

**В.В. Фефелова,**

**В.А. Карнова**

**(Горловка)**

**УДК 37.035.6**

## **ВЛИЯНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО АСПЕКТА СЛОВ-РЕАЛИЙ НА СЕМАНТИКУ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

Целью статьи является анализ роли семантики слов-реалий (непереводимых этнокультурных лексических единиц) в формировании лингвокультурного аспекта публицистического текста.

Тексты для переводов чрезвычайно разнообразны по жанрам, стилям и функциям. Поэтому переводчику важно знать, какой вид текста ему следует переводить. Типы текстов определяют подход и требования к переводу, влияют на выбор приемов перевода и определение степени эквивалентности перевода оригиналу. Цели и задачи переводчика оказываются различными в зависимости оттого, что он переводит, поэму или роман, научную статью или газетную информацию, документ или техническую инструкцию. И закономерности перевода каждого из жанров имеют свои отличия.

Функция общения основная в сфере повседневного общения людей. Текстам, информирующим о чем-либо носителей языка, свойственна преимущественно функция сообщения. Воздействие также чрезвычайно важно для художественных и публицистических текстов, которые не только обращены к разуму, но и к чувствам человека. Они рассчитаны на то, чтобы определенным образом воздействовать на реципиента, на того, кто их воспринимает.

Принимая во внимание стили языка и речи, целесообразно выделить шесть основных функционально-стилевых типов текстов: разговорные, официально-деловые, общественно-информативные, художественные, научные, религиозные сочинения [1, с. 9].

В настоящее время существуют различные источники для изучения слов-реалий иностранного языка. Так, в русском языке – это, в первую очередь, фольклор: сказки, пословицы, поговорки. Авторы исследований по выявлению слов-реалий часто используют научные, дипломатические, юридические или другие профессионально ориентированные тексты, которые позволяют прийти к более точному пониманию особенностей языка. При этом, универсальным остается публицистический материал, или общественно-информативные тексты. Именно публицистические тексты посвящены разнообразной тематике: истории, традициям, быту, религиозным устоям, политическим проблемам и т. д., словом, всему тому, что может представлять интерес для выявления реалий языка.

Сегодня средства массовой информации оказывают значительное влияние на жизнь общества, они зачастую формируют сознание и представления людей, являются отражением особенностей национальных языков и культуры, при этом многое зависит от оперативности и адекватности передачи информации, что делает проблему перевода текстов публицистического стиля особенно актуальной. Причем в свете переводческих задач под понятием «публицистический текст» – в самом широком толковании этого слова – следует понимать не только газетно-журнальные тексты (то есть произведения представителей так называемой «пишущей прессы»), но и разнообразные звуковые материалы: радио- и телерепортажи, интервью, различные программы, ток-шоу, фильмы, а также то, что иногда называют «электронной прессой». В последние годы в связи с развитием интернет-журналистики интенсивное развитие получила интернет-публицистика, характеризующаяся интерактивностью, то есть возможностью оперативно вступить в диалог с заинтересованным читателем при помощи форумов или гостевой книги, которыми оснащены многие электронные периодические издания.

Существующие в публицистике жанры принято делить на три группы: информационные; аналитические; художественно-публицистические. В

качестве основания деления при этом выступает степень выражения индивидуального авторского стиля, отношение автора к описываемому явлению. Так, если в произведениях информационного жанра автор лишь сообщает о некотором событии, процессе, явлении и т.п., то в аналитических он дополняет такое сообщение анализом, осмыслением, оценкой того, о чем идет речь. Третья разновидность жанров, художественно-публицистический, носит смешанный характер, в нем сочетаются элементы художественного и публицистического стиля, причем авторская позиция выражается максимально.

Анализируя публицистические тексты, можно выявить также собственные языковые и стилевые особенности этих текстов [3, с. 156]:

– высокая степень стандартизации используемых средств: большой процент устойчивых и клишированных выражений, различные журналистские штампы, лексикализованные метафоры, стандартные термины и названия и т.п. (эта особенность, в первую очередь, характерна для новостных материалов и отражает стремление их авторов создать впечатление абсолютной объективности и беспристрастности);

– экспрессивность языка как способ привлечения внимания читателя, выражения отношения к передаваемой информации, расстановки оценочных акцентов и т.п. (среди экспрессивных, т.е. обладающих особыми коннотациями выражений, можно также встретить речевые клише и штампы); наличие оценочных эпитетов; прямых обращений к читателю (эти особенности чаще всего характеризуют авторские, подписные материалы);

– насыщенность самыми разнообразными реалиями (общественной, политической и культурной жизни), аллюзиями (к литературе, истории, кино и т.п.) и цитатами (реалии характерны как для «анонимных», в том числе новостных материалов, так и для авторских, аллюзии и особенно цитаты – прежде всего для авторской журналистики);

– использование разговорной, сниженной, сленговой и ненормативной лексики (последняя более характерна для письменных текстов СМИ и

используется с целью выражения определенного отношения, например, иронического, автора материала, создания определенного образа и стилистического, например, юмористического эффекта, а в так называемой «бульварной прессе» – еще и для эпатажа аудитории и/или привлечения определенной категории читателей);

– широкое использование образной фразеологии и идиоматической лексики (как литературной, так и разговорной и просторечной), в том числе «деформированных» идиом, игры слов, каламбуров, пословиц и поговорок. Идиоматическая лексика в «деформированном» виде характеризует как подписную, так и «анонимную» журналистику;

– широкое использование иных стилистических средств, приемов и фигур речи, таких как гиперболы, литоты, образные сравнения, метафоры, в том числе развернутые и «застывшие», лексикализованные, метонимия, паронимическая аттракция (особенно в рекламных текстах), иносказания, эвфемизмы и др. (чаще характеризует авторские материалы, комментарии, статьи и заметки на различные темы и т.п.);

– особая черта письменных текстов СМИ (и особая переводческая проблема) – это газетные и журнальные заголовки, построенные на игре слов, на каламбурах, цитатах, аллюзиях и деформированных идиомах. Очевидно, что такие заголовки нельзя переводить буквально. В качестве переводческого «ответа» на каламбур в исходном тексте в идеале необходимо видеть значимый каламбур и в тексте перевода. Иногда этого удастся достичь. В случае, если подобного решения проблемы найти не удастся (что бывает довольно часто), лучше изменить заглавие полностью и сделать его нейтральным, но доступным по смыслу и связанным с тематикой текста.

В зависимости от широты ареала, от распространенности употребительности, «свои» реалии могут быть национальными, локальными или микрореалиями, а «чужие» – интернациональными и региональными [2, с. 57].

Национальные реалии называют объекты, принадлежащие данному народу, данной нации, но чужие за пределами страны: таково подавляющее большинство реалий. Наличие в тексте национальной реалии порой бывает достаточно, чтобы породить ассоциации, связанные с данным народом и данной страной. Яркими национальными реалиями можно считать: лапти, блины, пирожки, мужик.

Национальная реалия является исходным пунктом для местного деления: прежде чем стать интернациональной или региональной, она должна была иметь национальный характер; локальные реалии и микрореалии в той или иной степени также обладают национальной окраской.

Локальные реалии (их можно было бы назвать еще «местными» и «областными») принадлежат не языку соответствующего народа, а либо диалекту, наречию его, либо языку менее значительной социальной группы [там же].

С другой стороны, будучи диалектизмами, они обозначают и специфические для данной области объекты или отношение к ним, обладая поэтому признаками типичных реалий. Примерами таких реалий являются такие слова, как: галушки, ручник.

Таким образом, публицистический стиль является универсальным для изучения особенностей языка, выявления фоновых реалий, и проблема адекватности перевода публицистических текстов и сохранения колорита является актуальной, для переводчика.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Виноградов В.С. Введение в переводоведение / В.С. Виноградов. – М.: Изд-во Института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Влахов С. Непере译имое в переводе: моногр. / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Высш. шк., 1986. – 384 с.
3. Гак В.Г. Теория и практика перевода: французский язык / В.Г. Гак, Б.Б. Григорьев. – М.: Интердиалект, 1997. – 455 с.

## АНОТАЦІЯ

### **Фефелова В. В., Карнова В. О. Вплив лінгвокультурного аспекту слів-реалій на семантику публіцистичного тексту**

В статті розглядається роль лінгвокультурного аспекту у семантичному оформленні публіцистичного тексту. Метою статті є виявлення лінгвокультурологічних чинників перекладацького аналізу фонових слів-реалій в змістовому контексті публіцистичних текстів як основи адекватного письмового/усного перекладу, що є результатом правильного вибору метода та стратегії перекладу. Важливою властивістю професійної компетенції перекладача є положення про взаємний зв'язок вміння здійснювати перекладацький аналіз тексту та дискурсивної соціокультурної компетенції перекладача.

**Ключові слова:** лінгвокультурний аспект, слова-реалії, публіцистичний текст, стратегія перекладу, соціокультурна компетенція перекладача.

## АННОТАЦИЯ

### **Фефелова В. В., Карнова В. А. Влияние лингвокультурного аспекта слов-реалий на семантику публицистического текста**

В статье рассматривается роль лингвокультурного аспекта в семантическом оформлении публицистического текста. Целью статьи является выявление лингвокультурологических факторов переводческого анализа фоновых слов-реалий в смысловом контексте публицистических текстов как основы адекватного письменного / устного перевода, являющегося результатом верного выбора метода и стратегии перевода. Важным качеством профессиональной компетенции переводчика является положение о взаимосвязи умения осуществлять переводческий анализ текста и дискурсивной социокультурной компетенции переводчика.

**Ключевые слова:** лингвокультурный аспект, слова-реалии, публицистический текст, стратегия перевода, социокультурная компетенция.

## SUMMARY

### **Fefelova V. V., Karnova V. A. The influence of the linguistic-cultural aspect of words-realities on the semantics of a publicistic text**

The article discusses the role of linguistic-cultural aspect in a semantic configuration of a publicistic text. The aim of the article is to identify the linguistic-culturological factors of the translation analysis of background words-realities in the semantic context of publicistic texts as the basis for an adequate translation / interpretation, which is the result of the correct choice of methods and strategies of translation. An important property of the translator's professional competence is the integration between skills to carry out the translation analysis of the text and discursive social competence of the interpreter.

**Key words:** linguistic-cultural aspect, words-realities, publicistic texts, strategy of translation, social-cultural competence.