

УДК 82.09

## **ГАЗЕТА КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛА В ПЕРЕВОДЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

**Аманкул Айман**

[amankul@mail.ru](mailto:amankul@mail.ru)

Магистрант кафедры общего языкознания и теории перевода ЕНУ им. Л.Н.Гумилева,  
Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – М.Ескиндинова

Актуальность данной темы обусловлена тем, что газетно-публицистические тексты содержат самую основную информацию о нашем мире. А также имеют свои особенности при переводе на русский язык.

За последние годы во всем мире произошло множество изменений в информационном пространстве всего человечества. В том числе и возросла роль газет как основного источника материала во всех сферах деятельности. В XXI веке развитие информационных потоков не знает ни границ, ни пространство, ни времени. Благодаря средствам массовой информации роль перевода в жизни человечества значительно возрастает. Цель данной статьи проанализировать газетно-публицистические тексты и выявить их особенности при переводе на русский язык.

Прежде всего стоит определить, что такое газета и какова его роль в жизни человека. Газеты занимают очень важное место в нашей жизни. Если бы мы жили без газет, мы были бы в неведении. Мы никогда не смогли бы узнать, что происходит в нашей стране или во всем

мире. На самом деле, каждый из нас начинает свой день с чтения газеты. Это хорошо знать о том, что происходит вокруг тебя. Газеты являются самым большим источником информации для нас. Они сообщают о важных инцидентах, которые происходят ежедневно во всех уголках планеты. Они дают нам правильное представление о социальной, культурной, экономической и деловой обстановке в мире. Через газеты мы получаем знания. Они дают нам силы для решения проблем, а знания и информация лучше всего предоставляются газетами. Рекламные объявления информируют о последних моделях различных продуктов, а коммерческий мир становится живым благодаря газетам. Мы также получаем спортивные новости и обзоры фильмов, читаем объективный анализ и мнения известных людей.

Бесконечное разнообразие современного мира передается с помощью средств информации в ощущениях и интерпретациях многих участников международного информационного процесса журналистов, корреспондентов, комментаторов и телеоператоров. Газета является одним из видов публицистики. Публицистический стиль используется в публичных выступлениях и печатных общественных работах, которые адресованы широкой аудитории и посвящены важным общественным или политическим событиям, общественным проблемам культурного или морального характера. Он делится на три разновидности, каждая из которых имеет свои отличительные особенности. В отличие от других формальных стилей, публицистический стиль имеет свои разновидности, в частности ораторский подстиль. Развитие радио и телевидения привело к появлению нового разговорного разнообразия – радио и телевизионных комментариев. Два других вида – это эссе и статьи в газетах и журналах. Общая цель публицистического стиля состоит в том, чтобы оказать влияние на общественное мнение, убедить читателя или слушателя в том, что толкование, данное автором или оратором, является единственно верным, и заставить его принять точку зрения, выраженную в речи, эссе или статье не только с помощью логической аргументации, но и с помощью эмоциональной привлекательности. Публицистический стиль характеризуется последовательной и логичной синтаксической структурой, с расширенной системой связей и аккуратными абзацами. Его особенность проявляется в использовании слов с эмоциональным значением, но стилистические приемы не являются свежими или подлинными. Отдельный элемент не очень очевиден. В этом стиле также характеризуется краткостью выражения, иногда он становится ведущей чертой. А также известен своей явной прагматической функцией убеждения, направленной на воздействие на читателя и формирование его взглядов в соответствии с аргументацией автора. Он является прекрасным примером исторической изменчивости стилистической дифференциации дискурсов. В Греции он практиковался в устной форме с названием соответствующего жанра. В публицистическом стиле мы находим разные логические рассуждения, отражающие объективные положения вещей и сильную субъективность, отражающую личные чувства и эмоции автора по отношению к обсуждаемой теме. Политические, идеологические, этические, социальные убеждения и высказывания адресата преимущественно выражены в письменной форме, которая была названа публицистической с связи с названием подходящего жанра и его практиками.

В рамках нашей работы мы будем рассматривать – газетный стиль. Каждый год эта тема приобретает свою актуальность, так как каждый современный человек узнает о событиях в мире и развитии международных отношений, в первую очередь, из прессы. Для многих читателей интересными становятся зарубежные публикации. В настоящее время, очень важно точно передать информацию зарубежной прессы. Каждый переводчик работая с текстом должен сделать адекватный перевод газетных текстов. Поскольку именно адекватный перевод может помочь детально увидеть изменения в общественной жизни англоязычных стран.

Главной целью газетного текста является сообщение новых сведений и оказание влияния на каждого читателя. Именно поэтому, мы должны обратить внимание на то, каков источник информации. В газетном тексте присутствуют множество необычных терминов, связанные с государственной и политической деятельностью. Они часто представлены в

сокращенном виде. Например: NDA – Non-Disclosure Agreement, NAACP – National Association for Advancement of Colored People, DD – Defense Department, GDP – Gross Domestic Product, LLC – Limited Liability Company. А также очень часто можно увидеть аббревиатуры фамилий и имен известных политических деятелей. Например: Rocky – Rockefeller, RLS – Robert Louis Stevenson. В зарубежных странах читатели привыкли к таким привычкам репортеров. Если мы сохраним эту особенность, то влияние на читателя переведенного текста будет иной, что является несовместимым с адекватностью перевода. Именно поэтому при переводе мы должны давать сокращенные имена в полной форме. [2, 46-49]

Политическая терминология является характерной для газетно-информационного стиля и имеет свои особенные черты, которые свойственны и научно-технической терминологии. Термин «power» в политической терминологии может означать «сила», а также «власть». Например: Bestow your power upon us that we may rule over the whole of your dominion. Everything is governed by the laws of eternal change, the laws of power, everything that is outside yourself is futile. В первом примере термин «power» дает значение способность или умение, а во втором примере использован в значении государственной власти и мощности. Мы не должны забывать, что любая терминосистема постоянно развивается и обновляется с каждым годом. Одни термины заменяются более подходящими аналогами, а другие выходят из употребления.

Прежде чем, начать читать газету мы обращаем внимание на заголовок текста. Заголовок является первым сигналом, который может заинтересовать нас. Он несет определенную информацию о содержании полного текста. Но в то же время название заголовка имеет свою эмоциональную окраску, вызывает интерес у читателей и привлекает их внимание.

Многие английские заголовки в краткой форме выражают сущность происходящих событий и новостей. Мы можем использовать многие известные лексические и синтаксические средства выразительности. Заголовок определяется как один из компонентов текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, который занимает сильную стилистическую позицию, называющий текст и дающий некую информацию о нем.

Во многих английских газетах используются небольшое количество специальных слов, которые составляют своего рода «заголовочный жаргон». Например: claim, crack, crash, cut, hit, move, pact, quiz, quit, slash, rush и др. Самой главной особенностью таких слов является не только их частота употребления, но их необычный характер. Например: слово «pact» может означать не только «пакт», но и также «сделка» или «договор». [1]

Одной из важных особенностей английских газетных заголовков является широкое распространение форм пассивного залога с опущением вспомогательного глагола «to be» для того, чтобы описать события в прошедшем, так и в настоящем времени. Например: 5 Year-Old Little Boy Kidnapped in Chicago, The Famous Toy Shop Was Stolen by Robbers, French Soldiers were taken to hospital.

В британских и американских газетах преобладают множество глагольных заголовков таких как: Exports to China are Rising, Election Results Shocked the Country, The Battle Between Two Countries Connected Others. Глаголы также употребляются в заголовках, которые состоят из вопросительного предложения: Will It Really Be an Antidepressant?, Will They Defend the World Championship?

В чем же заключается еще одна особенность публицистических текстов? Конечно же, в наличии многочисленных клише, таких как например: on the occasion of – по случаю, with reference to – в связи с, take into account – принимать во внимание, to attach the importance – придавать значение, by the decision of – по решению, it is reported that – сообщают, что..., и др.

А также в заголовках можно встретить интересные фразеологические единицы: Jordan's double game over Iraq – Двойная игра Иордании вокруг событий в Ираке, A family against a billionaire – Семья против миллиардера. Одной из сложностей в переводе газетно-

публицистических текстов является – аллюзивность. Можно часто встретить репортеров использующих отрывки из известных фильмов, музыкальных произведений, книг или реклам. Таким образом, создавая текст они используют то, что уже известно читателю. Здесь переводчику становится сложно, но тем не менее он может воспользоваться добавлением или прокомментировать в сносках. [3, 47]

Тексты в публицистическом стиле имеют ряд своих особенностей и различий. Они представляют определенную сложность. Готовых и легких решений в переводе таких текстов конечно же, не существует. Но, если переводчик будет стремиться преодолеть эти препятствия и будет готов к таким проблемам то он сможет выполнить качественный и адекватный перевод публицистических текстов. В сравнении с другими видами текстов, тексты из сферы массовой коммуникации, обладают многообразными и богатыми экспрессивными средствами. Чтобы, не совершить много ошибок в переводе, переводчику необходимо вникнуть в смысловое содержание, структуру и коммуникативную задачу текста, а также обратить внимание на значение слов и терминов в исходном тексте.

В конечном счете, для того чтобы сделать правильный и точный перевод публицистических текстов, нужно знать структуру британских и американских газет и их различия. Нужно свободно владеть словарным запасом газетного жанра, уметь и находить все грамматические и стилистические особенности. Каждый переводчик должен правильно использовать способ перевода который он выбирает.

#### **Список использованных источников**

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода – М.: Высш. шк., 1990.
2. Паршин А.С. Теория и практика перевода – М.: Р.Валент, 2002.
3. Ухтомский А. В. Фразеологический аспект профессиональной компетенции переводчика (на материале текстов современной английской прессы) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. №4. Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2007.