

Деспециализация при переводе терминов СМИ с английского на русский язык

Колесова Анна Дмитриевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лексикографии и теории перевода, Москва, Россия

E-mail: kolaania@yandex.ru

Термины в значительной степени присутствуют в газетно-публицистическом стиле. Ввиду того, что тематика текстов СМИ очень обширна, в них могут встречаться термины различных сфер деятельности. По мнению М.Н. Володиной, терминологическая информация в сфере СМИ способна влиять на способ мышления человека. Используя тот или иной термин, журналист зачастую не только сообщает читателю информацию, но и дает ей определенную оценку, тем самым воздействуя на него [1].

Проблема деспециализации при переводе терминов изучалась З.В. Соловьевой [4] и Н.П. Глинской [2]. Выделяется три ступени деспециализации. Первая - термин сохраняет свои терминологические характеристики, однако упрощается его смысловая структура. О такого рода изменениях может свидетельствовать авторский комментарий. Вторая - термин употребляется в переносном значении, частично утрачиваются терминологические характеристики. Третья - нетерминологическое значение фиксируется в словарях [4]. З.В. Соловьева изучала деспециализацию на материале нескольких областей: медицины, точных наук, военного дела, музыки и спорта [4]. Н.П. Глинская рассматривала терминологию юридической сферы [2]. Сплошной выборкой мы отобрали термины, вне зависимости от области их использования, пытаясь установить связь между сферой термина, стратегией его перевода и степенью деспециализации.

Объектом исследования являются термины СМИ в русском и английском языках. Нами не было найдено каких-либо релевантных и современных источников, в которых изучались бы термины СМИ в русском и английском языках. Поэтому, по нашему мнению, данная тема остается недостаточно изученной.

Предметом исследования являются стратегии перевода терминов СМИ с английского на русский язык. В.В. Сдобников выявляет связь между целью коммуникации и выбором стратегии перевода [3]. Исследователь определяет стратегию как «общую программу осуществления переводческой деятельности в условиях определенной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяемую специфическими особенностями данной ситуации и целью перевода и, в свою очередь, определяющую характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной ситуации» [Сдобников, 2015: 135]. Выделяется 3 вида стратегии: стратегия коммуникативно-равноценного перевода, стратегия терциарного перевода и стратегия переадресации. «Стратегия коммуникативно-равноценного перевода - это программа осуществления переводческой деятельности, предусматривающая реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания текста на языке перевода, потенциально способного обеспечивать коммуникативное воздействие на получателя перевода в соответствии с ожиданиями автора оригинала и, соответственно, взаимодействие разноязычных коммуникантов в условиях совместной предметной деятельности» [Сдобников, 2015: 151]. Таким образом, в данном случае цель перевода совпадает с целью оригинала; текст перевода должен оказать на реципиента воздействие, аналогичное тексту оригинала. Второй вид - стратегия терциарного перевода, то есть «общая программа осуществления переводческой деятельности, направленная

на создание текста перевода, удовлетворяющего потребностям носителя языка перевода, который играет иную коммуникативную роль, нежели участники первичного коммуникативного события в культуре исходного языка, и преследует цель, отличную от цели автора оригинала» [Сдобников, 2015: 161-162]. Таким образом, главные отличия данной стратегии от предыдущей заключаются в том, что перевод как бы «подстраивается» под реципиента текста перевода, цели оригинала и перевода различаются. Третий вид - стратегия переадресации - это «общая программа осуществления переводческой деятельности, направленная на создание текста перевода, предназначенного для получателя, который отличается от реципиента исходного текста не только своей национально-культурной принадлежностью, но и социальными характеристиками» [Сдобников, 2015:170]. В данной стратегии большую роль играет как национально-культурная принадлежность реципиента, так и его социальные характеристики. Однако термин «стратегии перевода» пока не получил однозначного определения в переводоведении.

Материалом для исследования послужили информационные сообщения англоязычных газетно-публицистических источников за 2015 год и их перевод на русский язык.

В нашей работе анализируются, термины какой сферы встречаются в текстах СМИ чаще всего, какие ступени деспециализации они проходят, и как это влияет на выбор той или иной переводческой стратегии. Рассмотрев термины на английском языке и их русскоязычные переводческие соответствия, мы пришли к следующим выводам:

1. Термины СМИ проходят все три ступени деспециализации: изменение в семантической структуре термина, употребление в переносном значении и фиксация нетерминологического значения в словарях.

2. Тематическое разнообразие газетно-публицистического стиля определяет использование в нем терминов различных сфер, от музыкальных до военных. На данный момент наиболее частотными являются экономические, финансовые, военные, политические и юридические термины. Вероятно, это связано с тем, что данные темы наиболее актуальны на мировой арене, поэтому чаще всего служат предметом информационных сообщений в СМИ.

3. Преобладающими стратегиями перевода являются стратегия коммуникативно-равноценно перевода (совпадение цели оригинала и перевода и оказание одинакового воздействия на читателя) и стратегия терциарного перевода (цели оригинала и перевода различаются).

Источники и литература

- 1) Володина М.Н. (ред.) Язык средств массовой информации; М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008.
- 2) Глинская Н.П. Юридическая терминология в разных функциональных стилях английской речи: Дисс.... канд. филол. наук; М., 2002.
- 3) Сдобников В.В. Перевод и коммуникативная ситуация: монография. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2015.
- 4) Соловьева, З. В. Стилистическое использование иноязычной терминологической лексики в газетно-журнальной рубрике: дисс. . . канд. филол. наук; М., 1977.