Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»
(ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого»)

Кафедра переводоведения
и межкультурной коммуникации

В Ы П У С К Н А Я К В А Л И Ф И К А Ц И О Н Н А Я Р А Б О Т А
(Б А К А Л А В Р С К А Я Р А Б О Т А)

на тему:

Лексические аспекты перевода англоязычных медиатекстов правовой тематики

Выполнена: студенткой очно-
заочной формы обучения
факультета иностранный языков
Кузнецовой Екатериной
Геннадьевной

Тула – 2017

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ...8
1.1. Понятие "медиатекст" в современной лингвистике.....8
1.2. Методика изучения медиатекстов.....11
1.3. Лингвостилистические и лингвоформатные составляющие медиатекста 18
Выводы по Главе 1.....26
ГЛАВА 2. ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ.....28
2.1. Категория "трансформации" в теории перевода.....29
2.2. Классификация переводческих трансформаций.....32
2.3. Языковые особенности медиатекстов правовой тематики и сложности их перевода.....38
Выводы по Главе 2.....44
ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ, ФИГУРИРУЮЩЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ ПРАВОВОЙ ТЕМАТИКИ.....46
3.1. Перевод разговорно-сниженных элементов.....46
3.2. Перевод неологических единиц.....51
3.3. Передача устойчивых выражений в медиатекстах правовой тематики.58
Выводы по Главе 3.....64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....65
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....67

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в связи с развитием информационных технологий и расширением границ коммуникативного пространства, роль общения и обмена информацией непрерывно возрастает. Документация на различных языках размещается для публичного доступа в интернете, печатается в газетах, комментируется по телевидению и т.д.

Не оставляет сомнений тот факт, что английский язык сегодня занимает лидирующую позицию в области документационного и кадрового обеспечения предприятий: контракты и соглашения оформляются на двух языках, родном (государственном) и английском, при подборе персонала уточняется уровень владения английским и пр. Это обусловлено тем, что английский язык является языком международного значения и владение им на достойном уровне играет немаловажное значение в жизни современного человека. В этой связи необходимо отметить, что изучение особенностей представления информации на английском языке перестало носить узко прикладной характер и становится объектом внимания многих наук, в частности лингвистики.

Настоящая работа посвящена рассмотрению особенностей перевода англоязычных газетных медиатекстов юридической тематики на русский язык.

При переложении материалов тематической области "право" ("правовые отношения") переводчику приходится столкнуться с рядом трудностей. Основная из них состоит в том, что данные тексты часто изобилуют формулировками, которым довольно сложно найти адекватный эквивалент на другом языке, в частности, в русском. Дело в том, что в каждом государстве действует собственная правовая система. И термины и формулировки, используемые в пределах правового поля, например,

Великобритании или США, могут просто отсутствовать в правовой системе Российской Федерации. Кроме того, в современных текстах правоведческой тематики могут встречаться новые единицы (неологическая лексика). Еще одной особенностью текстов юридической сферы является частое использование в них фразеологических выражений профессиональной направленности, перевод которых также может составлять определенные трудности.

Отметим и то, что газетные статьи, взятых нами для исследования, относятся к различным публицистическим изданиям, для каждой из газетных публикаций характерен определенной стиль изложения (имеется в виду идиостиль автора), тем не менее, данные материалы связаны единой тематикой, также их можно объединить по принципу "канала трансляции" информации, поскольку все отобранные статьи взяты с информационных интернет-сайтов новостных газет. В этом отношении представляется актуальным, интересным и научно значимым проследить, какими общими чертами обладают медиатексты.

В качестве **объекта** исследования выбраны англоязычные медиатексты правовой тематики.

Предметом исследования являются переводческие трудности, связанные с передачей специфических лексических элементов, фигурирующих в англоязычных медиатекстах правовой тематики.

Целью настоящей работы является исследование особенностей передачи медиатекстов правовой тематики, представляющих собой газетные материалы, при переводе с английского языка на русский.

Поставленная в исследовании **цель** предполагает последовательное решение следующих задач:

- дать представление о понятии "медиатекст" в современной лингвистической науке и обозначить его лингвостилистические и лингвоформатные составляющие;

- рассмотреть проблему методики изучения медиатекстов;

- изучить категорию трансформации в переводоведении;

- кратко охарактеризовать типологию переводческих трансформаций;

- описать в аспекте перевода специфическую лексику, фигурирующую в англоязычных текстах правовой тематики.

Материалами для исследования послужили англоязычные микротексты правовой тематики и их русскоязычные профессиональные переводы, размещенные в сети на новостном интернет-сайте.

Источником исследования явились англоязычные медиатексты, взятые с новостного сайта "Inopressa" (https://www.inopressa.ru/rubrics/law) тематической рубрики "закон и преступность" и их русскоязычные переводы, размещенные на том же сайте. Общее количество проанализированных языковых элементов составляет 450 лексических и фразеологических единиц.

Тексты тематической рубрики "закон и преступность", размещенные на новостном интернет-сайте "Инопресса", являются переводами газетных материалов, опубликованных на сайтах популярных американских и британских изданий, среди которых "The New York Times", The Times", "The Guardian", "The Wall Street Journal", "The Daily Beast", "Newsweek" и др.

В процессе компонентного анализа терминов и других специфических для данных медиатекстов единиц и при их толковании мы обращались к словарям английского языка и переводным англо-русским словарям, в частности, к Интернет-словарям специализированной лексики, относящейся к сфере права и управления бизнесом, англоязычным и переводным англо-русским фразеологическим словарям, а также переводным Интернет-словарям ("Мультитран"), к электронному мультиязычному

словарю ABBYY Lingvo Dictionary 2008.

Методологическую основу исследования составляет описательный метод (приемы: наблюдение, сопоставление, дефинитивный анализ, классификация, обобщение), компонентный, сопоставительный, статистический (квантитативный), морфологический и лексический, методы анализа языковых единиц, метод сплошной выборки и переводческого комментария. Частично были применены морфемно-словообразовательный, дистрибутивный методы анализа.

Теоретической основой для настоящего исследования послужили работы таких лингвистов, занимавшихся вопросами изучения медиатекста и языка СМИ в целом, как Е.В. Веселовская, Л.И. Гришаева, М.А. Деминова, Т.Г. Добросклонская, И.И. Засурский, Н.В. Коряковская, Г.С. Мельник, Г.Я. Солганик, а также ряд работ исследователей в области переводоведения, среди которых Т.С. Алексеева, Л.С. Бархударов, В.С. Виноградов, Т.А. Казакова, В.Н. Комиссаров, Р.К. Миньяр-Белоручев, Я.И. Рецкер, А.Д. Швейцер и некот. др.

Практическая значимость обусловлена тем, что результаты, методика и подобранный языковой материал могут быть использованы на уроках, семинарах и спецкурсах по русскому и английскому языкам, в теории и практике перевода и компаративистике, а также в лексикографических целях (при составлении переводных и узкоспециализированных словарей и справочников).

Структура работы определяется предполагаемыми для выполнения задачами: она состоит из введения, трех глав, заключения и списка используемой литературы.

Во введении обосновывается актуальность проведенного исследования, формулируются его цели, задачи, указываются источники фактического материала, методология, теоретическая база, а также практическая

значимость настоящей работы.

Первая глава "Теоретические аспекты изучения медиатекстов" посвящена проблемам, связанным с исследованием данного феномена в лингвистической науке на современном этапе ее развития: определяется терминологический аппарат работы, рассматриваются характерные черты медиатекстов, основы методики их анализа.

Во второй главе "Основы перевода газетно-публицистических текстов" излагаются основные теоретические положения, касающиеся вопросов перевода в целом и перевода газетного текста правовой тематики в частности.

Третья глава "Особенности передачи специфической лексики, фигурирующей в англоязычных медиатекстах правовой тематики" представляет собой переводческий анализ специфической лексики, фигурирующей в текстах англоязычных новостных интернет-изданий правовой тематики.

В заключении описаны основные выводы относительно проведенного анализа.

Список литературы содержит 69 источников.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ

1.1. Понятие "медиатекст" в современной лингвистике

Изменения в коммуникативных процессах конца XX – начала XXI века, отражающие мощное влияние на реальную жизнь современных СМИ, актуализировали проблемы, связанные с пониманием особенностей нового феномена, именуемого "медиатекст". Возникший в 90-х годах XX в. В англоязычной научной литературе термин "медиатекст" стал широко использоваться в исследованиях последних лет, посвященных массовым коммуникациям. Зарубежные специалисты А. Белл (1996), Т.А. ван Дейк (1989), М. Монтгомери (1995) и др. изучали и функционально-стилевые особенности языка СМИ, и типологию медиатекстов, и лингвомедийные технологии. Алан Белл, к примеру, характеризуя медиатекст в его сравнении с традиционным текстом, указывает следующее: "Definitions of media texts have moved far away from the traditional view of text as words printed in ink on pieces of paper to take on a far broader definition to include speech, music and sound effects, image and so on… Media texts, then, reflect the technology that is available for producing them…" [см. Bell, 1996].

Вместе с тем новая, западная, терминология органично соединилась с отечественной традицией изучения публицистического стиля, психологии массовой коммуникации, текстопорождения и языка СМИ, представленной именами таких исследователей, как Я.Н. Засурский (2009), В.Г. Костомаров (2005), Г.Я. Солганик (2005) и т.д. Т.Г. Добросклонской было предложено объединить исследования подобного рода в особую дисциплину внутри лингвистики – "медиалингвистику", рамки которой обеспечивают системный научный подход к изучению языка СМИ, а также позволяют выделить в качестве основной категории анализа медиатекст [Добросклонская, 2014, с.11]. Более того, в настоящее время медиатекст приобрел статус базовой

категории в медиангиналистике, медиакультуре, медиаобразовании – новых направлениях лингвистической, философской и педагогической науки. Можно также сказать, что теория медиатекстов претендует на независимую нишу в рамках теории текста или даже имеет тенденцию отделяться от нее.

Сам термин "медиатекст" обладает сложной семантикой. Во-первых, отметим, что термин содержит составную часть сложных слов "медиа-", которая обозначает отнесенность к медиа (средствам коммуникации, информации), к массмедиа (средствам массовой информации, то есть радио, телевидение, пресса и др.), к средствам массовой информации [Шагалова, 2011, с. 172,175]; ср. связанные понятия "медиадискурс", "медиасфера", "медиасреда", "медиаформат", "медиакультура", "медиаобразование", "медиаграмотность" и пр. Элемент "медиа" этимологически восходит к латинскому слову "medium", где оно обозначает "посредник, середина" [Дворецкий, 2003, с. 356]; можно говорить о том, что "медиа" – это те, кто стоит посередине между читателями и источниками новостей. Итак, медиатекст, с одной стороны, подразумевает текст, источником которого являются средства массовой информации, это журналистский текст [Сарсембаева, 2017, с. 261]; поскольку журналистика действует в рамках публицистического стиля, то медиатекст являет собой текст публицистический.

А.Р. Кошековой предложено называть медиатекст гипермедиатекстом, а это свидетельствует о том, что данный вид текста реализуется непосредственно в гиперпространстве. "Медиатекст, существующий в гипертекстовом пространстве, было бы логично назвать гипермедиатекстом. Однако термин "гипермедиатекст" громоздок и, самое главное, не отражает сущностную характеристику медиатекста – его связанность с каналом коммуникации" [Кошекова, 2016, с. 157]. Также в работе ученого фигурирует термин "электронный медиатекст" [см. Кошекова, 2016].

Согласно точке зрения Н.А. Кузьминой на терминологический аппарат в данной области, наиболее уместным представляется термин веб-медиатекст, поскольку он содержит указание на тип медиаканала и принадлежность к электронной коммуникативной среде (веб-издание, веб-дизайн и под.). Известно, что большинство "компьютерных" текстов существуют в рамках сервиса WWW (Web, или Веб), являющегося частью большого Интернета [Кузьмина, 2011, с. 255].

В этой связи следует отметить, что семантический контент термина "медиа" позволяет называть любой медиа-носитель информации – начиная от наскальных рисунков, традиционных книг, произведений искусства, заканчивая ультрасовременными явлениями технического прогресса. Однако, как обобщенный термин, медиатекст был зафиксирован именно для текстов массовой коммуникации. Относительно коммуникационного канала во всем многообразии форм медиатекстов можно выделить некоторые типа. Так, касательно жанрово-стилистического разнообразия медиатекстов следует отметить, что медиатекст, наиболее часто используемый для описания текстов массовой коммуникации, включает параллельные, взаимозаменяемые или пересекающиеся явления – массово-коммуникативный текст, текст в средствах массовой информации, журналистский текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, продвигающий текст, текст в Интернете и т.д. [Сарсембаева, 2017, с. 261]. Г.С. Мельник указывает еще более широкий перечень жанрово-стилистического разнообразия в рамках медиатекста, давая следующее определение медиатексту: "конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории" [Мельник, 2012, с. 27]

Другой вопрос связан с объемом медиатекста, поскольку все, что связано с медиасферой, вполне совместимо с этой концепцией. По-видимому, этот термин приобретает объяснительную силу при интерпретации медиатекста как совокупного продукта трех глобальных подсистем массового общения: журналистики, PR и рекламы. Этот вопрос тесно связан с тем, каким лингвистическим статусом обладает медиатекст. Мы уяснили, что текст СМИ, или медиатекст, можно рассматривать, во-первых, как текст "в универсальном, классическом смысле этого понятия"; во-вторых, как уникальный тип текста – в отличие от текстов других сфер коммуникации (научный, художественный и т.д.), в-третьих, как совокупный продукт массовой коммуникации – текстов журналистики, рекламы и PR, каждый из которых имеет свои специфическую характеристики [Коряковская, 2015 с. 155]. Кроме того, медиатекст можно отнести и к такому феномену, как медиадискурс. М.А. Силанова утверждает, что "медиадискурс представляет собой "глобальный миксер" современности, смешивающий воедино множество мнений, фактов и вымыслов, идеологем, дискурсивных формул, мифологем, понятий и оценок; в пространстве медиадискурса сосуществуют контексты из различных сфер деятельности" [Силанова, 2014, с. 15].

В качестве рабочего определения медиатекста может быть предложено следующее: текст, репродуцируемый СМИ; синтетический в жанрово-стилистическом отношении продукт массовой коммуникации, обладающий рядом специфических характеристик, в том числе связанностью с каналом коммуникации.

1.2. Методика изучения медиатекстов

Медиатекст, как нам удалось выяснить, представляет собой сложный феномен и анализироваться он может с различных точек зрения. При этом интерес к данной категории текстов проявляют представители самых разных

научных дисциплин. Так, Р. Водак и Б. Буш указывают на то, что обзор современных исследований, посвященных проблемам медиатекста, демонстрирует широкий перечень методов и возможных подходов к изучению указанного феномена, среди которых метод эмпирических данных, этнографические методы, психоаналитически ориентированные, дискурс-анализ и др. При этом анализироваться медиатекст должен с позиций базовых текстовых характеристик – когерентность и когезия [Wodak, Busch, 2004, с. 107]. Авторы подчеркивают, что наиболее важным является выделение в медиатексте авторской интенции ("to identify and analyze discursive strategies, argumentation schemes (topoi), and means of realization (in verbal as well as in other semiotic modes), средств доказательства, языковых приемов и др. [Там же, с. 107]; при этом методы могут быть использованы самые разные. Анализ медиатекста, по мнению исследователей, является ориентированным на конкретную проблему, а не догмы, связанные с той или иной лингвистической теорией или методологией.

Е.В. Веселовская утверждает, что "решение вопроса о конструировании и выборе методики анализа медиатекста представляется сложным. Эта сложность обусловлена тремя основными факторами", среди которых ученый выделяет следующие:

- разночтения в понимании самого медиатекста (так, медиатекст могут трактовать как собственно текст и изучать его в сравнении с другими текстами подобного или различного типа; медиатекст может истолковываться как "совершенно уникальное явление, требующее особого подхода к изучению" [Веселовская, 2013, с. 106]); Е.В. Веселовская в этой связи пишет: "первый вопрос, на который мы должны ответить, прежде чем приступить к разработке методики анализа медиатекстов: считать ли их совершенно особенным явлением, которое имеет мало общего с другими

текстами (художественными, в частности) и требует особых подходов к анализу, либо сосредоточиться на общих особенностях, текстовых универсалиях и опираться на имеющиеся наработки в области разных видов анализа текстов самых различных стилей, жанров" [Там же, с. 107].

- недостаточное использование в медиалогии опыта других гуманитарных наук – филологии, социологии, психологии;

- бессистемность анализа медиатекстов [Веселовская, 2013, с. 106].

В то же время следует отметить, что изучение медиатекста в современной лингвистической науке носит массовый характер. Учеными исследуются самые разнообразные его структурные элементы (заголовок, лексика, синтаксис) и аспекты (тематический, лингвостилистический, жанрово-стилистический и пр.). Применяются различные виды анализа: герменевтическй, эстетический, сюжетный, философский, идеологический, структурный и др. [Там же, с. 106]. Как указывает Г.С. Мельник, "сегодня популярны исследования технологий воздействия медиатекста. В данном направлении опробуются различные методы анализа медиатекстов: лингвистический, стилистический, нарративный, семиотический, контекстуальный, дискурсивный", среди которых последний является наиболее новым, он позволяет "описывать и понимать процессы создания, обмена и дифференциации смыслов в пространстве массовой коммуникации" [Мельник, 2012, с. 27].

При этом сегодня выделяются различные тематические подвиды медиатекста (или медиадискурса): общественно-политический (политический), экономический, туристический, юридический, образовательный (педагогический), информационный, конфликтный и пр., объединяемые в медиадискурс.

Дискурсы в медиасфере, "генетически различны", среди них "присутствует широкий спектр различных по своей природе и свойствам

дискурсов: от политического до образовательного, от религиозного до научного, от журналистского до промоцийного" [Кожемякин, 2014, с. 57]. Нами рассматриваются медиатексты, относящиеся к юридической сфере, газетные материалы юридического медиадискурса в аспекте проблем перевода лексических особенностей данных текстов. В этой связи целесообразным представляется прежде всего уяснение таких вопросов, как актуальность изучения медиадискурса и медиатекста, функции медиатекста (поскольку именно функциональный аспект создания текста координирует конкретный набор языковых элементов, формирующих его структуру), специфические черты, а в частности, лингвостилистическая специфика медиатекстов юридического медиадискурса, особенности данного вида медиатекстов в целом и на лексическом уровне в частности.

Функции, которые предложены в отечественной лингвистической науке, недостаточны для объяснения текстов, которые существуют в современной среде массовой коммуникации. Ранее рассматривались такие критерии, как форма существования текста, вербальный характер текста, полнота отдельных произведений, авторство, обязательное наличие титула. Необходимо указать и на то, что в современной лингвистической практике можно отметить некоторые формы анализа массовой коммуникации, которые меняют традиционное понимание текста. Постоянные и бесконечные ссылки текстов друг на друга делают эти тексты только ссылкой при передаче информации, такие тексты существуют как гипертексты или интертексты [Кузьмина, 2011, с. 16], в перекличке с другими текстами, даже если последние не являются явно цитируемыми.

В то же время следует говорить не столько о недостатках классической теории, сколько о том, что современная текстовая реальность, не отменяя традиционные теории, требует интегративных интерпретаций, способных объяснять новые аспекты или новые типы текстов массовой коммуникации –

смешанные, мультимедийные тексты, основные характеристики которых связаны с развитием новых информационных технологий и конвергенцией средств массовой информации [Филиппенко, 2016, с. 21].

Таким образом, когда классический текст переносится в сферу средств массовой информации, он получает новые смысловые нюансы и медиа-добавления, приобретает обширную интерпретацию и, как следствие, выходит за пределы системы жестового языка, приближаясь к семиотической интерпретации текста. Однако вопросы типологии текстов и выбор основных категорий, которые могут быть использованы в качестве основы для разделения текстового континуума, до сих пор остаются в лингвистике не до конца исследованными.

Отметим, что массовая коммуникация, представляемая как более или менее сложный процесс информационного общения, учитывает взаимодействие различных элементов: автора, адресата, канала, кода, текста, контекста, фона, обратной связи, эффективности коммуникации. Эти элементы могут служить критериями типологии современных медиатекстов.

Лингвистическое представление функциональной модели коммуникативного акта, предложенное Р. Якобсоном, включает в себя шесть элементов: адресат, сообщение, адресат, контекст, контакт, код. Они полностью накладываются на функциональное представление средства массовой информации, предложенного в социологии журналистики, где адресат является "издателем", "журналистом"; сообщением – "текст"; адресатом – "аудитория"; контекстом – "социальные институты", "реальность"; контактом – "канал", кодом – "язык", который используется для написания медиатекста, а также другие семиотические системы [Сарсембаева, 2017, с. 265].

В соответствии с моделями коммуникации, в качестве основы для идентификации типов текста могут использоваться следующие категории,

которые понимаются как разновидность, шаблон, схема построения и восприятия медиатекстов [Коряковская, 2015, с. 155]:

– адресант (автор, производитель текста) – социальный / частный, согласно которому в текстовой ткани формируется авторская модальность (объективное или субъективное отношение к реальности),

– адресат (аудитория) – массовый / специализированный, канальное распространение – печать, радио, телевидение, интернет;

– институциональный тип текста: журналистский, рекламный, PR-текст;

– типологические характеристики публикаций;

– сообщение (текст) – функциональная жанровая классификация текстов трех социальных институтов массовой коммуникации;

– код (язык) – вербальные, невербальные, вербально-невербальные (поликодные, креолизованные) типы текстов.

Г.Я. Солганик указывает на две основные отличительные черты медиатекстов: особый статус автора медиатекста и особое использование времени и пространства. Однако обе эти категории обусловлены одним элементом – социумом. Мы говорим о том здесь, что автор медиатекста выступает в первую очередь как представитель некой социальной общности (группы, партии, организации, социальной прослойки и пр.), время и пространство же медиатекста ограничено обществом и его социальными институтами: "это рама, очерчивающая социальное пространство, в котором или на фоне которого разворачиваются события..." [Солганик, 2005, с. 15]. Так, Г.Я. Солганик подразумевает под медиатекстом "разновидность текста, принадлежащую массовой информации, характеризующуюся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное

проявление авторского я), рассчитанная на массовую аудиторию" [Там же, с. 15].

Другими исследователями выделяется другой ряд характеристик медиатекстов. С.А. Маник утверждает, что медиатексты (совокупность медиатекстов как некоторый медиадискурс) представляют интенциональное, содержательное, тематическое, формальное, структурное, функциональное единство", отсюда проистекают такие его свойства, как "медийность, массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления продуктов), интегративность (или поликодовость) и открытость" [Маник, 2015, с . 348].

Наиболее четкая система параметров, в которых учтены наиболее важные атрибуты медиатекста, была предложена Т.Г. Добросклонской. Автор выводит следующие параметры медиатекстов:

- способ производства (авторский и коллегиальный);

- институциональный тип (журналистский текст, рекламный текст, PR-текст, пост);

- форма создания; канал распространения (печать, радио и телевидение, Интернет);

- функционально-жанровый тип (новости, интервью, реклама);

- тематическая доминанта (экономика, спорт, культура),

- форма воспроизведения (устная, письменная) и др. [Добросклонская, 2015].

Таким образом, данные параметры могут быть использованы при осуществлении анализа медиатекста любого формата, жанра и тематики.

Любопытно отметить и те выводы, которые сделаны Е.В. Веселовской, анализировавшей методику выполнения анализа медиатекста. Исследователь указывает на следующие четыре фактора, которые должны учитываться при его осуществлении: анализ медиатекста должен производиться:

- с позиций коммуникативно-функционального подхода (одним из ключевых моментов методики должно стать определение ведущей функции медиатекста и средств ее реализации),

- с учетом взаимообусловленности формы и содержания,

- с учетом диалогичности взаимодействия адресанта и адресата.

Кроме того, методика должна быть применима к медиатекстам любого вида и жанра [Веселовская, 2013, с. 106]).

1.3. Лингвостилистические и лингвоформатные составляющие медиатекста

В современных условиях становления информационного общества особую актуальность приобретает изучение дискретных единиц медиапотока. Вне всякого сомнения, основной такой единицей является медиатекст, рамки которого позволяют объединить такие разноплановые и многоуровневые понятия, как газетная статья, радиопередача, телевизионные новости, Интернет-реклама и прочие виды продукции средств массовой информации.

Медиатексты представляют собой в первую очередь типы текстов с определенными характеристиками. Любой текст может характеризоваться такими параметрами в процессе анализа, как когерентность, завершенность, коммуникативная интенция автора и пр. Ван Дейк, рассуждая о принципах создания текста, пишет: "...порождение текстов происходит не в вакууме, а является составной частью коммуникативного контекста. Чтобы построить текст, подходящий для данного контекста, люди должны хранить в памяти представление. Об этом контексте, то есть иметь контекстную модель. Такая модель содержит информацию об участниках речевой коммуникации, их целях и о тине социальной ситуации, к "которой должен быть приложим строящийся, текст (завтрак, посещение врача или дебаты в парламенте).

Контекстная модель контролирует как стиль, так и содержание" данного текста [ван Дейк, 1989, с. 170].

В то же время массовая коммуникация добавляет к традиционному пониманию текста новое измерение. В отличие от линейного толкования текста как объединённой общим смыслом последовательности вербальных знаков, текст в массовой коммуникации приобретает черты объёмности и многослойности. Это происходит за счёт совмещения вербальной части текста с медийными свойствами того или иного средства массовой информации. Так, в прессе вербальная часть текста сочетается с графической и иллюстративной. На радио вербальный компонент получает дополнительную выразительность с помощью аудиосредств – голосовых качеств и музыкального сопровождения. Телевидение ещё более расширяет границы текста, соединяя словесную часть с видеоизображением и звуковым рядом.

Важно отметить, что вербальные и медийные компоненты текста тесно взаимосвязаны и могут сочетаться друг с другом на основе самых разных принципов: дополнения, усиления, иллюстрации, выделения, противопоставления и т.д., образуя при этом некую целостность, неразрывное единство, которое и составляет сущность понятия "медиатекст".

В основе концепции медиатекста лежит органиченное сочетание единиц вербального и медийного ряда. Данной свойство текстов массовой информации подчёркивается, в частности, многими английскими авторами, которые рассматривают медиатекст как совокупность вербальных и медийных признаков. Так, известный исследователь языка средств массовой информации Алан Белл в книге "Approaches to Media Discourse" пишет: "Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества,

музыку и звуковые эффекты, визуальные образы – иначе оворя, медиатексты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения" [цит. по: Баграмова, 2015, с. 47].

Г.С. Мельник, анализируя понятие и составляющие медиатекста, указывает, что "для создания медиатекстов используется медиаязык – "комплекс средств и приемов выразительности", в значительной степени определяющий характер медиакультуры – "совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа" [Мельник, 2012, с. 27]

С точки зрения лингвоформатных признаков в отношении медиатекста следует отметить, что концепция медиатекста как объёмного многоуровнего явления дополняется устойчивой системой параметров, которая позволяет дать предельно точное описание того или иного медиатекста с точки зрения особенностей его производства, канала распространения и пр. Данные параметры были обозначены нами выше: способ производства текста (авторский – коллегиальный), форма создания (устная – письменная), форма воспроизведения (устная – письменная), канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет), функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика (features), реклама), тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику. Остановимся на каждом из данных параметров немного подробнее.

В зависимости от способа производства медиатекст может быть либо авторским, либо коллегиальным, в зависимости от того, сколько человек принимают участие в его разработке, а также указывается ли авторство при презентации конечного информационного продукта. Иллюстрацией текста авторского может служить любой медиаматериал, содержащий указание на индивидуальное авторство, например, статья обозревателя или репортаж корреспондента; примером текста коллегиального – многочисленные

материалы новостного характера, распространяемые от корпоративного лица информационных агентств – Интерфакс, ИТАР-ТАСС, CNN, Reuter, BBC и т.д. В некоторых случаях для подчеркивания значимости корпоративного характера издания редакция намеренно не указывают авторов публикуемых материалов, как, например, это принято в известном журнале “The Economist”.

Как видно из приведенного выше перечня параметров, в описании медиатекстов с точки зрения типологической дихотомии "речь устная – речь письменная" участвуют два компонента – форма создания и форма воспроизведения. Действительно, в сфере массовой коммуникации прослеживается устойчивая дихотомия: речь устная – речь письменная приобретает ряд специфических черт и особенностей. Здесь многие тексты, создаваемые как устные, доходят до потребителя в письменном виде, а тексты первоначально письменные реализуются затем в устной форме. В этой связи поднимается ряд вопросов, а именно: к какому типу речи следует отнести интервью, напечатанное в газете или журнале, поскольку текст по природе своей изначально устный. И, наоборот, речь диктора или телеведущего юмористического шоу, спортивного комментатора, где возможны различные импровизации. Именно для того, чтобы отразить эти особенности и имеет смысл учитывать как форму создания текста, так и форму его воспроизведения. Тогда чтение комментария с "бегущей строки" – это текст письменный по форме создания и устный по форме воспроизведения, а напечатанное в газете интервью – текст устный по форме создания и письменный по форме воспроизведения.

Определяющее значение для типологического описания медиатекстов имеет также канал распространения, иначе говоря, то средство массовой информации, в рамках которого данный текст создан и функционирует. Каждое средство массовой информации, будь то печать, радио, телевидение

или Интернет, характеризуется особым набором медийных признаков, которые оказывают существенное влияние на лингвоформатные свойства текста. Так, в газете или журнале словесная часть текста может быть усилена графическим оформлением и иллюстрациями, на радио – голосовыми возможностями и звуковым сопровождением, на телевидении – видеорядом.

Функционально-жанровая принадлежность текста является следующим обязательным параметром типологического описания текстов массовой информации. Систематизация жанров медиаречи всегда представлялась довольно сложной, что объясняется самим определением понятия жанр как "исторически сложившегося внутреннего подразделения во всех видах искусства" [Чичерина, 2015, с. 48]. Сегодня в сфере массовой коммуникации динамика речеупотребления настолько активна, что происходит постоянное жанровое движение, лишающее данную единицу необходимого признака устойчивости. На фоне общего многообразия существующих подходов к возможностям функционально-жанрового описания текстов массовой информации классификация, разработанная в рамках теории медиалингвистики, позволяет гибко сочетать устойчивую структуру с бесконечным разнообразием и подвижностью реального текстового материала. Данная классификация выделяет четыре следующих основных типа медиатекстов:

- новости

- информационная аналитика и комментарий

- текст-очерк, иначе говоря, любые тематические материалы, удобно обозначаемые английским термином "features"

- реклама.

Универсальный характер данной классификации обусловлен следующим. Во-первых, будучи основанной на функционально-стилистической дифференциации языка, построенной на базе учения

академика В.В.Виноградова о стилях языка и речи, она позволяет достоверно отражать реальную комбинаторику функций сообщения и воздействия в том или ином типе медиатекстов. Так, новости – это тексты, наиболее полно реализующие одну из главных функций языка – сообщение, и одну из главных функций массовой коммуникации – информативную. Медиа аналитика, или комментарий, сочетают реализацию функции сообщения с усилением компонента воздействия за счёт выражения мнения и оценки. Публицистика, или тексты группы "features", к которым относится широкий диапазон тематических материалов, представленных основными СМИ, характеризуются дальнейшим усилением воздействия в его художественно-эстетическом варианте. И наконец, реклама совмещает в себе функцию воздействия как функцию языка, реализуемую с помощью богатого арсенала лингвостилистических средств выразительности, и функцию воздействия как функцию массовой коммуникации, реализуемую посредством особых медиа технологий, присущих тому или иному средству массовой информации. Во-вторых, описательные возможности данной классификации необычайно широки, так как она позволяет охарактеризовать практически любой текст массовой информации, как с точки зрения основных форматных признаков, так и в плане особенностей реализации в нём языковых и медийных функций [Виноградова, 2016, с. 66].

Ещё одним существенным параметром типологического описания медиатекстов является содержательная характеристика текста, которая позволяет выделить его тематическую доминанту, илипринадлежность к одной из устойчивых, регулярно освещаемых СМИ тем – медиатопику. Анализ содержательной стороны информационного потока демонстрирует наличие устойчивых тематических структур, вокруг которых естественно организуются все тесты массовой информации, или медиаконтент. Можно сказать, что СМИ организуют, упорядочивают динамично меняющуюся

картину мира с помощью устойчивой системы медиатопиков, или регулярно воспроизводимых тем, к которым относятся, например, такие, как политика, бизнес, спорт, культура, погода, новости международной и региональной жизни и т.п. При этом следует подчеркнуть значение лингвокультурного фактора, поскольку в текстах массовой информации происходит своеобразное наложение языковой и информационной картин мира, что естественно проявляется в наборе постоянных тематических составляющих, характерных для той или иной страны, той или иной культуры. Так, например, одной из постоянных тем для британских СМИ является освещение подробностей частной жизни членов королевской семьи и высокопоставленных политиков, в тематике же российского медиаландшафта значительную долю занимают сообщения о коррупции и криминальных разборках. Регулярно воспроизводимые темы, отражающие национально-культурную специфику того или иного медиаландшафта, называются buzz-topics, или темы, вызывающие повышенный интерес.

Ввиду их публичности, направленности на массового читателя / потребителя также следует указать на еще одну особенность медиатекстов. В отношении телевизионного медиатекста М.А. Деминова отмечает, что поскольку "коммуникация направлена на массовую аудиторию, общение – в большей или меньшей степени – становится официальным... Это влечет за собой ограничение свободы коммуникантов в выборе средств языка. Кроме того, это обязывает адресанта быть ответственным за переданную информацию не только в рамках закона, но и с точки зрения морали" [Деминова, 2013, с. 54]. Это в полной мере можно отнести и к медиатекстам публицистических изданий, так как за информацию, размещенную на сайтах газет ее авторы также несут юридическую ответственность. Таким образом, языковые средства, образующие конкретно взятый медиатекст, должны быть

тщательно выверенными, не должны носить оскорбительный или заведомо ложный характер и пр.

Во многом языковая специфика конкретно обозначенного медиатекста, взятого для анализа, проистекает из его жанрово-стилистической природы, тематической отнесенности и некоторых других параметров, указанных Т.Г. Добросклонской. Так, к примеру, спортивные медиатексты будут изобиловать спортиной терминологией, неологизмами, заимствованиями из тех языков, откуда происходит вид спорта, являющийся предметом речи данного текста и др.; медиатексты, соотносящиеся с правовой тематикой, будут включать в свой состав соответствующие термины и единицы языка. Существуют и определенные жанровые каноны, регламентирующие структуру медиатекста: краткая новостная заметка будет излагаться преимущественно с использованием нейтральной в стилистическом отношении лексики, в ней будут фигурировать газетизмы (языковые клише). И, наоборот, целевой диапазон рекламы достаточно узок, она должна спровоцировать потенциального получателя текста к приобретению посредством привлечения внимания к продукту, а значит, в данном типе текста будут применяться различные приемы речевой выразительности. Кроме того, медиатексты содержат определенный культурный код (выдержаны в рамках определенной медиакультуры). Г.С. Мельник указывает на то, что "тональными и литературными качествами медиатекста являются правильность речи, чистота речи, культура речи. Правильность – соответствие языковой норме; чистота и благозвучие речи – отсутствие элементов, не свойственных данному стилю изложения, культура речи как высокий уровень овладения" [Мельник, 2012, с. 27].

Выводы по Главе 1

Изучение теоретического материала, касающегося понятия "медиатекст" в современной линвистике, показало, что исследование данного феномена связано с рядом трудностей. Во-первых, следует указать на то, что различными учеными данное явление современной действительности толкуется по-разному. Единого, полного и отражающего всю специфику медиатекста определения на настоящий момент не существует. Некоторые исследователи при трактовке понятия "медиатекст" опираются на жанрово-стилистическое и тематическое разнообразие данного текста; другие говорят в первую очередь указывают на канал распространения данного текста и его источник (медиа, СМИ). Во-вторых, отметим то, что часть ученых, занимающихся вопросами медиаматериалов, отождествляют медиатекст и медиадискурс, хотя данные феномены и взаимосвязаны, тем не менее они не являются тождественными. Как мы уяснили, ряд медиатекстов единой тематической направленности могут быть подведены под более широкое понятие дискурса. В качестве третьей проблемы в области изучение медиатекстов можно обозначить неразработанность непосредственно методики его анализа. Несмотря на то, что современными исследователями применяются различные подходы, анализируются самые разные аспекты медиатекстов и предложены достаточно разумные и наукоемкие параметрические классификации тем не менее, определенного алгоритма изучения медиатекста любой жанрово-тематической направленности не выделено.

В качестве рабочего определения медиатекста может быть предложено следующее: медиатекст - текст, репродуцируемый СМИ; синтетический в жанрово-стилистическом отношении продукт массовой коммуникации, обладающий рядом специфических характеристик, в том числе связанностью с каналом коммуникации.

Нас интересуют медиатексты юридической направленности и особенности передачи специфических лексических элементов, фигурирующих в них. В этой связи следует обратиться к теоретическим вопросам переводоведения: рассмотреть основные способы передачи, специфику переводческих трансформаций при переводе медиатекстов правовой тематики.

ГЛАВА 2. ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

XXI век ставит новые задачи в информационном пространстве перед человечеством. Именно благодаря массовой информации роль перевода в жизни человека неуклонно возрастает: для движения информационных потоков время и пространство более не являются сдерживающими факторами.

Бесконечное разнообразие сущности и событий современного мира передается при помощи средств информации в ощущениях и интерпретациях многочисленных участников межнационального (международного) информационного процесса, участниками которого выступают журналисты, корреспонденты, комментаторы и переводчики.

Современная газетная публицистика набирает популярность, поскольку современный человек узнает о множестве мировых событий прежде всего из прессы. Для современного читателя все более интересными становятся зарубежные газетные публикации. Именно поэтому точная передача информации иностранной прессы очень важна в настоящее время.

Перевод текстов газетных материалов обладает рядом особенностей. Это связано, прежде всего, со спецификой самого публицистического текста. Кроме того, анализируемая нами пара языков – английский и русский – не являются родственными. Их различия заметны на всех языковых уровнях: синтаксис, морфология, лексика и пр. В этой связи при переложении англоязычного медиатекста на русский язык переводчику приходится применять ряд разнообразных приемов, с тем чтобы достичь коммуникативно-семантического, стилистического и пр. соответствия между двумя текстами – исходным и переводным – и адекватности перевода.

Отметим, что адекватным переводом, по мнению В.Н. Комиссарова, называется перевод, который обеспечивает прагматические задачи

переводческого акта на максимально возможном для достижения этой цели уровне эквивалентности, не допуская нарушения норм или узуса – употребления слов и их форм, закрепившееся в речи переводящего языка, соблюдая жанрово-стилистические требования к текстам данного типа и соответствуя общественно-признанной конвенциональной норме перевода. В нестрогом употреблении "адекватный перевод" – это "хороший" перевод, оправдывающий ожидания и надежды коммуникантов или лиц, осуществляющих оценку качества перевода [Комиссаров, 1990, с. 233].

Итак, рассмотрим приемы перевода, используемые переводчиками для получения точного и адекватного перевода, более подробно и проанализируем основные сложности, с которыми сталкивается переводчик при передаче англоязычных медиатекстов правовой тематики на русский язык.

2.1. Категория "трансформации" в теории перевода

Термин "трансформация" используется во многих областях научно-практической деятельности, среди которых физика, изобразительное искусство, эстрада и пр. В первую очередь важно уточнить смысл, вкладываемый в понятие "переводческая трансформация". Корни термина уходят в латынь, ср.: "Трансформа́ция [лат. transformatio] – 1) преобразование, превращение" [Словарь иностранных слов, 2005, с. 520].

Фигурирует данный термин и в языковедческой науке, в которой он стал активно употребляться во второй половине XX столетия в рамках учений структурной лингвистики, а позже перекочевал в порождающую грамматику. Как указывает Г.А. Гурочкина, "в современном языкознании понятие трансформации понимается широко – как изменение, преобразование, как один из приемов порождения вторичных языковых единиц, демонстрации лингвистических и содержательных сходств и

различий между исходными и вторичными языковыми структурами. В этом значении термин трансформация используется в словообразовании, синтаксисе, лингвистике текста" [Гурочкина, 2009, с. 778].

Сегодня в языковедческой науке имеет место большое количество определений понятия "трансформация". Например, в словаре переводческих терминов нами отмечено шесть определений понятия "трансформация", например, "5. Основа большинства приемов перевода. Заключается в изменении формальных (лексические или грамматические трансформации) или семантических компонентов исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи" и т.д. [Нелюбин, 2003, с. 230].

А.Л. Семенов называет трансформациями межъязыковые преобразования в целях достижения эквивалентности текстов оригинала и перевода (а также для сохранения функционального воздействия сообщения). [Семенов, 2008, с. 60].

Преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от языковых единиц оригинала к единицам перевода, называются переводческими (межъязыковыми) трансформациями. Поскольку переводческие трансформации осуществляются с языковыми единицами, имеющими план содержания и план выражения, то они носят формальносемантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц [Алексеева, 2013, с. 105].

Согласно точке зрения В.С. Виноградова трансформация возникла под воздействием идей трансформативной грамматики. При ее построении перевод трактуется как преобразование текста исходного языка в текст на языке перевода. [Виноградов, 2001, с. 27].

По мнению Т.А. Казаковой, трансформационный перевод подразумевает передачу смысловой стороны безэквивалентной единицы при помощи грамматического изменения, которые наряду с лексическими

трансформациями применяются при описании процесса перевода [Казакова, 2002, с. 93].

Я.И. Рецкером указывается на то, что под трансформациями следует понимать приемы логического мышления, с помощью которых переводчик реализует семантику иноязычного элемента в рамках данного контекста и подбирает для него соответствие, не совпадающее с приводимым в словарных материалах (лексические трансформации) и преобразования структуры предложения в процессе перевода в соответствии с нормами переводящего языка (грамматические трансформации). [Рецкер, 1974, с. 14].

Точка зрения А.Д. Швейцера сводится к тому, что в переводоведении термин "трансформация" используется в метафорическом смысле. В реальности, по мнению ученого, речь идет об отношении между исходными и конечными языковыми выражениями, о замене в процессе перевода одной формы выражения другой, замене, которую мы образно называем превращением или трансформацией. Переводческие трансформации являются по существу межъязыковыми операциями "перевыражения" смысла [Швейцер, 1973, с. 34].

Л.С. Бархударовым "трансформация" понимается как многообразные межъязыковые преобразования, используемые с целью достижения переводческой эквивалентности ("адекватности перевода") в связи с имеющимися в системах различных языков формально-семантическими расхождениями [Бархударов, 1975, с. 191]; "многочисленные перегруппировки, перестановки и перераспределения отдельных смысловых элементов", которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности, "адекватности перевода" [Там же, с. 17].

Имеют место и определения, данные другими переводоведами, например, Р.К. Миньяр-Белоручевым, который понимает под трансформацией "изменение формальных или семантических компонентов

исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи" [Миньяр-Белоручев, 1999, с. 175]; или Я.И. Рецкером, который переводческой трансформацией именует "приемы логического мышления, с помощью которых мы раскрываем значение иноязычного слова в контексте и находим ему русское соответствие, не совпадающее со словарным" [Рецкер, 1974, с. 38]. А.Д. Швейцер под трансформациями подразумевает "межъязыковые операции перевыражения смысла" [Швейцер, 1988, с. 118]; основоположник теории эквивалентности в переводоведении В.Н. Комисаров дает следующее толкование трансформациям: "преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода" [Комиссаров, 1990, с. 172] и др.

В целом, исходя из определений, делаем вывод, что переводческие трансформации представляют собой межъязыковые преобразования, перестройка элементов исходного текста, операции перевыражения смысла или перефразирование с целью достижения переводческого эквивалента. Результатом трансформации всегда является некий новый "продукт", как указывает Г.А. Гурочкина, "новая версия" исходного текста: "Трансформируя тот или иной текст автор создает некое "вторичное образование" на базе ранее существовавшего, преобразуя форму и значение последнего таким образом, что возникает его новая версия" [Гурочкина, 2009, с. 778].

Трансформации, используемые переводчиками для реализации заложенных автором исходного текста смыслов, достаточно разнообразны. Рассмотрим их типологию.

2.2. Классификация переводческих трансформаций

Что касается разделения трансформаций на виды, существует множество различных точек зрения, однако большинство лингвистов разделяют мнение, что все переводческие трансформации делятся на

лексические, грамматические и смешанные (или комплексные). Приведем обзор основных классификаций переводческих трансформаций.

Авторы одного из пособий по теории переводоведения А.М. Фитерман и Т.Р. Левицкая [Левицкая, Фитерман, 1976] выделяют три типа переводческих трансформаций: 1) грамматические трансформации, которым относятся приемы перестановки, опущения и добавления, перестройки и замены предложений; 2) стилистические трансформации (к данной категории можно отнести такие приемы, как синонимические замены и описательный перевод, компенсация и прочие виды замен); 3) лексические трансформации (замена и добавление, конкретизация и генерализация, опущение).

А.Д. Швейцером, проводившим классификацию трансформационных приемов на основе уровневой системы, предлагается делить все переводческие трансформации на четыре группы, а именно:

1) Трансформации на компонентном уровне семантической валентности подразумевают применение различного рода замен. Например, замена морфологических средств лексическими, другими морфологическими, синтаксическими или фразеологическими и прочие.

2) Трансформации на уровне прагматическом заключаются в следующих приемах: переводческие компенсации, замена тех или иных стилистических средств прочими, замена аллюзий (реалий) на аналогичные, а также интерпретирующий, поясняющий перевод и переводческие компенсации.

3) Трансформации, осуществляющиеся на референциальном уровне, – это конкретизация, генерализация, замена реалий, а также перевод с помощью реметафоризации (замены одной метафоры другой), деметафоризации (замены метафоры ее антиподом – неметафорой), метонимической трансформации.

4) Трансформации на уровне стилистическом – компрессия и расширение. Под компрессией подразумевается эллипсис, семантическое стяжение, опущение избыточных элементов и лексическое свертывание [Щвейцер, 1973].

Я.И. Рецкер, напротив, называет лишь два типа трансформаций. Этот лингвист говорит о таких приемах их воплощения, как: 1) грамматические трансформации в виде замены частей речи или членов предложения; 2) лексические трансформации, которые заключаются в конкретизации, генерализации, дифференциации значений, антонимическом переводе, компенсации потерь, возникающих в процессе перевода, а также в смысловом развитии и целостном преобразовании.

Концепция В.Н. Комиссарова сводится к таким видам трансформаций, как лексическая и грамматическая, а также комплексная. Говоря о лексических трансформациях, он называет транслитерацию, переводческое транскрибирование, калькирование, некоторые лексико-семантические замены. Например, модуляцию, конкретизацию и генерализацию. В качестве грамматических трансформаций выступают дословный перевод (или синтаксическое уподобление), грамматические замены (замены членов предложения, форм слова, частей речи) и членение предложения. Комплексные трансформации также можно именовать лексико-грамматическими. Сюда относятся экспликация (по-другому, описательный перевод), антонимический перевод и компенсация [Комиссаров, 1990].

Существуют и другие точки зрения. Например, Р.К. Миньяр-Белоручев называл три вида трансформаций – лексические, грамматические, семантические. К первому виду относил приемы генерализации и конкретизации; ко второму – пассивизацию, замену частей речи и членов предложения, объединение предложений или их членение; к третьему – метафорические, синонимические, метафорические замены, логическое

развитие понятий, антонимический перевод и прием компенсации [Миньяр-Белоручев, 1999].

Л.С. Бархударов в своих работах обозначал четыре типа преобразований (трансформаций), имеющих место в ходе работы над переводом. Это перестановки, замены, опущения и добавления. Приемы, используемые при перестановке, – это изменение порядка расположения компонентов сложного предложения, а также изменение места слов и словосочетаний. К приемам замены Л.С. Бархударовым относятся следующие: компенсация, синтаксические замены в структуре сложного предложения, замена частей речи, компонентов предложения и словоформ, конкретизация и генерализация, членение и объединение предложения, замена причины следствием (и наоборот), антонимический перевод. Опущения и добавления имеют соответствующие типы трансформаций – опущение и добавление [Бархударов, 1975].

Анализ названных лингвистических взглядов позволяет сделать такой вывод: каждый из названных ученых (как практиков, так и теоретиков) имеет свою точку зрения по вопросу трансформаций. Например, три вида усматривают Фитерман-Левицкая – стилистические, грамматические, лексические трансформации. А.Д. Швейцер ведет разговор не о видах, но об уровнях, позволяющих воспользоваться приемами трансформации. При этом он считает, что на стилистическом уровне могут иметь место как грамматические, так и лексические трансформации. То есть на одном уровне могут иметь место разные виды трансформаций [Левицкая, Фитерман, 1976].

Авторы совместного труда, А.Б. Шевнин и Н.П. Серов, в своей классификации выделяют два основных типа переводческих преобразований: 1) лексические трансформации, к которым они относят такие способы как, компенсация, антонимический перевод, конкретизация, замена причины следствием и генерализация; 2) грамматические трансформации, к которым

они относят опущения, перестановки, добавления и транспозиции [Серов, 1979].

Среди французских специалистов в области лингвистики следует отметить Жана Дарбельне и Жана-Поля Вине. Они не говорят о разновидностях переводческих трансформаций. Эти ученые предлагают некоторые приемы, которые стоит использовать в ходе переводческой работы. Так, в процессе косвенного перевода смысл текста может искажаться либо вовсе исчезать, может наблюдаться изменение норм языка в сторону ухудшения. Связано это с тем, что осуществить прямой перевод в данной ситуации невозможно. Исходя из этого, Дарбельне и Вине выдвигают идею о двух группах технических приемов, используемых при переводе: а) приемы прямого перевода (дословный перевод, калькирование и заимствование); б) приемы косвенного перевода: эквиваленция (передача смысла предупредительных надписей, пословиц, афоризмов другими словами), транспозиция (замена одной части речи на другую), адаптация (замена деталей сообщаемой истории прочими); модуляция (изменение присутствующей точки зрения) [Вине, Дарбельне, 1978].

Подводя итоги анализа классификаций переводческих преобразований (трансформаций) текста, выдвинутых различными советскими, российскими и зарубежными исследователями, мы можем сделать вывод о том, что единой классификации типов переводческих трансформаций в современной лингвистической науке не существует. Также следует отметить, что создание единой классификации осложнено тем фактом, что разные лингвисты выделяют разное количество приемов переводческой трансформации, опираясь в их делении на разные принципы. При этом каждый из ученых, классифицируя переводческие преобразования текста, имеет дело с одними и теми же явлениями. Так, разнообразные замены – грамматические, реалий и др., генерализация и компенсация встречаются во всех работах. При этом

усмотренные расхождения соседствуют с явными сходствами всех перечисленных концепций. Так, все лингвисты заявляют о том, что деление трансформаций на типы и виды – это условность. Связано это с тем, что некоторые трансформации практически не встречаются вне сочетания с прочими трансформациями, то есть в чистом виде они в практике не применяются, а лишь в комбинации с другими способами. Названные французские лингвисты – Ж.-П. Вине и Ж. Дарбельне – рассматривают исключительно приемы, имеющие отношение к осуществлению разнообразных переводческих трансформаций. Все они делятся на приемы косвенного и прямого перевода.

Внимание трансформациям на уровне лексики более всего уделяют А.Б. Шевнин и Н.П. Серов, а также Л.К. Латышев. В отличие от вышеприведенных классификаций, Л.К. Латышев выделяет шесть типов переводческих преобразований, которые, как нам кажется, отражают типологию разноуровневых преобразований при переводе наиболее полно: 1) лексические преобразования (замены лексем синонимами, зависящими от контекста); 2) стилистические преобразования (трансформация стилистической окраски слова, подвергаемого переводу); 3) Морфологические преобразования (преобразование одной части речи в другую или замена ее несколькими частями речи); 4) синтаксические преобразования (трансформация синтаксических конструкций – слов, словосочетаний и предложений, изменение типа придаточных предложений, изменение типа синтаксической связи, трансформацию предложений в словосочетания и перестановку придаточных частей в сложноподчиненных и сложносочиненных предложениях); 5) семантические трансформации (другими словами, "смысловое развитие", то есть заметы деталей-признаков); 6) трансформации смешанного вида (конверсная трансформация и антонимический перевод) [Латышев, 1981].

2.3. Языковые особенности медиатекстов правовой тематики и сложности их перевода

Прежде чем приступать к анализу отобранного языкового материала, следует остановиться на основных специфических чертах медиатекстов исследуемой тематики. Поскольку нас в работе интересуют прежде всего лексические аспекты перевода медиатекстов, относящихся к тематике "право", представляется необходимым указать на наиболее характерные, общелингвистические (стилеобразующие) черты исследуемых медиатекстов и наиболее проблемные моменты в аспекте передачи с английского языка на русский; выполнить краткий предпереводческий анализ правоведческих медиатекстов.

Тексты тематической рубрики "закон и преступность", размещенные на новостном интернет-сайте "Инопресса", являются переводами газетных материалов, опубликованных на сайтах популярных американских и британских изданий, среди которых "The New York Times", The Times", "The Guardian", "The Wall Street Journal", "The Daily Beast", "Newsweek" и др. Оригиналы анализируемых газетных статей относятся к различным публицистическим изданиям, для каждой из газетных публикаций характерен определенной стиль изложения (идиостиль автора), но данные материалы связаны единой тематикой. В этом отношении интересно проследить, какие общие черты имеются у отобранных медиатекстов. Основное внимание при этом будет сосредоточено на специфических особенностях в области лексики.

Лексика, используемая в рамках медиатекстов юридической тематики весьма разнообразна. Так, на страницах данных изданий достаточно часто можно встретить терминологию различных специальностей и профессий. Здесь обнаруживаются терминоединицы и терминосочетания, относящиеся к сферам права, экономики, политики, к компьютерной сфере и др.

Отрывок со стилистической разметкой	Тип термина
The Daily Beast found a number of recent **posts** on several Russian-language crime **forums**, in which **users** were looking for people to collaborate with to **abuse** Airbnb's service. According to Rick Holland, VP of strategy from **cybersecurity** firm Digital Shadows, these operations rely on an individual or group using legitimate or stolen Airbnb **accounts** to request bookings and make **payments** to their collaborating Airbnb host. The host then sends back a **percentage** of the **profits**, despite no one staying in the **property**. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	Комп. / IT Право Комп. / IT Комп. / IT Экон. Экон.-2 Право
The Russian aunt of **convicted** Boston Marathon bomber Dzhokhar Tsarnaev has **filed** a motion in his **death penalty appeal case** that reveals new details on the meetings her nephew's attorneys had in Russia with his parents... [Michele Mcphee // Newsweek, 10/23/17]	Право Право-2 Право-2

Приблизительное процентное соотношение терминов и терминосочетаний, относящихся к различным дисциплинам таково: Право 44%; финансово-экономическая сфера 17%, Компьютеры / IT 16%, Политическая сфера 8%, Социология / обществознание 4% и около 11% на прочие сферы (инженерия и строительство, военная терминология, маркетинг и пр.).

Наличие той или иной специальной лексики может быть обусловлено, с одной стороны, непосредственной тематикой статьи (предметом речи могут быть противоправные действия, их последствия и пр., связанные с любой сферой современной научно-практической деятельности), но с другой стороны, в рамках медиадискурса правоведческой направленности можно

встретить статьи, в которых фигурируют терминоединицы различных специальностей, ср.:

Отрывок со стилистической разметкой	Тип термина
Fishenko owned Arc Electronics, a Houston, Texas, company that falsely claimed to manufacture traffic lights while it really exported **high-tech products** like microelectronics, according to a **criminal complaint**... Fishenko also violated regulations on exporting controlled microelectronics to foreign countries who might use them to advance their own **military capabilities**. The types of technology Arc sent to Russia could have been used for military radar and **surveillance systems**, and even for **missile guidance systems**, **prosecutors** said. Over 10 years, the company shipped more than $50 million worth of these **sensitive technologies** straight to suppliers for Russian intelligence. [Katie Zavadski // The daily beast, 10.25.17]	Экон. Право Полит. Инженер. Воен. Право Полит.

Примечательно, что в тексте анализируемых медиаматериалов чаще присутствует общелитературная лексика, которая может иметь много значений, в том числе и специальные. Более того, даже внутри определенной терминосистемы данная лексема может являться полисемантичной единицей. Так, например, глагол "abuse" в качестве литературной единицы обладает целым рядом значений (оскорбление; брань; плохое, жестокое обращение; злоупотребление и пр. [Lingvo Universal (En-Ru) (к версии ABBYY Lingvo x3)]; однако и в рамках юридической терминосистемы данная единица является полисемантичной и выражает ряд значений, среди которых:

1) злоупотребление | злоупотреблять

2) оскорбление; нападки | оскорблять; подвергать нападкам

3) дурное обращение | дурно обращаться

4) противоправное половое сношение (с несовершеннолетним или психически неполноценным лицом); совращение (малолетнего) | противоправно вступать в половое сношение; совращать

5) повреждение половых органов малолетней при покушении на её растление | повредить половые органы малолетней при покушении на её растление

6) изнасилование | насиловать

7) вводить в заблуждение [Law (En-Ru) (к версии ABBYY Lingvo x3)].

В интернет-словаре обнаруживаем новое значение, подходящее к нижеприведенному контексту:

"The Daily Beast found a number of recent posts on several Russian-language crime forums, in which users were looking for people to collaborate with to **abuse** Airbnb’s service" [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17], где "abuse" употреблено в значении "противоправное использование / применение, нелегитимное использование / применение" [https://www.multitran.ru].

Еще одной особенностью текстов, размещенных на новостных интернет-сайтах англоязычных газет, является присутствие нелитературной лексики. Здесь отмечаем целый ряд стилистически маркированных единиц.

Также не редко на страницах газетных англоязычных интернет-изданий фигурируют разговорные и сленговые единицы, ср.:

"The money is 50/50", one apparent **scammer** wrote on a Russian crime forum in August"; где "scammer or scamster" (slang) a person who perpetrates a scam; swindler" [Collins (En-En) (к версии ABBYY Lingvo x3)];

"Boston Marathon bomber’s aunt claims FBI **set up** Dzhokhar Tsarnaev and she has proof" [Michele Mcphee // Newsweek, 10/23/17], где глагол "set up"

носит разговорный характер, ср. "(informal) to cause (a person) to be blamed, accused, etc" [Collins (En-En) (к версии ABBYY Lingvo x3)]; "(разг.) подставить, подвести (кого-л.)" [Lingvo Universal (En-Ru) (к версии ABBYY Lingvo x3)].

Примечательна и неологическая лексика различного типа и тематики, фигурирующая в структуре анализируемого корпуса медиатекстов правоведческой направленности. Новые слова в языке могут быть типологически различными. Наиболее известной точкой зрения на проблему природы неологической лексики в современной лингвистике является взгляд В.И. Куликовой, которая относит к неологизмам "все слова, новые либо по форме, либо по содержанию" [Куликова, 1976, с. 12]. С.И. Влахов и С.П. Флорин, рассуждая о проблеме передачи безэквивалентной лексики, приходят к заключению, что существует два типа неологических единиц: собственно неологизмы (те, что призваны отразить в языке новые реалии) и "семантические неологизмы", то есть сочиненные автором текста слова для старых понятий с целью выполнения какой-либо стилистической задачи [Влахов, Флорин, 1980, с. 89, 140].

В анализируемом корпусе текстов электронных англоязычных СМИ присутствуют неологические единицы преимущественно второго типа (семантические неологизмы), которые призваны сделать речь более выразительной, избавить текст от однообразия газетных штампов в сочетании в большинстве случаев со стандартными речевыми оборотами юридического языка, специальных терминосочетаний, относящимся к различным тематическим областям. Приведем примеры:

"But Manafort isn’t the only one allegedly funneling dirty money through the **mega-popular** accommodation service", [Joseph Cox, p. 11.27.17]. Сложное прилагательное "mega-popular" отсутствует в англо-русских переводных (в том числе и интернет-словарях) и толковых англоязычных словарях. Его

семантика базируется на сочетании двух семантических компонентов: греч. приставка mega- [букв. "огромный"] и прилагательного "популярный".

Итак, сделаем некоторые выводы по главе.

Выводы по Главе 2

Нами изучены труды нескольких известных лингвистов области в теории переводоведения, а именно Л.С. Бархударов, Р.К. Миньяр-Белоручев, В.Н. Комисаров, Я.И. Рецкер, А.Д. Швейцер, Л.К. Латышев и некоторых других. Изученный материал позволяет сделать вывод о том, что существует несколько видов классификаций переводческих трансформаций.

Однако названные расхождения соседствуют с явными сходствами всех перечисленных концепций. Так, все лингвисты заявляют о том, что деление трансформаций на типы и виды – это условность. Кроме того, все ученые выделяют три основных типа: лексические, грамматические, синтаксические. В каждую из групп исследователи относят различное количество переводческих приемов, именуя их по-разному (что обуславливает различие в терминологии). При этом каждый из ученых, классифицируя переводческие преобразования текста и основываясь при этом на разных принципах, имеет дело с одними и теми же явлениями.

Наиболее развернутой и целесообразной нам представляется типология классификаций в переводе, предложенная Л.К. Латышевым, поскольку в отличие от вариантов разделения других ученых, данная классификация учитывает все уровни языка (согласно дисциплинарным разделам науки о языке в целом – синтаксис, морфология, лексика и пр.). Так, например, в других типологических схемах переводческих трансформаций мы не обнаружили типа языковых преобразований в стилистическом плане. Часто переводчику приходится сталкиваться с трудностями передачи разговорно-сниженной или (реже) просторечно-диалектной лексики, переводом терминоединиц. При этом часто производятся замены на уровне стилистической коннотации слов. Однако обозначить данный тип трансформаций при опоре на классификации в переводоведческой науке, часто используемые в качестве основных (например, В.Н. Комиссарова,

делящего их на грамматические, лексические и лексико-грамматические, или Л.С. Бархударова и др.), не представляется возможным.

Прежде чем рассмотреть способы передачи трудных в лексическом плане единиц англоязычного медиатекста правовой тематики на русский язык, нами были изучены основные лексические особенности взятых для анализа текстовых материалов. Можно говорить о том, что к основным трудностям перевода указанных медиатекстов относятся такие лексические элементы текста, как разговорно-сниженные единицы (разговорные, сленговые и профессионально-жаргонные), терминологические единицы (терминоединицы и терминосочетания), фразеология различного генеза (профессиональные термины различных дисциплин, разговорные фразеологические единицы), неологическая лексика (новая терминология различных сфер, преимущественно компьютерной и IT-сферы, новая в общении и модная общеупотребительная лексика).

В следующей главе настоящей работы нами будет производиться переводческий анализ специфических лексических элементов англоязычных медиатекстов и их русскоязычного перевода.

ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ, ФИГУРИРУЮЩЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ ПРАВОВОЙ ТЕМАТИКИ

3.1. Перевод разговорно-сниженных элементов

Сниженная в стилистическом отношении лексика представляет собой достаточно широкий пласт единиц. Сюда относят единицы разговорного языка, сленгизмы и жаргонизмы, диалектно-просторечные слова, а также вульгаризмы и обсценную лексику.

Единицы, относимые к данному пласту языка, встречающиеся в рамках газетных статей анализируемого корпуса, представляют собой преимущественно три типа единиц: собственно разговорные единицы (слова, помечаемые в англоязычных словарях как "informal" или "colloquial"), сленг (слова с пометой "slang"), профессиональный жаргон представителей какой-либо области знания / деятельности.

Разговорно-сниженная лексика, фигурирующая в рамках медиатекстов рубрики "закон и преступность", при передаче может передаваться при помощи стилистически нейтральных единиц:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
Scammers are leveraging Airbnb to launder dirty cash from stolen credit cards, according to posts on underground forums and cybersecurity researchers consulted by The Daily Beast. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	**Мошенники** используют Airbnb для отмывания грязных денег с украденных кредитных карт, согласно постам на подпольных форумах и по данным исследователей кибербезопасности, с которыми консультировалась The Daily Beast"

В словаре единица "scammer" размещена с пометой "сленг", ср. "scammer" or scamster (slang) a person who perpetrates a scam; swindler" [Collins, 2008]. Лексема "мошенники", имеющая место в русскоязычном переводе, является стилистически нейтральной, ср.: "человек, который занимается мошенничеством (обманом, жульническими действиями с корыстной целью), плут, жулик" [Ожегов, 2003, с. 368]. При переводе таким образом меняется стилистическая составляющая.

В не которых случаях встречается и перевод с сохранением стилистической маркированности англоязычной единицы:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
"People [have] been doing it forever", one current and experienced credit-card **scammer** told The Daily Beast. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	"Люди сто лет так делают", – сказал The Daily Beast опытный **махинатор** с кредитными картами.

Слово "scammer" в английском языке стилистически маркировано и представляет собой сленговую единицу. Согласно переводным словарям, оно может быть передано при помощи таких лексем общелитературного языка, как "обманщик, мошенник, жулик". Однако переводчик воспользовался словом "махинатор" (разг.) человек, который занимается махинациями (жульническими действиями, нечестными проделками) [Ожегов, 2003, с. 346]. Таким образом, мы видим два различных варианта перевода одной и той же единицы: в первом случае имеем место стилистическая нейтрализация, во втором – стилистическая модификация.

Стилистическая модификация применена и в следующем случае. Разговорную (по данным другого словаря жаргонную, сленговую) единицу неологического характера "handle" ("handle" – (slang) a person's alias,

nickname, or code name" [http://www.dictionary.com/browse/handle]; "handle (slang) a person's name or title" [Collins (En-En) (к версии ABBYY Lingvo x3)]) переводчик передал при помощи заимствованного англоязычного слова (никнейм), которое зафиксировано в русскоязычном словаре 2011 года, ср.: "никнейм" – псевдоним, прозвище, гл. обр. уникальное имя пользователя сетевого ресурса, от англ. nickname" [Шагалова, 2011, с. 196].

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
"I will provide information on the movement of people across the Russian Federation and, in many cases, beyond its borders", the hacker, who goes by the **handle** Abrisk, writes in a post on a Russian-language crime forum. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.07.17]	"Я предоставлю информацию о передвижении людей по Российской Федерации и во многих случаях за ее границами", – цитирует автор пост хакера с **никнеймом** Abrisk на русскоязычном преступном форуме.

"Новые слова иноязычного происхождения становятся частотно употребляемыми, даже более удобными, чем соответствующие слова в русском языке" [Линь, 2015, с . 194]. Этим, по-видимому, был обусловлен выбор этого варианта перевода. При этом трудно идентифицировать его тип: с одной стороны, для конкретной единицы был подобран словарный эквивалент (handle – никнейм), с другой – следует говорить о том, что пометы у этих языковых единиц в русскоязычных и англоязычных словарях дифферентны ("handle" – сленговая единица; лексема "никнейм" может быть обозначена как "профессионально-жаргонный" неологизм, с учетом того, что данный языковой элемент отсутствует в толковых словарях русского языка, возможно обнаружить его толкование лишь в Интернет-словарях

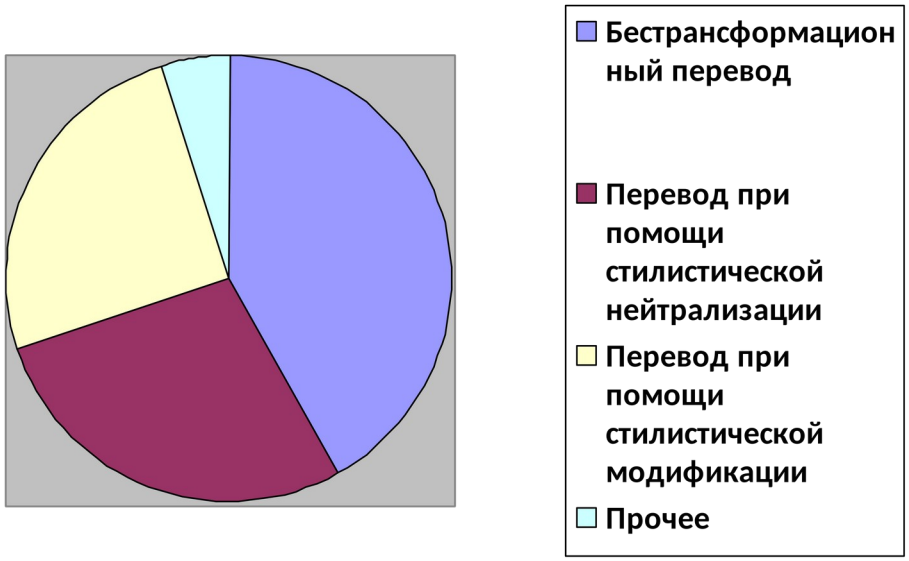
узкоспециализированной лексики или профессионального жаргона, относящегося к компьютерной сфере).

В некоторых случаях возможен бестрансформационный перевод. Так, например, для сленговой англоязычной единицы "kickback" в современном русском языке имеется эквивалент, зафиксированный в словарях:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
Before the Obama administration approved a controversial deal in 2010 giving Moscow control of a large swath of American uranium, the FBI had gathered substantial evidence that Russian nuclear industry officials were engaged in bribery, **kickbacks**, extortion and money laundering designed to grow Vladimir Putin's atomic energy business inside the United States, according to government documents and interviews. [John Solomon and Alison Spann // The hill, 10/17/17]	Перед тем как в 2010 году администрация Обамы одобрила спорную сделку, в результате которой Москва получала контроль над значительной частью американского урана, ФБР собрало существенные доказательства того, что официальные лица российской атомной индустрии были причастны к подкупу, **откатам**, вымогательству и отмыванию денег в целях наращивания бизнеса Владимира Путина на атомной энергии в США

Сравним два определения в словарях: англ. "kickback – a bribe, usually from a someone in business/private sector to someone in government/politics, to either" [Urban dictionary, 2012] и русск. "откат – (жарг. экон.) вид взятки должностному лицу, принимающему решение о расходовании денежных средств; уплачиваемая ему получателем средств доля от их суммы" [Викисловарь].

Итак, при переводе разговорно-сниженных единиц исходного текста переводчикам в некоторых случаях удается подобрать словарный эквивалент. Однако, в большинстве случаев авторами перевода производится стилистическая нейтрализация, стилистическая модификация, семантическое варьирование. Примерный процентный подсчет случаев перевода разговорно-сниженной лексики дает следующие результаты:



Бестрансформационный перевод (с сохранением семантики и коннотации) ≈ 42% случаев

Перевод при помощи стилистической нейтрализации ≈ 28%

Перевод при помощи стилистической модификации ≈ 25%

Прочие случаи ≈ 5%.

Следует отметить и то, что стилистический компонент переводного текста может меняться и в силу того, что в англоязычных и русскоязычных толковых словарях одни и те же языковые единицы различны в отношении стилистической маркированности, а также в аспекте самой семантической структуры слов (подаваемой в словарях). Более того, в различных словарях русского языка одни и те же единицы могут размещаться с различными пометами, что также осложняет процесс перевода. Так, например, приводимое выше слово "мошенник" в одном из толковых словарей русского

языка приводится с одним стилистически нейтральным значением, тогда как в другом мы видим два, одно из которых стилистически маркированно: "мошенник" 1. Нечестный человек; плут. 2. Бранно. О ком-л., вызвавшем неудовольствие, раздражение, гнев" [Кузнецов, 2000, с. 560].

3.2. Перевод неологических единиц

Авторы медиатекстов стремятся сделать свои материалы интересными для чтения, новыми. При этом новой должна быть не только информация, но и тот язык, который используется для преподнесения интересных сведений. Как указывает Е. Линь, "... эффективность деятельности СМИ неразрывно связана с учетом восприятия той или иной аудитории. Для успешной реализации целей своей деятельности СМИ учитывают потребности, интересы, мотивы, установки и соответствующие им характеристики адресата. В этом случае для аудитории используются активные способы, то есть лексический, морфологический... Использование неологизмов является одним из самых действующих лексических способов для привлечения внимания адресата" [Линь, 2015, с. 194]. С этой целью авторы англоязычных медиаматериалов включают в тексты неологическую лексику.

Неологизмы составляют одну из наиболее сложных проблем, с которой может столкнуться переводчик с процессе передачи текстов анализируемой тематики с английского языка на русский. Основным параметром, на основании которого обнаруженную лексику мы относим к неологической, является отсутствие данных единиц в переводных и толковых словарях, словарях специальной лексики. Отметим, что среди неологической лексики нами встречены как единицы, обозначающие новые реалии, так и те, что можно отнести к авторской реноминации (уже существующих реалий).

Например:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"

... they helped their boss Alexander Fishenko smuggle **military-grade** technology to Russia. [Katie Zavadski // The daily beast, 10.25.17]	... они помогали своему начальнику Александру Фишенко тайно вывозить технологию **военного назначения** в Россию.

Данный термин отсутствует в словарях специальной лексики. Толкование его не обнаруживаем и в толковых словарях общелитературного английского языка. Его перевод был обнаружен нами лишь в одном из интернет-словарей: "(робототехника) военного назначения" [Мультитран].

Или, к примеру, прилагательное "nuclear", расширившее свое значение, употребленное в нижеприведенном отрывке:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
They also obtained an eyewitness account – backed by documents – indicating Russian **nuclear officials** had routed millions of dollars to the U.S. designed to benefit former President Bill Clinton's charitable foundation during the time Secretary of State Hillary Clinton served on a government body that provided a favorable decision to Moscow, sources told The Hill. [John Solomon and Alison Spann // The hill, 10/17/17].	Они также получили рассказ очевидца (подкрепленный документами), который указывает, что в период, когда госсекретарь Хиллари Клинтон входила в состав правительственного органа, который вынес решение в пользу Москвы, российские **чиновники-атомщики** направили в США миллионы долларов, которые должны были помочь благотворительному фонду экс-президента Билла Клинтона

Лексема "nuclear" в рамках вышеприведенного контекста обладает значением "сфера атомной энергетики". Можно также интерпретировать данный языковой элемент как разговорный, поскольку литературный вариант наименования лица должен был иметь вид "officials of atomic energetics / atomic power engineering / nuclear-power engineering".

При переводе в данном случае мы имеем грамматическую трансформацию (прилагательное заменено существительным), с сохранением стилистической составляющей единицы. Прилагательное "nuclear" как разговорная форма → "атомщик" (разг.) специалист в области атомной физики" [Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой, 2000].

Можно встретить неологизмы и какой-либо узкопрофессиональной сферы. Примечательна тенденция к преобразованиям при переводе подобных единиц, основанных на синтетизме. К примеру, вышеприведенный пример мог получить и иной вариант перевода в русскоязычном тексте с учетом сохранения стилистики (скажем, "российские атомщики"). Обнаруживаем еще интересный пример лексико-синтаксической трансформации при переводе неологической единицы:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
The indictment, which was unsealed in California on Wednesday, gave a long list of illegal activities that the **Bitcoin exchange**, known as BTC-E... [Nathaniel Popper // The New York Times, July 27, 2017]	В обвинительном акте, опубликованном в Калифорнии в среду, приводится длинный список незаконных действий, которым способствовала **биткойн-биржа** под названием BTC-E...

"Bitcoin exchange" передана на русский при помощи приема калькирования с элементами стяжения. Возможен был описательный перевод (биржа / площадка по операциям с биткойном и под.).

Данный отрывок примечателен еще двумя единицами, которые не зафиксированы в словарях:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
The indictment ... gave a long list of illegal activities that the Bitcoin exchange, known as BTC-E, facilitated, including **ransomware** fraud, identity theft, drug trafficking and public corruption. [Nathaniel Popper // The New York Times, July 27, 2017]	В обвинительном акте ... приводится длинный список незаконных действий, которым способствовала биткойн-биржа под названием BTC-E, в том числе мошенничество при помощи **программ-вымогателей**, хищение персональных данных, оборот наркотиков и подкуп официальных лиц.

"Ransomware" толкуется как "программа-вредитель", ср. в одном из переводных интернет-словарей: "вирус-вымогатель; программа-вымогатель; вредоносная программа с требованием выкупа" [Мультитран]. Данная единица передана на русский язык калькированно в совокупности с конкретизацией значения: "ransom" – "требовать выкуп" + "ware" ("продукт, изделие, товар") [Oxford Dictionary, 2015].

Примечательны и неологизмы общеупотребительного характера.

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
But Manafort isn’t the only one allegedly funneling dirty money through the **mega-popular** accommodation service. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	Однако не один только Манафорт предположительно пропускает грязные деньги через этот **мега-популярный** сервис по поиску жилья

Данное прилагательное передано при помощи комбинирования различных способов: приставка mega- была транслитетирована, а прилагательное "популярный" – словарным эквивалентом.

Следует отметить, что в корпусе исследуемых газетных статей можно обнаружить и авторские семантические неологизмы, например:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
Before the Obama administration approved a controversial deal in 2010 giving Moscow control of a large **swath** of American uranium, the FBI had gathered substantial evidence... [John Solomon and Alison Spann // The hill, 10/17/17]	Перед тем как в 2010 году администрация Обамы одобрила спорную сделку, в результате которой Москва получала контроль над значительной **частью** американского урана, ФБР собрало существенные доказательства...

Лексема "swath" в данном случае представляется нам как индивидуально-авторский неологизм. Она употреблена в значении "большое количество", "большой / крупный запас чего-л."; в толковых словарях данная языковая единица приводится со следующим перечнем значений: "swath":

1. a: a row of cut grain or grass left by a scythe or mowing machine; b: the sweep of a scythe or a machine in mowing or the path cut in one course

2: a long broad strip or belt

3: a stroke of or as if of a scythe

4: a space devastated as if by a scythe [Merriam-Webster dictionary, 2014].

Нового значения при этом словарями не фиксируется.

В данном случае переводчик прибегнул к трансформационному переводу (применена генерализация значения). На наш взгляд, перевод мог быть дан и иной, например, при помощи более близкого по семантике слова "запасы".

Среди фразеологизмов также могут встречаться неологизмы. Так, к примеру, в словарях не встречается выражение "accommodation service". В Интернет-словаре нами обнаружен единственный вариант перевода "служба размещения", однако контексту он не соответствует:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
But Manafort isn’t the only oneallegedly funneling dirty money through the mega-popular **accommodation service.** [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	Однако не один только Манафорт предположительно пропускает грязные деньги через этот мега-популярный **сервис по поиску жилья.**

Выделенная фраза, очевидно, является неологизмом, относящимся к сфере интернет-коммуникации, ср. в русском языке новое значение слова "сервис": (комп. информ.) специализированная служба, предоставляемая поставщиком услуг в Интернете" [Викисловарь]. В данном случае передача на русский язык терминофразы выполнена эксплицитно, лексема "accommodation" ("жилье; услуги по проживанию") получает описательный перевод.

Примерный процентный подсчет неологической лексики в аспекте ее типологии показывает следующие результаты. Нами встречены:



- 65% неологических единиц (которые представляют собой термины и терминосочетания, относящиеся к различным узкопрофессиональным сферам);

- 32% неологических единиц (являющих собой новообразования аттрактивного типа, именующие уже существующие в языке реалии в новой форме);

- 3% индивидуально-авторских единиц, окказионально употребленных.

Передача неологических единиц представляется достаточно сложной задачей главным образом ввиду различия словарных стилистических помет, грамматических структур английского и русского языков. Особо трудными для передачи являются индивидуально-авторские неологизмы в тексте, несущие определенную образность.

В то же время переводчикам в большинстве случаев произвести адекватный и точный перевод за счет использования:



описательного перевода (≈ 26%), генерализации/конкретизации (≈ 22%), грамматических замен (≈ 24%), калькирования (≈ 28%).

3.3. Передача устойчивых выражений в медиатекстах правовой тематики

В текстах исследуемых англоязычных газетных новостных интернет-изданий фигурирует значительное количество разнообразной по своей стилистике фразеологии. Достаточно часто можно встретить терминофразы профессионального языка (тематически обусловленных сфер и областей знаний и деятельности). Так, например, во многих статьях обнаруживается сочетание "отмывание денег" или "отмыватель денег":

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
As a recently unsealed indictment against former Trump campaign manager Paul Manafort showed, not even Airbnb is safe from **money launderers.** [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	Как показало обнародованное недавно обвинительное заключение относительно Пола Манафорта (бывшего начальника избирательного штаба Трампа), даже ресурс Airbnb уязвим для **отмывателей денег.**

Данное выражение носит профессиональный оттенок и фигурирует в словаре экономико-политической специальной лексики, и имеет русскоязычный эквивалент, закрепленный в словаре, ср.: "money laundering" – "отмывание" денег" [Collins, 2008].

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
The sentencing of two women in Brooklyn federal court last week **brought an end** to a long criminal drama in which they helped their boss Alexander Fishenko smuggle military-grade technology to Russia. [Katie Zavadski // The daily beast, 10.25.17]	Вынесение приговора двум женщинам в федеральном суде Бруклина на прошлой неделе **положило конец** продолжительной криминальной драме, в ходе которой они помогали своему начальнику Александру Фишенко тайно вывозить технологию военного назначения в Россию

Выражение "bring an end to (something)" – to stop, finish, or complete (something)" [Merriam-Webster, 2015]; словарный эквивалент в русском языке имеется, ср. "положить конец".

Однако фразеологизмы в английском и русском языках с точки зрения структурно-семантической не всегда совпадают. Так, к примеру, выражение "dirty work" в английском языке обладает семантикой "неприятная" или "незаконная деятельность":

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
Russia doesn’t only use spies to steal secrets. Sometimes those doing its **dirty work** are ordinary American businessmen.	Россия использует для кражи секретов не только шпионов – иногда этой **грязной работой** занимаются обычные американские

[Katie Zavadski // The daily beast, 10.25.17]	бизнесмены

В данном случае переводчик использовал калькированный перевод, без учета дифферентной семантической составляющей фразеоединиц английского и русского языков. Выражение "грязная работа" во фразеологическом фонде русского языка зафиксировано со значением "неприятная, вызывающая моральное отвращение работа", "работа, при которой легко загрязниться, испачкаться" [Тихонов, Т.1, 2004, с. 291], то есть "черная работа", "черновая работа" и под., а также "тяжелый физический труд" [Карта слов]. В данном случае семантика двух выражений несколько расхожа, поскольку в англоязычном тексте подразумевается именно "незаконная деятельность", а в русском языке подобного значения у выражения "грязная работа" не имеется.

Анализ семантики двух, казалось бы, сходных во всех отношениях фразеологических единиц английского и русского языков показал, что в стилистическом отношении они разнятся:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
But Manafort isn’t the only one allegedly funneling **dirty money** through the mega-popular accommodation service. [Joseph Cox // The Daily Beast, 11.27.17]	Однако не один только Манафорт предположительно пропускает **грязные деньги** через этот мега-популярный сервис по поиску жилья.

Ср. англ. "dirty money" – money obtained unlawfully or immorally" [Oxford Dictionary, 2012] и русск. "грязные деньги" – "(публ., неодобр.) деньги, заработанные нечестным путем, добытые обманом,

мошенничеством" [Мокиенко, 2007, с. 185]. В русскоязычном варианте текст приобретает дополнительную негативную коннотацию.

В нижеприведенном отрывке мы можем видеть нейтрализацию фразеологической единицы:

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
... the Department of Justice (DOJ) continued investigating the matter for nearly four more years, essentially **leaving** the American public and Congress **in the dark** about Russian nuclear corruption on U.S. soil during a period when the Obama administration made two major decisions... [John Solomon and Alison Spann // The hill, 10/17/17].	... Минюст США продолжал расследование еще почти четыре года. Минюст фактически **не уведомил** американскую общественность и Конгресс о российской атомной коррупции на территории США в период, когда администрация Обамы приняла два крупных решения

Фигуральное англоязычное выражение "(be) in the dark" означает "быть в неведении о чем-либо" ("Fig. uninformed about someone or something; ignorant about someone or something" [The free dictionary, 2014]). При переводе, во-первых, утрачивается образность за счет нейтрализации фразеологической единицы, во-вторых, модифицируется стилистический компонент (фраза передается при помощи глагола "уведомить", относящегося к официально-деловому стилю речи, о чем свидетельствуют словарные пометы, ср. "офиц. сообщить, известить о чём-л." [Кузнецов, 2000, с. 1365]). В результате перевода мы можем видеть утрату стилистической составляющей текста (выпадение фигурального выражения + стилистическая модификация). Это, безусловно, меняет стилистику исходного медиатекста;

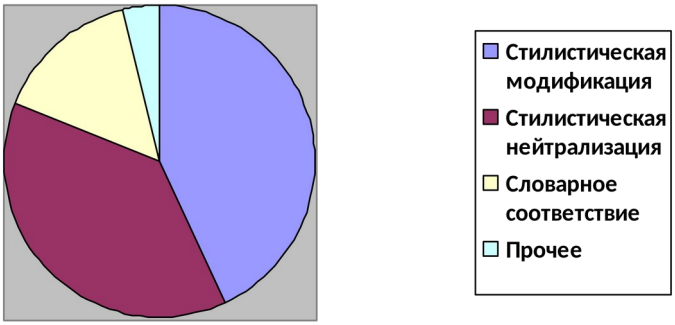
он приобретает более "нормативный" (сдержанный в плане стилистической яркости), официальный характер.

Примечателен и перевод фразеологических выражений, употребленных в необычном (не характерном) значении, ср. выражение "get the air":

"Inopressa"	Русскоязычный сайт "Инопресса"
And none of that evidence **got aired** before the Obama administration made those decisions... [John Solomon and Alison Spann // The hill, 10/17/17].	Но ни одно из этих доказательств не было **предано огласке** до того, как администрация Обамы приняла те решения...

Значение, в котором употреблено выражение в вышеприведенном контексте, в англоязычных и переводных словарях нами не обнаружено, ср.: "get the air" (informal) 1) to be rejected, as by a lover; 2) to be dismissed, as by an employer" [Collins, 2012]. Разговорный фразеологизм передан на русский язык с использованием стилистической модификации значения, ср. в русском "предать огласке" (то же, что "предать гласности") – "(книжн.) делать общеизвестным что-либо; опубликовывать" [Федоров, 2008, с. 519].

Таким образом, фразеология исходного текста практически в 50% случаев претерпевает изменения. В большинстве случаев происходит стилистическая модификация фразеоединицы при переводе.



≈ 43% стилистическая модификация ФЕ;

≈ 38% стилистическая нейтрализация ФЕ;

≈ 15% перевод при помощи словарного соответствия (без учета семантико-стилистических нюансов употребляемых единиц);

≈ 4% прочие случаи перевода.

Выводы по Главе 3

Итак, анализ англоязычных газетных медиатекстов новостных изданий показал, что проблемными для перевода являются следующие типы единиц:

- лексика разговорного характера, которая является центральной (актуальной) с точки зрения частной тематики статьи; при этом единицы, относимые к данному пласту языка, встречающиеся в рамках газетных статей анализируемого корпуса, представляют собой преимущественно три типа единиц: собственно разговорные единицы (слова, помечаемые в англоязычных словарях как "informal" или "colloquial"), сленг (слова с пометой "slang"), профессиональный жаргон представителей какой-либо области знания / деятельности;

- разговорные фразеологические единицы;

- лексемы и фразеология неологического характера, которые могут обозначать как уже существующие реалии, так и новые реалии (семантические неологизмы).

При передаче данных единиц переводчиками используются преимущественно стилистическая нейтрализация исходной единицы, стилистическая модификация, калькирование в сочетании с другими трансформациями. Реже применяются грамматические замены. При этом часто полученный в результате перевода текст приобретает стилистически нейтральный характер или оттенок официальности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня газетно-публицистический стиль набирает популярность, поскольку современный человек узнает о множестве мировых событий прежде всего из прессы. Для современного читателя все более интересными становятся зарубежные газетные публикации. Именно поэтому точная передача информации иностранной прессы очень важна в настоящее время.

Настоящая работа посвящена исследованию особенностей перевода англоязычного публицистического медиатекста на русский язык на материале статей таких англоязычных изданий, как "The New York Times", "The Times", "The Guardian", "The Wall Street Journal", "The Daily Beast", "Newsweek" и др. В качестве основного объекта исследования были определены тексты тематической рубрики "закон и преступность", размещенные на новостном интернет-сайте "Инопресса", являются переводами газетных материалов, опубликованных на сайтах популярных вышеуказанных американских и британских изданий.

Для осуществления лингвостилистического и переводческого анализа текстов выбранного корпуса нам потребовалось изучить теоретический материал, относящийся к понятиям "медиатекст", а также "основные приемы переводоведения". Перед осуществлением сопоставительного анализа англо- и русскоязычного текстов газетных медиаматериалов в аспекте их перевода представилось целесообразным описание основных переводческих сложностей газетно-публицистических текстов юридической направленности.

Как показал предпереводческий и переводческий анализ англоязычных медиатекстов правовой тематики, основными специфическими лексическими единицами для перевода явились следующие:

- лексика разговорного характера, которая является центральной (актуальной) с точки зрения частной тематики статьи; при этом единицы,

относимые к данному пласту языка, встречающиеся в рамках газетных статей анализируемого корпуса, представляют собой преимущественно три типа единиц: собственно разговорные единицы (слова, помечаемые в англоязычных словарях как "informal" или "colloquial"), сленг (слова с пометой "slang"), профессиональный жаргон представителей какой-либо области знания / деятельности; перевод данных единиц осуществляется преимущественно с применением стилистической нейтрализации / модификации);

- лексемы и фразеология неологического характера, которые могут обозначать как уже существующие реалии, так и новые реалии (семантические неологизмы) передаются на русский язык чаще с использованием калькированного (лексемы) и описательного перевода (фразеология);

- фразеологические единицы разговорного характера (передаются на русский язык в большинстве случаев с применением стилистической нейтрализации / модификации или при переразложении исходного выражения);

- фразеологические единицы терминологического характера (передаются на русский язык чаще с применением описательного перевода или калькирования).

Можно сказать, что при передаче данных единиц переводчиками преимущественно используются стилистическая нейтрализация исходной единицы, стилистическая модификация, калькирование в сочетании с другими трансформациями (описательным переводом). При этом часто полученный в результате перевода текст приобретает стилистически нейтральный характер или оттенок официальности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева Т.С. PR и медиатексты в дискурсивной парадигме // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2013. – № 2. – С. 104-113.
2. Антонова Л.Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации / Л.Г. Антонова // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 2. – С. 275-278.
3. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
4. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ./. Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова;. Вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Веселовская Е.В. Анализ медиатекста как средство формирования критической автономии личности в мире медиа // Вестник Челябинского государственного университета, 2013. – № 21 (312). Филология. Искусствоведение. – Вып. 80. – С. 105-108.
6. Вине Ж.-П., Дарбельне Ж. Технические способы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М.: Международные отношения, 1978. – С. 157-167.
7. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
8. Виноградова О.И. Английский язык. – М.: Гардарики, 2016. – 366 с.
9. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе: учебное пособие. – М.: Международные отношения. – 1980. – 342 с.
10. Гришаева Л.И. Парадоксы медиалингвистики. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. – 295 с.

11. Гурочкина А.Г. Политкорректная сказка как трансформированный комический текст // Горизонты современной лингвистики: традиции и новаторство: сборник в честь Е.С. Кубряковой. – М.: Языки славянских культур, 2009. – С. 777-786.
12. Деминова М.А. Языковые и неязыковые составляющие телевизионного медиатекста // Журналистский ежегодник, 2013. – № 2-2. – С. 54-57.
13. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиа речи. – М.: МАКС Пресс, 2015. – 288 с.
14. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – 272 с.
15. Казакова Т.А. Теория перевода (лингвистические аспекты). – СПб.: СПБГУ, 2002. – 286 с.
16. Кожемякин Е.А. Современные медиадискурсы: специфика и проблема когерентности // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: I междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 1-4 апр. 2014 г.: сб. науч. работ / науч. ред.: Е.А. Кожемякин, А.В. Полонский. – Белгород, 2014. – С. 57-62.
17. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
18. Коряковская Н.В. Модели и функции медиатекста. – Сургут: Перспектива, 2015. – 346 с.
19. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардирики, 2005. – 287 с.
20. Кошекова А.Р. Лексические инновации в электронном медиатексте как средство речевой аттракции // В сб.: Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвузовский сборник научных трудов. Отв. ред. А.Г. Пастухов, 2016. – С. 156-168.

21. Куликова В.И. Образование неологизмов в английском языке в результатесемантического переосмысления // Вопросы романо-германской филологии. – Калининград, 1976. – С. 11-18.
22. Левицкая Т.Р., Фитерман А. М. Проблемы перевода: на материале современного английского языка. – М.: Международные отношения, 1976. – 298 с.
23. Линь Е. Прагматическии функции неологизмов // Вестник ТГУ, 2015. – Т.20. – Вып. 11(151). – С. 193-197.
24. Маник С.А. Общественно-политические медиатексты: проблемы перевода с английского языка на русский язык // В сб.: Семантика и функционирование языковых единиц разных уровней сборник научных статей по материалам VIII международной научно-практической конференции. Отв. ред. И.А. Сотова, 2015. – С. 347-353.
25. Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2016. – 160 с.
26. Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник, 2012. – Вып. 1. – С. 27-29.
27. Миньяр-Белоручев Р.К. Как стать переводчиком? / Отв. ред. М.Я. Блох. – М.: Готика, 1999. – 176 с.
28. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: Международные отношения, 1974. – 216 с.
29. Рогозина И.В., Карнаухова О.В. Ювенальный медиатекст: психолингвистический аспект // Филология и человек, 2008. – № 1. – С. 104-110.
30. Сарсембаева О.В., Беленченко С.Г. Принципы построения медиатекста в современной практике СМИ: проблемы и перспективы развития интернет-журналистики // Материалы международной научно-практической конференции "Актуальные проблемы современной

журналистики и медиапространства". – Красноярск: Красноярский государственный университет, 2017. – С. 261-284.

31. Семенов А.Л. Основы общей теории перевода и переводческой деятельности. – М.: Академия, 2008. – 160 с.
32. Силанова М.А. Медиатизация юридического дискурса // Медиаскоп, 2014. – № 4. – С. 14-24.
33. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
34. Солганик Г.Я. К определению понятий "текст" и "медиатекст" // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2005. – № 2. – С. 7-16.
35. Филиппенко С.А., Романова Г.И. Принципы построения медиатекстов: лингвистический и культурологический анализ // Вестник Самарского государственного университета, 2016. – № 10. – С. 21-37.
36. Чичерина Н.В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов. – М.: Дрофа, 2016. – 419 с.
37. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. – М.: Воениздат, 1973. – 280 с.
38. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
39. Bell A. Approaches to Media Discourse. – London: Blackwell, 1996. – 277 p.
40. Montgomery M. Introduction to Language and Society. – USA: OUP, 1995. – 308 p.
41. Wodak R., Busch B. Approaches to media texts // Handbook of Media Studies / by J. Downing, D. McQuail, Ph. Schlesinger, E. Wartella. – Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 2004. – P. 105-123.

СЛОВАРИ

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
2. Дворецкий И.Х. Латинско-русский словарь. – М.: Русский язык-Медиа, 2003. – 846 с.
3. Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 562 с.
4. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. – М.: ЗАО ОЛМА-Медиа-Групп, 2007. – 784 с.
5. Нелюбин Л.Л. Толковый переводческий словарь. – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; РАН. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 5-е. изд., доп. – М.: Азбуковник, 2003. – 944 с.
7. Словарь иностранных слов: ок. 9000 слов / Сост. Е. Грубер. – М.: Локид, 2005. – 658 с.
8. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. – М: Астрель: АСТ, 2008. – 828 с.
9. Фразеологический словарь современного русского литературного языка / Под ред. проф. А.Н. Тихонова / Сост. А.Н. Тихонов, А.Г. Ломов, А.В. Королькова. Справочное издание: В 2 т. Т.1. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 832 с.
10. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 413 с.
11. Электронный мультиязычный словарь ABBYY Lingvo Dictionary, 2008.
12. The American Heritage Dictionary of the English Language. – 3-d ed. – Boston: Houghton Mifflin, 1992. – 1168 p.

13. Викисловарь [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://ru.wiktionary.org/ (дата обращения: 09.09.2017)
14. Карта слов [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://kartaslov.ru/ (дата обращения: 13.09.2017)
15. Переводной словарь Мультитран [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.multitran.ru/ (дата обращения: 05.09.2017)
16. Словарь городского сленга английского языка "Urban dictionary" [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.urbandictionary.com (дата обращения: 23.09.2017)
17. Словарь Лонгмана [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://www.ldoceonline.com/ (дата обращения: 16.10.2017)
18. Словарь Макмиллана [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://www.macmillandictionary.com/ (дата обращения: 09.11.2017)
19. Словарь Мерриам-Вебстер [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.merriam-webster.com (дата обращения: 30.09.2017)
20. Словарь синонимов [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://www.synonym.com/synonyms/ (дата обращения: 23.11.2017)
21. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://poiskslov.com/ (дата обращения: 01.10.2017)
22. Этимологический словарь [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://www.etymonline.com (дата обращения: 13.10.2017)

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛА

1. Inside Airbnb’s Russian Money-Laundering Problem [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.thedailybeast.com/inside-airbnbs-russian-money-laundering-problem (дата обращения: 13.11.2017)
2. FBI uncovered Russian bribery plot before Obama administration approved controversial nuclear deal with Moscow [Электронный ресурс]. - Электрон.

дан. - URL: http://thehill.com/policy/national-security/355749-fbi-uncovered-russian-bribery-plot-before-obama-administration (дата обращения: 11.11.2017)

3. How Russia Uses American Businesses to Steal U.S. Military Technology [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.thedailybeast.com/how-russia-uses-american-businesses-to-steal-us-military-technology (дата обращения: 23.11.2017)
4. Bitcoin Exchange Was a Nexus of Crime, Indictment Says [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.nytimes.com/2017/07/27/business/dealbook/bitcoin-exchange-was-a-nexus-of-crime-indictment-says.html?_r=0 (дата обращения: 30.10.2017)
5. Senate Trump-Russia Probe Has No Full-Time Staff, No Key Witnesses [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: https://www.thedailybeast.com/senate-trump-russia-probe-has-no-full-time-staff-no-key-witnesses (дата обращения: 01.12.2017)
6. BOSTON MARATHON BOMBER'S AUNT CLAIMS FBI SET UP DZHOKHAR TSARNAEV AND SHE HAS PROOF [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - URL: http://www.newsweek.com/boston-marathon-bombers-aunt-says-fbi-set-her-nephew-and-she-has-proof-691058 (дата обращения: 27.10.2017)