

### **Особенности использования и перевода средств отсылки к информации в современном англоязычном медийном дискурсе**

The article discusses the main means of referring to information used in modern media discourse, their pragmatic functions and ways of translating from English into Russian. Essential information is often communicated in the text by means of phraseological units, allusions and quotations, each of them performing its own pragmatic function. The authors also focus on different ways of translating these linguistic means of referring to information.

*Keywords:* media discourse, intertextuality, phraseological unit, allusion, quotation.

Деятельность переводчика, работающего с любым видом дискурса, связана с получением и обработкой (пониманием) и передачей информации. Фактически, дискурс выступает мощной информационной системой, содержащей достаточное количество маркеров скрытой в нем информации, с которой работает переводчик.

Одной из особенностей современного медийного дискурса является наличие в нем средств отсылки к информации разного типа. Сама категория информации, по мнению ученых, например, И.Р. Гальперина, выходит за пределы лингвистического и связана с изучением социальных, психологических, культурологических и других аспектов проблемы. Одной из проблем выступает ценность получаемой информации. Речь идет о том, что по мере повторения любая информация утрачивает свою ценность, если речь не идет о текстах, имеющих непреходящую ценность. Такие прецедентные тексты информативны всегда [1].

Речь идет о характерной черте медиадискурса, его интертекстуальности, или присутствии в тексте более или менее маркированных следов других текстов в виде аллюзий, цитат и т.п. Фактически, реализация многих функций медийного дискурса (экспрессивная, апеллятивная, поэтическая, метатекстовая и др.) возможна благодаря прецедентным текстам, осуществляющим отсылку к информации, представляющей ценность для ее получателей. Такие текстовые компоненты служат установлению связи между известной («чужой») информацией и новой информацией, актуализируемой в конкретном медийном дискурсе.

Целью проводимого исследования было изучение особенностей использования фразеологических единиц, аллюзий и цитат как основных средств отсылки к информации в современном медийном дискурсе, определение их прагматических функций и основных способов перевода на русский язык.

В качестве рабочего определения фразеологической единицы использовалось определение, данное В.М. Мокиенко: «относительно устойчивое, воспроизводимое, экспрессивное сочетание лексем, обладающее (как правило) целостным значением» [2, с. 80]. Выявление типов фразеологических оборотов, употребляющихся в медийном дискурсе, основывалось на классификации фразеологических единиц В.В. Виноградовым, который подразделяет фразеологические единицы на фразеологические сочетания, фразеологические единства и фразеологические сращения [3, с. 243].

Функции фразеологических единиц в публицистике связаны, в первую очередь, с функциями самой публицистики: они воздействуют на читателя, оказывают влияние на эмоциональную сферу и поведение получателя информации, стимулируют прочтение материала, включают прогнозирующие механизмы, выполняют различные прагматические функции:

- юмористическую / ироническую: *It's a miracle. I am over the hill ... I mean the moon; From broomsticks to bling: Emma Watson sparkles in Cannes* [4];

- характеризующую / оценочную: *They love this guy because he's a **straight arrow**, he's level-headed, and he's going to do the right thing for our country* [5].

Среди основных способов перевода, которые используются при переводе фразеологических единиц с английского языка на русский, выделяют фразеологические и нефразеологические. К фразеологическим относят: поиск фразеологического эквивалента, поиск фразеологического аналога, комбинированный перевод, антонимический перевод, поиск индивидуального эквивалента. К нефразеологическим способам относят: лексические методы, фразеологическое калькирование, описательный перевод.

Между полными фразеологическими эквивалентами не должно быть различий в стилистической отнесенности, смысловом содержании, степени метафоричности и эмоционально-экспрессивной окраске: *'Santorum has done a good job in pointing out that **Achilles heel** in Romneycare,' Ms. Palin said.* Перевод: Госпожа Пэйлин заявила, что Санторум проделал хорошую работу, указав на **Ахиллесову пяту** Ромникера [6].

В случае отсутствия фразеологического эквивалента, переводчик может использовать фразеологический аналог, подбирая в ПЯ фразеологизм с таким же переносным значением, основанный на ином образе: *He could have avoided much costly admin by copying the Welsh scheme in the first place – but then he wouldn't have had two bites of the cherry* [7]. Перевод: Он мог бы избежать дорогостоящего администрирования, скопировав сперва Уэльскую систему – но тогда бы он не смог убить **двух зайцев одним выстрелом**.

Прибегая к нефразеологическим способам, переводчик передает фразеологизм путем калькирования, передает смысл оригинального английского выражения с помощью свободного словосочетания. В тех случаях, когда переводчик хочет выделить образную основу фразеологизма, или, когда оборот не может быть переведен при помощи других видов перевода, переводчик прибегает к фразеологическому калькированию: *Don't bite the hand that feeds you*. Перевод: **Не кусай руку, которая тебя кормит**.

Описательный перевод позволяет переводчику передать смысл английского оборота свободным словосочетанием. Описательный перевод сводится не к переводу самого фразеологизма, а к его толкованию, как это часто бывает с единицами, не имеющими эквивалентов в ПЯ: *UK economy at sixes and sevens* [5]. Перевод: Экономика Великобритании находится **в полнейшем беспорядке**.

Еще одним выразительным средством отсылки к информации в медийном дискурсе является аллюзия. По мнению И.Р. Гальперина, аллюзия – это литературный акт ссылки на любой предыдущий текстуальный референт, который предусматривает наличие фоновых знаний (совокупность свидетельств культурно- и материально-исторического, географического и прагмалингвистического характера, которые имеются у носителя определенного языка [8, с. 19]), что вызывает у читателя соответствующие ассоциации [1].

Согласно англоязычным словарям литературных терминов, самая полная классификация видов аллюзии состоит из: 1) аллюзии-ссылки на недавние события (topical allusion); 2) личностной аллюзии – ссылки на факты биографии писателя (personal allusion); 3) метафорической аллюзии, целью которой является передача сопутствующей информации; 4) имплицитной аллюзии, которая имитирует стиль других писателей (imitative allusion); 5) структурной аллюзии, которая отображает структуру другого произведения (structural allusion) [9, с. 9, 42-43].

Считается, что в публицистических текстах аллюзия выполняет три основные функции: функцию создания юмора, функцию характеристики, способствует более глубокому раскрытию темы. Так,

функция создания юмора заключается в том, что аллюзия может нести оттенок пародийности и/или ироничности, чтобы приуменьшить значение ситуации или личности, создавая комический эффект: «*А Васька слушает, да ест*»: *эксперт оценил заявление Японии об агрессии Китая*. Также, очень часто аллюзивный юмор может строиться на игре слов.

Что касается характеризующей функции аллюзии, она также часто может выступать в роли средства описания чьего-либо характера или внешности через сравнение: *Ребёнок-то совершенно непредсказуемый, что Маугли, найденный в непроходимых околороссийских лесах, а потом пригретый. Или необузданный Бинго-Бонго*.

Аллюзия может указывать на место действия или передавать местный колорит: *Схожие кадры обильно вылезали в годы развала Союза. Такой демонический персонаж, как Аваков, необходим новому президенту. По свежей легенде его и оседлает Зеленский-Вакула, чтобы достать для своей родной Украины заветные черевички...; Welcome to the City by the Lake*.

Кроме того, аллюзия нередко помогает более лаконично и эффективно передать тему, поднимаемую автором, например, при помощи отсылки к какому-либо произведению со сходной тематикой.

Еще одним ярким средством отсылки к информации в англо- и русскоязычном медиадискурсе являются цитаты. В рамках теории интертекстуальности существует несколько взглядов на определение цитаты, от широкого до узкого. К одному из широких взглядов относится определение Р. Барта, который определяет цитату как «любое заимствование претекста текстом-реципиентом» [10].

В медийном дискурсе цитирование слова и словосочетания может быть вызвано поиском наиболее точных формулировок мысли или служить средством экономии журналистского комментария, поскольку цитата уже выражает определенное мнение. В одной из работ, посвященной цитате, приводится несколько показательных примеров [11]: *The state railways company said that trains bound for Crimea's regional capital of Simferopol and the port of Sevastopol will run only to stations on the mainland near Crimea starting Saturday. The company said the move was taken to ensure “traffic safety”.* (New York Times 26.12.2014).

В других случаях, наоборот, оторванный от контекста фрагмент в несколько слов в его соединении с авторской речью и авторскими акцентами может служить не только способом ярче выразить мысль, но и стать основой многочисленных интерпретаций и манипулятивных речевых действий: *The Tatars largely boycotted the hastily organised “referendum” which led to Russian annexation* (The Guardian 17.03.2015).

Слово “*referendum*” взято в кавычки, поскольку большинство англоязычных изданий выражали мнение о незаконности референдума в Крыму, считая вхождение Крыма в состав России оккупацией, а не свободным волеизъявлением граждан. Можно предположить поэтому, что цитирование слова показывает, как бы, российскую точку зрения на это событие. Кроме того, употребление слова в кавычках часто подразумевает его противоположное значение, следовательно, здесь также можно расшифровать прием не как цитирование в чистом виде, а как выражение мнения о непризнании крымского референдума путем придания слову отрицательной коннотации.

Рассмотрим способы перевода аллюзий и цитат на русский язык. Переводчик может обратиться к переводческим трансформациям в случаях, если реалия, употребленная в языке оригинала, не будет понята русскоязычными читателями, но может и не использовать такие трансформации, надеясь на осведомленность читателя. Ср. ниже перевод примеров, приводимый в [11]: ... *the Donbas barrier in any form would be worse than Donald Trump's wall*. Примером интертекстуальности является фраза *Donald Trump's wall*. Автор статьи подразумевает осведомленность читателей о последних политических событиях, в частности о резонансном законе президента США, по которому нужно защитить Америку от мигрантов из Мексики, построив стену, разделяющую не только эти страны, но и семьи, которые живут в этих странах. Перевод: ... *любой барьер на Донбассе будет хуже, чем стена Дональда Трампа* не содержит переводческих трансформаций, т.к. по мнению автора, ситуация в Украине, как и ситуация с законом Трампа, знакома очень широкому кругу людей, и среднестатистический читатель способен провести аналогию между событиями, упоминаемыми в статье.

При переводе цитат и пословиц переводчик ищет русское соответствие, в случае его отсутствия, прибегает к переводческим трансформациям или перифразе: *Beauty and the Beast is simply a cover version of a chart-topping song, played with such anonymous competence that Condon's motto must have been, "It ain't broke, don't fix it." Another motto might have been better: "If it ain't broke, don't remake it"*. Прецедентным текстом в примере является пословица. В переводе автор ссылается на пословицу и преобразует ее, чтобы лучше объяснить смысл данного высказывания: *переснимать «Красавицу и чудовище» – все равно что перепевать песню, возглавляющую хит-парад. И сделано это было с такой безликой тщательностью, словно Кондон руководствовался принципом «От добра добра не ищут». Хотя здесь, пожалуй, было бы уместнее сказать: «От римейка добра не жди».*

Таким образом, можно утверждать, что функциями средств отсылки к информации являются юмористическая / ироническая, характеризующая / оценочная и ряд других. В дополнение к этому, цитаты и аллюзии используются как средства для лучшей передачи темы высказывания, то есть расширяют набор прагматических функций рассматриваемых средств в зависимости от коммуникативного задания. Среди основных способов перевода фразеологических единиц выделяют фразеологические и нефразеологические. Выбор того или иного метода зависит от наличия полных или частичных эквивалентов в языке перевода. При их отсутствии переводчик прибегает к передаче смысла фразеологизма путем калькирования или использования описательного перевода. При переводе цитат и аллюзий на русский язык переводчик пытается найти русское соответствие. При их отсутствии переводчик может прибегать к различного рода трансформациям или обойтись без них, надеясь на осведомленность читателя.

#### **Литература**

1. Гальперин И.Р. Информативность единиц языка. М.: Высшая школа, 1974. 174 с.
2. Мокиенко В.М. Загадки русской фразеологии. СПб., 2005. 256 с.
3. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. Лексикология и лексикография: избр. тр. М.: Наука, 1986. 321 с.
4. Kass J. For NATO visitors: Some lessons in Chicago-style diplomacy. *Chicago tribune* [Electronic resource]. 2012. Mode of access: <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-2012-05-17-ct-met-kass-0517-20120517-story.html>. Date of access : 21.01.2019.
5. Baxter M. UK economy at sixes and sevens. Fresh business thinking [Electronic resource]. 2017. Mode of access: <https://www.freshbusinessthinking.com/uk-economy-at-sixes-and-sevens/> Date of access: 21.01.2019.
6. Hinsliff G. Katie Price is right. Disabled people shouldn't be forced off the internet by abuse. The Guardian [Electronic resource]. 2019. Mode of access: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jan/22/katie-price-government-online-abuse-disabled-people>. Date of access: 23.01.2019.
7. Vrbinc, A. Creative use of idioms in satirical magazines. *Jesikoslovlje*. University of Ljubljana [Electronic resource]. 2011. Mode of access: <https://hrcak.srce.hr/file/107984>. Date of access: 20.01.2019.
8. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 138 с.
9. Ben-Porat Z. The Poetics of Literary Allusion. *PTL: A Journal for Descriptive Poetics and Theory of Literature*. 1976. P. 105-128.
10. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика, Поэтика. М.: Прогресс, 1994. 616 с.
11. Кузина О.А. Цитирование как средство воздействия в медиадискурсе [Электронный ресурс]. 2019. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsitirovanie-kak-sredstvo-vozdeystviya-v-mediadiskurse>. Дата доступа: 20.02.2021.