

особенностью колоронимов, как ассоциативный образ, который может точно возникнуть лишь для определенной группы реципиентов в рамках конкретной страны или культуры, а также в зависимости от распространения и влияния определенной культуры, что обуславливает применение такого приема, как транслитерация, или допускает отсутствие перевода вообще.

Проанализировав собранные примеры цветоименований из каталога декоративной косметики, можно сделать следующее заключение: специфика перевода цветоименований с иностранного языка заключается в поиске адекватных эквивалентов, учете лингвокультурных особенностей реципиента, этимологии и даже структуры цветоименования. При этом важной особенностью является применение художественных средств выразительности при передаче смысловой нагрузки на русский язык с целью сохранения образа, который создают названия на языке оригинале.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Василевич А.П.* Каталог названий цвета в русском языке / А.П. Василевич, С.Н. Кузнецова, С.С. Мищенко. – М.: Смысл, 2002. – 216 с.
2. *Горлачева В.В.* Манипулятивный потенциал цветообозначений в современной рекламе / В.В. Горлачева. – Запорожье: Запорожский национальный технический университет, 2004. – 76 с.
3. *Костюлина Ю.С.* Номинация цвета в рекламе глянцевого журнала / Ю.С. Костюлина. – Балтийск: Балтийский гуманитарный журнал, 2017. – Т. 6. – № 1(18) – С. 53–55.
4. *Кулько О.И.* Колоративы и обозначения цвета в рекламе / О.И. Кулько; под общ. ред. К.Р. Галиуллина. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004. – 225 с.
5. *Мальшева Л.Р.* Особенности цветообозначения во французской поэзии символистов и в рекламных текстах / Л.Р. Мальшева, Е.А. Плеханова. – М.: Наука и Современность, 2010. – 223 с.
6. Официальный интернет-магазин MAC. – URL: <https://www.mac-cosmetics.ru/> (дата обращения: 13.02.2019).
7. *Слизкова М.В.* Экстралингвистическая шкала цвета как новый метод перевода слов-цветообозначений / М.В. Слизкова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена, 2010. – № 137. – С. 100–106.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ

Артамонова В.В.

Статья посвящена основным способам перевода безэквивалентной лексики в британских и американских СМИ. В данной статье приводятся

данные по частоте применения тех или иных способов перевода данной лексики, а также результаты анализа распространённости безэквивалентной лексики по частям речи. Нами были рассмотрены 166 лексических единиц из статей американских («The Washington Post», «The New York Times» и «CNN») и британских СМИ («BBC», «The Guardian» и «Reuters»).

Ключевые слова: способы перевода безэквивалентной лексики, британские и американские СМИ, части речи.

This article describes the main ways of translating non-equivalent vocabulary in the British and American mass media. It provides data on the frequency of usage of certain translating methods of this vocabulary as well as the results of the analysis of the prevalence of non-equivalent vocabulary in parts of speech. We have considered 166 lexical units from the articles of American («The Washington Post», «The New York Times» and «CNN») and British media («BBC», «The Guardian» and «Reuters»).

Key words: ways of translating non-equivalent vocabulary, British and American mass media, parts of speech.

В настоящее время национально-культурное своеобразие современного мира хорошо заметно при использовании безэквивалентной лексики. Кроме того, довольно непросто объяснить различия, связанные со своеобразием исторического, социального и культурного аспектов развития какого-либо народа. В связи с этим безэквивалентная лексика представляет собой актуальный объект, нуждающийся в тщательном изучении. Знание таких слов развивает способность не только понимать, но и объяснять специфику иноязычной, а также родной культуры.

Проблема перевода безэквивалентной лексики, присутствие которой в языке объясняется рядом причин, таких, как: отсутствием предмета, явления или понятия в языке перевода, различие лексико-стилистических характеристик в разных языках, является ключевой в переводоведении и лингвистике в целом [1, с. 6].

Под безэквивалентностью лексики языка оригинала будем понимать тот факт, что лексическая система языка перевода не имеет соответствующего аналога, то есть определенного «готового слова» или устойчивого словосочетания, которое в переводе можно подставить вместо слова-оригинала.

Особенность безэквивалентной лексики в том, что это слова, которые невозможно семантизировать при помощи перевода, так как они не

имеют устойчивых соответствий в других языках, не имеют смысловых соответствий в системе содержания, свойственных другому языку, иначе говоря, это слова, план содержания которых нет возможности сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями [2, с.73].

Ряд особенных приемов перевода служит для передачи слов, не имеющих прямых лексических соответствий в другом языке.

Обобщая сведения, представленные в литературе, нужно сказать, что существует два основных приема передачи безэквивалентной лексики:

транскрипции/транслитерации и перевода. Способ транскрипции заключается в передаче реалий посредством фонетической системы языка перевода, а транслитерация осуществляется при помощи использования лексических средств языка перевода.

Кроме того, переводчик должен уметь выбрать способ, наиболее подходящий для переводимого текста, используя один из известных способов передачи безэквивалентной лексики: транскрипцию/транслитерацию, аналоговый/ассоциативный или описательный перевод, калькирование.

Необходимо отметить, что в процессе перевода новостных сайтов с английского на русский язык переводчик решает множество задач, применяя тот или иной наиболее подходящий способ перевода. Проанализировав английский и русский варианты электронных статей англоязычных СМИ, таких как «*The Washington Post*», «*The New York Times*» и «*CNN*», «*BBC*», «*The Guardian*» и «*Reuters*», был выявлен ряд особенностей, характеризующих ту или иную трудность при переводе.

Публицистический текст содержит большое количество терминов, чаще всего относящихся к экономике, политике и социокультурной жизни страны; многие из их относятся к реалиям – словам, обозначающим предметы и явления, характерные только для определенной национальной общности, представители которой говорят на одном языке. Реалии есть разновидность безэквивалентной лексики [3, с. 35].

В данной связи становится особенно важным изучение и перевод такой лексики на материале публицистических текстов. Они исследуются в лингвокультурологическом и социокультурном контекстах, и посредством них языковым единицам передаются новые функции, связанные с отражением культурного развития этноса, общности, то есть всех носителей языка.

Приведем пример из статьи **американской газеты «The Washington Post»:**

ИЯ – «CNN, New York Times, other media barred from White House briefing».

ПЯ – «Си Эн Эн, Нью-Йорк Таймс и другие СМИ были запрещены на брифинге в Белом Доме».

Итак, в данном тексте выделим примеры безэквивалентной лексики:

1. **CNN** – относится к именам собственным (название службы новостей), переводится на русский как СиЭнЭн способом транслитерации.

2. **New York Times** – тоже имя собственное (название газеты), переводится транскрипцией как Нью-Йорк Таймс.

3. **Media** – случайная лакуна, которая переводится с английского способом приблизительного перевода как СМИ.

4. **White House** – имя собственное (название правительственного здания), переводимое на русский язык калькированием как Белый Дом.

5. **Briefing** – перевод данной реалии производится путем транскрипции, в результате получаем слово брифинг (краткая пресс-конференция).

ИЯ – «White House press secretary Sean Spicer banned reporters from CNN, the New York Times, Politico, the Los Angeles Times and BuzzFeed from attending a “gaggle”, a non-televised briefing, but gave access to a number of other reporters, including those representing conservative outlets».

ПЯ – «Пресс-секретарь Белого дома Шон Спайсер запретил «своре» журналистов Си Эн Эн, Нью-Йорк Таймс, Политико, Лос-Анжелес Таймси Базз Фидд посещать нетелевизионный брифинг, но дал доступ ряду других репортеров, включая тех, кто представляет консервативные средства массовой информации»:

1. **Press secretary** – реалия, в переводе на русский: пресс-секретарь (способ перевода – калькирование).

2. **Sean Spicer** (Шон Спайсер) – имя собственное, перевод осуществляется способом транскрипции.

3. **Politico** – имя собственное (американская медиаорганизация в области политической журналистики), переводимое на русский путем транскрипции как Политико.

4. **TheLosAngelesTimes** – имя собственное (название газеты), переводимое на русский путем транскрипции как Лос-Анжелес Таймс.

5. **BuzzFeed** – тоже имя собственное (новостная интернет медиакомпания), с помощью транскрипции переводимое на русский как **Базз Фидд**.

6. «**gaggle**» – случайная лакуна, которая переводится с английского способом приблизительного перевода как свора (в данном случае имеется в виду свора репортеров).

Покажем наглядно распределение примеров безэквивалентной лексики из американских СМИ по категориям и способам перевода на руссунках 1 и 2.

В рассмотренных статьях из американских СМИ больше половины примеров представлены категорией «имена собственные» – 63%, примерно одна пятая из числа рассмотренных примеров представлена случайными лакунами – 20%, а реалии составляют лишь 17%.

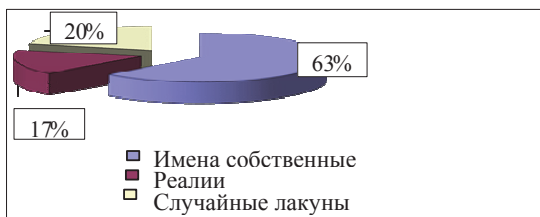


Рис. 1. Распределение безэквивалентных лексических единиц американских СМИ по категориям

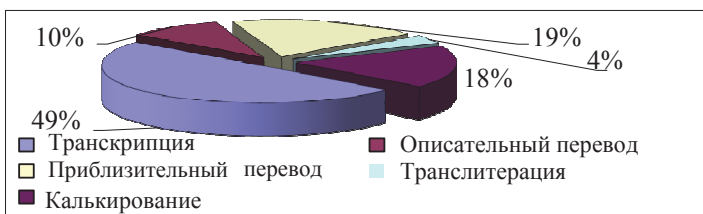


Рис. 2. Распределение безэквивалентных лексических единиц американских СМИ по способам перевода

Проведя анализ способов перевода рассмотренных примеров лексических единиц из американских СМИ, можно сделать вывод, что самой распространенной категорией безэквивалентной лексики являются «имена собственные» – 63%, а наиболее адекватными способами перевода – транскрипция (49%), приблизительный перевод (19%) и калькирование (18%).

Теперь определим, какими способами эффективнее переводить безэквивалентную лексику в британских СМИ. Рассмотрим пример из статьи британской газеты «Reuters»:

ИЯ – «The White House blocked a number of news organizations from attending an informal briefing Friday, a rare and surprising move that came amid President Trump’s escalating war against the media».

ПЯ – «Белый дом заблокировал ряд новостных организаций от участия в неофициальном брифинге в пятницу, этот неожиданный шаг был предпринят на фоне эскалации войны Президента Трампа против СМИ».

Выделим примеры безэквивалентной лексики в данном тексте:

1. **Escalating** – политический термин, реалия, переводимая с помощью транскрипции как эскалация со значением «усиление» в данном контексте.

2. **President** – политическое понятие, которое можно отнести к реалиям, переводимое с помощью транскрипции как президент.

3. **Trump** – имя собственное (фамилия), также переводимое на русский методом транскрипции как Трамп.

ИЯ: But a lawmaker from the Northern Irish party that supports Britain's minority government dismissed the idea as at best contradictory and said it had not been raised with the party.

ПЯ: Но депутат от Североирландской партии, которая поддерживает британское правительство меньшинства, отверг эту идею как в лучшем случае противоречивую и сказал, что партия не выдвигала ее.

1. **A lawmaker** – случайная лакуна, способ перевода – приближительный перевод, значение – депутат.

2. **The Northern Irish party** – реалия, способ перевода – калькирование, значение – Североирландская партия.

3. **Britain's minority government** – реалия, способ перевода – описательный перевод, значение – правительство британского меньшинства.

4. **Raised with the party** – случайная лакуна, способ перевода – описательный перевод, значение – выдвинуто партией.

ИЯ: Martina Anderson, a member of the European Parliament for Sinn Fein, the main Irish nationalist party in Northern Ireland, said the proposal would not solve the border issues.

ПЯ: Мартина Андерсон, член Европейского Парламента от группы ирландских политических партий, главной ирландской националистической партии в Северной Ирландии, заявила о том, что это предложение не решит пограничные проблемы.

1. **The European Parliament** – название организации, способ перевода – калькирование, значение – Европейский Парламент.

2. **Sinn Fein** – название, способ перевода – описательный, значение – Шин Фейн как группа ирландских политических партий.

3. **Scepticism** – реалия, способ перевода – калькирование, значение – скептицизм.

4. **«Backstop»** – случайная лакуна, способ перевода – описательный перевод, значение – контрольно-пропускные пограничные ирландские пункты, действующие в рамках соглашений о едином таможенном пространстве.

Представим на рисунках 3 и 4 распределение выявленных примеров безэквивалентной лексики в британских СМИ в целом.

В рассмотренных статьях из британских СМИ больше половины примеров представлены категорией «имена собственные» – 53 %, примерно одна треть из числа рассмотренных примеров представлена реалиями – 34 %, а лакуны составляют лишь 13 %.

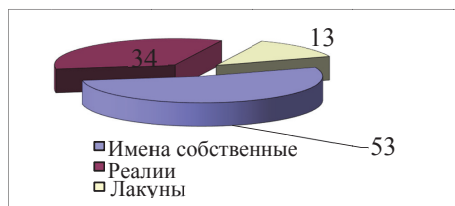


Рис. 3. Распределение безэквивалентных лексических единиц британских СМИ по категориям

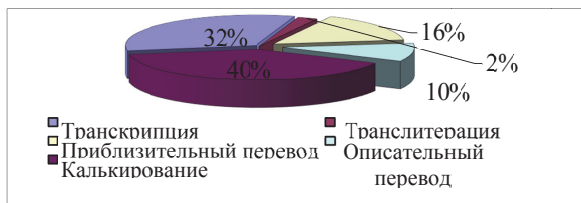


Рис. 4. Распределение безэквивалентных лексических единиц британских СМИ по способам перевода

Наиболее используемым способом перевода безэквивалентной лексики в британских СМИ, как показал анализ, является калькирование – 40 % и транскрипция – 32 %. Приблизительный перевод (16 %) и описательный перевод (10 %) также используются при переводе статей из британских СМИ довольно часто. К способу транслитерации, как показал анализ, обращаются довольно редко – всего 2 % примеров.

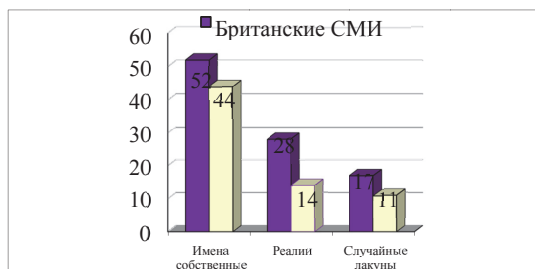


Рис. 5. Встречаемость категорий безэквивалентной лексики в СМИ

Также анализ показал, что в рассмотренных статьях британских СМИ имена собственные встречаются чаще (53 %), чем в американских (44 %). А реалии в британских изданиях представлены в два раза чаще (34 %), чем в американских (17 %). Что касается случайных лагун, то по данной категории различие незначительное и соотношение примерно равное.

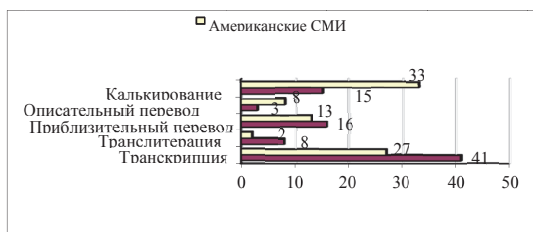


Рис. 6. Частота использования приемов перевода безэквивалентной лексики в СМИ

Следует также отметить, что наиболее эффективными способами перевода статей в британских СМИ являются **транскрипция и приблизительный перевод**, а в американских СМИ – **калькирование и транскрипция**.

Как видим, транскрипция используется при переводе имен собственных из американских источников на 8 % чаще, чем при переводе британских текстов, калькирование – на 25 %, а транслитерация – на 10 %. Следует также отметить, что способы описательного перевода и приблизительного при переводе лексических единиц данной категории безэквивалентной лексики не применяются или применяются в порядке исключения, как, например: Sinn Fein (Шин Фейн – это группа ирландских политических партий, описательный перевод).

Далее отмечено, что при переводе реалий из американских СМИ в основном используется калькирование (57 %), что на 36 % выше, чем при переводе реалий из британских СМИ. Реалии британских СМИ чаще всего переводятся на русский язык с помощью транскрипции и приблизительного перевода – по 36 %. Данная категория безэквивалентной лексики из американских источников также используется, но значительно реже: приблизительный перевод – на 15 %, а транскрипция – на 28 %. Описательный перевод используется при интерпретации статей из британских СМИ в 2 раза чаще, чем при переводе американских текстов. Транслитерация при переводе реалий, согласно полученным результатам, не применяется.

Кроме того, приблизительный перевод является самым эффективным способом перевода случайных лакун, причем его использование при интерпретации как британских, так и американских СМИ практически одинаково (более 60 %). Описательный перевод и калькирование также равнозначно применяются к интерпретации случайных лакун в британских СМИ – по 18 %, в американских – по 12 %. Как можно заметить,

транскрипция, калькирование и транслитерация при переводе лакун, как показал анализ, не эффективны.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что: безэквивалентная лексика – лексическая единица языка оригинала, не имеющая соответствующего аналога в языке перевода, в то же время безэквивалентная лексика выделяется только для конкретной пары языков. Наиболее часто в британских и американских СМИ, изученных нами, встречаются имена собственные (97 из 166 рассмотренных примеров, что составляет 58 %), а наиболее часто используемым способом перевода безэквивалентной лексики в СМИ является транскрипция (41 %).

ЛИТЕРАТУРА

1. Беленкова Ю.С. Публицистический текст как объект хронологического перевода: автореф. дис. канд. филол. наук / Ю.С. Беленкова. – М.: Проспект, 2014. – 22 с.

2. Латышев Л.К. Курс перевода. Эквивалентность перевода и способы ее достижения / Л.К. Латышев. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 198 с.

3. Солганик Г.Я. О новых аспектах изучения языка СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». – № 3. – 2015. – С. 31–38.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ КОГНИТИВНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

*Ахметзянова П.А.
Алексеева Е.М.*

Статья посвящена особенностям перевода текстов когнитивно-психологической тематики с немецкого языка на русский язык. Авторами были переведены избранные отрывки из произведения Ульриха Шаде «Konnektionistische Sprachproduktion» и проанализирована специфика произведенных ими переводческих трансформаций.

Ключевые слова: когнитивная психология, психологический текст, классификация, переводческие трансформации.

The article is devoted to the peculiarities of the translation of texts of cognitive-psychological topics from the German language into Russian. The authors translated selected excerpts from the book by Ulrich Schade „Konnektionistische Sprachproduktion“ and analyzed the specifics of the translation transformations they did.