

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Историко-филологический Кафедра «Перевод и переводоведение»  
факультет

Направление подготовки 45.03.02 Лингвистика

Профиль Перевод и переводоведение

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА на тему  
**АМЕРИКАНСКИЙ ГАЗЕТНЫЙ ТЕКСТ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО  
ХАРАКТЕРА КАК ИСТОЧНИК НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ  
ИНФОРМАЦИИ И СПОСОБЫ ЕЕ ПЕРЕДАЧИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ (на материале  
The Washington Post и The New York Times)**

Студент Фролова Анна Сергеевна

Научный руководитель кандидат филол.н., доцент Сызранцева Л.М.

Нормконтролёр кандидат филол.н., доцент Ратушная Л.Г.

*Работа допущена к защите* \_\_\_\_\_ (протокол заседания кафедры от 26.05.2018 г.  
№ \_\_\_\_)

Заведующий кафедрой кандидат филол.н., доцент Крюкова Л.И.

*Работа защищена с отметкой* \_\_\_\_\_ (протокол заседания ГЭК от 15.06. 2018 г. №  
\_\_\_\_)

Секретарь ГЭК доцент кафедры Тимошина С.А.

## Оглавление

|                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                                                                                       | 3  |
| Глава 1. Американский газетный текст общественно политического характера как источник национально-культурной информации.....                        | 6  |
| 1.1. Язык и национальная культура.....                                                                                                              | 6  |
| 1.1.1. Национально-культурный компонент и понятие национально-культурной информации.....                                                            | 7  |
| 1.2. Общая характеристика газетного текста.....                                                                                                     | 10 |
| 1.2.1. Лексические и грамматические особенности американского газетного текста.....                                                                 | 12 |
| 1.3. Газетный текст в национально-культурном аспекте.....                                                                                           | 14 |
| 1.3.1 Тематическая классификация безэквивалентной и фоновой лексики в газете и языковые средства, содержащие национально-культурную информацию..... | 14 |
| Вывод к Главе 1.....                                                                                                                                | 16 |
| Глава 2. Особенности перевода газетной лексики, содержащей национально-культурную информацию.....                                                   | 18 |
| 2.1 Особенности перевода языковых средств, содержащих национально-культурную информацию.....                                                        | 18 |
| 2.2.1 Перевод лексических средств с национально-культурным компонентом.....                                                                         | 19 |
| 2.2.2 Перевод стилистических средств с национально-культурным компонентом.....                                                                      | 31 |
| Вывод к Главе 2.....                                                                                                                                | 36 |
| Заключение.....                                                                                                                                     | 37 |
| Список литературы.....                                                                                                                              | 39 |
| Приложение.....                                                                                                                                     | 45 |

## **Введение**

В настоящее время проблема взаимосвязи языка и культуры приобрела важное значение. Ведь именно в последнее время значительно увеличилось число межъязыковых контактов. В основе взаимосвязи языка и культуры лежит подход В. фон Гумбольдта, который отмечал, что «язык – это дух нации и зеркало национально-культурных особенностей его носителей» [19; 39]. Национально-культурные особенности находят свое выражение на лексико-семантическом уровне языка. Языковые единицы на данном уровне делятся на две большие группы: лексика, выражаемая на разных языках без каких-либо информативных потерь, и безэквивалентная лексика. Межъязыковые контакты требуют того, чтобы язык изучался параллельно с изучением национально-культурной специфики народа-носителя языка. Только в этом случае, возможно обеспечить адекватную передачу языковых единиц, содержащих национально-культурную информацию при переводе.

XXI век – век информации. Сегодня люди интересуются не только событиями, происходящими на родине, но также и событиями, происходящими в других странах. Именно поэтому средства массовой информации, в частности газеты, широко распространены и используются для удовлетворения интереса человека. Исходя из вышеупомянутого факта, возникает потребность в качественном переводе прессы, что сопряжено с определенными трудностями, в частности из-за высоко содержания лексики с национально-культурным компонентом на страницах газет. Выделение национально-культурного компонента в лексике газеты и рассмотрение отдельных фоновых лексических единиц дает возможность исследовать язык газеты в плане отражения в нем национально-культурных особенностей общественной и духовной жизни народа.

Актуальность работы данного исследования связана со значительным распространением исследуемого явления и отсутствием единой рекомендательной базы относительно передачи национально-культурной

информации, функционирующей в рамках газетно-публицистического стиля, в процессе перевода.

Объект данного исследования – язык современной прессы Соединенных Штатов Америки.

Предмет настоящего исследования – особенности перевода языковых единиц, содержащих национально-культурную информацию.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить, проанализировать и рассмотреть особенности употребления и функционирования в газетном тексте лексических единиц с национально-культурной информацией, а также проанализировать возможные способы передачи ее при переводе.

Исходя из поставленной цели, в работе ставятся следующие теоретические и практические задачи:

1. Анализ научной литературы относительно вопроса исследования;
2. Рассмотрение взаимосвязи языка и культуры и изучение концепта национально-культурной информации;
3. Рассмотрение основных лексических и стилистических особенностей американского газетного текста;
4. Транслатологический анализ языковых единиц, содержащих национально-культурную информацию и создание единой базы рекомендаций по их переводу.

В ходе данной работы были применены следующие методы исследования:

1. Метод сплошной выборки;
2. Метод контекстологического анализа газетных текстов;
3. Метод транслатологического анализа;
4. Метод математической обработки данных;
5. Метод семантического анализа.

Эмпирическую базу исследования составили работы таких ученых, как В.Г. Костомаров, В.Н. Комиссаров, Л.А. Введенская, Е.М. Верещагин, Г.Д. Томахин, Л.С. Бархударов и др.

Задачи данного исследования определили его структуру, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений. Каждая глава заканчивается кратким выводом.

Во введении предлагается обоснование выбора темы, ее актуальности, теоретического и практического значения, приводятся основные задачи и методы исследования. В первой главе рассматриваются теоретические предпосылки данного исследования. Рассматривается взаимосвязь языка и культуры, изучается аспект национально-культурной информации. Изучаются основные лексические и стилистические особенности американской прессы, американский газетный текст в национально-культурном аспекте и языковые единицы с национально-культурным компонентом. Во второй главе проводится транслатологический анализ выделенных языковых единиц с национально-культурным компонентом. Обе главы завершаются краткими выводами. В заключении формулируются выводы проведенного исследования. За текстом дипломной работы следует список используемой литературы и Приложение.

## **Глава 1. Американский газетный текст общественно политического характера как источник национально-культурной информации**

### **1.1 Язык и национальная культура**

В основе взаимосвязи языка и культуры положен подход В. фон Гумбольдта, согласно которому «язык всегда воплощает в себе своеобразие целого народа, дух нации» [19; 67]. В.А. Маслова пишет, что 1) «Язык – это часть культуры, которую мы наследуем от предков»; 2) «Язык – это основной инструмент, посредством которого мы усваиваем культуру» [27; 85]. Исходя из этого, мы приравниваем носителя языка к носителю культуры и делаем вывод, что язык способен отображать национально-культурную особенность его носителей.

Язык и культура взаимозависимы, они относятся друг к другу, как часть и целое, где язык одновременно и компонент, и орудие культуры. Он выражает и формирует ее в виде неких культурных кодов, которые, в свою очередь, отражают специфику ментальности носителей. «Истинным хранителем культуры служит текст», – утверждает В. А. Маслова [27; 87]. Он отображает все культурные особенности нации, хранит информацию об истории и незамедлительно реагирует на все новое, что появляется в ее обиходе.

Кроме всего прочего, язык – это то, с помощью чего общаются люди. Он является свидетелем и транслятором изменений, происходящих внутри того или иного речевого коллектива. По изменениям в языке мы можем судить об изменениях в обществе, и о том, как видят носители данного языка мир, т.е. об их языковой картине мира.

Первые упоминания о языковой картине мира относятся к работам В. фон Гумбольдта. По своей сути, языковая картина мира является отражением представлений о мире, которые исторически сложились в обыденном сознании определенного языкового коллектива и которые находят свое отражение в языковых единицах.

Языковая картина мира связана с лексикой языка. Она находит в ней выражение. Так часто употребляемое в английском языке слово *privacy* говорит

о тяготении англоговорящих людей к личному пространству, в то время как, к примеру, в русском языке стопроцентного аналога этому слову нет. Еще одним примером, по которому можно судить о менталитете носителей языка и культуры, является разница в частоте употребления активного и пассивного залога в английском и русском языках. В английском языке преобладает активный залог, что описывает англоговорящих людей как активных деятелей, в русском же языке преобладает пассивность, что подчеркивает важность каких-то внешних независимых от деятеля сил (*I have to do – мне пришлось*).

На основании приведенных выше особенностей можно выделить набор ключевых для содержания языкового сознания понятий, которые чаще всего используются носителями языка. Набор данных особенностей является транслятором ментальности носителей языка, а ментальность находит непосредственное отражение в лексике языка и таком феномене как национально-культурная информация.

Таким образом, и язык, и культура – это формы сознания, которые отражают мировоззрение человека. И именно в языке, по мнению В. фон Гумбольдта, в виде языковых кодов отражаются национальные особенности той или иной культуры [18; 56].

#### **1.1.1 Национально-культурный компонент и понятие национально-культурной информации**

Как было сказано нами выше: текст – это хранитель культуры. Из этого следует, что языковыми носителями этой культуры выступают в первую очередь языковые единицы, а именно наименование реалий и фоновая лексика.

«Каждая языковая или речевая единица, самостоятельно выполняющая функцию национально-культурной номинации в тексте, может и должна оцениваться как носитель национально-культурной информации с трех позиций: общекультурной, текстовой и языковой» [31; 74].

В данном исследовании мы обращаемся к лексико-семантическому уровню языка. Именно на этом уровне проявляются изменения в различных

областях жизни общества. На этом уровне рассматривается слово как носитель лексического значения, сопряженного с национально-культурным осмыслением. Данный уровень является открытым и постоянно пополняется новыми единицами. Ведь именно в словарном составе языка или в лексике отражаются новые факты действительности. Кроме того, лексико-семантический уровень накапливает итоги познавательной деятельности языкового коллектива.

Все слова языка составляют его лексический запас. Лексика может быть двух видов: 1) выражаемой на разных языках без каких-либо информативных потерь, т.е. лексика, которая имеет эквиваленты; а может быть 2) безэквивалентной.

Культуры народов не могут быть стопроцентно идентичными, ведь они формировались при разных условиях. Поэтому у каждого народа есть уникальные, специфичные только для него реалии, которые находят выражение в языке в виде, в первую очередь, номинации этих явлений.

Для обозначения таких наименований существует большое разнообразие названий, в т.ч. безэквивалентная, неполноэквивалентная лексика [14; 43], реалии [15; 415], лакуны [32; 378], фоновая лексика [37; 167].

Внося большую конкретность, в данном исследовании мы обращаемся к языковым единицам, которые не имеют эквивалента в языке перевода (безэквивалентной лексике). При рассмотрении безэквивалентной лексики мы обращаемся к таковой, возникшей в результате отсутствия денотата (имена собственные, географические названия, имена нарицательные) и в результате отсутствия языкового знака (случайные лакуны). [7; 95-96].

Впервые исследование национально-культурного аспекта лексического значения было представлено в трудах Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова. Согласно их мнению, национально-культурный компонент в семантике лексической единицы подразумевает под собой наличие национально-культурных семантических долей, или другими словами, семантических признаков, которые формируются в границах одной культуры [13; 47].

Национально-культурные семантические доли могут присутствовать на уровне лексического понятия (такие слова мы именуем реалиями или безэквивалентной лексикой), а могут на уровне лексического фона (фоновая лексика). Согласно концепции Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, связь национальной культуры и языка осуществляется через национально-культурный компонент.

Слово передает не только актуальную информацию, но также аккумулирует знания национального характера. Таким образом, те или иные факты культуры находят свое отражение в лексике. К фактам культуры мы относим: традиции, обычаи, обряды, бытовую культуру, коммуникативное поведение, национальные картины мира, художественную культуру, исторический опыт, общественно-политическую структуру.

## **1.2. Американский газетный текст и его особенности**

В данном исследовании мы обращаемся именно к газетному тексту, так как газета – одно из важнейших средств информирования широкой аудитории, и именно в газетах отражается актуальная информация о событиях, произошедших в стране. Также общеизвестным является тот факт, что газета – это средство формирования и отражения общественного мнения. Добросклонская Т.Г. писала, что газета «прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме влияет на все социально-политические процессы в обществе» [20; 200]. Но данное влияние не является односторонним. Будучи источником информации о событиях, происходящих в стране, газета одновременно и источник информации о лингвистических процессах, происходящих в языке. Другими словами на страницах газеты отображаются не только политические, культурные или любые другие события, но также фиксируются изменения лингвистического плана.

Стоит упомянуть то, что газетный текст несет в себе две главные функции – когнитивную и прагматическую. «Когнитивный подход основывается на изучении публицистической картины мира, которая оказывает огромное влияние на людей за счет использования эффективных средств воздействия» [33; 33]. Прагматический же аспект связан с восприятием эффекта воздействия. Для воплощения в жизнь и той и другой функции используются разнообразные языковые средства.

Когнитивные модели варьируются от индивида к индивиду, также представители разных стран и языковых обществ имеют различия в социальных представлениях и имеют различный уровень владения национально-культурной информацией, что может привести к различиям в интерпретации новостей. Из этого следует, что газетный текст напрямую связан с национально-культурной информацией.

Американский газетный текст характеризуется рядом особенностей, отмеченных нами ниже:

1. Сочетание выразительности и стремления к стандарту. Это объясняется тем, что основные функции газетного текста – экспрессивная и функция воздействия и убеждения, что приводит к широкому употреблению выразительной лексики.

В то же время в газетном тексте присутствует высокая информативность при лаконичном изложении материала, что как раз исходит из стандартов размещения информации на страницах изданий. В. Г. Костомаров ввел термин «стандартно-экспрессивный контраст», подчеркивающий выше упомянутые нами характерные особенности [25; 209]. О стремлении к стандартности свидетельствует также высокое число клише в текстах. Газетный текст обладает одновременно консервативностью и подвижностью. «С одной стороны, в публицистической речи присутствует достаточное количество штампов, общественно-политических и иных терминов. С другой стороны, стремление к убеждению читателей требует все новых языковых средств, чтобы оказывать на них воздействие. Именно этой цели служат все богатства художественной и разговорной речи» [38; 114].

К примеру, в рамках одной статьи, опубликованной в газете “The New York Times” встречаются и политические клише (*Russia meddling, to sign off on the sanctions, leader-to-leader rapport*), и эмоционально окрашенная лексика (*stubborn reluctance, absurd process, shame lectures*);

2. Адресат информации, изложенной на страницах газет – широкий круг читателей, включающий людей совершенно разных профессий и интересов. Отсюда исходит вторая особенность: материал должен быть изложен доступно, чтобы быть понятным всей аудитории. Специальная лексика (термины, общественно-политическая фразеология и т.д.) должна быть перенесена в ряд лексики, ориентированной на

среднестатистического читателя или быть объяснена тем или иным образом;

3. Следующая особенность – это временной фактор. Новая появляющаяся информация должна быть отражена в кратчайшие сроки. В связи с этим, язык газеты полон неологизмов, иноязычных слов и слов в переносном значении (из-за отсутствия в языке устоявшейся единицы). Примеры неологизмов из газеты “The Washington Post” – *Trumpism, Clintonism, Purple America*;
4. Также газетный текст покрывает широкое информационное поле. Он включает научную, общественно-политическую, развлекательную и т.д. информацию, что влечет за собой высокое разнообразие лексики, относящейся к тому или иному функциональному стилю. Язык газет богат на средства выразительности, научные термины, просторечные слова, иноязычные заимствования и т.д. Примеры заимствований из газеты “The New York Times” – *quiceañera, tour de force*.

### **1.2.3 Лексические и грамматические особенности американского газетного текста**

Вопросом изучения газетно-публицистического стиля на материале русского языка занимались многие ученые, включая В. Г. Костомарова, Д. Э. Розенталя, С. М. Гусевича и др. В тоже самое время американской прессой занимается значительно более узкий ряд исследователей, в частности Михайлов С. А. и Калягин Б. А.

В Соединенных Штатах Америки нет государственных СМИ, все газеты коммерческие. Следовательно, формально деятельность прессы никому не подконтрольна. Нет и цензуры, публиковаться могут практически любые материалы. К тому же в США провозглашена свобода слова, что делает СМИ фактически «четвертой рукой власти».

По мнению Михайлова С. А. всю прессу США можно разделить на «массовую» и «качественную», подчеркивая, что такое деление происходит на основании различий в стиле, тематике, содержании, читательской аудитории

[28; 56]. К «качественной» прессе относятся ведущие информационные издания страны, а к «массовой» - «желтые» издания.

В «качественной» прессе авторы стараются придерживаться литературной нормы. В то время как в «желтой» прессе часто используется сниженная лексика.

В нашем исследовании мы обращаемся к «качественной» прессе, а именно к двум общенациональным газетам: The New York Times и The Washington Post.

Газетный текст покрывает широкое тематическое поле. А также несет в себе две функции – информационную и функцию воздействия, которые накладывают явственный отпечаток на его лексические и стилистические особенности. Такой текст должен быть максимально информационным и выразительным, но при этом лаконичным.

Перейдем к лексическим и стилистическим особенностям американского газетного текста, примеры реализации которых более подробно рассматриваются во второй главе:

1. Частое употребление аббревиатур, в том числе с национально-культурной окраской (*GOP, C.I.A*);
2. Большое количество заимствованной лексики (*quiceañera*);
3. Большое количество аллюзий (*He was William Penn for them*);
4. Большое количество фразеологии, в том числе общественно-политической (*to go cold turkey*);
5. Большое количество неологизмов (*Trumpianity*);
6. Большое количество топонимов и антропонимов (*Great Potato*);
7. Большое количество метафор и образов (*An armchair quarterback*).

### **1.3 Газетный текст в национально-культурном аспекте**

Газеты – один из главных источников информации в стране. Они незамедлительно реагируют на любые изменения в обществе и отражают новейшую информацию.

По нашим наблюдениям при рассмотрении языка газеты важную роль играют фоновые знания. Фоновые знания подразделяются на несколько типов: общечеловеческие, региональные и страноведческие. Именно последние и отражают национальную культуру. Они содержат фоновую информацию, присущи лишь определенной нации или национальности и отражены в языке данной национальной общности [14; 134]. Безусловно, газетный текст изобилует лексическими единицами с национально-культурными семами, так как он непосредственно отражает жизнь в стране со всеми ее особенностями, как было отмечено нами выше.

Язык газеты отражает «специфические факты истории и государственного устройства национальной общности, особенности ее географической среды, характерные черты материальной культуры прошлого и настоящего, этнографические и фольклорные понятия, так называемые реалии». [15; 38]. Что свидетельствует о том, что для адекватного восприятия информации, содержащейся в газетных статьях, необходим запас экстралингвистических знаний.

#### **1.3.1 Тематическая классификация безэквивалентной и фоновой лексики в газете и языковые средства, содержащие национально-культурную информацию**

Как было упомянуто нами выше, в рамках данной работы мы обращаемся к двум общенациональным американским газетам из сектора «качественной прессы» – The New York Times и The Washington Post.

The New York Times принадлежит крупному издательству под одноименным названием. Издание пользуется репутацией респектабельной газеты, которая отвечает за достоверность материалов, публикуемых на ее страницах. Газета публикует информацию обо всех основных событиях,

происходящих в стране и мире, а также объективно их комментирует. Издание имеет 18 секций и освещает информацию в сфере политики, спорта, экономики, науки, культурной жизни и др.

Еще одна американская газета, известная во всем мире – The Washington Post – также освещает события, происходящие в стране и мире.

Тематика публикаций меняется от издания к изданию. Журналистика всегда является отражением жизни общества. Если в повседневной жизни происходит смена ценностей, то происходит и смена тематики публикаций в СМИ. Обе общенациональные газеты публикуют материалы широкой тематики, а именно политического, экономического плана, а также новости из сферы науки, спорта, искусства и других областей человеческой жизни.

По нашим наблюдениям в данных газетах преобладает экономическая и политическая информация. Большое внимание уделяется внешней и внутренней политике президента США Дональда Трампа, взаимоотношениям с Россией, урегулированию конфликта на Ближнем Востоке. Среди экономических новостей можно найти котировки акций, практические советы, куда и как вложить деньги, информацию по кредитной грамотности, что показывает высокую капитализацию общественной жизни в США. Большая часть материалов посвящена спорту, здоровому образу жизни и правильному питанию. В The Washington Post есть разделы, посвященные искусству и развлечениям, путешествиям, дому и саду, моде, детям, национальным праздникам и событиям.

Одной из особенностей газетного текста, которую мы упоминали в предыдущих параграфах, является высокая его информативность и широкий список освещаемых тем. Из этого следует, что и широк разброс тематики и используемых языковых средств. В рамках данной работы мы обращаемся к тем особенностям газетного текста, которые сопряжены с национально-культурной информацией, а следовательно и с безэквивалентной и фоновой лексикой. Мы проанализировали 15 статей из газеты The New York Times и 15 статей из газеты The Washington Post и пришли к выводу, что всю

безэквивалентную лексику, встречающуюся на страницах американских газет можно разделить на две большие группы:

1. Названия различных организаций, ассоциаций, союзов, движений, политических партий, названия частных и государственных компаний, названия государственных учреждений и официальные должности и.т.д.;
2. Наименования предметов национальной культуры, национальная кухня, национальные праздники, национальные музыкальные инструменты, песни, танцы, национальная система измерения, национальная флора и фауна, географические названия, этнонимы и.т.д.

Приняв во внимание концепцию В.Г. Костомарова и Е.М. Верещагина о лексических средствах, содержащих национально-культурный компонент или сему, а также на основании проанализированных газетных статей, нами были выявлены следующие лексические средства, содержащие национально-культурную информацию в указанном количественном содержании:

1. Сокращения и аббревиатуры – 31;
2. Заимствования – 17;
3. Топонимы – 15;
4. Антропонимы – 10;
5. Фразеологизмы – 25;
6. Метафоры и образы – 11;
7. Аллюзии – 19;
8. Неологизмы – 23.

В следующей главе мы более подробно рассмотрим каждое из указанных языковых средств, а также особенности их передачи при переводе, так как для их адекватного восприятия необходимо владеть не только языковым кодом, но также и культурным.

**Вывод к Главе 1:** Таким образом, мы вслед за В.Г. Костомаровым и Е.М. Верещагиным отмечаем важность изучения проблемы национально-культурной информации в переводческом аспекте, так как слова с национально-культурной

семой относятся к безэквивалентной лексике и требуют при переводе особых знаний и умений. В данной главе нами была подробно рассмотрена взаимосвязь языка и культуры, концепт национально-культурной информации и национально-культурного компонента, который рассматривается как единица языка, отражающая национально-культурное своеобразие жизни и истории народа и сопряженная с фоновыми знаниями, а также рассмотрены лексические и стилистические особенности американского газетного текста, сопряженные с национально-культурной информацией.

Анализ обозначенного концепта мы проводили на материалах двух общенациональных американских газетах сегмента «качественной прессы», а именно на материалах газет The New York Times и The Washington Post. Публицистические тексты наиболее быстро реагируют на любые изменения в жизни общества, а значит являются наиболее ярким транслятором изменений и лингвистического плана.

Сочетание двух основных функций газеты – функции информирования и функции воздействия – накладывает отпечаток на выбор языковых средств, использованных авторами. Согласно мнению В.Г. Костомарова и Е.М. Верещагина многие из таких средств выразительности содержат национально-культурный компонент, лежащий в основе нашего исследования. Вышеприведенными учеными были выделены языковые средства, содержащие национально-культурную сему. В аспекте актуальности проблемы межкультурной коммуникации большая роль отводится именно этим языковым единицам. В современных условиях для адекватного их перевода необходимо владеть не только языковой компетенцией, а также и запасом фоновых знаний.

После проведенного анализа нами были выявлены данные языковые средства, содержащие национально-культурный компонент. Сюда, согласно концепции В.Г. Костомарова и Е.М. Верещагина, относятся: аббревиатуры, заимствованная лексика, топонимы и антропонимы, фразеологизмы, метафоры и образы, аллюзии и неологизмы. Вторая глава полностью посвящена транслатологическому анализу выделенных языковых средств.

## **Глава 2. Особенности перевода газетной лексики, содержащей национально-культурную информацию**

### **2.1 Особенности перевода языковых средств, содержащих национально-культурную информацию**

XXI век – это век информации. Все чаще и чаще люди интересуются событиями, происходящими не только в пределах их страны, но также событиями, происходящими во всем мире. В таких условиях сложно отрицать важность СМИ, а, следовательно, и важность их перевода. При этом также важно избегать ошибок при переводе, так как это приводит к искажению оригинальной информации и дезинформированию населения.

Специфика перевода газетных статей обуславливается теми особенностями газетно-публицистического стиля, которые были отмечены нами в первой главе. Язык газетных статей насыщен сокращениями, терминами, эмоционально-окрашенной лексикой, эллиптическими конструкциями и др. Выявление языковой специфики того или иного функционального стиля производится специальной теорией перевода для выявления воздействия этой специфики на процесс перевода, на характер и способы передачи оригинальной статьи на другие языки.

Но кроме вышеприведенной специальной лексики газетные статьи включают лексику с национально-культурным компонентом, проанализированным нами в предыдущей главе. Передача национально-культурной информации при переводе сопряжена с определенными трудностями. Мы проанализировали 30 газетных статей из двух национальных американских газет: The New York Times и The Washington Post, и на основе теории В.Г. Костомарова и Е.М. Верещагина выделили языковые средства, включающие национально-культурный компонент (сокращения и аббревиатуры, заимствования, топонимы и антропонимы, фразеологизмы, метафоры и образы, аллюзии и неологизмы). В следующих параграфах мы рассмотрим каждое из языковых средств по отдельности и проведем их транслатологический анализ. В.Г. Костомаров и Е.М. Верещагин разделили все

языковые средства содержащие национально-культурную информацию на две большие группы: лексические средства, к которым они отнесли аббревиатуры и сокращения, заимствованную лексику, топонимы и антропонимы, фразеологизмы и неологизмы, и стилистические средства, а именно метафоры, образы и аллюзии.

### **2.2.1 Перевод лексических средств с национально-культурным компонентом**

**Перевод аббревиатур:** Газетный текст отличается стремлением к экономии и компрессии. Информация часто представлена в сжатом виде. Поэтому американские газеты богаты на аббревиатуры. Некоторые из них содержат в себе национально-культурную информацию. Перевод их сопряжен с определенными сложностями. В рамках данной работы мы не рассматриваем лексико-грамматические и структурные особенности аббревиатур и сокращений, а рассматриваем именно национально-культурную специфику и способы их перевода. Проблемой перевода сокращений и аббревиатур занимались многие ученые, в том числе и Д.И. Алексеев [1; 78].

После проведенного нами анализа мы выяснили, что чаще всего в американской прессе встречаются инициальные (с точками в написании и без) аббревиатуры, связанные с названиями организаций и структур. Часть из них легко узнаваема в силу того, что они приобрели общественную значимость и регулярную воспроизводимость (*C.I.A.*, *F.B.I.*, *app* и *др.*), но для перевода другой части требуется определенный запас лингвострановедческой информации и применение переводческих трансформаций (*DACA*, *G.O.P.*).

В 30 проанализированных американских газетных статьях мы выделили 31 пример сокращений и аббревиатур. Проанализировав переводы этих статей редакцией сайта ИНОСми, мы пришли к выводу, что среди предпочтительных способов перевода аббревиатур и сокращений выделяются следующие, в том количественном содержании, что было встречено нами в проанализированных газетных статьях (в основе лежит классификация Д.И. Алексеева [1; 45]):

1. Транслитерация – 10;

2. Заимствование в исходном виде – 6;
3. Развертывание аббревиатуры – 7;
4. Создание адекватной замены средствами русского языка – 8.

При этом вышеприведенные способы при первом упоминании в тексте чаще всего сочетаются с экспликацией.

Рассмотрим следующие примеры из газеты The New York Times и их переводы:

*“Trump wants back into the TPP”*. В данном предложении речь ведется о транстихоокеанском партнерстве, заключенным между 12 странами Азиатско-Тихоокеанского региона, в которое Россия не входит. Соответственно для ряда носителей языка данная лексическая единица может оказаться незнакомой. В переводе ИноСМИ данная аббревиатура сначала представлена в полном виде: *«Трамп хочет вернуться в Транстихоокеанское партнерство»*; а повторно уже в виде инициальной аббревиации ТТП. Таким образом, в ходе перевода были применены приемы развертывания (при помощи калькирования) и прямого перевода.

*“The self-destruction of Paul Ryan and the G.O.P”*. Аббревиатура G.O.P. расшифровывается как «Grand Old Party» (Великая Старая Партия) и используется для названия одной из двух основных политических партий в США – Республиканской партии. В русскоязычных переводах американских статей сокращенный вариант не употребляется, ввиду наличия устоявшегося эквивалента представляющего цельное словосочетание. Сайт ИноСМИ переводит приведенное предложение следующим образом: *«Самоликвидация Пола Райана и Республиканской Партии»*, применяя способ развертывания и создания адекватной замены.

*“I.R.S. urges taxpayers to pay timely”*. I.R.S. расшифровывается как «Internal Revenue Service» (Служба внутренних доходов), и в русско-язычных текстах встречается преобразованной при помощи приемов развертывания и поиска адекватной замены – *«Налоговая служба США призывает налогоплательщиков платить своевременно»* (прим. перевода ИНОСми).

*“New changes in DACA policy”*. В данном случае DACA – «Deferred Action for Childhood Arrivals» не имеет аналога в русском языке и встречается в текстах перевода в исходном виде с применением описательно-объяснительного перевода. *«Новые изменения в политике DACA (иммиграционная политика, предоставляющая детям, попавшим в США нелегально, возможность найти работу или поступить в колледж и избежать депортации)»*.

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать вывод, что большая часть аббревиатур связана с национально-культурным компонентом, так как именно с помощью них передаются названия организаций и структур, действующих в границах определенной страны и отсутствующих за ее пределами. Для их перевода переводчик должен обладать определенными знаниями лингвострановедческого характера и уметь применять переводческие трансформации.

***Перевод заимствованной лексики:*** Согласно определению Л.Л. Нелюбина, «заимствование – это обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий и дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов» [29; 11]. Заимствования являются важным фактором развития и изменения лексической системы языка. Чаще всего заимствованная лексика в американской прессе встречается в форме экзотизмов и варваризмов, связанных с культурной сферой.

США – являются многонациональным государством, внутри которого сосуществуют представители различных народностей. Поэтому в американской прессе можно встретить заимствования практически из любого языка. После приведенного нами анализа, мы пришли к выводу, что наиболее часто встречаются заимствования из испанского, итальянского, французского языков и иврита, так как представители данных национальностей составляют большую часть населения. Среди сфер, где заимствования наиболее употребимы, мы

можем выделить наименования реалий, связанных с национально-культурными особенностями, такими как национальные блюда, праздники, традиции и др.

В проанализированных нами газетных статьях было выявлено 17 примеров заимствований. Среди наиболее употребимых способов перевода мы выделяем следующие (согласно классификации Л.Л. Нелюбина) [29; 23]:

1. Заимствование в исходном виде – 5;
2. Экспликация – 4;
3. Буквальный перевод (транскрипция, транслитерация, калькирование) – 5;
4. Лексические преобразования (генерализация, конкретизация, смысловое развертывание итд.) – 3.

Рассмотрим следующие примеры из газеты The Washington Post:

*“Her 11<sup>th</sup> cookbook is a tour de force of Jewish cooking from around the globe”*. В данном предложении присутствует варваризм «a tour de force» (literally «feat of strength»), заимствованный из французского языка и имеющий достаточно широкое семантическое поле, включающее следующие значения: «мастерство в какой-либо сфере, выдающееся достижение в чем-либо»). Сайт ИноСМИ дает следующий способ перевода: *«Ее 11я кулинарная книга была написана о настоящем tour de force (фр. буквально «подвиг») Еврейской кухни по всему миру»*, где применяется заимствование в исходном виде с объяснением. На наш взгляд также возможен следующий вариант перевода: *«Ее 11 книга была написана о великом мастерстве силы Еврейской кухни по всему миру»*; с применением калькирования, так как данный способ облегчает задачу читателю и выглядит менее громоздко.

*“He took them to a shantytown, where they stopped at a shack of a local drug queen who makes dresses for young girls to their quiceañera celebrations”*. В данном предложении мы можем наблюдать варваризм, заимствованный из испанского языка. Quiceañera – это праздник в Латинской Америке, который устраивается для девочек по случаю достижения ими 15-ти летнего возраста.

Сайт ИНОСми при переводе использует прием заимствования в исходном виде с пояснением: *«Он отвел их в трущобы, в хижину к местной наркокоролеве, которая шила платья для маленьких девочек по случаю праздника quiseañera (праздник в Лат. Амер. по случаю достижения девочками 15-ти летнего возраста)»*. Мы, в свою очередь, можем также выделить экспликацию как возможный способ перевода: *«Он отвел их в трущобы, в хижину к местной наркокоролеве, которая шила платья для маленьких девочек по случаю праздника в честь достижения ими 15-ти летнего возраста»*.

*“Nathan has tracked down more than 170 recipes for the book: Mazagna Verde, Zucchini Quajado, Katapoulo Psito and many others”*.

В данном предложении, где идет речь о национальной кухне, переводчики ИНОСми использовали прием транскрипции: *«Натан записала более 170 рецептов для книги: Мазанья Верде, Цуккини Куаджадо, Катапоуло Псито и многие другие»*. Мы также видим возможным применение экспликации, облегчающей понимание для читателя и имеющей более яркую образность: *«Натан записала более 170 рецептов для книги: ликер из диких яблок, запеканка из цуккини с сыром, греческая курица, запеченная с овощами и многие другие»*.

Таким образом, заимствованная лексика имеет высокую частоту встречаемости в газетном тексте, так как повествование в нем ведется о национальных событиях, участниками которых являются представители различных народностей. Для перевода такой лексики необходим запас страноведческой информации или обращение к специальным источникам.

***Перевод топонимов и антропонимов:*** Язык американской прессы богат на топонимы и антропонимы. Состав топонимов любого языка чрезвычайно широк и неоднороден. Безусловно, каждый топоним, без которых не обходится практически ни одна публикация в газете, имеет национально-культурный компонент и отличается богатством культурных ассоциаций.

Топонимы являются результатом исторического формирования и связаны с определенным набором ассоциаций носителей языка. Для их перевода

необходимо наличие фоновых знаний. А принимая во внимание многонациональность США, мы можем предположить какое разнообразие различных топонимов можно встретить на страницах газет.

Разнообразие топонимики США связано в первую очередь с географическим положением (к примеру, близостью испаноговорящих стран), а также особенностями исторического формирования страны, у истоков которого стояли представители многих европейских народов. Взглянув на географическую карту США можно встретить совершенно разные по форме и происхождению названия (*Point Pleasant Beach, Seaside Heights, Albuquerque, Baton Rouge, Des Moines, Missoula, Monterey, Montgomery, Frankfort, Raleigh, Augusta, Cincinnati*), для перевода которых необходимо уметь применять переводческие трансформации. Наряду с обычными топонимами существуют меморативные, которые кроме обозначения какой-либо местности несут в себя ряд культурных ассоциаций, в данном случае мы говорим о «культурной памяти» языковой единицы [27; 98]. Для перевода таких единиц необходим запас экстралингвистических знаний. К примеру, в России Краснодарский край часто называют Золотым краем, а Кавказ – здравницей России, при переводе ассоциативная связь теряется и необходимо прибегать к переводческим трансформациям, чтобы адекватно донести смысл. Такая же тенденция наблюдается и в английском языке. Зачастую топонимы играют ключевую роль в газетной статье, являясь смысловым ядром статьи.

После проведенного нами анализа, мы выяснили, что среди топонимов США можно выделить лексические единицы следующих уровней:

1. Коренная топонимия доевропейского происхождения. Здесь речь ведется о лексических единицах с индейскими корнями (*Alabama* – название штата берет начало от одноименной реки, название которой дали коренные племена индейцев, проживавшие на ее территории), зачастую топонимы соответствуют самому названию племени: *Waco, Pasacagoula, Chengwatana, Shakopee*;

2. Топонимия первооткрывателей, которая включает в себя слова с испанскими корнями (к примеру, название штата Колорадо происходит от испанского прилагательного *Colorado*, которое переводится как красный. Зачастую такие названия включают в себя характерные испанские элементы: *La Puente*, *El Centro*, *Los Angeles*, *Las Vegas*) и французскими корнями (данные лексические единицы имеют графический вид, схожий с языком-донором: *Dubois*, *Bordulac*, *Belmont*, *Bellevue*);
3. Топонимия массового заселения, включающие названия с корнями многих европейских языков. (*Arizona* - есть точка зрения, что название происходит от баскского *aritz onak* (хороший дуб)).

Также на страницах газет часто можно встретить антропонимы во всем их широком проявлении. Но чаще всего встречаются имена собственные каких-либо исторических или современных личностей.

В ходе анализа мы выявили 15 случаев топонимов и основные способы и принципы передачи их при переводе. Данные принципы и способы выявлены на основе классификации Ермоловича Д.И. [21; 43]:

1. Принцип графического подобия, который заключается в сохранении графической формы. Наиболее актуален данный способ для языков с одинаковой или близкой графической основой письменности. (*Sacramento* – *Сакраменто*);
2. Принцип фонетического подобия, который заключается в сохранении фонетической близости. Данный способ превалирует при переводе на русский язык (*New York* – *Нью-Йорк*);
3. Принцип благозвучия, который заключается в том, чтобы привести слова к более привычной форме для восприятия носителями языка перевода. (К примеру, для русскоязычных людей непривычны такие сочетания букв как йо, жю, йэ и др., поэтому при переводе приходится отступать от правил транскрипции и транслитерации. (*Pasacagoula* – *Пасакагула*);

4. Принцип адаптации к грамматической системе языка перевода, который заключается в том, что слова приобретают характерные для языка перевода флексии или род. (*The Mississippi River* в русском языке женского рода, когда в английском – среднего).

К наиболее высокочастотным способам перевода топонимов и антропонимов мы можем отнести:

1. Использование в переводе пояснительных элементов, чаще всего выражается через подстановки – 4;
2. Переводческий комментарий или энциклопедическая сноска – 5;
3. Разрешение меморативного топонима с последующей заменой его на общепринятый эквивалент, чаще всего осуществляется через рекатегоризацию (замена признака объектом) – 6;
4. Транслитерация – 5;
5. Транскрипция – 5.

Проиллюстрируем вышесказанное примерами из *The Washington Post*:

*“Montgomery County effort coincides with startling report on traffic deaths”.*

Далее приведем перевод сайта ИНОСми: *«Старания округа Монтгомери совпадают с ужасающими отчетами о смертях на дорогах»*. В данном предложении переводчиками ИНОСми был использован прием транслитерации.

*“Violent Night in Dubois leaves two people dead. Dubois became an unsafe place”.* Перевод ИНОСми: *«Жестокая ночь в Дюбуа: трое было убито. Дюбуа становится опасным местом»*. Здесь мы можем наблюдать прием транскрипции с грамматической адаптацией к системе языка.

*“What's new in Home of American Constitution?”* Для перевода данного предложения необходим запас экстралингвистических знаний. Конституция США была подписана 17 сентября 1787 года в Филадельфии, с тех пор этот город часто называют "домом американской конституции". При переводе переводчики ИНОСми использовали прием разрушения меморативного топонима с заменой его на общепринятый эквивалент: *«Что нового в*

*Филадельфии?»* На наш взгляд при таком переводе теряется игра слов, которая играет важную роль в газетном тексте. Более уместным будет перевод при помощи использования поясняющих элементов-подстановок: *«Что нового в Филадельфии – Родине американской Конституции?»*

*“I met this guy, he said famous potatoes is his home”.* Без экстралингвистических знаний перевести данное предложение достаточно трудно. Но зная о том, что в США у каждого штата есть неофициальное название, которое часто в текстах употребляется вместо официального. Обладая рядом экстралингвистических знаний, можно понять, что речь идет об Айдахо. Именно этот штат является крупным поставщиком картофеля по всей территории Америки, и поэтому за ним закрепилось такое название. Для других штатов также существуют свои субституты, так: 10000 lakes – Minnesota, Amber waves of grain – Indiana, the Silver State – Nevada.

Переводчики ИНОСми при переводе вышеприведенного примера снова опускают меморативный топоним и заменяют его общепринятым эквивалентом: *«Я встретила того парня, он сказал, что он из Айдахо».* Мы, в свою очередь, видим возможным использование в переводе поясняющих элементов для сохранения образности: *«Я встретила того парня, он сказал, что он из Айдахо, штата что славится своим картофелем».*

Для перевода антропонимов чаще всего используются приемы транскрипции и транслитерации с возможным применением переводческого комментария или сноски.

Таким образом, перевод топонимов и антропонимов сопряжен с рядом трудностей. Для адекватного перевода переводчику необходимо обладать запасом экстралингвистических знаний и уметь грамотно применять переводческие трансформации.

**Перевод фразеологизмов:** Фразеологизмы – широкий пласт лексики, напрямую связанный с национально-культурной информацией. Именно идиоматика фразеологизмов сохраняет и отражает культуру народа. Фразеологизмы показывают все стороны материального и духовного мира.

Зачастую в основе фразеологической единицы лежит метафора или символика, сопряженная с индивидуальным набором представлений о мире носителя языка, или другими словами – с набором реалий. Перевод таких лексических единиц сопряжен с определенными трудностями.

«Фразеологические единицы возникают не столько для того, чтобы описывать мир, сколько для того, чтобы его интерпретировать и выражать к нему субъективное отношение» [27; 82]. Стоит отметить, что не все фразеологизмы несут в себе национально-культурную информацию. К примеру, библейские фразеологизмы (*Adam's Apple* – *Адамово Яблоко*) несут в себе элемент смысла общий для многих народов, фразеологизмы с национально-культурной семой же должны быть характерны для какого-то определенного этноса. Ко второму типу мы можем отнести фразеологические единицы с топонимами, антропонимами, зооморфизмами, названиями реалий.

В ходе анализа газетных статей мы выявили 25 случаев фразеологизмов.

Проблемой их перевода занимался В.Н. Комиссаров. Согласно его классификации мы выявили следующие способы перевода таких единиц [24; 71]:

1. Фразеологический эквивалент – 2;
2. Фразеологический аналог – 5;
3. Калькирование (возможно с дополнениями) – 4;
4. Описательный перевод – 6;
5. Антонимический перевод – 2;
6. Разрушение фразеологизма и замена его стилистически нейтральной фразой – 6.

Но наличие национально-культурного компонента значительно сокращает выбор доступных способов перевода. Так невозможно использовать фразеологический эквивалент, так как его попросту не существует в языке перевода. Проиллюстрируем вышесказанное примерами из газеты *The New York Times*:

*“Around the time I turned 40, I decided to go cold turkey with all my bad habits”*. В данном предложении мы можем наблюдать фразеологизм с национально-культурным компонентом, построенный на реалии. В Америке существует такой праздник, как День Благодарения, в который принято подавать к столу запеченную индейку. Данное блюдо требует долгого и тщательного приготовления, а холодная индейка – индейка без приготовления. Таким образом, приведенный выше фразеологизм имеет значение «бросить что-то без подготовки», в большинстве случаев это связано с вредными привычками. Сайт ИНОСми дает следующий вариант перевода: *«Когда я достигла 40-летнего возраста, я решила разом избавиться от всех вредных привычек»*. Переводчики прибегают к приему разрушения фразеологизма и замены его стилистически нейтральной фразой. Но на наш взгляд, в этом случае теряется заложенная автором игра слов, и мы видим возможным использование субституции фразеологическим аналогом с применением антонимического перевода. *«Когда я достигла 40-летнего возраста, я решила не тянуть канитель и избавиться от всех вредных привычек»*. Прямой перевод не обеспечит должного регулятивного воздействия, так как будет непонятен носителям языка перевода. Не существует в русском языке также и стопроцентного эквивалента данному фразеологизму.

*“Who is the best armchair quarterback for our uncle Sam?”* В данном предложении присутствуют сразу два фразеологизма. И без запаса фоновых знаний адекватный перевод представляет сложность. Первый фразеологизм связан с популярным видом спорта в США – американским футболом. Quarterback или защитник является самым важным игроком команды. Зачастую исход игры зависит именно от него, так как он руководит ее ходом. Соответственно, защитник, который сидит на скамейке запасных не может принимать активного участия в игре. An armchair quarterback – это человек, который не принимает участия в действии, но дает советы, как лучше поступить. Uncle Sam или дядя Сэм – это персонифицированный образ США. Предположительно возник во время британо-американской войны 1812 года и

связан с Сэмом Уилсоном, который поставлял провизию армии США и подписывал бочки с ней U.S. (USA), что совпадало с первыми буквами его имени и фамилии. Данный образ зачастую ассоциируется с США, а в частности с правительством страны, и имеет ироничный характер.

ИНОСми переводит данное предложение следующим образом: *«Кто лучший диванный аналитик для дядюшки Сэма?»* Первый фразеологизм был переведен фразеологическим аналогом, а второй при помощи калькирования. Для первого фразеологизма в русском языке нет полноценного эквивалента, так как отсутствует реалия, связанная с ним. Такой вид спорта, как американский футбол, не распространен среди русскоязычного населения, поэтому прямой перевод не сможет обеспечить равного прагматического эффекта. Второй фразеологизм широко известен за пределами страны и не несет ярко-выраженного национально-культурного компонента и может быть переведен при помощи калькирования.

*“He turn to be a man from Missouri”*. Фразеологизм в данном предложении связан с топонимом. Среди американцев распространено мнение, что жители этого штата крайне скептически и недоверчивы. Исходя из этого, приведенный выше фразеологизм используется, чтобы охарактеризовать человека, который не верит на слово. ИНОСми переводит данное предложение следующим образом: *«Он оказался убежденным скептиком»*, применяя способ разрушения фразеологизма и замены его на стилистически нейтральную фразу. В свою очередь, мы хотим предложить перевод с сохранением фразеологизма и стилистической окраски: *«Он оказался неверующим Фомой»*.

Таким образом, перевод фразеологизмов сопряжен с определенными трудностями. Для их перевода необходимо обладать фоновыми знаниями и уметь правильно применять переводческие трансформации.

**Перевод неологизмов:** Одной из характеристик газетного текста, отмеченных нами в первой главе, была быстрая репрезентация произошедших событий, что напрямую связано с возникновением неологизмов. Чаще всего в газетном тексте они возникают для наименования новых реалий или для более

краткого или выразительного обозначения уже существующих. Наиболее часто неологизмы встречаются в сфере политики. Перевод их связан с определенными трудностями, так как многие из них еще не зафиксированы словарями. Для перевода переводчику необходимо проанализировать способ образования неологизма и его коннотацию. После проведенного нами анализа мы выявили, что наиболее предпочтительными способами перевода неологизмов являются следующие (согласно классификации В.Н. Комиссарова [24; 112]):

1. Транслитерация и транскрибирование – 6;
2. Калькирование – 7;
3. Описательный перевод – 6;
4. Прямое включение – 4.

Проиллюстрируем вышесказанное примерами из газеты The Washington Post:

*“Clintonism, Trumpism: what’s next?”* В данном примере мы можем наблюдать два неологизма, построенных по продуктивной модели словообразования при помощи добавления деривационного суффикса -ism, к основе, выраженной именем собственным. Переводчики ИНОСми дают следующий перевод с использованием калькирования: *«Клинтонизм, Трампизм: что дальше?»*

*“Bernies Bros are back to scene”*. В данном предложении мы можем наблюдать неологизм, возникший в предвыборной гонке США в 2016 году. Он относится к сторонникам кандидата в президенты Сандерса. Сайт ИНОСми переводит данное предложение при помощи описательного перевода: *«Сторонники Сандерса снова активизировались»*.

### **2.2.2 Перевод стилистических средств с национально-культурным компонентом**

**Перевод метафор и образов:** Как было упомянуто нами в предыдущей главе, газетный текст сочетает в себе информативность и выразительность. Одной из его ключевых функций является функция убеждения и воздействия.

Авторы прибегают к различным средствам выразительности, чтобы сделать газетную статью более экспрессивной.

По словам Ш. Балли: «Мы уподобляем абстрактные понятия к предметам чувственного мира, ибо для нас это единственный способ познать их и ознакомить с ними других. Таково происхождение метафоры; метафора - это не что иное, как сравнение, в котором разум под влиянием тенденции сближать абстрактное понятие и конкретный предмет сближает их в одно целое» [6; 221]. Изучению этого явления языка посвящены работы следующих авторов: А.А. Потебни [30], Н.Д. Арутюновой [3], Дж. Лакоффа и М. Джонсона [26], В.И. Телии [35], Ю.С. Степанова [34] и других.

В метафоре заключена фоновая информация, ее возникновение связано с концептуальной системой носителей языка и их представлениями о мире. Это культурная парадигма, объединяющая фоновые знания всего человечества в целом и отдельной культурно-этнической общности, в частности [36; 20].

В рамках нашего исследования мы придерживаемся точки зрения Н. Д. Арутюновой [3; 333-343] о существовании трех видов метафор: номинативной, образной и концептуальной. Наиболее часто (в 60% случаев в 30 проанализированных газетных статьях) встречается концептуальная метафора, связанная с осмыслением и обозначением событий. Для полного осмысления такого вида метафор необходимо владеть концептуальной системой носителей языка, чтобы до конца понимать, какой скрытый заложен в их основе.

В американском газетном тексте наиболее часто встречаются политические метафоры, служащие для придания большей выразительности.

Перевод метафор связан с целым рядом лингвистических трудностей. Перед переводчиком стоит задача адекватной передачи образности и соблюдения стилистического и прагматического эффектов. Теория перевода тяготеет к переводу метафор с их сохранением, но это не всегда возможно [17; 137]. В.Н. Вовк заявлял, что опущение и искажение метафор изменяет авторский замысел [16; 19]. После проведенного нами анализа мы выявили, что

наиболее часто встречающимися способами перевода являются следующие, соответствующие классификации В.Н. Комиссарова [24; 92]:

1. Перевод, основывающийся на том же самом образе (mousy little person ‘бесцветный мышонок’) – 2;
2. Перевод, основывающийся на ином схожем образе (a ray of hope ‘проблеск надежды’) – 5;
3. дословный перевод метафоры (as black as sin ‘черен, как грех’) – 1;
4. неметафорическое объяснение (as large as life ‘в натуральную величину’) – 3.

Проиллюстрируем вышесказанное примерами из The Washington Post:

*“Hey, Democrats! What’s the big idea of the Russian “Chief Bear”?”* Здесь мы можем наблюдать метафору, построенную на концепции образа президента России в восприятии американцев. Данная метафора напрямую связана с их концептуальной картиной мира и заложенными в ней представлениями о других странах. Большинство иностранцев ассоциируют Россию с таким животным, как медведь. Именно на такой ассоциативной связи и построена данная метафора.

Переводчики ИНОСми переводят приведенное выше предложение следующим образом: *«Здравствуйте, Демократы! Что теперь на уме у российского «главного мишки»?»* Переводчики прибегают к прямому переводу метафоры, так как образ, на котором она построена, хоть характерен для американского восприятия, все же известен для носителей русского языка. Поэтому в данном случае нет необходимости прибегать к каким-либо дополнительным преобразованиям.

*“Democrats are dancing in the end zone”.* Даная метафора связана с традиционным видом спорта в США – американским футболом. Буквальное ее значение «праздновать победу после групповых усилий». Футболисты, после подведения итогов матча, празднуют победу за линией подсчета очков (the end zone). Американский футбол не распространен в России. Его правила и терминология не известны широким массам, из чего следует, что перевод при

помощи метафоры, построенной на том же образе, а также прямой перевод невозможны.

Сайт ИНОСми дает следующий перевод: *«Демократы пьют шампанское после общей победы»*. В данном случае используется способ перевода при помощи метафоры со схожим образом. В свою очередь, мы также видим перевод при помощи неметафорического объяснения: *«Демократы празднуют общую победу»*. Но в данном случае теряется заложенная автором образность. Поэтому мы считаем первый способ более предпочтительным.

*“Democrats have to pay up, right off the bat”*. Данная метафора связана с другим популярным видом спорта в США – бейсболом. Буквальное ее значение – сделать что-то немедленно. Сайт ИНОСми переводит данное предложение следующим образом: *«Очень скоро демократам придется расплатиться»*, используя прием неметафорического объяснения.

Таким образом, перевод метафор также сопряжен с определенными трудностями, обусловленными тем, что перед переводчиком встает задача сохранить образность, лексическую окраску и регулятивный эффект. Особую трудность представляют метафоры с национально-культурным компонентом, так как они описывают реалии, несвойственные носителям языка перевода, и требуют дополнительных усилий при переводе.

**Перевод аллюзий:** Аллюзии – важное средство передачи фоновой информации. Они отсылают к каким-либо другим текстам, историческим личностям, фактам, цитатам. Для их перевода переводчику, в первую очередь, необходимо их распознать, для чего необходим большой запас фоновых знаний. В рамках данного исследования мы не рассматриваем аллюзии, отсылающие к каким-либо общеизвестным фактам, а обращаемся к аллюзиям с американской национально-культурной спецификой.

В результате анализа 30 газетных статей мы выделили 19 примеров аллюзий, а также следующие способы их перевода (согласно классификации Арутюновой Н.Д. [3; 99]):

1. Описательный перевод – 5;

2. Использование поясняющих элементов – 4;
3. Наличие комментария – 3;
4. Культурная адаптация – 5;
5. Отсутствие какой-либо адаптации – 2.

При переводе переводчику приходится делать выбор: сохранить информативный потенциал аллюзии и пожертвовать стилистическим аспектом, что имеет место при добавлении комментариев или дословном переводе (при этом происходит потеря эффекта неожиданности от узнавания); или же сохранить функциональную нагрузку аллюзии и ее стилистическую окраску, что имеет место при замене аллюзорной единицы на единицу, имеющую национальную специфику языка перевода или при описательном переводе. Проиллюстрируем вышесказанное примерами из газеты The New York Times:

*“Tom Wolf became new William Penn for Pennsylvania”*. Здесь мы можем наблюдать отсылку к такой исторической личности, как Уильям Пенн. Уильям Пенн считается основателем штата Пенсильвания и высоко чтится среди американского народа, как человек, внесший значительный вклад на благо государства. Нынешний губернатор штата Том Вольф «делит» с Пенном все положительные рекомендации и через приведенную аллюзию характеризуется как уважаемый американцами человек. Для русскоязычного читателя данная аллюзия будет не совсем понятна, в силу того, что она строится на факте из истории США. Переводчики ИНОСми при переводе оставляют аллюзию без каких-либо пояснений: *«Том Вульф стал Уильямом Пенном для Пенсильвании»*, что на наш взгляд усложняет задачу читателям, незнакомым с американской историей. Мы, в свою очередь, видим возможным перевод с использованием комментария: *«Том Вульф стал своего рода Уильямом Пенном\* для Пенсильвании»*. \*Уильям Пенн – основатель штата Пенсильвания, высокочтимый за заслуги перед государством. На наш взгляд данный способ перевода делает понимание заложенной аллюзии легче.

*“There are new waves of protest against the Second Amendment. People with the sighs “No Columbine again” on the streets”*. Данная аллюзия построена на

известном факте стрельбы в американской школе Колумбайн. Сайт ИНОСми предоставляет следующий перевод: «Новая волна протестов против Второй Поправки. Люди вышли на улицы с плакатами, на которых написано *«Мы не хотим еще одного Колумбайна»*». В данном случае мы наблюдаем отсутствие какой-либо адаптации в силу того, что история стрельбы в школе Колумбайн широко известна и за пределами США, и для читателя не и

**Вывод к Главе 2:** Таким образом, нами были проанализированы все языковые средства, выделенные В.Г. Костомаровым и Е.М. Верещагиным в качестве языковых средств, содержащих национально-культурный компонент. Мы проанализировали 30 статей из двух общенациональных американских газет, а также переводы этих статей сайта ИНОСми и выделили основные способы перевода к каждому виду языковых единиц с национально-культурной семой. Стоит принять во внимание, что для перевода таких единиц переводчик должен обладать широкими фоновыми знаниями и уметь грамотно применять переводческие трансформации. Для облегчения переводческой задачи в Приложении сформирована единая база способов передачи языковых единиц с национально-культурной информацией при переводе.

## **Заключение**

Таким образом, нами была проанализирована важная проблема взаимосвязи языка и культуры, впервые обозначенная В. фон Гумбольдтом. Опираясь на научные труды многих ученых, в первую очередь, на труды Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, мы рассмотрели концепт национально-культурной информации. Также в ходе исследования были проанализированы основные стилистические и лексические особенности американского газетного текста, как наиболее релевантного источника новостей лингвистического плана.

В ходе исследования мы проанализировали 30 газетных статей двух общенациональных американских газет сегмента «качественной» прессы – The New York Times и The Washington Post и, опираясь на точку зрения В.Г. Костомарова и Е.М. Верещагина, выявили языковые средства, содержащие национально-культурную информацию. После чего провели их транслатологический анализ, опираясь на материалы американских газет и их переводы русским электронным изданием ИНОСми. В Приложении сформирована методическая база по переводу обозначенных нами языковых единиц.

Также в ходе исследования были сделаны следующие выводы:

1. Язык всегда воплощает в себе своеобразие целого народа, дух нации. Язык способен отображать национально-культурную особенность его носителей. И именно в языке, по мнению В. фон Гумбольдта, в виде языковых кодов отражаются национальные особенности той или иной культуры;
2. Каждая языковая или речевая единица, самостоятельно выполняющая функцию национально-культурной номинации в тексте, может и должна оцениваться как носитель национально-культурной информации с трех позиций: общекультурной, текстовой и языковой. Все слова языка составляют его лексический запас. Лексика может быть двух видов: 1) выражаемой на разных языках без каких-либо информативных потерь,

т.е. лексика, которая имеет эквиваленты; а может быть 2) безэквивалентной;

3. Национально-культурный компонент в семантике лексической единицы подразумевает под собой наличие национально-культурных семантических долей, или другими словами, семантических признаков, которые формируются в границах одной культуры. Согласно концепции Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, связь национальной культуры и языка осуществляется через национально-культурный компонент;
4. Газета является транслятором изменений лингвистического плана. Ряд лексических и стилистических особенностей, обозначенных нами в первой главе, необходимо принимать во внимание при переводе;
5. Согласно концепции Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова к языковым единицам с национально-культурным компонентом относятся следующие: аббревиатуры и сокращения, заимствованная лексика, топонимы и антропонимы, фразеологизмы, метафоры и образы, аллюзии и неологизмы;
6. При переводе обозначенных выше языковых единиц необходимо обладать широким запасом фоновых знаний, а также уметь грамотно применять переводческие трансформации. Рекомендации по переводу сформулированы в Приложении.

## Список литературы

1. Алексеев Д.И. Словарь сокращений русского языка. / Д.И. Алексеев - М.: Оникс, 2001. - 457 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. / И.В. Арнольд - М.: Просвещение, 1990. - 260 с.
3. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. // Теория метафоры: Сборник / Н.Д. Арутюнова – М.: Прогресс, 2000. - 345 с.
4. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. / Н.Д. Арутюнова - М.: Язык русской культуры, 1998. - 895 с.
5. Ахманова О.С. О методологии языкознания. // Вопросы языкознания / О.С. Ахманова, И.Е. Краснова - М. Просвещение, 2001. – 320 с.
6. Балли Ш. Язык и жизнь. / Ш. Балли - М.: Едиториал УРСС, 2003. - 232 с.
7. Бархударов Л.С. Язык и перевод. / Л.С. Бархударов - М.: Высшая школа, 1975. - 403 с.
8. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. / Т.А. Ван Дейк - М.: Прогресс, 1999. 312с.
9. Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие. / У. Вайнрайх; пер. с англ. А.К. Жолковского - М.: Прогресс, 1999. - 560 с.
10. Васильева А.П. Газетно-публицистический стиль. / А.П. Васильева - М.: Русский язык, - 2001. - 433 с.
11. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для вузов. / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. 12-е изд. - М.: Феникс, 2005. - 544 с.
12. Верещагин Е.М. Лингвострановедческая теория слова. / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров - М.: Рус. Яз., 1980. - 320 с.

13. Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. - 4-е изд., перераб. и доп. / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров - М.: Рус. Яз., 2003. - 269 с.
14. Верещагин Е.М. В поисках новых путей развития лингвострановедения: Гиноте́за логоэнисте́мы. / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров - М.: Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 2002. - 168 с.
15. Виноградов В.В. Русский язык // Грамматическое учение о слове. - 3-е изд., испр. и доп. / В.В. Виноградов - М.: Высшая школа, 1986. - 639 с.
16. Вовк В. Н. Языковая метафора в художественной речи / В. Н. Вовк - Киев: Наук. думка, 1986. - 142 с.
17. Гак В.Г. К диалектике семантических отношений в языке // Принципы и методы семантических исследований. / В.Г. Гак - М.: Просвящение, 2004. - 240 с.
18. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. / В. Гумбольдт пер. с нем. Г.В. Рамашвили - М.: Оникс, 2005. - 396 с.
19. Гумбольдт В. Характер языка и характер народа. / В. Гумбольдт пер. с нем. Г.В. Рамашвили. - М.: Прогресс, 2005. - 451 с.
20. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов // Опыт исследования современной английской медиаречи. / Т.Г. Добросклонская - М. Едиториал УРСС, 2005. – 345 с.
21. Ермолович Д.И. Основы профессионального перевода. / Д.И. Ермолович - М.: Логос, 1996 - 124 с.
22. Журавлева Е.В. Испанский газетный текст как источник национально-культурной информации. // автореф. дисс. канд. филол. наук./ Е.В. Журавлева - М.: РУДН , 2006. - 226 с.
23. Залевская А.А. Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию // Языковое сознание и образ

- мира. Сборник статей. / А.А. Залевская - М.: Институт языкознания РАН, 2000. - с. 39-54.
24. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). / В.Н. Комиссаров - М.: Высшая школа, 1990. - 253 с.
25. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. / В.Г. Костомаров - М.: Златоуст, 1999, - 320 с.
26. Лакофф Д. Метафоры, которыми мы живем. / Д. Лакофф, М. Джонсон пер. с англ. А.Н. Барановой - М.: Едиториал УРСС, 2004. - 256с.
27. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд. / В.А. Маслова - М.: Академия, 2004. - 208 с.
28. Михайлов С.А. Периодическая печать Соединенных Штатов Америки: учеб. пособие. / С.А. Михайлов - СПб.: издательство С.-Петерб. ун-та, 1998 - 320 с.
29. Нелюбин Л.Л. Толковый переводческий словарь. 3е изд-е, перераб. / Л.Л. Нелюбин - М.: Флинта, 2003. - 318 с.
30. Потебня А.А. Теория словесности. Тропы и фигуры. / А.А. Потебня – М.: Каскад, 2010. – 400 с.
31. Райхштейн А.Д. Национально-культурная значимость слов и словесных комплексов в художественном тексте. / А.Д. Райхштейн - М.: Русский язык, 1987. – 176 с.
32. Розенталь Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов. Пособие для учителей. Изд.2-е, испр. и доп. / Д.Э. Розенталь - М.: Просвещение, 1976 - 543с.
33. Солганик Г.Я., Стилистика текста: учеб. пособие. / Г.Я. Солганик - М.: Флинта: Наука, 2003. - 256 с.

34. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. - / Ю.С. Степанов - М.: Акад. проспект, 2001. - 989 с.
35. Телия В.Н. Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания / В.Н. Телия - М.: Просвещение, 2006. – 467 с.
36. Темнова Е.В. Функционально-прагматическая роль метафоры в публицистическом дискурсе (на материале английского языка). // автореф. дисс. канд. филол. наук./ Е.В. Темнова - М.: МГУ, 2004. - 22 с.
37. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы: Пособ. по страноведению. Г.Д. Томахин - М.: Высш. шк., 1988. - 239 с.
38. Трофимова О.В. Публицистический текст. Лингвистический анализ / О.В. Трофимова - М.: Оникс, 2016 – 295 с.
39. Швейцер А.Д. Литературный английский язык в США и Англии. / А.Д. Швейцер - М.: Наука, 1979,-200 с.
40. Швейцер А.Д, Перевод и лингвистика. Газетно-информационный и военно-публицистический перевод. / А.Д. Швейцер - М.: Воениздат, 1973. – 280 с.
41. ИНОСми [Электронный ресурс] // ИНОСми. - 2018. - Режим доступа: <https://inosmi.ru/>
42. ИНОСми [Электронный ресурс] // ИНОСми. - 2018. - Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic/20180608/242443961.html>
43. ИНОСми [Электронный ресурс] // ИНОСми. - 2018. - Режим доступа:
44. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018. - Режим доступа: <https://www.nytimes.com/>
45. The Washington Post [Электронный ресурс] // The Washington Post. - 2018. - Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/?noredirect=on>

46. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018. - Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/06/08/world/americas/trump-g7-trade-russia.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region&region=top-news&WT.nav=top-news>
47. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018.- Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/06/08/opinion/trump-trade-g7-russia-putin-navarro.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-right-region&region=opinion-c-col-right-region&WT.nav=opinion-c-col-right-region>
48. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018.- Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/06/08/briefing/g-7-manafort-bourdain.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=second-column-region&region=top-news&WT.nav=top-news>
49. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018.- Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/06/08/dining/chicken-milanese-recipe.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Ffood&action=click&contentCollection=dining&region=rank&module=package&version=highlights&contentPlacement=4&pgtype=sectionfront>
50. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018.- Режим доступа: <https://cooking.nytimes.com/recipes/1016085-grilled-paella?action=click&pgtype=sectionfront&module=featuredBand>
51. The New York Times [Электронный ресурс] // The New York Times. - 2018.- Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/06/08/technology/zte->

china-

corruption.html?action=click&contentCollection=business&region=rank&module=package&version=highlights&contentPlacement=1&pgtype=sectionfront

52. The Washington Post [Электронный ресурс] // The Washington Post. - 2018.

- Режим доступа: [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/china-hacked-a-navy-contractor-and-secured-a-trove-of-highly-sensitive-data-on-submarine-warfare/2018/06/08/6cc396fa-68e6-11e8-bea7-c8eb28bc52b1\\_story.html?utm\\_term=.eaef0b00fae5](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/china-hacked-a-navy-contractor-and-secured-a-trove-of-highly-sensitive-data-on-submarine-warfare/2018/06/08/6cc396fa-68e6-11e8-bea7-c8eb28bc52b1_story.html?utm_term=.eaef0b00fae5)

53. The Washington Post [Электронный ресурс] // The Washington Post. - 2018.

- Режим доступа: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/shocked-by-the-trump-aggression-against-reporters-and-sources-the-blueprint-was-made-by-obama/2018/06/08/c0b84d88-6b06-11e8-9e38-24e693b38637\\_story.html?utm\\_term=.36f70061b0b1](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/shocked-by-the-trump-aggression-against-reporters-and-sources-the-blueprint-was-made-by-obama/2018/06/08/c0b84d88-6b06-11e8-9e38-24e693b38637_story.html?utm_term=.36f70061b0b1)

54. The Washington Post [Электронный ресурс] // The Washington Post. - 2018.

- Режим доступа: [https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/06/08/muellers-latest-indictment-is-a-mixed-bag-for-trump/?utm\\_term=.6229349f7d66](https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/06/08/muellers-latest-indictment-is-a-mixed-bag-for-trump/?utm_term=.6229349f7d66)

## Приложение

### Рекомендации по переводу языковых единиц с национально-культурным компонентом (наиболее часто употребляемые способы перевода на материалах сайта ИНОСми)

| Языковая единица       | Способы перевода                                                                                                                                                                                                        | Примеры                                                                                                                                                          |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Аббревиатуры           | 1) Транслитерация<br>2) Заимствование в исходном виде<br>3) Развертывание аббревиатуры<br>4) Создание адекватной замены средствами русского языка                                                                       | 1) TPP - ТПП<br>2) DACA - DACA<br>3) I.R.S. – Служба внутренних доходов<br>4) G.O.P. – Республиканская партия                                                    |
| Заимствованная лексика | 1) Заимствование в исходном виде<br>2) Экспликация<br>3) Буквальный перевод (транскрипция, транслитерация, калькирование)<br>4) Лексические преобразования (генерализация, конкретизация, смысловое развертывание итд.) | 1) quiceañera – quiceañera<br>2) Mazagna Verde – ликер из диких яблок<br>3) Zucchini Quajado – Цуккини Куаджадо<br>4) Katapoulo Psito – блюдо мексиканской кухни |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Топонимы и антропонимы</p> | <p>1)Использование в переводе пояснительных элементов, чаще всего выражается через подстановки</p> <p>2)Переводческий комментарий или энциклопедическая сноска</p> <p>3)Разрешение меморативного топонима с последующей заменой его на общепринятый эквивалент, чаще всего осуществляется через рекатегоризацию (замена признака объектом)</p> <p>4)Транслитерация</p> <p>5)Транскрипция</p> | <p>1)Home of American Constitution – Филадельфия – Родина Американской Конституции</p> <p>2)Home of American Constitution* – Родина Американской Конституции</p> <p>* Филадельфия, место, где была подписана конституция США</p> <p>3)Famous Potatoes – Айдахо</p> <p>4)Montgomery – Монтгомери</p> <p>5)De Moines – Де-мойн</p> |
| <p>Фразеологизмы</p>          | <p>1)Фразеологический эквивалент</p> <p>2)Фразеологический аналог</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>1)The golden calf – золотой телец</p> <p>2)From Missouri – Фома Неверующий</p>                                                                                                                                                                                                                                                |

|            |                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | <p>3)Калькирование (возможно с дополнениями)</p> <p>4)Описательный перевод</p> <p>5)Антонимический перевод</p> <p>6)Разрушение фразеологизма и замена его стилистически нейтральной фразой</p> | <p>3)Uncle Sam – дядюшка Сэм</p> <p>4)East or West, home is best – в гостях хорошо, а дома лучше</p> <p>5)To go cold turkey – не тянуть канитель</p> <p>6)To go cold turkey – избавиться разом</p> |
| Неологизмы | <p>1)Транслитерация и транскрибирование</p> <p>2)Калькирование</p> <p>3)Описательный перевод</p> <p>4)Прямое включение</p>                                                                     | <p>1)Trumpism – Трампизм</p> <p>2)Bernies Bros – Братья Бёрни</p> <p>3)Bernies Bros – Сторонники Сандерса</p> <p>4) Bernies Bros – Bernies Bros</p>                                                |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Метафоры и образы</p> | <p>1)Перевод, основывающийся на том же самом образе</p> <p>2)Перевод, основывающийся на ином схожем образе</p> <p>3)Дословный перевод метафоры (as black as sin ‘черен, как грех’)</p> <p>4)Неметафорическое объяснение (as large as life ‘в натуральную величину’)</p> | <p>1)Mousy little person – бесцветный мышонок</p> <p>2)Dance in the end zone – пить шампанское</p> <p>3)Chief Bier – главный Мишка</p> <p>4)Right off the bat -</p>                                                                                                                                                                                     |
| <p>Аллюзии</p>           | <p>1)Описательный перевод</p> <p>2)Использование поясняющих элементов</p> <p>3)Наличие комментария</p> <p>4)Культурная адаптация</p>                                                                                                                                    | <p>1)No Columbine again – нет стрельбе в американских школах!</p> <p>2)He is William Penn for them – Он как основатель Пенсильвании для них</p> <p>3) He is William Penn for them – Он как Вильям Пенн для них (основатель Пенсильвании)</p> <p>4) He is William Penn for them – Он был тем же самым для них, что был Петр I для Российской Империи</p> |

|  |                                   |                                                     |
|--|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|
|  | 5)Отсутствие какой-либо адаптации | 5)No Columbine again<br>– скажем нет<br>Колумбайну! |
|--|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|

