональной направленности текста [5]. Во-вторых, следует определить главные функции переводимого текста СМИ. Каждый жанр обладает определенными функциями, но они редко бывают нейтральными, то есть без элементов воздействия на аудиторию. Эти элементы необходимо передать в переводе, так как это неотъемлемая часть оригинального текста. В-третьих, следует провести анализ текста, чтобы выявить характерные особенности текстов СМИ: клишированные фразы, штампы, стандартные термины и названия; выражение отношения к информации, интонация и оценочные эпитеты; реалии общественной, культурной и политической жизни; использование различных видов лексики (разговорной, сниженной); использование образной фразеологии и идиоматической лексики; использование других фигур речи; заголовки [5]. Нам нужно обозначить эти особенности для того, чтобы стилистически правильно перевести текст впоследствии. Согласно этому плану, мы проанализируем различные тексты СМИ по всем трем пунктам, чтобы выявить наиболее часто совершаемые стилистические ошибки при переводе.

Специалисты выделяют множество ошибок, которые влияют на качество перевода. Одна из самых распространенных классификаций – классификация ошибок в переводе Л.К. Латышева. Согласно его мнению, существуют «ошибки в трансляции содержания» (переводческие): искажения, неточности и неясности. Но нас интересуют «ошибки в адаптации» (языковые): лексические, грамматические, стилистические, орфографические и пунктуационные [2]. Стилистическая ошибка - использование слова, конструкции или стилистического средства, не соответствующих по своим функционально-языковым свойствам той жанрово-стилистической разновидности текстов, к которой принадлежит перевод [2]. Если переводчик, например, неправильно перевел типичный для текстов СМИ фразеологизм, или не узнал его в тексте, это будет считаться стилистической ошибкой.

В.Н. Комисаров выделяет следующие ошибки в переводе: ошибки, представляющие собой грубое искажение содержания оригинала; ошибки, приводящие к неточной передаче смысла оригинала; стилистические неточности; нарушения обязательных норм языка перевода [1]. Не все авторы, как мы видим, считают стилистические неточности переводческими ошибками, однако они, несомненно, влияют на качество перевода.

Приводя пример стилистических ошибок в различных текстах, мы можем указать, на наш взгляд, не очень удачный перевод одного предложения из текста новости «People get red-dy», взятой с сайта «ИноСМИ». Автор текста перевел предложение “*The photo shoot is the culmination of celebrations for Redhead Day - an annual day - which has spilled across a weekend - to mark all things ginger, paid for by the local government in Breda, a city in the south east of the Netherlands.*” как «*Фотосъемки – это кульминация ежегодного празднования Дня рыжеволосых, в ходе которого его участники чувствуют все рыжее, и который финансируется местными властями города Бреда на юго-востоке Голландии*». На наш взгляд, уместнее было бы избежать пассивного залога, так как в руководстве по стилю Би-Би-Си советуется избегать его. Предлагаемый вариант перевода звучит так: «*Фотосъемки – это кульминация ежегодного празднования Дня рыжеволосых, в ходе которого участники чувствуют все рыжее. Праздник финансируют местные власти города Бреда, находящегося на юго-востоке Голландии*».

Материалом для исследования служат тексты сайтов «ИноСМИ» [6] и «Инопресса» [7], без переводческих, но с различными стилистическими ошибками. Планируется проанализировать тексты и выявить наиболее удачные или неудачные переводы согласно стилистическим особенностям оригинала. Возможно также предложение своих более удачных переводов. По этим данным мы планируем составить рекомендации, которые помогут переводчику избежать разные стилистические ошибки.

Подводя итог, отметим, что для грамотного перевода публицистических текстов необходимо не только знать основные правила перевода, но также и особенности, функции и целевую аудиторию текстов СМИ, так как для перевода необходима передача как информативного содержания текста, так и стилистического содержания текста.

Литература

1. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М., 2001.
2. Латышев Л. К. Технология перевода. М.: Академия, 2008.

3. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие / Под. ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000.
4. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. М., 2000.
5. Микоян, А. С. Проблема перевода текстов СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Под. ред. М.Н. Володиной. М., 2003.
6. ИноСМИ: <http://inosmi.ru/>
7. ИноПресса: <http://www.inopressa.ru/>

Слова благодарности

Автор выражает благодарность своему научному руководителю Волковой Татьяне Александровне.