



eISSN 2311-2468
Том 5, № 14. 2017
Vol. 5, no. 14. 2017

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



СМИРНОВА Т. Е., ЕРМИШИНА В. Е.

АДЕКВАТНОСТЬ ПЕРЕВОДА В КОММУНИКАТИВНОМ АСПЕКТЕ

Аннотация. Статья посвящена исследованию понятия «адекватность» как одного из основополагающих критериев оценки качества перевода. В частности, адекватность перевода рассматривается с точки зрения коммуникативного подхода. Приведен ряд практических примеров адекватного перевода с английского языка на русский.

Ключевые слова: адекватность, эквивалентность, перевод, реципиент.

SMIRNOVA T. E., ERMISHINA V. E.

ADEQUACY OF TRANSLATION: COMMUNICATIVE APPROACH

Abstract. This article considers the translation adequacy as a fundamental criterion of translation quality. The communicative approach is applied to study the phenomenon in question. Some examples of English-Russian adequate translation are analyzed.

Keywords: adequacy, equivalence, translation, recipient.

На современном этапе развития общества как никогда велико значение перевода и переводоведения в целом. В XXI веке человек ежедневно пользуется плодами трудов переводчиков, реализованным в виде переводов инструкций (например, к бытовой технике и одежде), теленовостей, газетных и журнальных статей, художественной литературы и др. В этой связи остро встает вопрос о качестве перевода, который часто является залогом успеха межкультурной коммуникации. Как известно, качество перевода в определенной степени зависит от ориентированности переводчика на интересы реципиента. Это значит, что каждый раз переводчик должен выполнить конкретную коммуникативную задачу, успешное решение которой, в свою очередь, напрямую зависит от адекватности перевода [1].

Обратимся к понятию «адекватность перевода». В этой связи рассмотрим ряд теорий, принадлежащих известным отечественным ученым-переводоведам.

В. Н. Комиссаров, представитель школы лингвистического подхода к переводу, считал, что «адекватным переводом называется перевод, который обеспечивает прагматические задачи переводческого акта на максимально возможном для достижения этой цели уровне эквивалентности, не допуская нарушения норм или узуса языка перевода, соблюдая жанрово-стилистические требования к текстам данного типа и соответствуя общественно-признанной конвенциональной норме перевода» [2, с. 233].

По мнению российского лингвиста и переводоведа Я. И. Рецкера, задача переводчика состоит в передаче средствами другого языка целостно и точно содержания оригинала, сохраняя его стилистические и экспрессивные особенности. Поэтому адекватным

(полноценным или целостным) переводом можно считать лишь перевод, который передает информацию, содержащуюся в подлиннике, равноценными средствами. Другими словами, адекватный перевод должен передать не только то, что выражено в тексте оригинала, но и так, как это выражено в нем [3]. К примеру, как указывает один из основоположников отечественной теории перевода, А. В. Федоров, в применении к художественному переводу понятие адекватности означает соответствие подлиннику по эстетической функции [4, с. 53].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что адекватность – это сохранение прагматического потенциала текста оригинала в тексте перевода, т.е. способность перевода производить на реципиента определенный коммуникативный эффект. Как считает российский теоретик и практик перевода В. В. Сдобников, принцип адекватности заключается в способности перевода выполнять ту же функцию, что и оригинал [4].

Термин «адекватность перевода» тесно связан другим переводоведческим термином – «эквивалентность перевода». Так, проблема соотношения этих двух понятий на протяжении долгого времени рассматривалась в трудах не только отечественных (Р. Левицкий, В. Н. Комиссаров, В. Г. Гак и т.д.), но и западных переводоведов (К. Райс, Х. Фермеер).

Считается, что термин «эквивалентность» был впервые употреблен П. М. Топером в 1959 г. Однако окончательно этот термин утвердился в трудах Р. О. Якобсона в 1959 г. (статья «О лингвистических аспектах перевода»). В современной теории перевода эквивалентность обозначает соответствие текста перевода тексту оригинала. Понятие переводческой эквивалентности включает в себя представление о результате перевода, максимально близком к оригиналу, и представление о средствах достижения этого результата. В ходе развития теории перевода сложился целый ряд концепций переводческой эквивалентности: концепция формального соответствия, концепция нормативно-содержательного соответствия, концепция эстетического соответствия, концепция динамической эквивалентности, универсальная модель «скопос» и т.п. [5].

Остановимся подробнее на последней модели, так как она оказалась новым шагом в развитии теоретических взглядов на перевод и расширила представление о функции переводчика. В отличие от предшествующих ей концепций, представители которых занимались определением исторически обусловленной эквивалентности переведенного текста по отношению к оригиналу, модель «скопос», предложенная немецкими теоретиками перевода К. Райс и Х. Фермеером, объясняет парадоксальные на первый взгляд результаты перевода, которые не укладывались ни в одну из концепций.

Так как перевод всегда осуществляется с какой-либо целью, понятие «скопос» (греч. «цель») является основой данной универсальной модели. Среди целей перевода авторы выделяют не только полноценную передачу содержания подлинника, но и

дезориентацию реципиента, введение его в заблуждение, внедрение посредством перевода чуждую оригиналу политическую идею и т.д. Следовательно, такое разнообразие задач, стоящих перед переводчиком, может привести к полному изменению всех видов содержания текста при переводе.

Соотнося понятия эквивалентности и адекватности, К. Райс и Х. Фермеер отмечают, что эквивалентность – это отношения, прежде всего, между отдельными знаками и целыми текстами, а адекватность – отношения между культурами. Общим у этих двух терминов является то, что они оба не статичны, так как цель перевода всякий раз меняется, а функция одного и того же текста может быть по-разному понята людьми на разных исторических этапах [5].

Таким образом, в настоящее время проблема соотнесения понятий эквивалентности и адекватности перевода не решена однозначно. В некоторых случаях они употребляются как синонимы (статья Р. Левицкого «О принципе функциональной адекватности перевода»), но могут и противопоставляться друг другу. К примеру, В. Н. Комиссаров в своей работе «Теория перевода (лингвистические аспекты)» разграничивает понятия эквивалентного и адекватного перевода. Под эквивалентным он понимает перевод, который воспроизводит содержание оригинала на одном из уровней эквивалентности. Адекватный же перевод должен оправдывать ожидания коммуникантов или лиц, которые осуществляют оценку качества перевода. Так же он отмечает, что любой адекватный перевод эквивалентен, но не всякий эквивалентный перевод признается адекватным [2].

Обратимся к конкретным примерам для иллюстрации понятия «адекватность перевода». Как известно, для создания определенного коммуникативного эффекта многие авторы используют звуковую и графическую стороны языка, приобретающие в художественных текстах эстетическую ценность. Например, в стихотворении «Ворон» американского поэта Э. По эффект шуршания создается за счет использования звука [s]:

And the silken, sad, uncertain rustling of each purple curtain
Thrilled me – filled me with fantastic terrors never felt before.

В переводе на русский язык использование аналогичного (эквивалентного) звука не привело бы к созданию подобного эффекта, а, напротив, вызвало бы совсем иные ассоциации. Исходя из этого, переводчик должен был использовать тот же прием аллитерации, однако, основанный на применении иного звука, который выполняет аналогичную функцию в тексте на языке перевода – звук [ш]:

Шелковый тревожный шорох в пурпурных портьерах, шторах
Полонил, наполнил смутным ужасом меня всего...

(Пер. М. Зенкевича) [4]

Рассмотрим ряд примеров адекватного перевода из произведения современного американского писателя Р. Брэдбери «Вино из одуванчиков» [7]: Grandfather excused himself early. “I’m full,” he said. – Первым из-за стола встал дедушка. – Я сыт, – сказал он. Контекст помогает переводчику интерпретировать выражения «I’m full» и «excused himself» именно таким образом. Также необходимо обратить внимание на порядок слов. В переводе на русский язык подлежащее, несущее в себе новую информацию, традиционно находится на последнем месте в предложении. Тогда как в языках с аналитическим строем, в данном случае в английском, подлежащее ставится перед смысловым глаголом.

Еще один яркий пример адекватного перевода рассматриваемого художественного текста на русский язык: Grandma watched the faces of her boarders. Silently they stared at their plates, their hands in their laps, the food cooling, unchewed, in their cheeks. “I’ve lost it!” Grandma said. “I’ve lost my touch . . .” – Бабушка переводила испытующий взгляд с одного лица на другое. Все молча уставились себе в тарелки, сложили руки на коленях, а за щекой так и остался недожеванный кусок. – Я разучилась, – сказала бабушка. – Я больше не умею стряпать...

Извлекая смысл из контекста, переводчик применяет оправданную трансформацию в выражениях со словом «lost» – «I’ve lost it» и «I’ve lost my touch». В данном случае содержание оригинала передано целостно и точно, перевод естественно звучит на русском языке, следовательно, он адекватен.

Таким образом, вывод, который мы можем сделать, заключается в том, что адекватность перевода связана, прежде всего, с самим процессом межкультурного коммуникативного акта и условиями его протекания, тогда как эквивалентность ориентирована на результат перевода [5]. Говоря об эквивалентном переводе, мы имеем в виду его лингвистические характеристики.

В любом случае, рассматривая вопрос о соотношении адекватности и эквивалентности, следует помнить о том, что все переводческие решения субъективны, поскольку зависят от восприятия переводчиком текста оригинала. В одних случаях фрагменты текста оригинала будут переданы буквально, а в других – опущены, так как каждый текст, не зависимо от его стилистической принадлежности, требует индивидуально-творческого понимания [6].

ЛИТЕРАТУРА

1. Полетаева Е. Д. Способы передачи межкультурной асимметрии при переводе текстов английской художественной литературы XVIII века // Перевод в меняющемся мире: материалы Международной научно-практической конференции, г. Саранск, 19-20

- марта 2015 г. / редкол.: Буренина Н. В., Панфилова С. С. [и др.]. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2015. – С. 75–81.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
 3. Гарбовский Н. К. Теория перевода. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 544 с.
 4. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода. – М.: АСТ: Восток–Запад, 2006. – 448 с.
 5. Ивлева А. Ю. К вопросу об определении понятия «стратегия перевода» // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2016. – № 1. – С. 207–212.
 6. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
 7. Брэдбери Р. Вино из одуванчиков / пер. Оганян А., Петрова Е. С., Ковалева М. Н. – М.: Эксмо, 2017. – 512 с.

АРЕСТОВА Е. В.

**СПОСОБЫ РЕЧЕВОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ НЕСЕМИОТИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ
В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению несемиотических квантов англоязычного письменного медийного дискурса в ракурсе способов их авторского маркирования в актуальном тексте, а также их последующей идентификации при дискурсивном анализе.

Ключевые слова: несемиотические кванты, текст, дискурс, контекст, коммуникация.

ARESTOVA E. V.

**PRINCIPLES OF NONSEMIOTIC SPEECH UNITS IDENTIFICATION
IN MEDIA DISCOURSE: AN ENGLISH-BASED STUDY**

Abstract. The article considers the nonsemiotic segments in the English media discourse. The study focuses on both the ways the authors mark the above-mentioned elements and the ways they are spotted out for actual discourse analysis.

Keywords: nonsemiotic segments, text, discourse, context, communication.

Широко известно, что человек является существом социальным, что приводит к его неизбежному сосуществованию в реальном (энергоматериальном) и виртуальном (информационном) мирах. Соотношение и взаимодействие же двух этих миров обеспечивает семиотика и, в первую очередь, вербальная деятельность, т.е. коммуникация [1].

Важность исследования и поиска способов анализа различных видов дискурса присутствовала в рамках изучения коммуникации всегда, но приобрела особую значимость и, несомненно, новую форму с развитием технического прогресса и средств массовой информации. Во многом определяют коммуникативную культуру личности, в том числе и речевое поведение индивида и его мировоззренческие установки, коммуникативная стратегия и тактика [2].

Однако идентификация несемиотических квантов текста не ограничивается определением лишь двух вышеупомянутых явлений. К тому же, эти явления изучены не до конца, так как являются крайне неоднозначными. Данный факт подтверждают определения разных исследователей. Так, В. Б. Кашкин определяет коммуникативную стратегию как часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели [3]. По мнению Е. В. Ключева, коммуникативная стратегия – это «результат, на который направлен коммуникативный акт» [4]. Е. П. Черногрудова считает,

что стратегия есть «общая рамка, канва поведения» [5, с. 42], а С. Дацюк видит в стратегии «концептуально положенное в технологии мировоззренческое намерение и его действенное осуществление касательно содержания коммуникационного процесса» [5, с. 41].

В этой связи интерес в данном исследовании представляет более фундаментальный подход – дискурсивный анализ. Данный научный подход к изучению социальной коммуникации получил свое развитие в 60-х гг. XX в. Несмотря на то, что сам термин впервые был использован Зеллигом Харрисом в 1952 г., оформление дискурсивного анализа как дисциплины относится скорее к 1970-м г. [6]. Развитию этой дисциплины во многом способствовали теоретические разработки Т. А. ван Дейка [7] в области социологического анализа – представленных в текстах моделей социальных ситуаций. Новый подход позволил значительно переосмыслить само понятие «дискурс». И если на начальном этапе он трактовался как цельный связный текст и связывался с единицей языка, то в современном толковании дискурс – это единица коммуникации, «речь, фраза, жест, символический акт... что и как говорится, кем, кому, в какой обстановке, личности и взгляды участников сообщения (автор, зритель, собеседник), социокультурный контекст» [8].

Таким образом, в настоящее время в рамках понятия «дискурс» рассматриваются все характеристики речевой коммуникации: семантические, синтаксические, прагматические, которые подразумевают знания о мире, знания о коммуникативной ситуации, другими словами, участники коммуникации, их цели, задачи, мотивы. Из вышесказанного следует, что все большую важность приобретает не семиотический анализ, ограничивающийся разбором сообщения на основе его речевого и стилистического оформления, а исследование текста на более высоком, затекстовом уровне, включающем оценку автора и выражение индивидуальных или национальных ценностей и стереотипов, ведь «...функционально у каждого текста существует продуцент, который тем или иным способом, осознанно или интуитивно, маркирует свое отношение к элементам текста, соотнося их с собственными мыслями, моделями, точками зрения...» [9]. Именно поэтому в социально-политических исследованиях дискурсивный анализ стал важнейшим инструментом изучения путей и способов, которыми социальная реальность представляется и осмысливается посредством дискурса [10]. С изучением языка как орудия социальной власти связаны исследования процесса производства общественного или политического события средствами массовой коммуникации и различными структурами власти [11].

Чтобы лучше понять, как представлены несемиотические единицы в тексте, и какие существуют способы распознавания маркеров речи, указывающих на оценочность суждения, обратимся к анализу некоторых примеров из англоязычного медийного дискурса.

1. Mostly, I wanted to show that (it) the bulk of the Middle East is far from the volatile hub of violence and fanaticism people believe. And that a woman could cycle through it safely. Not everyone had faith in my ability to do so, however. "We think you'll probably die," one friend told me before I left. "We've put the odds at about 60:40." Others were less optimistic [12].

Этот отрывок взят из англоязычного новостного интернет источника «BBC magazine».

В нем женщина описывает свой опыт противостояния стереотипизации мышления у западных стран по отношению к восточным странам. Данный пример иллюстрирует конфронтацию устоявшегося стереотипа «европейского человека» о людях среднего востока и автора этого текста, у которого в картине ценностей этот стереотип не уживается. Из примера явно видно, что противопоставление идет между индивидуальной картиной мира, согласно которой люди там далеки от насилия (the Middle East is far from the violence) и национальной картиной мира, которая твердит обратное. Основным семиотический маркер, использованный автором в статье для иллюстрирования различий в картинах мира людей, – это коннотация ("We think you'll probably die," one friend told me before I left. "We've put the odds at about 60:40"). Также можно видеть использование вводных слов и конструкций, предусматривающих выражение субъективного мнения (I wanted to show that / We think). Что касается шансов 60:40, то это напоминает известное в теории вероятности явление случайного разрешения задачи, а именно 50:50. Предполагая по аналогии то, что 50:50 vs 60:40 = да:нет, можно прийти к выводу, что приведенные в статье шансы исключают случайный исход. Это указывает на прочно устоявшийся стереотип, диктуемый общенациональной системой мировоззренческих ценностей. Но, тем не менее, развитие нового течения в системе ценностей, как можно заметить, приобретает место в общей концепции и неизбежно вступает во взаимодействие с ее элементами.

2. German skincare brand Nivea also said sorry over its "white is purity" deodorant advert that was deemed discriminatory and racially insensitive. Meanwhile, in the UK, the Co-op supermarket was accused of "outrageous sexism" in an advert for chocolate Easter eggs that encouraged parents to "treat your daughter for doing the washing up", while Cadbury was criticised after dropping the word "Easter" from its egg hunts. These campaigns have now taken their place in the pantheon of bad advertising [13].

Вышеприведенный отрывок взят из новостного интернет-источника – статьи, освещающей ситуацию, сложившуюся на фоне конфликта двух систем ценностей. Как следует из сказанного, коммерческие организации провели рекламные акции, направленные на рост спроса на их продукт, но их идея была воспринята людьми обывательского круга, не мыслящих в рамках коммерческой картины мира, неоднозначно и даже враждебно. На

наличие в суждениях конвенциональных ценностей, безусловно, указывают несемiotические (указание на различие в системах ценностей обывателей и рекламных кампаний-неудачников посредством явно выраженного осуждения – These campaigns have now taken their place in the pantheon of bad advertising) и семиотические маркеры (deemed discriminatory and racially insensitive; was accused of "outrageous sexism"; Cadbury was criticized).

На основе вышеприведенных примеров можно утверждать, что индикаторами конвенциональных картин мира могут являться не только прямые столкновения, какие мы, например, рассматривали прежде в отрывке, взятом из книги Билла Брайсона – If you informed an American that a massive asteroid was hurtling toward Earth at 125,000 miles an hour and that in twelve weeks the planet would be blown to smithereens, he would say: "Really? In that case, I suppose I'd better sign up for that Mediterranean cooking course now." If you informed a Briton of the same thing, he would say: "Bloody typical, isn't it? And have you seen the weather forecast for the weekend [14], но и описанные косвенно третьим лицом.

3. Researchers analyzed millions of words relating to men and women and Olympic sports in the Cambridge English Corpus (CEC) and the Sport Corpus - massive databases that include news articles and posts on social media. The study revealed common word combinations for female athletes included aged, older, pregnant and married or unmarried. In contrast, top word combinations for male athletes included fastest, strong, big and great [15].

Данный отрывок взят из новостного англоязычного канала BBC. На его примере можно рассмотреть ярко выраженное противопоставление стереотипизированных суждений о спортсменах-женщинах и мужчинах. Само противопоставление представлено в виде результата исследования группой ученых на основе отзывов и характеристик, взятых из баз данных Cambridge English Corpus (CEC) и the Sport Corpus. Так, можно отметить, что существует предвзятое убеждение о половом различии и пригодности разных ее представителей к той или иной деятельности, в данном случае – спорту. Так, к домену «женщина-спортсмен» более употребимыми определениями были «в возрасте, беременная, замужняя» (aged, older, pregnant and married or unmarried), в то же время домену «мужчина-спортсмен» приписывались слова, олицетворяющие собой скорость, силу и пр (fastest, strong, big and great). Это показывает, что существует стереотип, согласно которому женскому полу приписываются практически повсеместно домашние функции, а мужчине отводится роль защитника и победителя. Несемiotическими маркерами, указывающими на эту распределенность являются коннотация и прием сравнения, а также использование в качестве доказательства фактуальной базы из достоверного источника. Семиотические маркеры, выполняющие функцию донесения скрытых несемiotических явлений, – это

лексика, выражающая сравнение (In contrast, male athletes / female athletes). Как и в предыдущем примере, можно заметить, что сравнение производится не от первого лица, а больше косвенно, автор выступает в роли третейского судьи, который в силу специфики жанра избегает субъективности, доказательством чему является такой несемiotический маркер как опора на достоверный источник (Researchers analyzed ... massive databases). Но при явном отсутствии личной оценки автора, в то же время, проявляется такой ярко выраженный несемiotический элемент как гендерный стереотип.

На основе анализа вышеприведенных примеров можно сделать следующие выводы:

1. Комплексное изучение текста или его отрывка эффективнее проводить в рамках как семиотического, так и несемiotического анализа, поскольку речь обязательно включает в себя интегральные суммы элементов обеих страт;
2. Несемiotические явления, не имея своего прямого семиотического маркера, всегда выражаются опосредованно – через семиотические явления и лингворечевые действия;
3. Маркерами, указывающими на индивидуальную картину мира и оценочность суждения, являются: коннотация; прием сравнения; вводные слова, указывающие на персонификацию высказывания. Выделение и распознавание фрагментов текста, снабженных такими маркерами, позволяет идентифицировать элементы несемiotической страты для последующего ее функционального или структурного анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лабащук М. Динамика структуры вербального знака в онтогенезе. – Бельско-Бяла, 2012. – 195 с.
2. Кириллова Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». – 2012. – № 1. – С. 26–33.
3. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
4. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. – М.: Рипол Классик, 2002. – 320 с.
5. Черногрудова Е. П. Основы речевой коммуникации: учебное пособие – М.: Экзамен, 2008. – 126 с.
6. Энциклопедия Кругосвет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/diskurs.html.
7. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – 308 с.

8. Электронная Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lurkmore.to/Дискурс>.
9. Свойкин К. Б. Способы проявления продуцентного авторства в англоязычном научном тексте // Интеграция образования. – 2006. – № 1. – С. 178–182.
10. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с английского под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
11. Ачкасова В. А., Володина Л. В. Связи с общественностью как социальная инженерия. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
12. Lowe R. Is it foolish for a woman to cycle alone across the Middle East? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/magazine-39351162>.
13. Chi L. From Pepsi to Nivea: Some of the worst advertising fails [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/business-39511906>
14. Арестова Е. В. Проблемы несемиотической стратификации англоязычного письменного дискурса [Электронный ресурс] // Огарев-online. Раздел «Филологические науки». – 2017. – № 10. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/problemny-nesemioticheskoy-stratifikacii-angloyazychnogo-pismennogo-diskursa>.
15. Bates C. Is some Olympic commentary sexist? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/magazine-37037050>.

МАКАРЧИКОВА Ю. С.

ПРАКТИКА И ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению специфики перевода смысловых имен собственных. В частности, исследуется проблема перевода английских имен собственных на русский язык в художественных произведениях различных жанров.

Ключевые слова: имя собственное, словарь, ономастика, перевод, лексическая единица, трансформация, язык, фамилия, сказка, персонаж.

MAKARCHIKOVA YU. S.

PRACTICE AND DIFFICULTIES OF RENDERING

ENGLISH PROPER NAMES INTO RUSSIAN

Abstract. The article considers the specifics of rendering the meaning of proper names. The study focuses on the translation of English proper names into Russian in fiction works of various genres.

Keywords: proper name, dictionary, onomastics, translation, lexical unit, transformation, language, surname, tale, character.

Имена собственные занимают значительное место в составе лексики любого языка. Специфика имен собственных всегда привлекала внимание исследователей: географов, историков, лингвистов и, конечно же, переводчиков, которых, в первую очередь, волновал вопрос, стоит ли переводить такие имена.

По мнению большинства исследователей, перевод имени (особенно личного имени) заключается в его замене соответствующей гомофонической формой имени принимающего языка с учетом его фонетических особенностей. Данная точка зрения основана на том факте, что имена собственные имеют номинативную функцию. Однако нельзя исключать возможности того, что в художественном тексте этим именам присущ некий внутренний смысл. Каждое такое имя имеет значение, что можно выявить посредством историко-культурного контекста и этимологического анализа. Поэтому некоторые переводчики стали поднимать вопрос о переводе имен собственных. Так, В. С. Виноградов отмечает, что, будучи транскрибированным, имя «не может оказать эмоционального воздействия на реципиента, в то время, как в оригинале оно рассчитано на такое воздействие» [1, с. 162–163].

По мнению Г. В. Денисовой, «имя собственное может быть переведено таким образом, чтобы оно выполняло ту же эстетическую функцию, что и в оригинале... Читатель, не владеющий языком оригинала, не должен оставаться равнодушным к значению имен персонажей, совершенно не представляя, что стоит за тем или иным именем. Например, в романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» главного героя зовут Раскольников. Русский читатель сразу чувствует, что эта фамилия происходит от слова «раскол», и это чрезвычайно важно для понимания и оценки характера героя. Выбор такой фамилии вряд ли можно назвать случайным» [2, с. 68].

Таким образом, можно подумать, что любую фамилию следует трансформировать при переводе художественного произведения на другой язык. Однако, безусловно, здесь не нужно впадать в крайность и подбирать соответствия в языке перевода для каждой фамилии оригинала. Дело в том, что любая фамилия в русском, в английском или в каком-то ином языке является значимой, т. е. содержит в себе какой-либо смысл – тайный или явный. Но при таком подходе, т. е. с учетом того, что в языке любая фамилия (а иногда и имя) является значимой, переведенное на другой язык художественное произведение рискует превратиться в фарс. Так, русские фамилии Зайцев или Медведев могут стать соответственно английскими Hare и Bear, а английские Forest и Pink – в Лесов и Розов. Аналогичным образом английский персонаж по фамилии Johnson, получивший русскую фамилию Иванов, будет казаться смешным в контексте художественного произведения.

Приведем еще один пример. Главную героиню пьесы английского драматурга Ричарда Шеридана «Школа злословия» (“The School of Scandal”) зовут Lady Sneerwell. Ее имя говорит само за себя, вследствие чего характер данного персонажа раскрывается с первых строк произведения. Существительное «sneer» означает «насмешка, колкость», существительное «well» – «источник, колодец», то есть эта дама является источником всех колких выпадов по отношению ко всем окружающим ее людям. Как же можно перевести ее имя? В русском языке личностей подобного рода обычно называют словом «язва». Но если перевести фамилию шеридановской героини этим словом, то вряд ли будет созвучным сочетание леди Язва. К тому же, не надо забывать, что речь идет о реально существующем человеке, хотя и в рамках художественного произведения. Если бы события, описанные в «Школе злословия» происходили в России, то обладательницу смыслового имени можно было бы, например, назвать фамилией Колкова. Но главная героиня по национальности англичанка. Значит здесь подойдет только один способ перевода – транскрипция в сочетании с транслитерацией. Переводить эту фамилию, подбирая аналог, не следует. Это равносильно тому, чтобы перевести фамилию Раскольников из известного романа Ф. М. Достоевского на английский язык.

Однако некоторые переводчики все же идут по этому пути, т. е. пытаются перевести некоторые личные имена собственные на русский язык. Тому пример – перевод имени главной героини сказочной повести Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» (“Alice in Woderland”) русским писателем и переводчиком Владимиром Набоковым. Почти все переводчики этого произведения на русский язык называли девочку Алисой, используя прием транслитерации. Но в переводе В. Набокова это имя передается как Аня. Безусловно, такой перевод имени собственного совершенно не отразился на сущности самого произведения и на характере главной героини. Но национальная специфика была потеряна, так как имя Аня по-английски будет Ann [4].

Таким образом, в настоящее время личные имена собственные в большинстве случаев переводятся с помощью транскрипции с элементами транслитерации. Однако в художественном произведении можно встретить имена, семантика которых зависит от контекста. Такие имена в лингвистической литературе называются «смысловыми», или «говорящими». Эти имена не просто требуют перевода, они нуждаются в нем, т. к., подобрав эквивалент авторскому имени, переводчик раскрывает иноязычному читателю внешние или внутренние свойства персонажа, давая ему характеристику либо в рамках определенной ситуации, либо внеситуативно, т. е. в пределах всего произведения. Подобные имена чаще всего встречаются в сказочных произведениях.

Так, в сказке «Как появились броненосцы» Р. Киплинга действуют два персонажа – ежик и черепаха. Ежика зовут Stickly-Prickly Hedgehog, а черепаху – Slow-Solid Tortoise. Имена этих животных отражают их характер, привычки. Поэтому будет грубейшей ошибкой, если передать эти имена собственные с помощью транскрипции, например, «ежик по имени Стикли-Прикли» и «черепаха, которую звали Слоу-Солид». Рассмотрим вначале имя ежика – Stickly-Prickly: stick означает «палка», а prick – это «шип, колючка». Если соединить этих два существительных, получается, что имя ежика означает – «палка с шипами», что является точной его характеристикой. Имя же черепахи (Slow-Solid), если его перевести дословно, означает «медлительное тело». Вот как данный отрывок звучит в переводе Л. Б. Хавкиной: «Был на свете тогда Забияка Колючий Ежик, и жил он на берегу быстрой реки Амазонки, питаясь улитками и слизняками. У него была приятельница Медлительная Степенная Черепаха, которая также жила на берегу быстрой реки Амазонки и питалась зеленым салатом и всякой травой» [3]. На наш взгляд, этот перевод отражает характерные особенности кипплинговских персонажей, хотя переводчик полностью не избежал ошибки. Все-таки это имена собственные, и если имя ежика переведено в соответствии с языком оригинала, то имя черепахи в русском варианте не звучит как имя, а похоже просто на словосочетание –

«медлительная степенная черепаха». И только заглавные буквы говорят, что именно так звали героиню сказки.

Ярким примером перевода смыслового имени является передача номинации вымышленного персонажа Heffalump из сказки А. Милна «Винни-Пух и все-все-все». Это мифическое существо, созданное фантазией писателя, проводником которой является главный герой книги, было изображено на иллюстрациях к сказке в виде слона весьма устрашающего вида, поскольку его название звучит как искаженное и переосмысленное в детской речи слово «elephant», образованное с помощью перестановки звуков с прибавлением к нему звука [h]. Данное имя в тексте произведения обыгрывается автором:

“I saw a Heffalump to-day, Piglet.”

“What was it doing?” asked Piglet.

“Just lumping along,” said Christopher Robin.

Переводчик Б. Заходер нашел адекватную замену этому персонажу – Слонопотам. При переводе на русский язык вышеприведенного текстового фрагмента он пытается обыграть данную номинацию, подобрав к имени Слонопотам однокоренной глагол «слоняться».

- Знаешь, Пятачок, а я сегодня видел Слонопотама.

- А чего он делал? - спросил Пятачок.

- Просто слонялся, - сказал Кристофер Робин» [5].

Тем не менее, не всегда переводчики внимательно подходят к передаче подобных имен, отчего возникают существенные ошибки. В качестве примера рассмотрим перевод имени плюшевого медвежонка из сказки А. Милна.

Имя Winnie-The-Pooh состоит из двух элементов: Winnie + Pooh, соединенных определенным артиклем. Второй компонент данного имени, Pooh, носит звукоподражательный характер, являясь междометием. Его аналогом является русское междометие «Ух!». Междометие номинирует характер персонажа, который все время сопел и ворчал. Поэтому перевод второго компонента имени Pooh как Пух, который осуществил Б. Заходер, уводит русского читателя в сторону, ассоциируя сказочного медвежонка с чем-то мягким и пушистым.

Таким образом, перевод иноязычных имен собственных представляет непростую задачу для переводчика, поскольку они всегда обладают национально-культурной спецификой. К переводу личного имени собственного в художественном произведении надо подходить творчески и попытаться создать аналог, который бы сохранил и национальную, и авторскую специфику, если, конечно, это представляется возможным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Денисова Г. В. Границы перевода. – М.: МГУ, 1998. – 80 с.
3. Киплинг Р. Первые броненосцы / Пер. с англ. Л. Б. Хавкиной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikisource.org/>.
4. Кэрролл Л. Аня в стране чудес / Пер. с англ. В. Набокова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.ru>.
5. Милн А. Винни-Пух и все-все-все / Пер. с англ. Б. Заходера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.ru/>.

ЛЕЩЕНКО Г. В., ЦЫБИНА Л. В.

**ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО
МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫХ СТАТЬЯХ**

Аннотация. В статье представлены результаты лингвистического анализа приемов речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе. Исследование выполнено на материале газетных статей спортивной тематики. Делается вывод о том, что воздействие на читателя осуществляется с помощью целого ряда лексико-грамматических приемов.

Ключевые слова: речевое манипулирование, СМИ, спортивные новости, лексические приемы, лексемы-ограничители.

LESHCHENKO G. V., TSYBINA L. V.

**LEXICO-GRAMMATICAL TECHNIQUES OF LANGUAGE
MANIPULATION IN ENGLISH SPORTS NEWSPAPER ARTICLES**

Annotation. The article provides the results of a lexico-grammatical analysis of the techniques of language manipulation in the English sports discourse. The study is based on English sports newspaper articles. It is concluded that a great variety of lexico-grammatical means is used to influence the reader.

Keywords: language manipulation, mass media, sports news, lexical techniques, lexemes-hedges.

Одной из основных задач СМИ, помимо информирования и осуществления просветительской и культурно-развлекательной деятельности, является формирование у читателя определенной картины мира. Эта задача реализуется с помощью различных инструментов воздействия: помимо визуальных и акустических приемов, основным средством влияния на массовое сознание является речевое манипулирование.

В научной литературе можно встретить несколько определений термина «речевое манипулирование». О. Н. Быкова характеризует его как «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [3, с. 99]. Е. В. Денисюк описывает речевое манипулирование как «специфическое речевое поведение в процессе общения, направленное на побуждение собеседника совершить невыгодное для него (но выгодное для побуждающего лица) действие. Отличительной чертой этого способа побуждения является его скрытый характер: и цель, и процесс побуждения намеренно скрываются от адресата» [4, с. 66]. Е. Л. Доценко описывает манипуляцию как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому

возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниям» [5, с. 59]. Таким образом, речевая манипуляция подразумевает психологическое, а не физическое воздействие. Само воздействие и его цель всегда скрыты от реципиента, а для успешной реализации речевой манипуляции необходимы определенные знания и навыки.

Для осуществления поставленной цели авторы материалов СМИ пользуются широким спектром приемов языкового воздействия: от намеренного искажения фактов путем придания словам дополнительного значения (не свойственной им ранее коннотации) до игры слов с использованием разнообразных тропов и стилистических приемов. При этом установление факта использования средств речевого манипулирования в тексте той или иной газетной статьи зачастую несет определенные сложности, так как грань между использованием языковых средств для обогащения речи и для манипулятивного воздействия на читателя очень тонка.

В настоящий момент нет общепринятой классификации приемов речевого манипулирования: в своих работах некоторые ученые ограничиваются простым их перечислением, а некоторые предлагают тот или иной вариант классификации. С точки зрения лингвистического анализа все приемы речевого манипулирования можно разделить на две группы: лексико-грамматические и стилистические. В данной статье представлены результаты анализа лексических средств английского языка, используемых в рамках лексико-грамматических приемов речевого манипулирования.

Рассмотрим различные способы использования лексики в процессе языкового манипулирования взяв за основу материал спортивных статей англоязычной прессы. Выбор данного направления объясняется тем, что, когда речь заходит об использовании манипулятивных приемов в прессе, речь, в первую очередь, заходит о политических, социальных или экономических тематиках. Однако спортивные статьи не менее активно, чем политические апеллируют к различным эмоциям и чувствам читателей. Кроме того, в настоящее время они отражают взаимоотношения государств, осуществляемые посредством перехода с политического на спортивный уровень. С точки зрения языкового манипулирования в англоязычной спортивной прессе особого внимания заслуживает так называемый «мельдониевый скандал», поставивший под сомнение достижения многих российских спортсменов и получивший широкий резонанс в международной прессе.

Одним из способов осуществления языкового манипулирования в прессе является ссылка на неизвестный источник. Данный прием используется в том случае, когда автор не хочет брать на себя ответственность за передаваемую читателю информацию. В статье «К вопросу о языковой манипуляции в средствах массовой информации» О. Н. Быкова этот

прием описывает как «нереферентность при названии источника информации» [1, с. 19].

Для реализации данного приема в английском языке можно встретить следующие конструкции:

- *according to information from non-governmental sources* (согласно информации, поступающей из неправительственных источников);
- *according to information obtained from various sources* (согласно полученной из различных источников информации);
- *according to press reports* (по сообщениям прессы);
- *rumored to be* (по слухам);
- *based on information from unverified sources* (по непроверенной информации);
- *it became known that, was known that* (как стало известно);
- *according to reliable sources* (по сведениям из надежного источника);
- *they say* (говорят, что);
- *it is believed that* (есть мнение) и т. п.

Приведем примеры актуального использования данных конструкций в англоязычной прессе.

1. ***Some athletes say** they stopped taking meldonium before it was banned but have still tested positive, and Wada said on Wednesday that athletes in that position could avoid sanctions if that argument is backed up by data showing a low concentration of the substance in their sample* [8];
2. ***According to the source**, the case of the doping abuse with Sergeyeva is currently the only one among all of the Russian national bobsledders* [9];
3. ***According to sources** who spoke to BloodyElbow under the condition of anonymity, a significant percentage of Russian MMA fighters and boxers continue to use the substance* [10];
4. *The maximum punishment available is four years **but it is believed** she would get a lenient ban between six and 12 months, which would start from the date of her provisional suspension on 12 March* [11].

Фразы такого рода позволяют автору публикации не только сохранить анонимность источника, пожелавшего остаться неназванным, но и помогают, по меньшей мере, частично, снять с себя ответственность за напечатанную информацию.

Еще одним распространенным приемом речевого манипулирования является использование лексем-ограничителей. Они применяются для снижения силы утверждения. В английском языке для обозначения этого приема был введен термин «hedges». Условно лексем-ограничители можно разделить на три группы: оптимизирующие ограничители,

ограничители силы и ограничители ментального размежевания.

Оптимизирующие ограничители указывают на присутствие в утверждении ряда неточностей, хотя в целом передаваемая информация верна. К этому типу ограничителей относятся следующие выражения: *formally, technically* (формально), *strictly speaking* (строго говоря), *in some respect, in certain respects* (в определенном отношении), *in some sense* (в некотором смысле) и др.: *Even if, **strictly speaking**, such a case falls within the application of the anti-doping rules for the rider concerned, the imposition of negative consequences for the whole team would be inappropriate and disproportionate* [12].

Следующая группа – ограничители силы утверждения. Сюда включаются такие выражения, как: *at least* (по крайней мере), *kind of* (вроде, как бы), *may be assumed* (можно предположить). Они позволяют снять ответственность с автора статьи за конкретный тезис. Примеры использования таких ограничителей можно обнаружить в следующих фрагментах англоязычных газетных статей спортивной тематики:

1. *Even though we are not aware of the meldonium dosage prescribed to Ms Sharapova, **it is safe to assume** that, in the absence of oral carnitine supplementation, her muscle carnitine content would have been, at most, only modestly decreased, and would have resulted in a minimal impact on her muscle oxidative capacity* [13];
2. *But **it looks like** in the wake of the Sharapova affair, meldonium is attracting a revived interest on nootropics sites* [14];
3. *Amongst a number of inconsistencies, male DNA was found in urine **purportedly** from two female hockey players* [15].

Третья группа представлена ограничителями ментального размежевания. Сюда входят следующие фразы: *claim* (утверждать), *state* (заявлять), *confirm* (подтверждать), *according to* (по словам), *allegedly* (якобы). Такие обороты речи применяются для противопоставления мнения автора точке зрения цитируемого лица или же для снятия ответственности за слова другого человека.

1. *She used meldonium **allegedly** for diabetes and magnesium deficiency* [16];
2. *British marathon world record holder Paula Radcliffe **said** Russia had committed a "huge fraud"* [17];
3. *Sharapova **confirmed** last month **that** she had tested positive for meldonium during the Australian Open* [18];
4. *Sharapova **claims** she has been on the medication for health reasons for more than 10 years* [19].

Как показывают результаты исследования, ограничители ментального размежевания различаются по силе: прилагательное «*allegedly*» позволяет намного сильнее разграничить

мнение, чем глаголы «claim», «state» и т.д.

Еще одним лексико-грамматическим приемом речевого манипулирования является прием создания комплексной эквивалентности, который в настоящее время очень популярен в печатных СМИ. Он основан на использовании таких лексем, как *thus* (значит), *therefore* (таким образом), *it follows* (из этого следует), *accordingly* (соответственно). С помощью этого приема автор позволяет себе представить публике гипотезу под видом аксиомы:

1. *Wada recognises this need – that meldonium is a particular substance, which has created an unprecedented situation and **therefore** warranted additional guidance for the anti-doping community* [18].
2. *Given the fact that scores of athletes have tested positive for taking what previously was a legal product, **it's clear** Wada did not handle this properly last year and they're trying to make up for it now* [17].

Такие обороты речи позволяют автору установить желательные причинно-следственные связи, подталкивая читателя к определенным выводам. Особенно эффективен данный метод для дискредитации и создания негативной характеристики.

Далее рассмотрим прием мультипликации, суть которого заключается в создании множественности. Прием мультипликации искусственно придает большую значимость передаваемой информации путем создания плюралиса (множественного числа), создавая у читателя ложное представление массовости описываемого явления или наличия определенной тенденции. Проиллюстрируем данное положение рядом примеров.

1. ***Most** sportsmen and women use legal drugs to help maintain high degrees of physical fitness and conditioning* [16];
2. ***More than** 1,000 Russians - including Olympic medallists - benefited from a state-sponsored doping programme between 2011 and 2015, a report claims (BBC Sport, 09.12.2016). McLaren was asked whether **Russians athletes** could be trusted in the future* [17];
3. *Athletes have **always** been in denial till the testing laboratories pinned their innocence* [20].

Как известно, тексты газетных статей представляют собой «концентрированные эмоциональные апелляции, построенные на использовании экспрессивной, коннотированной лексики» [3, с. 49]. Для управления эмоциями и настроениями аудитории используются слова-аффективы – эмоционально-оценочная лексика, используемая для влияния на эмоциональный настрой читателя. Высокая степень насыщенности речи языковыми эмоционально-экспрессивными средствами разных уровней призвана управлять настроением аудитории. Манипулятивный прием «навешивания ярлыков» основывается на спекулятивном использовании слов-аффективов для создания негативных образов [6, с. 86]:

1. *Advances in science and anti-doping strategies were undermined by a ‘well-oiled’ machine geared up to helping Russian athletes cheat at major international competitions including the London and Sochi Olympic Games [15];*
2. *Some of the details really do defy belief, and the fact the Russian government is **so strongly implicated** will inevitably lead to calls for Russian athletes to be banned from the 2018 Winter Olympics, and perhaps even for the 2018 football World Cup to be taken away from the country [17];*
3. *There was no one ‘**smoking gun**’ that indicated state sponsorship of systematic cheating on doping tests. Many scientific disciplines worked together in a ‘global approach to building up a weight of evidence’ of Russian tampering [18];*
4. *Maria Sharapova **drugs shame**: Positive meldonium tests are on the rise, and fast... it has long been a concern in athletics [19].*

С помощью данного речевого приема происходит закрепление в сознании объекта манипуляции чьего-либо дискредитирующего образа. Источником возникновения ярлыков являются средства массовой информации, при этом наиболее удачные варианты становятся частью языка и постепенно теряют свою новизну и оригинальность. Навешивание ярлыков является разновидностью психологического программирования массового сознания и представляют собой один из способов насаждения массовых стереотипов.

Таким образом, под речевой манипуляцией подразумевается оказание скрытого воздействия на психику человека с целью внедрения не свойственных ему ранее чувств, желаний, намерений, мнений. Основу речевого манипулирования составляют психологические и психолингвистические механизмы, благодаря которым происходит некритичное восприятие информации адресатом. Газетные статьи несут в себе богатый материал для изучения проблем речевого общения в целом и языкового манипулирования в частности. При этом материалом для исследования могут стать не только тексты из области политики, но и из многих других областей, например, спорта. Как показывают результаты проведенного исследования, в англоязычных спортивных статьях наиболее популярными приемами речевого воздействия являются ссылка на неизвестный источник и навешивание ярлыков. Данные манипулятивные приемы формируются посредством широкого спектра лексико-грамматических средств, при этом, как правило, они применяются комплексно. Все это многообразие языковых средств служит для активного влияния на мнение, оценку, эмоции и, в конечном итоге, мировоззрение читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быкова О. Н. К вопросу о языковой манипуляции в средствах массовой информации // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. – Вып. 6. – Красноярск-Ачинск, 1998. – С. 18–22.
2. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение. – Вып. 1. – Красноярск, 2000. – С. 42–53.
3. Быкова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. – Вып. 1. – Красноярск, 1999. – С. 99–103.
4. Денисюк Е. В. Феномен манипуляции: речедетальность интерпретация // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий: тез. докл. и сообщ. Всерос. науч.-метод. конф. / под ред. И. Т. Вепревой. – Екатеринбург, 2000. – С. 66–68.
5. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.
6. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2010. – 176 с.
7. Цыбина Л. В. Синтаксические и лексические средства выражения эмоции «гнев» в ситуациях гендерной асимметрии // Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. – Саранск, 2004. – Вып. 3. – С.222–228.
8. Vladimir Putin says meldonium is not a performance-enhancing drug [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/14/vladimir-putin-meldonium-wada-russia>.
9. Russia's Olympian bobsledder Sergeyeva tests positive for meldonium [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.therussophile.org /russias-olympian-bobsledder-sergeyeva-tests-positive-for-meldonium-source.html/>.
10. Meldonium Misconduct: Manufacturers of the controversial drug claim it isn't a PED [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bloodyelbow.com/2016/5/17/11690282/meldonium-misconduct-manufacturers-of-the-scandalous-drug-discuss-why-it-isnt-a-ped>.
11. More state-sponsored doping anticipated by WADA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isteroids.com/blog/tag/meldonium/>.
12. Katusha escape team suspension in the wake of doping cases [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cyclingnews.com /news/katusha-escape-team-suspension-in-the-wake-of-doping-cases/>.
13. A tennis lesson: sharp practice in the science behind the Sharapova case [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: <http://pmj.bmj.com/content/early/2016/06/01/postgradmedj-2016-134124>.

14. Volpicelli G. After Sharapova Revelation, Nootropics Sites Say Demand for Meldonium Is Surging [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://motherboard.vice.com/en_us/article/after-sharapova-revelation-nootropics-sites-say-demand-for-meldonium-is-surging.

15. Mehta A. Anti-doping scientists expose cheating Russian athletes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chemistryworld.com/news/anti-doping-scientists-expose-cheating-russian-athletes/2500159.article>.

16. Is it plausible that Maria Sharapova didn't know that meldonium was a banned substance? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.quora.com/Is-it-plausible-that-Maria-Sharapova-didnt-know-that-meldonium-was-a-banned-substance>.

17. Russian doping: McLaren says more than 1,000 athletes implicated [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/sport/38261608>.

18. Maria Sharapova offered potential lifeline over positive test for meldonium [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/sport/2016/apr/13/wada-one-microgram-meldonium-vitaly-mutko>.

19. Maria Sharapova drugs shame: Positive meldonium tests are on the rise, and fast... it has long been a concern in athletics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dailymail.co.uk/sport/sportsnews/article-3481266/Maria-Sharapova-drugs-shame-Positive-meldonium-tests-rise-fast-long-concern-athletics.html>.

20. Patil K. Maria and meldonium: Always read the fine print [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sakaaltimes.com/NewsDetails.aspx?NewsId=4618828746852305016&SectionId=4861338933482912746&SectionName=Blog&NewsDate=20160312&NewsTitle=Maria%20and%20meldonium:%20Always%20read%20the%20fine%20print>.

ЛЕБЕДЕВА А. А. САЛЬНИКОВА Е. В.

О НЕКОТОРЫХ ПРИЧИНАХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ОШИБОК

Аннотация. На основе существующих классификаций переводческих ошибок рассматриваются причины их возникновения в устном и письменном переводе. Представлен анализ переводов с английского языка на русский.

Ключевые слова: переводческая ошибка, классификация, причины возникновения.

LEBEDEVA A. A., SALNIKOVA E. V.

ON SOME CAUSES OF TRANSLATION MISTAKES

Abstract. Considering the current classifications of translation mistakes, the article presents a study of the causes of their occurrence in translation and interpretation. The article includes an analysis of translations from English into Russian.

Keywords: translation mistake, classification, causes of occurrence.

Перевод имеет многовековую историю и является древним видом человеческой деятельности. Как только начали появляться объединенные группы людей, говорящих на разных языках, появилась потребность в переводчиках, при этом перевод выполнял важнейшую социальную функцию, преодолевая межязыковой барьер. С тех пор перевод как таковой развивался медленно и не подвергался серьезному научному исследованию вплоть до 50-х гг. XX в. Именно в этот период отношение к переводческой деятельности меняется коренным образом и начинается ее подробное изучение.

На современном этапе перевод занимает одно из важнейших мест во всех странах мира. Перевод литературы и документации превратился из вспомогательного вида информационного обслуживания в самостоятельную отрасль информационных услуг со своей собственной структурой, особенностями и специфическими проблемами [5, с. 27].

При обобщении первых научных данных ученым-переводоведам стало понятно, что огромное количество ошибок возникает как в письменном, так и в устном переводе. Все эти ошибки нуждались в классификации и осмыслении. Разработка классификации переводческих ошибок является непростой задачей из-за различных версий их возникновения среди переводчиков и субъективности критериев оценивания самого перевода. Целый ряд российских и советских ученых (Д. М. Бузаджи, В. Г. Гак, Н. К. Гарбовский, В. Н. Комиссаров, Л. К. Латышев, В. В. Сдобников, А. Л. Семенов, и др) посвятил данной проблеме свои труды.

Одними из первых исследователей-переводведов, которые занялись классификацией переводческих ошибок были Л. К. Латышев и А. Л. Семенов. Они объяснили появление всех ошибок и недочетов в переводе двумя причинами [1]:

- недостатки в трансляции исходного содержания (искажения, неточности и неясности);
- недостатки в адаптации содержания и формы текста перевода (буквализм и вольность).

Буквализм – ошибка переводчика, заключающаяся в передаче формальных или семантических компонентов слова, слова, словосочетания или фразы в ущерб смыслу или информации о структуре. Вольность – передача ключевой информации без учета формальных и семантических компонентов исходного текста. И, по сути, работа каждого переводчика заключается в необходимости найти «золотую середину» между этими двумя крайностями в переводе.

Наиболее известная классификация переводческих ошибок основана на работах Л. К. Латышева, который выделяет следующие ошибки и причины их возникновения [1].

Ошибки в трансляции исходного содержания – функционально немотивированные отклонения от содержания оригинала, различающиеся по степени дезинформирующего воздействия. Данные ошибки весьма серьезные и в большинстве своем связаны с невнимательностью или некомпетентностью переводчика, который не уточнил в словаре или в справочнике сведения, показавшиеся ему непонятными. Приведем пример такой ошибки, обратившись к переводу диалога с английского языка на русский.

A: What was it like?

B: I don't know. I must have blacked it out.

A: Как это было?

B: Не знаю, меня, должно быть, вырубили.

В словаре глагол «black out» имеет значения «вымарать; затемнить; замазать текст черной краской». В данном контексте идет разговор о прошлом, которое словно является черным пятном в памяти второго собеседника, поэтому в данной ситуации лучшим переводом ответной реплики было бы: *Не знаю. Я ничего не помню.*

Искажения – субъективно обусловленное отклонение содержания перевода от оригинала, в результате которого воздейственный потенциал переведенного текста не соответствует воздействию потенциалу исходного текста (вводит в заблуждение получателя относительно предмета сообщения, вызывает неадекватные представления). Проиллюстрируем данное положение следующим примером: *She was one of the most popular singers in 1990's.* – *В 1990 году она была одной из самых популярных певиц.* Переводчик не обратил внимания на множественное число при обозначении года в оригинале (1990's –

девяностые годы), поэтому в переводе оказалось, что певица была известна лишь в 1990 году. Правильный перевод: *В девяностых она была одной из самых популярных певиц.*

Неточности – отклонения от содержания оригинала, характеризующиеся меньшей степенью дезинформирующего воздействия; немотивированное опущение или добавление информации, не искажающее полностью содержание оригинала, но требующее уточнения, например: *You were an economist. Your job was to save money.* – *Ты был экономистом. Твоя работа заключалась в том, чтобы сохранить деньги.* В словаре глагол «save» имеет значения «экономить, спасать, копить, сберегать, сохранять». В данном примере речь идет о такой профессии как экономист, поэтому в данной ситуации лучше перевести: *Ты был экономистом. Твоя работа заключалась в том, чтобы экономить деньги.*

Неясности – функционально-содержательный изъян перевода, затемняющий смысл высказывания, достаточно четко выраженный в исходном тексте. Переводческие неясности часто возникают из-за неудобоваримости синтаксических конструкций. Также они могут быть связаны с неудачным выбором слова или структуры фразы, либо неадекватным использованием или неиспользованием того или иного переводческого приема. Приведем пример неясности в тексте перевода: *Let's buy some presents (such as sweets, chocolate, puzzles, books, felt pens and toys) for kids.* – *Давайте купим подарки, такие как конфеты, шоколад, пазлы, книги, фломастеры и игрушки детям.* Переводчик нечетко выразил основную мысль предложения, поэтому может показаться, что детям дарят лишь игрушки, а не все вышеперечисленное. Для максимальной ясности в данном переводе нужно заменить знаки препинания и изменить порядок слов: *Давайте купим подарки детям: конфеты, шоколад, пазлы, книги, фломастеры и игрушки.*

Ошибки в адаптации содержания переводного текста и форм его выражения к новым лингвоэтническим условиям восприятия. Их причина – неумение компенсировать расхождения лингвокультурных компетенций носителей языка оригинала и языка перевода, например: *Oh, look at her, she's looking for a witty solution to this problem. Very Oscar Wilde!* – *О, посмотри на нее, она ищет мудрое решение этой проблемы. Как у Уальда!* В переводе этой фразы переводчик использует имя писателя – Оскар Уайльд. Он был очень умным и эрудированным человеком, поэтому фраза «very Oscar Wilde» в переводе на русский язык означает «очень остроумно».

Лексическая ошибка – ошибка, связанная с неправильным использованием основного или контекстуального значения слова, а также нарушение норм сочетаемости слов в языке перевода, например: *There were a lot of people at the party besides us.* – *Возле нас на вечере было много людей.* В данном случае переводчик перепутал «beside» (около, рядом с) и «besides»

(помимо, кроме), что неверно сказалось на переводе. Поэтому правильное будет так: *Помимо нас на вечере было много людей.*

Грамматическая ошибка – нарушение грамматических (в т. ч. синтаксических) норм языка перевода, не приводящее к искажению смысла оригинала: *Kate is more beautiful than Jane.* – *Кейт более красивее Джейн.* В русском языке нельзя использовать две формы сравнительной степени одновременно. Правильный перевод звучит так: *Кейт красивее Джейн.*

Стилистическая ошибка – использование слова, конструкции или стилистического средства, не соответствующего по своим функционально-языковым свойствам той жанрово-стилистической разновидности текстов, к которой принадлежит перевод.

A: *Hi, girl, will you go on a date with me? – he asked boldly.*

B: *Get away.*

A: *Здравствуйте, девушка, не хотели бы вы пойти со мной на свидание? – дерзко спросил он.*

B: *Нет.*

Здесь применена неверная стилистическая конструкция. Очевидно, что автор намеренно использует низкий стиль речи, чтобы подчеркнуть характеры молодых людей, а переводчик нейтрализует этот эффект. Правильный перевод:

A: *Привет, красотка, пойдешь со мной на свиданку? – дерзко спросил он.*

B: *Отвали.*

Орфографическая ошибка – ошибка в правописании слов языка перевода. Рассмотрим следующий диалог:

A: *Why are you leaving?*

B: *I'm tired.*

A: *По чему ты уходишь?*

B: *Я устал.*

В данном случае пробел («по чему» вместо «почему») сыграл важную роль в диалоге. И корректным ответом на этот неправильно переведенный вопрос было бы: *По полу.*

Пунктуационная ошибка – несоблюдение правил пунктуации языка перевода. Как известно, даже от простой запятой зависит очень многое. Сравните: *Let's eat baby* и «*Let's eat, baby*». – «*Давай есть малыша*» и «*Давай есть, малыш*».

Помимо Л. К. Латышева, многие переводчики занимались классификацией переводческих ошибок. В своей книге «Теория перевода» Н. К. Гарбовский затрагивает проблему качества профессионального перевода и систематизирует типологию причин переводческих ошибок:

– недостаточное владение языком оригинала;

- недостаточный когнитивный опыт, т.е. недостаток знаний об описываемой в исходном тексте области окружающей действительности;
- невнимательное отношение к системе смыслов, заключенных в исходном тексте, т.е. непонимание того, что автор текста оригинала говорит о предмете
- неумение различать особенности индивидуального стиля автора исходного речевого произведения.

Выявив данные причины, исследователь представил собственную классификацию переводческих ошибок [2, с. 514-536]:

1. ошибки, обусловленные непониманием смыслов исходного текста;
2. ошибки понимания на уровне «знак – понятие»;
3. ошибки понимания на уровне «знак – сложное понятие»;
4. ошибки понимания на уровне «знак – суждение»;
5. ошибки понимания предметной ситуации;
6. ошибки на этапе перевыражения системы смыслов;
7. стилистические ошибки.

Одной из актуальных работ данной проблематики стал коллективный труд Д. М. Бузаджи, В. В. Гусева, В. К. Ланчикова и Д. В. Псурцева «Новый взгляд на классификацию переводческих ошибок», посвященный не только классификации ошибок, но и проблеме оценки качества перевода, которая является чрезвычайно значимой, поскольку профессионализм предполагает анализ, рефлекссию, выводы. При этом авторы выделяют следующие группы переводческих ошибок [3, с. 32–70]:

1. Ошибки, связанные с денотативным содержанием текста (немотивированные опущения, добавления, замена на лексическом и лексико-грамматическом уровнях);
2. Ошибки, связанные с передачей стилистических характеристик оригинала (отклонение от нормативного или узувального порядка слов, неверный выбор логико-синтаксической связи, при котором страдает прагматика текста перевода);
3. Ошибки, связанные с передачей коннотации (ошибки передачи авторской оценки и авторского стиля);
4. Нормативные и узувальные ошибки (ошибки перевода имен собственных, неверная передача транскрибируемых иностранных слов, стилистические ошибки, графический буквализм, несоблюдение правил оформления).

Таким образом, можно сделать вывод, что все существующие переводческие ошибки отражают общее развитие переводчика, его культурный уровень и когнитивный опыт. Кроме того, феномен межъязыковой асимметрии неминуемо наблюдается при переводе текстов, что во многом приводит к типичным переводческим ошибкам [4, с. 77]. Переводческие ошибки

существуют с момента возникновения самого перевода. Ошибок нельзя избежать, но можно минимизировать их. Анализ классификаций переводческих ошибок показал, что профессиональный переводчик должен знать не только грамматику и лексику иностранного языка, но и в полной мере владеть культурами стран языков оригинала и перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Латышев Л. К., Семенов А. Л. Перевод: теория, практика и методика преподавания: Учеб. пособие для студ. перевод. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2003. – 192 с.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода: Учебник. – 2-е изд. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. – 544 с.
3. Бузаджи Д. М., Гусев В. В., Ланчиков В. К., Псурцев Д. В. Новый взгляд на классификацию переводческих ошибок / под ред. И. И. Убина. – М., 2009. – 119 с.
4. Полетаева Е. Д. Способы передачи межъязыковой асимметрии при переводе текстов английской художественной литературы XVIII века // Перевод в меняющемся мире: Материалы Международной научно-практической конференции. – М.: Азбуковник, 2015. – С. 75–81.
5. Ивлева А. Ю. Символика сюжетной визуализации художественной картины мира в искусстве // Аналитика культурологии. – 2007. – № 7. – С. 27–31.
6. Петрова О. В., Сдобников В. В. Теория перевода: Учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2006. – 448 с.

ИВАНОВА Д., СИДОРОВА Е. Н.

ТЕОРИЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

Аннотация. В статье представлены взгляды современных российских ученых-переводоведов на теорию эквивалентности. Проводится сравнительный анализ толкований термина «эквивалентность», посредством которого выявляются общие и частные черты этого явления, а также индивидуальное мнение ученых на данную проблему.

Ключевые слова: эквивалентность, эквивалент, перевод, текст оригинала, текст перевода.

IVANOVA D., SIDOROVA E. N.

THEORY OF EQUIVALENCE IN MODERN TRANSLATION STUDIES

Abstract. This article deals with the interpretations of the theory of equivalence by modern Russian researchers of translation and interpretation. The authors carry out a comparative analysis of interpretations of the term of equivalence. The study reveals general and specific features of the phenomenon as well as individual opinions of the researchers on the issue.

Keywords: equivalence, equivalent, source language, translation, target language.

Проблема выведения критериев оценки перевода существует с момента возникновения теории перевода как самостоятельной дисциплины. В этой связи многие известные российские и советские ученые-переводоведы не раз обращались к теории эквивалентности в своих научных исследованиях. По причине того, что данный вопрос далеко неоднозначный и многоаспектный, в настоящее время не существует общепринятого толкования теории эквивалентности. Каждый исследователь рассматривает эквивалентность в соответствии с собственным опытом и подходом к переводу.

О возникновении понятия «эквивалент» в переводоведении также нет единого мнения. В. Вилс пишет, что, предположительно, термин происходит из математики и обозначает соответствие между двумя множествами. Г. Егер считает, что понятие взято из логики, поскольку для перевода она является необходимым критерием. По утверждению Б. Илека, впервые термин по отношению к переводу употребил А. Федоров, а затем и Дж. Кэтфорд, из чего можно сделать вывод, что он пришел непосредственно из лингвистики [2].

Считается, что термин «эквивалент» в переводоведении впервые использовал Р. Якобсон по отношению к художественному переводу в своей статье «О лингвистических аспектах перевода» (1959). До этого понятие использовалось в сфере машинного перевода.

В последующие десятилетия термин «эквивалент» повсеместно вошел в лингвистический инструментарий переводоведческого анализа. Эквивалент соединяет исходную точку (текст оригинала) с итоговой точкой (текст перевода), что позволяет рассматривать перевод как процесс. В дальнейшем термин «эквивалентность» в многочисленных научных трудах подвергался уточнениям и дифференциациям. Понятие стало распадаться на «виды», «уровни» и «ступени». Данные процессы можно объяснить попытками привести нормативное по сути понятие «эквивалентность» в соответствие с разнообразной реальной практикой [2].

В современном переводоведении аспект эквивалентности остается спорным. Международная встреча «Литература и перевод: проблемы теории» (Москва, 1991 г.) в этом смысле была особо показательна. Ее участники могли выбрать тему выступления, которую они считали наиболее важной для переводоведения на тот момент. В итоге значительная часть участников вообще не затрагивала эквивалент, многие участники высказались против него, и только несколько человек посчитали эквивалентность актуальной для всех видов перевода [2].

Таким образом, практически каждый ученый-переводовед, исследующий проблему эквивалентности, предлагает собственную интерпретацию данного явления. Рассмотрим наиболее значимые из них.

Так, советский теоретик В. Н. Комиссаров, внесший большой вклад в изучение эквивалентности, считал, что главная переводческая задача заключается в полноте передачи содержания текста оригинала. В этой связи под переводческой эквивалентностью ученый понимал близость смысла текста оригинала и текста перевода [1].

В. Н. Комиссаров не исключал возможности того, что из-за некоторых отличительных черт исходного языка и языка перевода существует возможность возникновения потребности в сохранении или исключении смысловых единиц оригинала для достижения переводческой эквивалентности. Поэтому он выделил пять уровней (типов) эквивалентности: цели коммуникации, описания ситуации, высказывания, сообщения и языковых знаков. Каждый уровень напрямую зависит от элементов содержания, обеспечивающих достижение эквивалентности. Ученый считал, что только при достижении идентичности на всех уровнях содержания текста оригинала и текста перевода, перевод можно считать эквивалентным [1].

Российский ученый-переводовед Н. К. Гарбовский в своих работах рассматривает категорию эквивалентности через призму русского языка посредством семантического анализа данного понятия. В процессе исследования он выявил тот факт, что термин «эквивалент» обозначает предмет, равноценный другому настолько, что при замене он будет являться полностью заменяющим. В этой связи Н. К. Гарбовский делает вывод о том, что

эквивалентность подразумевает не полную взаимозаменяемость сопоставляемых текстов, а лишь возможную в каком-либо отношении. В результате, он считает, что понимание эквивалентности как неабсолютной категории позволит избежать максималистского подхода к оценке перевода [5].

Среди современных российских переводоведов наиболее подробно явление эквивалентности рассматривает И. С. Алексеева. Она пишет, что на данном этапе развития науки о переводе термин эквивалентность обозначает аналогию между исходным текстом переводным. По ее мнению, основой эквивалентности является язык, поэтому иногда ее называют лингвистической. В процессе исследования ученый включает в понятие эквивалентности конечный продукт перевода, который в наибольшей мере тождественен оригиналу, а также языковые средства, при помощи которых данный результат был достигнут.

Также И. С. Алексеева считает, что на данном этапе развития теории перевода научная точка зрения на эквивалентность полностью освободилась от абстрактного представления о том, что можно достичь абсолютной копии переводимого текста. Метафизический взгляд на перевод заключал в себе представление текста как арифметической совокупности компонентов, каждый из которых в процессе перевода можно воссоздать. Это представление вызвало подозрение о невозможности перевода текста [4].

В результате проведенного исследования И. С. Алексеева пришла к выводу, который имеет некоторые общие черты с выводом Н. К. Гарбовского. Она пишет, что передача абсолютно всей информации текста оригинала и абсолютное воссоздание текста через перевод не осуществимы. Перевод не обеспечивает абсолютную тождественность между исходным текстом и оригиналом. В результате чего, переводческая эквивалентность предполагает достижение наибольшего тождества, основанного на максимальной компетентности переводчика [4].

Свое мнение по поводу проблемы переводческой эквивалентности высказал и В. В. Сдобников. Ссылаясь на определение эквивалентности В. Н. Комиссарова, он пишет, что не считает оправданным мнение о синонимичности понятий «эквивалентность» и «адекватность». Ученый пришел к выводу о том, что все части исходного текста и текста перевода связаны отношениями эквивалентности на разных уровнях. Однако он противопоставляет свое мнение наблюдениям А. Д. Швейцера, который считал, что эквивалентность определяет результат перевода, а адекватность – его процесс. В. В. Сдобников указывает на неточность данного определения, поскольку адекватность достигается при правильно выбранной стратегии, соответствующей коммуникативной ситуации, и определяет конечный результат перевода. Именно он и оценивается, а не то, что

было до него. Поэтому ученый считает, что и эквивалентность, и адекватность относятся к результату перевода [3].

С целью подтверждения вышесказанного приведем ряд примеров. Примером достижения абсолютной эквивалентности является перевод следующего английского предложения на русский язык: *She lives in Saratov.* – Она живет в Саратове. Частичная эквивалентность возникает вследствие того, что в английском и русском языках грамматические конструкции часто нетождественны друг другу: *He has breakfast.* – Он завтракает. Кроме того, существует ряд случаев, когда грамматические конструкции двух языков совпадают, но при их переводе возникают несоответствия в стилистическом плане: *What is vital is to drink 2 litres of water a day.* – Жизненно необходимым является пить 2 литра воды в день.

Еще одним примером стилистического несоответствия текста оригинала и перевода является следующее предложение: *They felt being whipped into a frenzy.* – Они чувствовали, как впадали в безумие. *To be whipped into frenzy* – при дословном переводе с английского языка означает «погружаться в безумие», но это не совпадает со стилистическими нормами русского языка, таким образом, при переводе следует употребить другой глагол, сочетающийся с данным существительным в русском языке – «впадать в безумие».

К данной категории также можно отнести идиомы и фразеологизмы, соответствие между которыми достигается только при помощи поиска эквивалента в языке перевода. Например, для английского выражения «*Blood runs cold*» таким соответствием в русском языке является «Кровь стынет в жилах».

Таким образом, термин «эквивалентность» неоднозначен, поэтому имеет разные толкования среди советских и российских ученых-переводоведов. Подобные обстоятельства послужили причиной долгих споров о состоятельности эквивалентности как критерия оценки перевода [8]. Сравнив наиболее яркие интерпретации теории эквивалентности в русском переводоведении, можно сделать вывод о том, что несмотря на различия, существуют и точки соприкосновения между толкованиями данного феномена. Большинство ученых придерживается мнения, что эквивалентность является важным аспектом в ходе процесса перевода, который необходим для достижения смысловой равнозначности текстов оригинала и перевода. Переводоведы также сходятся во мнении, что абсолютная эквивалентность в большинстве случаев невозможна, поэтому следует достичь максимального тождества с помощью иных средств, обеспечивающих взаимозаменяемость текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш.шк., 1990. – 253 с.
2. Топер П. М. Перевод в системе сравнительного литературоведения. – М.: Наследие, 2000. – 254 с.
3. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода: учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 448 с.
4. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия, 2004. – 352 с.
5. Гарбовский Н. К. Теория перевода: Учебник. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 544 с.
6. Чубарова Ю. Е., Шикина Т. С. Критерии оценки качества перевода // Повышение академической мобильности преподавателей и студентов в рамках сотрудничества РЭУ им. Г. В. Плеханова с международной образовательной корпорацией "PEARSON": сборник научных трудов Международной научно-практической конференции / под ред. М. В. Зарудной. – М., 2016. – С. 238–245.
7. Ивлева А. Ю. К вопросу об определении понятия «стратегия перевода» // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2016. – № 1. – С. 207–212.
8. Полетаева Е. Д. Разновременная синонимия в переводах Библии на английский язык [Электронный ресурс] // Огарев-online. – 2014. – № 13. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/raznovremennaya-sinonimiya-v-perevodakh-biblii-na-anglijskij-jazyk>.

ОВЧИННИКОВА Е. В.

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЖАНРА «КОМПЛИМЕНТ»
(НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Аннотация. Выявляются специфические черты речевого жанра «комплимент», характерные для англоязычной и испаноязычной культур. Проводится сопоставительный анализ культурно обусловленных особенностей комплиментов с учетом таких параметров, как стиль общения, основная функция комплимента, коммуникативные интенции, социальный статус адресата и адресанта.

Ключевые слова: речевой жанр, комплимент, кумплидо, пиропо, лингвокультура.

OVCHINNIKOVA E. V.

**LINGUOCULTURAL PECULIARITIES OF COMPLIMENT AS A SPEECH GENRE:
A COMPARATIVE STUDY OF SPANISH AND ENGLISH LANGUAGES**

Abstract. The peculiar features of the complement typical for English and Spanish cultures are studied. A comparative analysis of culturally determined features of compliments is carried out, taking into account such criteria as the style of communication, the main function of the compliment, communicative intentions, social status of the addresser and the addressee.

Keywords: speech genre, compliment, piropo, cumplido, linguoculture.

Комплимент – один из неотъемлемых компонентов современной коммуникации. В комплименте очень ярко отображается культура народа. В одних случаях комплимент – это высшая похвала и любезность, а в других – признак дурного тона. Поэтому комплименты разных культур имеют свои специфические особенности и характеристики. Данный феномен входит в число объектов внимания различных научных областей: лингводидактики, прагматики, лингвокультурологии, культурологии, практической психологии. Те или иные аспекты комплимента рассматриваются в работах Н. И. Формановской, А. А. Бодалева, В. П. Шейнова, О. С. Иссерс, Е. В. Ключева, В. И. Карасика, А. А. Качевской, Р. Герберта, К. Керб-Орекшиони, Р. Чена, Р. Хоппера, М. Кнеппа и других отечественных и зарубежных исследователей. Наше исследование посвящено рассмотрению комплимента в лингвокультурном аспекте. Его материалом послужили комплименты, принятые у испаноязычной и англоязычной молодежи в интернет-общении (социальные сети Facebook и Instagram). Закономерности, выявляемые при анализе единиц наблюдения, дополнены впечатлениями от личного общения автора с представителями указанных лингвокультур.

При рассмотрении комплимента как одного из речевых жанров представляется целесообразным начать с определения соответствующего понятия. Так, «Словарь

современного русского литературного языка» дает следующее толкование: «Комплимент – похвала, вызванная стремлением сказать любезность или польстить кому-либо» [7, с. 126]. Таким образом, комплимент здесь выступает синонимом похвалы и лести.

Дальнейший анализ определения данного понятия в различных лексикографических источниках (не только современных, но и более ранних, дающих представление об изменении рассматриваемого понятия с течением времени) [6; 8; 9; 12] позволил нам сделать вывод о том, что в семантике слова «комплимент» изначально заложена идея речевого воздействия на адресата: социального и эмоционального. Социальное речевое воздействие – это особые ситуации общения, в которых не происходит передачи информации как таковой, а осуществляются определенные социальные акты: отправитель сообщения руководствуется не коммуникативной, а речевоздействующей целью, т. е. цель адресанта – не проинформировать адресата или сообщить ему нечто приятное, а расположить его к себе с целью заставить осуществить какие-либо действия, согласиться на что-либо и т. д. Эмоциональное речевое воздействие в комплименте направлено на межличностные субъективно-эмоциональные отношения. Поэтому для оформления комплимента важно использовать слова с эмоциональной составляющей – эмоционально окрашенную лексику, включающую в себя прямые номинации, эпитеты, междометия и восклицания, вызывающие определенные ассоциативные зрительные, слуховые и чувственно ощущаемые образы, а также средства аффективного и эмоционального синтаксиса.

В традиционных комплиментах установление контакта и осуществление воздействия на адресата проходит мягко, ненавязчиво, доброжелательно и способствует психологическому сближению собеседников. Таким образом, фокус внимания сосредоточен на адресате комплимента. Современные молодые люди в комплиментах стремятся выразить прежде всего себя — свои чувства, эмоции. Они стараются продемонстрировать свое остроумие, экстравагантность, что часто приводит к преувеличениям и скрытым насмешкам по отношению к адресатам. Современные комплименты, отражающие отношения между молодыми людьми, могут быть очень развязными как по содержанию, так и по форме. Особенно ярко комплимент как явление в речи молодежи отражен в сети Интернет, причем, по нашим наблюдениям, большинство комплиментов, характерных для данной сферы общения, следует отнести к таким жанрам, как флирт и ирония.

В испанской лингвокультуре понятие «комплимент» включает в себя два специфических понятия: «кумплидо» (*cumplido*) и «пиропо» (*piropo*). Кумплидо – это официальная этикетная формула вежливости, которая может адресоваться лишь знакомым партнерам по коммуникации, однако их возраст и пол не важны. Кумплидо является необходимым элементом процесса общения в испаноязычном обществе, он важен для

поддержания благоприятного климата общения [2].

Кумплидо в испанском языке, как правило, выражается с помощью клишированных формул, и их количество сравнительно невелико, например: «Te queda muy bien el vestido» – «Тебе очень идет это платье»; «El peinado le sienta muy bien» – «Прическа вам очень к лицу»; «Usted tiene muy buen gusto» – «У вас прекрасный вкус» [10] (Здесь и далее перевод на русский язык наш. – *Овчинникова Е. В.*).

В силу этнопсихологических особенностей у испаноязычного этноса существует традиция выражать восхищение по отношению к незнакомому человеку, чаще всего женщине. Данное действие принято обозначать глаголом «*piropear*», которому соответствует существительное «*piropo*».

«Пиропо» не аналогично по своему значению понятию «кумплидо». Современные пиропо, в большинстве случаев имеющие имплицитно сексуальное содержание, с точки зрения носителей русского (и, как будет показано ниже, английского) языка нельзя причислить к этикетным формулам вежливости. В качестве примеров приведем следующие пиропо: «¡Qué buena estás!» – «Какая хорошенькая!»; «¡Qué labios más sexuales!» – «Какие сексуальные губки!»; «¡Chica sexy!» – «Какая сексуальная девушка!». Носители же испанского языка подобные высказывания воспринимают нормально. Более того, отсутствие пиропо может быть воспринято ими как невнимание к себе и стать причиной обиды.

Мы рассматриваем пиропо как речевой жанр, основными чертами которого являются анонимность, устная форма бытования, импровизация, конситуативность, исторически изменчивый характер, гиперболизированность, юмористичность, лаконичность, национально-культурная специфичность.

Испанцы – очень открытый народ, а следовательно, щедрый на комплименты. Путем небольшого эксперимента нам удалось выяснить, какие комплименты наиболее частотны в испанской культуре. Так, испанцы в большинстве случаев обращаются к незнакомой девушке «¡Guara!», что обозначает «красотка». Интересен тот факт, что в испанском языке насчитывается более 5 слов, которые имеют подобное содержание: «*bonita*», «*preciosa*», «*gicura*», «*mona*», «*linda*», «*hermosa*» и др. При этом мужчина, который обращается к девушке, порой даже не подозревает, что он делает комплимент.

Переходя к характеристике комплимента в английской лингвокультуре, мы считаем целесообразным начать с характерного для нее толкования данного феномена. В словарях английского языка под комплиментом понимаются «любезные слова, выражение похвалы или восхищения». К примеру, в толковом словаре Лонгмана находим следующее определение: «*Compliment – a remark that shows you admire someone or something*» [11].

В английском языке существует только один термин, выражающий понятие

«комплимент» (compliment), причем толкование его можно признать достаточно общим, никаких дополнительных указаний на половую принадлежность адресата, степень знакомства партнеров по коммуникации и т.п. оно не содержит, а указывает лишь на формальность и этикетность речевой ситуации.

Исследование показало, что для английской языковой личности характерно стремление к формальному выражению комплимента. Это объясняется особенностями психологии нации, одной из исконных черт которой является «stiff upper lip» (досл. «прямая верхняя губа»). За «прямой верхней губой» англичанина стоит умение подобающим образом реагировать на любые жизненные ситуации, иными словами, культ предписанного поведения и умение не выдавать свои истинные чувства. Формальное употребление комплимента в английской речевой культуре довольно жестко закреплено за рядом стандартных ситуаций, предполагающих употребление устойчивых речевых формул этикета [3, с. 19]. В таких ситуациях комплимент предстает как вежливость – маска, позволяющая адресанту «сохранить лицо», не испытывая особой симпатии к собеседнику или не имея особой цели как-либо воздействовать на адресата.

В качестве примеров можно привести следующие типичные комплименты на английском языке: «So cute» – «Очень мило»; «You look young / youthful» – «Вы выглядите молодо»; «You have nice eyes» – «У вас красивые глаза». Данные комплименты не содержат восхищения или похвалы; как правило, они произносятся, чтобы поддержать беседу. Основная их функция – этикетная.

Одним из наиболее часто встречающихся тропов в англоязычных комплиментах является эпитет. Эпитет представляет собой определение, подчиненное задаче художественного описания объекта [5, с. 81]. При общении с представителями английской лингвокультуры можно очень часто слышать всевозможные эпитеты, например: «marvelous», «lovely», «wonderful», «beautiful», «splendid», «superb», «charming». Данная группа слов является синонимическим рядом, доминантой к которому служат прилагательные «красивый», «прекрасный». Благодаря подобным эпитетам англоязычные комплименты поэтичны и корректны одновременно, в них не допускается даже намек на откровенность, свойственную испанским пиропо и воспринимаемую представителями английской лингвокультуры как проявление вульгарности.

Комплимент – это многоаспектный феномен, поэтому существуют различные классификации комплиментов, которые строятся на разных критериях. Для нашего исследования представляет интерес тематическая классификация, основанная на дифференциации качеств, по поводу которых сделан комплимент. По данному критерию И. С. Морозова предлагает различать комплименты, посвященные: 1) внешности;

2) предмету одежды; 3) внутренним качествам; 4) уму, способностям и талантам; 5) возрасту; 6) действиям, результатам действий; 7) принадлежащей адресату вещи / члену семьи адресата [4]. По нашим наблюдениям в английских комплиментах и испанских кумплидо комплименты в большинстве случаев делают по поводу внутренних качеств адресата, его ума и таланта, в то время как в испанских пиропо – по поводу внешности, т.к. о других достоинствах адресата – незнакомого человека – адресант судить не может.

Выявив специфические черты комплиментов в испаноязычной и англоязычной культурах, мы провели их сопоставительный анализ, результаты которого для удобства представим в виде таблицы.

**Сопоставительный анализ комплиментов
в английской и испанской лингвокультурах**

	Язык		
	Английский	Испанский	
	<i>Комплимент</i>	<i>Кумплидо</i>	<i>Пиропо</i>
Стиль общения	формальный / официальный	формальный / официальный	неформальный / неофициальный
Единица речевого этикета	формула вежливости	формула вежливости	имплицитная формула, высокая степень импровизации
Функция	этикетная, контактоустанавливающая, воздействия	этикетная, воздействия	эмоциональная, реже контактоустанавливающая
Адресат	знакомое / незнакомое лицо без ограничений по гендерному признаку	знакомое лицо без ограничения по гендерному признаку	незнакомое лицо противоположного пола
Интенции	оказание перлокутивного эффекта, оказание положительного влияния на тональность общения, следование предписаниям этикета	оказание перлокутивного эффекта, оказание положительного влияния на тональность общения, следование предписаниям этикета	демонстрация эмоций, привлечение внимания, «ухаживание», флирт

По нашим наблюдениям, комплимент действительно несет на себе отпечаток национального характера определенного народа. Это отражается с особой четкостью в таких экстралингвистических параметрах комплимента, как формальность / неформальность, выбор адресантом тех или иных качеств, по поводу которых делается комплимент, цели

адресанта, реакция адресата на комплимент. Хотя языковое (лексико-грамматическое) наполнение комплимента довольно стандартно (по крайней мере в испанском и английском языках), далеко не стандартны и культурно окрашены экстралингвистические особенности произнесения комплимента: ситуация произнесения, частотность, адресант и адресат, объект комплимента, экспрессивность, а также система метафорических образов и отношение носителей культуры к комплиментам в целом. Иными словами, мы можем вполне уверенно говорить о культурной обусловленности лингвистической репрезентации комплимента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / Собр. соч. – Т. 5. – М.: Русские словари, 1996. – С. 159–206.
2. Зверева Е. В. Коммуникативно-речевая ситуация «Комплимент»: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1993. – 330 с.
3. Леонтьев В. В. «Комплимент», «Лесть», «Похвала» в структуре английской языковой личности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград: ВГУ, 1999. – 26 с.
4. Морозова И. С. Комплименты и их роль в общении // Проблемы языковедения и литературоведения: динамический аспект. – Пермь, 1999. – С. 15–16.
5. Москвин В. П. Тропы и фигуры: параметры общей и частных классификаций. – Волгоград: Учитель, 2000. – 102 с.
6. Новый и полный российско-франко-немецкий словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://нэб.рф/catalog/000202_000006_2581592/viewer/?page=2.
7. Словарь современного русского литературного языка: в 17-ти т. – Т. 5. / под ред. В. И. Чернышёва. – М., Л.: Изд-во АН СССР, 1948-1965. – 1340 с.
8. Словарь русского языка: в 4-х т. – Т. 2. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Русский язык, 1999. – 736 с.
9. Словарь церковно-славянского и русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.anaslav.ru/Dictionary/Slovar_cerkvnoslav_i_russkogo_1847/Tom_II_1847.pdf.
10. Фирсова Н. М. Испанская разговорная речь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Муравей, 2002. – 240 с.
11. Longman Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ldoceonline.com/>.
12. Moliner M. Diccionario de uso del español. – Gredos, 2008. – 336 p.

РОЖКОВА С. А.

СТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТ-БЛОГА СПОРТИВНОЙ ТЕМАТИКИ

Аннотация. В статье исследована и описана история происхождения термина «блог», дано его определение в рамках интернет-коммуникации. Выявлены основные структурные элементы англоязычного интернет-блога, посвященного спорту.

Ключевые слова: спортивный блог, дискурс, заголовок, сообщение блога, интернет-коммуникация.

ROZHKOVA S. A.

STRUCTURE OF ENGLISH SPORTS INTERNET BLOG

Abstract. The article considers the origin of the term blog and its definition in connection to the Internet communication. The basic structural elements of the English sports blog are studied.

Keywords: sports blog, discourse, headline, blog post, Internet communication.

Возникновение блога исторически связано с созданием такого механизма коммуникации, который бы обеспечивал быструю обратную связи между пользователем и создателем интернет-ресурса. В этой связи С. Херринг определяет блоги как «часто обновляемые веб-страницы, в которых датированные записи располагаются в обратном хронологическом порядке» [5]. Основным назначением блога является предоставление пользователям инструмента для самопрезентации, поиска собеседников и единомышленников, построения сетей взаимодействия. Часто блог представлен в форме онлайн-дневника с отзывами, комментариями и гиперссылками.

Термин «блог» был создан путем сокращения английского существительного «weblog» (рус. веблог) со значением «сетевой бортовой журнал». Термин «веблог» был создан Йорном Баргером 17 декабря 1997 года для описания списка ссылок на его сайте RobotWisdom.com. Эти ссылки были своего рода записями в бортовом журнале (англ. log) виртуального путешественника по аналогии с бортовыми журналами на кораблях. Впервые термин «блог» был использован в апреле 1999 года Питером Мерхольдзом, разместившем в боковой врезке своего блога Peterme.com фразу «we blog», которую можно перевести как «мы ведем блог».

В 1999 году существительное «blog» стала использовать компания Pyra Labs как обозначение сайта определенного типа, а также как глагол со значением «вести блог». Кроме того, был образован производный термин «blogger» (рус. блоггер) для обозначения человека, ведущего блог. Такое название проекта, предоставлявшего пользователям место для

размещения блогов и соответствующее программное обеспечение, способствовало популяризации англоязычных терминов «blog» и «blogger». Вскоре появился ряд аналогичных веб-сайтов: LiveJournal.com, DiaryLand.com, OpenDiary.com. Простое программное обеспечение не требовало специальных знаний и предоставляло каждому пользователю возможность вести блоги. Несомненно, это способствовало быстрому росту количества блогов и их популярности среди интернет-пользователей [1].

Вторым предшественником блогов, наряду с веблогами, был жанр сетевого дневника (online diary или online journal). Термин «блогосфера» получил широкое распространение сначала в сообществе военных блогов, освещавших войну в Ираке, а затем и за его пределами. Понятие блогосферы быстро вошло в обиход средств массовой информации. Сегодня под блогосферой понимают совокупность всех блогов как динамично развивающуюся область информационных коммуникаций.

Блоги могут рассматриваться как средство выражения общественного мнения, новый жанр, новая коммуникативная среда, новая информационная среда, новый источник новостей. В настоящее время они выступают в качестве инструмента, который позволяет формировать сетевые сообщества, которые являются отдельным видом коммуникации, но, тем не менее, функционируют по тем же принципам.

Спорт является значимым аспектом жизни человека. Спортивные события привлекают внимание миллионов болельщиков по всему миру и зачастую становятся темой обсуждений. Одной из разновидностей спортивного интернет-дискурса является интернет-блог. В данной работе под дискурсом мы понимаем глобальное коммуникативное пространство, обусловленное экстралингвистическими факторами (культурно-историческим контекстом, условиями протекания коммуникации, социальным статусом коммуникантов пр.) [2].

В ходе данного исследования было проанализировано 7 англоязычных спортивных интернет-блогов [3-5; 7-9]. Это позволило выявить общие закономерности построения спортивного блога, а также выделить его основные структурные элементы.

Большинство блогов, посвященных спорту, представляют информацию в форме новостных сообщений, в каждом из которых автор дает оценку тому или иному спортивному событию. Каждое сообщение (в дальнейшем будем называть его «сообщением блога») сопровождается набором комментариев пользователей – читателей блога и автора блога.

Как правило, блог структурно состоит из:

- названия блога и приветственного сообщения;
- совокупности сообщений блога;

Сообщение блога включает название (заголовок), само сообщение и комментарии к нему. В ходе анализа мы пришли к выводу, что большинство блогов первоначально представляют сообщения в сокращенном виде. Сообщение в сокращенном виде не сопровождается комментариями и состоит из заголовка и короткого вводного текста, концентрирующего в себе основную мысль сообщения. Схематически структура блога отражена на рисунке 1.

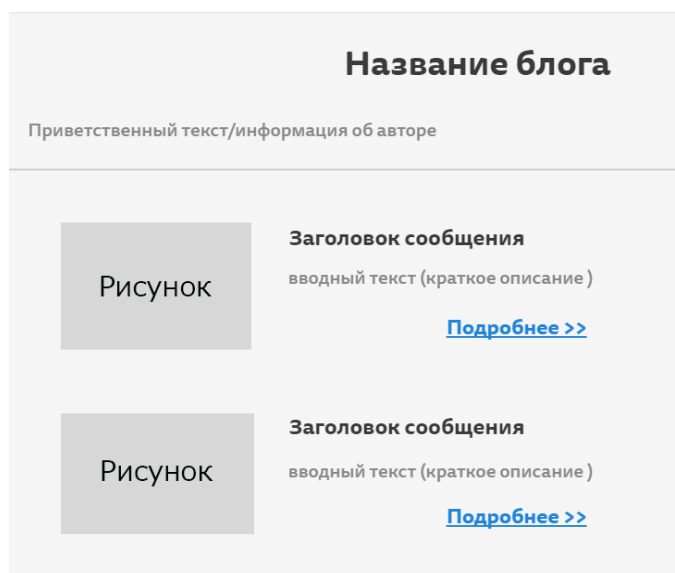


Рис. 1. Схематичное представление интернет-блога.

При нажатии на область краткого сообщения открывается полный текст сообщения с комментариями (рис. 2).

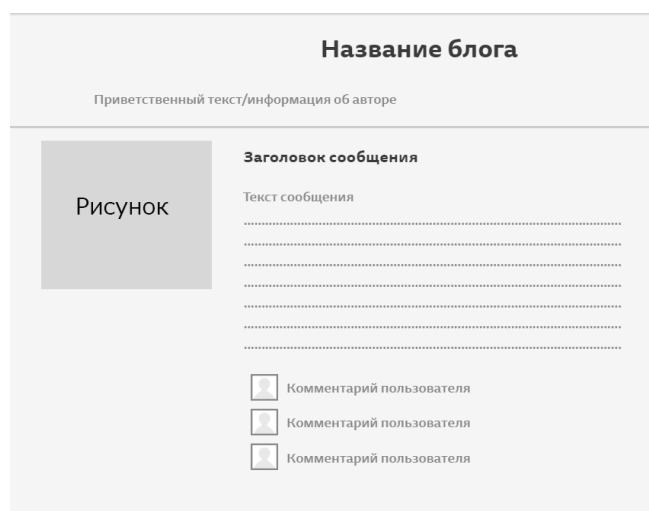


Рис. 2. Сообщение блога.

Заголовок выделен шрифтом на письме, выражен одним предложением и четко представляет основную мысль сообщения в сжатом виде, например: *Eden Hazard and Pedro provide answers for Chelsea in Diego Costa's absence*. Вводный текст поясняет заголовок и может включать одно или несколько предложений, например: *The league leaders were without their top scorer but oozed authority and were a delight to watch in the 3-0 win over Leicester, sending a warning to their rivals.*

В структуре сообщения можно выделить несколько элементов. Во-первых, это главное событие – то, ради которого создано сообщение: *Yet even though Chelsea were without their main striker, who was dropped after a row over a huge offer made to him from a club in the Chinese Super League, there was little dramatic tension at the King Power Stadium*. В структуре сообщения может присутствовать составляющая, отражающая последствия или, иными словами, реакцию на описываемое событие: *The result never looked in doubt after Marcos Alonso's early goal, with the left wing-back's double offering an impressive display of Chelsea's adaptability and strength in depth. A header from the excellent Pedro added gloss to the scoreline*. Данный элемент сообщения соседствует с главным событием и детализирует его. Как правило, далее следует фон события или история события (в случае, если главным событием является сыгранный матч, детально описывается его ход) или обстоятельства, включающие в себя контекст (в него входит, например, информация о функциональной готовности игроков) и предшествующие события (итоги ранее сыгранных матчей, трансфер новых игроков, случаи подобных происшествий в прошлом), например: *Conte has already seen one of his players leave for south-east Asia – Oscar recently completed a £60m move to Shanghai SIPG – and it was interesting to hear the manager insist that competitive instincts should trump every player's desire for a more lucrative contract.*

В завершение сообщения блога читателю предоставляется небольшой (1 абзац) авторский комментарий. В зависимости от направленности сообщения (главное событие свершилось или только произойдет) комментарий представляет собой предположение автора сообщения, либо его оценку, например: *Anyway, there will be tougher tests than Leicester for Chelsea, such as the trip to Liverpool on 31 January, and their best team still include Costa. Even without him, however, they have the look of killers*. Далее следуют комментарии пользователей-читателей блога. Примеры комментариев пользователей:

- “Don't forget Mr Alonso and how pivotal he was with those two goals.”
- “Good game for the Blues even if the Foxes made things easier with a fairly hapless display at home. A bit surprised that Ake couldn't even make the bench when Conte went to all the trouble of recalling him from loan just when the lad was making his mark at Bournemouth.”

- “Amazing that Pedro scored with a header! I think it's only the second header scored by Chelsea this season.”
- “Ballack was excellent, exactly how did he fail?”
- “I wonder what alternatives there are if it turns out that Chelsea has to sell Costa in this January window, especially as Conte does not seem to trust Michy. In any case having Michy as the only senior striker in the team would make the bench really thin indeed.”

Сделаем некоторые обобщения. Блог как новая коммуникативная среда появился совсем недавно благодаря необходимости быстрого обмена информацией между автором и получателем сообщения. Блог представляет собой набор сообщений и комментариев определенной тематики, расположенных в обратном хронологическом порядке. Основными структурными элементами блога являются название блога и совокупность сообщений блога. В свою очередь, сообщение блога, как правило, включает в себя: заголовок, текст сообщения, отражающий главное событие/главную мысль сообщения, последствия события, фон события, авторский комментарий, а также комментарии читателей блога.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианова Н. С. Жанры интернет-коммуникации: о некоторых подходах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Natural/Vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf.
2. Комиссарова Н. Г. Особенности англоязычного рекламного дискурса // Перевод в меняющемся мире: материалы Международной научно-практической конференции, г. Саранск, 19-20 марта 2015 г. / редкол.: Буренина Н. В., Панфилова С. С. [и др.]. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2015. – С. 408–414.
3. A Divine Sport – Figure Skaters Online. Home of Skating Champions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://figureskatersonline.com>.
4. Anfield HQ – Multi Award Winning Blog at the Football Blogging Awards [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.anfieldhq.com>.
5. Caught Offside [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.caughtoffside.com/>.
6. Herring S. C., Scheidt L. A., Bonus S., Wright E. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs // Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences. – 2004. – Vol. 4. – pp. 1–11.
7. Perfect Tennis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.perfect-tennis.com/>.
8. Sportsblog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sportsblog.com/>.

9. The Guardian's blog on football, tennis, cricket and the latest sports stories [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.theguardian.com/sport/blog>.
10. Welsh sport blog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.walesonline.co.uk/all-about/welsh-sport-blog>.

ПОЛЯКОВА А. А.
ТРАНСФОРМАЦИИ НАЗВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ
ПРИ ПЕРЕВОДЕ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Аннотация. Рассматриваются факторы, осложняющие перевод названий кинофильмов. Описываются типы лексических и грамматических трансформаций названий кинолент. Определяются наиболее удобные и эффективные способы трансформаций при переводе с английского языка на русский.

Ключевые слова: название кинофильма, переводческая трансформация, стратегия перевода, лексические трансформации, грамматические трансформации.

POLYAKOVA A. A.
TRANSFORMATIONS OF FILM TITLES
IN TRANSLATION FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

Abstract. The article considers some translation difficulties occurring at translating of film titles from English into Russian. The author describes the types of lexical and grammatical transformations used to translate film titles. The most convenient and effective translation techniques are identified.

Keywords: film title, translation techniques, translation strategy, lexical transformations, grammatical transformations.

В настоящее время киноиндустрия занимает одну из лидирующих позиций в массовой культуре. Ежегодно в мировой прокат выпускаются сотни художественных фильмов, задача которых состоит в трансляции уникальной точки зрения автора, его личной позиции, его собственных переживаний по поводу той или иной социальной проблемы, в апелляции к чувствам зрителя и, несомненно, в извлечении определенных выгод и благ из результатов своей работы. Художественные фильмы призваны развлекать, просвещать и вдохновлять зрителя. Зарубежные киноленты дают аудитории возможность узнать что-то новое о людях и культуре стран, участвующих в их производстве.

Название фильма играет важную роль в передаче его смысла. Корректность формулировки названия является одним из условий правильного понимания зрителем сюжета и идеи кинокартины, поэтому при переводе названий кинолент, предназначенных для межкультурной трансляции, переводчик должен уметь трансформировать их для того, чтобы обеспечить адекватное восприятие фильма представителями иной лингвокультуры. В связи с этим существует необходимость в определении эффективных способов трансформации названий фильмов с учетом специфики соответствующих лингвокультур.

В данной статье мы рассмотрим лексические и грамматические трансформации, служащие наиболее удобным и распространенным способом перевода названий кинофильмов с английского языка на русский. Исследуемый вопрос принадлежит к более широкому кругу лингвистических проблем, связанных с преобразованием языковых единиц, выражающих культурно значимое концептуальное содержание, и варьированием их интерпретации в зависимости от лингвистических и экстралингвистических факторов (работы М. Б. Бергельсон, А. А. Вейзе, А. Вежбицкой, Г. В. Гака, В. З. Демьянкова, С. В. Ионовой, И. А. Щировой и мн. др.).

В теории языка название (или заголовок) рассматривается как тип письменного текста, отличающийся краткостью и емкостью (И. В. Арнольд, С. А. Борисова, Л. Н. Мурзин, М. Р. Проскуряков, А. А. Романов и др.). По мнению З. Я. Тураевой, «заголовок особенно ясно иллюстрирует множественность интерпретаций, включение в семантическую структуру слова дополнительных значений, не входящих в основное смысловое ядро» [7, с. 52-53]. Перевод названия фильма выполняет ту же функцию, что и заголовок письменного текста, и по этой причине представляет весьма непростую задачу для переводчика: заголовок должен одновременно передавать замысел создателей фильма, быть ярким, лаконичным и запоминающимся, выполнять рекламную функцию, давать представление о жанре фильма и его содержании, соответствовать целевой аудитории. Таким образом, выбор стратегии перевода заголовка кинофильма обусловлен следующими прагматическими факторами: 1) учетом целевой аудитории фильма, в первую очередь, особенностей ее национальной ментальности; 2) необходимостью выполнения рекламной функции: переводчик должен сделать все возможное для того, чтобы привлечь внимание зрителя еще до просмотра кинокартины.

Существуют различные стратегии / способы перевода названий кинокартин. Если, по мнению переводчика, русский эквивалент соответствует названию англоязычного фильма с точки зрения объема семантики и прагматических характеристик, то подходящим способом перевода является калькирование, т.е. прямой перевод англоязычных названий фильмов на русский язык: «28 Days Later» (2002) – «28 дней спустя», «Gravity» (2013) – «Гравитация». Отметим, что такая стратегия применима только для названий фильмов, в которых отсутствуют неперебиваемые инокультурные компоненты или компоненты с культурно обусловленным коннотативным значением.

Однако в практике перевода очень часто возникает необходимость трансформировать название фильма, чтобы обеспечить его адекватное восприятие представителями иной лингвокультуры. Трансформации подвергаются те названия, буквальный перевод которых

может помешать не только правильному толкованию сюжета новой аудиторией, но и будущему успеху фильма в прокате. Проиллюстрируем данное положение рядом примеров.

Название комедии о младшем сыне дьявола «Little Nicky» (2000) переведено на русский язык с добавлением лексического элемента для более точной характеристики главного персонажа – «Ники, дьявол-младший».

Подверглось трансформации также название фильма «Vacansy» (2007) – «Вакансия на жертву». Слово «вакансия» имеет нейтральный смысл, но переводчик добавил «на жертву» для того, чтобы зритель получил информацию о жанре фильма (триллер).

Чтобы зрителю было понятно, что фильм «First Fight» (2017) – «Битва преподав» о школьных преподавателях, переводчик решил добавить слово «препод», характерное для молодежного сленга. Такой неформальный способ перевода был выбран для того, чтобы привлечь молодежную публику к просмотру этого комедийного фильма.

Примерами переводческих трансформаций с полной заменой лексических элементов могут послужить названия следующих кинофильмов.

Название известного фильма «The Cinderella Man» (2005) было переведено на русский язык как «Нокдаун». Фильм повествует о человеке, вынужденном заняться боксом, чтобы заработать денег на пропитание семьи во времена великой депрессии в США. В итоге главный герой достигает в своем деле успехов и признания. Англоязычное название фильма акцентирует внимание на сходстве с историей Золушки и идее справедливой награды. Однако буквальный перевод на русский язык – «Золушка-мужчина» – звучит комично и нелепо. Переводчики решили заменить название на «Нокдаун», включив в него термин, связанный с миром спорта. Это позволило не только указать на тематику фильма, но и метафорически представить историю жизни героя как историю непростого боя, где удары судьбы заставляют терять равновесие, но воля героя помогает выстоять в этом бою.

Популярный телесериал «Lost» (2004) – «Остаться в живых» можно дословно перевести как «Потерянный» или же «Пропавший». Российские переводчики посчитали, что вариант «Остаться в живых» подойдет лучше, так как указывает на приключенческий характер сериала и отражает его главную идею – надежду на выживание главных героев.

В центре захватывающего сюжета фильма «Limitless» (2011) – «Области тьмы» – волшебная таблетка, которая может дать человеку безграничные возможности и сделать его сверхчеловеком; отсюда и название, которое дословно переводится как «Безграничный». Однако таблетка имеет серьезные побочные эффекты, и переводчики решили подчеркнуть эту сторону сюжета, назвав ее тьмой. Кроме того, название «Области тьмы» оказалось более интригующим и привлекательным для российской публики.

Как видим, важнейшим требованием к переводу названия фильма, предназначенного для межкультурной трансляции, является не эквивалентность, а адекватность. Соответствие этому требованию предполагает решение целого ряда проблем, с которым сталкивается переводчик. Первая – проблема межкультурной коммуникации – возникает в связи с различием культур страны производства данного фильма и страны, на язык которой делается перевод. Переводчик должен хорошо знать обе культуры и владеть навыками лингвокультурной адаптации. С первой проблемой тесно связана вторая: не всегда возможно перевести то или иное слово или словосочетание дословно без потери смысла высказывания. Третья проблема связана с техническими требованиями, которые накладывают некоторое ограничение на форму перевода [6]. Критериями оценки качества перевода служат адекватность передачи информации, соответствие лексическим, грамматическим и стилистическим нормам языка перевода, соблюдение тональности оригинала и передача позиции создателей кинофильма [5].

Материал нашего исследования показал, что указанные проблемы при переводе названий англоязычных кинофильмов на русский язык решаются путем лексических и грамматических трансформаций. Согласно классификации Л. С. Бархударова [1], мы выявили лексические трансформации следующих типов:

1) целостное преобразование – преобразование внутренней формы названия, ведущее к изменению плана выражения: «Non-Stop» (2004) – «Воздушный маршал»; «The Necessary Death of Charlie Countryman» (2013) – «Опасная иллюзия»; «Winter's Tale» (2014) – «Любовь сквозь время»;

2) модуляция – более глубокое смысловое развитие плана содержания, выражаемого названием фильма: «Ocean's Eleven» (2001) – «Одиннадцать друзей Оушена»; «The Notebook» (2004) – «Дневник памяти»; «Yes Man» (2008) – «Всегда говори ДА»;

3) конкретизация – перевод, при котором наблюдается сужение значения названия: «Fantastic Beasts and Where to Find Them» (2016) – «Фантастические твари и где они обитают»; «The Best Legal Mind» (2006) – «Лучший адвокат»;

4) генерализация – прием, противоположный конкретизации, при котором наблюдается расширение значения названия: «American Gangster» (2007) – «Гангстер»;

5) транскрипция – фонемное воссоздание исходной лексической единицы с использованием фонем языка, на который переводится название фильма: «Beaufort» (2007) – «Бьюфорт»; «Jamie Sullivan» (2008) – «Джейми Саливан»; «Carey» (2012) – «Кери».

Анализ единиц наблюдения позволил нам выявить грамматические трансформации следующих типов (в соответствии с классификацией В. Н. Комиссарова [4]):

1) полный перевод – передача каждого элемента и каждой грамматической конструкции названия фильма; так, например, при переводе на русский возникает необходимость учитывать грамматическую категорию падежа, отсутствующую в английском языке: «Inside Llewyn Davis» (2013) – «Внутри Льюина Дэвиса»; «47 Ronins» (2013) – «47 ронинов»; «Before Midnight» (2013) – «Перед полуночью»;

2) частичный перевод – опущение или замена грамматической категории из-за ее отсутствия в языке, на который делается перевод. В частности, это опущение английского артикля по причине его отсутствия в русском языке: «The Other Woman» (2014) – «Другая женщина»; «The Double» (2014) – «Двойник»; «The Judge» (2014) – «Судья»;

3) синтаксическое уподобление – трансформация, при которой несовпадение грамматических структур двух языков определенным образом компенсируется; например, названия фильмов, в которых присутствует английское существительное с определением-существительным, обычно переводятся на русский язык сочетанием существительного с прилагательным либо существительным в форме родительного падежа или предложного падежа с предлогом: «The Book Thief» (2013) – «Воровка книг», «Dallas Buyers Club» (2013) – «Даласский клуб покупателей», «Maze Runner» (2014) – «Бегущий в лабиринте»; другой пример – передача английского предлога «of» посредством родительного падежа имени существительного: «Guardians of the Galaxy» (2014) – «Стражи Галактики»;

4) грамматическая замена – замена формы слова, части речи, членов предложения или даже типов предложений: «The Fault in Our Stars» (2014) – «Виноваты звезды» (английское существительное «fault» заменено русским кратким прилагательным «виноваты»); «3 Days to Kill» (2014) – «3 дня на убийство» (английский глагол «kill» передается русским существительным «убийство»); «American Hustle» (2013) – «Афера по-американски» (английское прилагательное «American» переводится русским наречием «по-американски»);

5) добавление – ввод дополнительных лексических единиц для выражения элементов смысла, остающихся в оригинале невыраженными, подразумеваемыми: «300: Rise of an Empire» (2014) – «300 спартанцев: Расцвет империи» (при переводе на русский добавляется существительное «спартанец», отсутствующее в оригинале); «V/H/S: Viral» (2014) – «З/Л/О: Новый вирус» (при переводе на русский добавляется прилагательное «новый», отсутствующее в оригинале);

6) опущение – прием, обратный добавлению: «Gone Girl» (2014) – «Исчезнувшая» (английское существительное «girl» при переводе на русский опускается); «Left Behind» (2014) – «Оставленные» (английское наречие «behind» при переводе на русский опускается);

7) нулевой перевод – прием, который используется при необходимости сохранения национально-культурной коннотации в названии фильма: «Need for Speed» (2014) – «Need for

Speed: Жажда скорости» (словосочетание «Need for Speed» остается без перевода, так как фильм снят по мотивам известной во всем мире одноименной компьютерной игры); «Justin Bieber's Believe» (2013) – «Джастин Бибер: Believe» (без перевода остается название известной песни канадского исполнителя Джастина Бибера).

Согласно проведенному нами анализу переводов названий англоязычных кинофильмов на русский язык, наиболее эффективными и распространенными среди лексических трансформаций являются целостное преобразование (35,1%), транскрипция (27%) и модуляция (19%), а среди грамматических – полный перевод (30%) и синтаксическое уподобление (19%). Остальные типы трансформаций используются реже: среди лексических – конкретизация (13,5%), генерализация (5,4%); среди грамматических – грамматическая замена (15%), частичный перевод (15%), добавление (12%), опущение (7%), нулевой перевод (2%).

Итак, выбор типа трансформации и ее использование при переводе названия кинофильма обусловлены как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами. Лингвистические факторы определяют, прежде всего, характер грамматических трансформаций, поскольку в большинстве случаев они связаны с различиями в системах языков, взаимодействующих в процессе перевода. Экстралингвистические факторы, наиболее важными среди которых являются сюжет, главная идея фильма и его жанровая специфика, влияют в большей степени на использование переводчиком лексических трансформаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Бергельсон М. Б. Прагматическая и социокультурная мотивированность языковой формы. – М.: Университетская книга, 2007. – 320 с.
3. Гак В. Г. Языковые преобразования. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 768 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Милевич И. Г. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65–71.
6. Панова К. О., Бондаренко Е. В. Факторы, осложняющие перевод названий фильмов // Интеллектуальный потенциал XXI века: Ступени познания. – 2013. – № 16. – С. 73–78.
7. Тураева З. Я. Лингвистика текста (Текст: структура и семантика). – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.

АГАФОНОВА В. А., СИМАГИНА О. А.

ФАКТОР АДРЕСАТА В ПЕРЕВОДЕ

Аннотация. В статье предпринимается попытка определить значение фактора адресата в переводе на основании анализа существующей лингвистической литературы. С одной стороны, тексты оригинала и перевода взаимосвязаны. С другой стороны, они в определенной степени находятся каждый в своем культурно-языковом локусе. Текст оригинала и перевода отличаются своими адресатами.

Ключевые слова: адресат, адресант, перевод, коммуникативно-функциональный подход.

AGAFONOVA V. A., SIMAGINA O. A.

RECIPIENT FACTOR IN TRANSLATION

Abstract. The article considers the factor of recipient in translation. A review of relevant linguistic literature is provided. In the context of translation studies, on the one hand, the texts of the original and the translation are linked. On the other hand, they to some extent exist in their own cultural and linguistic spaces. The texts of the original and the translation differ by their recipients.

Keywords: recipient, sender, translation, communicative-functional approach.

Успешность двуязычной коммуникации определяется не только эквивалентностью перевода, но также зависит и от ряда других факторов. Наиболее значимыми из них являются индивидуально-личностные, культурные и социальные особенности участников общения. В этой связи для достижения эффективности общения иноязычных коммуникантов переводчику в некоторых случаях приходится вносить в текст перевода вынужденные стилистические, содержательные и прочие изменения [5]. Данные изменения продиктованы спецификой аудитории текста перевода, в частности, фоновыми знаниями, возрастом, профессией и социальным статусом реципиентов.

В настоящее время фактор адресата в переводческой деятельности недостаточно изучен, несмотря на то, что его важность признают и теоретики, и практики межкультурной коммуникации. Работа в данном направлении должна быть продолжена, что позволит оптимизировать переводческое воздействие, сделать его более эффективным и гармонизирующим. Целью данной статьи является изучение влияния фактора адресата на переводческую стратегию.

Как известно, в рамках различных концепций речевого процесса пассивный коммуникант имеет свое наименование: получатель речи, рецептор, интерпретатор,

слушающий, декорирующий и др. Мы, в свою очередь, будем использовать термин «адресат», чтобы подчеркнуть сознательную направленность к лицу (конкретному или неконкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано.

С точки зрения коммуникативного подхода в построении речи выделяется важная составляющая часть – образ адресата. Так как образы рассказчика и автора могут быть разными, соответственно, разные образы адресата также возможны. Это может быть реальный читатель, который соотносится с реальным автором, или внутренний читатель, который соотносится с повествователем. В этой связи получатель сообщения характеризуется следующими признаками: точность – отвлеченность, действительность – относительность, заинтересованность – незаинтересованность во внутреннем мире текста, восприятие – отсутствие понимания стиля автора, одобрение – расхождение с его точкой зрения [9].

А. Д. Швейцер, развивший положения концепции Лейпцигской школы, определяет перевод как действие, которое направлено на передачу коммуникативного эффекта текста оригинала и в известной степени модифицируемое разностью между двумя языками, двумя культурами и двумя коммуникативными ситуациями [8, с. 75].

В свою очередь, Ю. Найда писал, что динамичная эквивалентность нацелена на реагирование реципиента и старается оказать равнозначное воздействие на получателя перевода. Данное утверждение лежит в основе коммуникативно-функционального подхода к переводу. Именно на основании данного подхода В. В. Сдобников определяет перевод как вид языкового посредничества в рамках речевой ситуации между разноязычными коммуникантами, который направлен на воспроизведение текста на языке перевода, репрезентирующего текст исходного языка в иной языковой и культурной ситуации, который имеет заданную коммуникативную установку и способность выражать коммуникативное намерение адресанта исходного текста, а также производить на своего адресата коммуникативный эффект, сходный с тем, который производит текст оригинала [6, с.188–189].

Таким образом, если исходить из основного положения коммуникативно-функциональной теории перевода, то современный переводчик должен обеспечить именно тот эффект или почти тот же эффект, что и сам оригинал. В возможности решения этой задачи у нас существуют определенные сомнения. Прежде всего, из-за значительных различий между двумя коммуникативными ситуациями: ситуацией создания оригинального текста и ситуацией создания текста перевода.

К числу элементов этих ситуаций относятся и сами коммуниканты: создатель оригинала, получатели оригинала, переводчик, получатели перевода. Например,

современный русскоязычный человек не сможет воспринимать слова американского президента А. Линкольна так, как их воспринимали американцы в ноябре 1863 года. Это, на первый взгляд, убеждает в невозможности полноценного перевода такого текста.

Коммуникативно-функциональная теория перевода довольно осторожно постулирует необходимость обеспечения равенства эффектов со стороны исходного текста и переводного текста. Так, Л. К. Латышев считает полное совпадение индивидуальных реакций со стороны получателей исходного текста и переводного текста случайностью. Он считает, что реципиенты исходного и переводного текстов могут одинаково реагировать на сообщение, но в таком случае эквивалентность их реакции обусловлена сходством их индивидуально-личностных особенностей [4, с. 25].

В качестве решения данной проблемы теоретик перевода М. Я. Цвиллинг предлагает ввести понятие «терциарного» перевода, то есть перевода в интересах третьих лиц [7, с. 153]. В этой связи исследователь приводит примеры ситуаций, в которых перед переводчиком не ставится задачи обеспечить воздействие на реципиента, аналогичного тому, какое оказывает оригинал на своего получателя. Он пишет, что перевод военного документа, если опираться на здравый смысл, ведет к абсолютно обратному эффекту, когда он переводится для товарищеской стороны в целях наладить слаженность действий войск в готовящейся операции, и когда этот же документ переводится для противной стороны с целью сорвать эту же операцию. Не всегда инициатором перевода является автор/отправитель оригинального сообщения. Инициатором перевода может быть, наряду с автором, сам переводчик, получатель оригинального сообщения, потенциальный получатель перевода или постороннее лицо (например, издатель, политический лидер и т.д.). В подобной ситуации было бы крайне странным настаивать на необходимости обеспечить аналогичное воздействие на реципиента перевода.

Несмотря на то, что оригинал и перевод имеют единую цель – повлиять на читателя, они имеют разных реципиентов. Оригинал адресован читателю, знающему язык оригинала, перевод же рассчитан на читателя, не имеющего этих знаний и поэтому имеющего потребность в переводе, благодаря которому он приобщается к тексту оригинала. Это значит, что перевод – это репрезентация оригинала в другой культурной среде. Репрезентативность перевода не сводится к репрезентативности в плане выражения и содержания. Часто правильно переведенный оригинал непонятен реципиенту перевода, так как оригинал был создан с учетом определенного культурного контекста, нравственно-этических и религиозных норм. При переводе же происходит перенос культурно-мировоззренческой системы оригинала в новую культурную среду [2].

Каждый язык на протяжении истории своего развития впитывает особенности обычаев и характера народа, который на нем говорит. Особенности эти значительны, поэтому принято говорить о языковой картине мира, специфичной для носителей каждого языка. В качестве лингвоэтнических элементов эти свойства являются частью любого текста на данном языке. Поэтому И. С. Алексеева считает, что переводчику необходимо хорошо разбираться в сфере этнолингвистических реалий и в достаточной мере владеть фоновыми сведениями [1, с. 171–172].

Таким образом, фактор адресата в переводе очень важен при осуществлении коммуникации. Адресатом может быть и человек, и группа, и нация в целом, которые являются объектом воздействия со стороны автора оригинала. Учет специфики адресата в переводе предполагает, что переводчику следует обращать внимание на индивидуальные черты того, для кого он переводит – для ребенка или взрослого, для молодого или пожилого, для гуманитариев или «технарей», для образованных или малообразованных людей и т.д. Любой язык воспроизводит отличительные черты национальной культуры, менталитета и истории своего народа, а текст, в свою очередь, формируется в пределах конкретной культуры. Иноязычным читателям могут быть непонятны составляющие этой культуры. В связи с этим появляется необходимость в адаптации текста оригинала для доступности получателю перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. – Москва: Академия, 2004. – 335 с.
2. Ивлева А. Ю. К вопросу об определении понятия «стратегия перевода» // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2016. – № 1. – С.207–212.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.
4. Латышев Л. К. Технология перевода: Уч. пос. по подготовке переводчиков. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 280 с.
5. Полетаева Е. Д. Способы передачи англоязычных аббревиатур в русскоязычном экономическом дискурсе // Культурно-языковое взаимодействие в процессе преподавания дисциплин культурологического и лингвистического циклов в современном полиэтническом ВУЗе: Материалы III Всероссийской (с международным участием) научно-методической конференции. – М., 2017. – С. 141–147.

6. Сдобников В. В. Перевод как коммуникативный акт: дидактический аспект // Вестник НГЛУ им. Н. А. Добролюбова. Серия «Научное сотрудничество с зарубежными университетами-партнерами». – 2005. – Вып.1. — С. 185–192.
7. Цвиллинг М. Я. О некоторых модификациях коммуникативного подхода к понятию перевода // Информационно-коммуникативные аспекты перевода: Межвуз. сборник научных трудов. – Нижний Новгород: НГПИИЯ им. Н. А. Добролюбова, 1991. – С. 153–154.
8. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1998. – 215 с.
9. Салиева Л. К. Образ автора: попытка формализации категории // Международная юбилейная сессия, посвященная 100-летию со дня рождения В. В. Виноградова, Москва, 24-26 янв., 1995 г.: тезисы докл. – М., 1995. – С. 254–255.