**Особенности и способы перевода газетных текстов с английского языка на русский.**

***Сабирзянова Зиля Рафисовна***

*e-mail:* *firaniya111@mail.ru*

***научный руководитель:***

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный аграрный университет»*

***Аннотация.***

***Ключевые слова:***

**Features and methods of translating newspaper texts from English into Russian.**

***Sabirzyanova Zilya Fafisovna***

*e-mail:* *firaniya111@mail.ru*

***Scientific supervisor:***

*Kazan State Agrarian University*

***Abstract.***

***Keywords:***

В связи с тем, что публицистический стиль весьма объемный, мы будем рассматривать один аспект публицистики – газетный стиль. Его анализ приобретает все большую актуальность из года в год, так как современный человек узнает о мировых событиях и развитии международных отношений, прежде всего, из прессы. Для современных читателей интересными становятся зарубежные газетные публикации. Точная передача информации, помещенной в зарубежной прессе, очень важна в настоящее время. В настоящее время на первый план вышла «электронная пресса», Сейчас в Интернете можно найти официальную страницу почти любой газеты.

Рассмотрим некоторые типы, характерные как для «пишущей», так и 8 для «электронной» прессы. К ним относятся:

 - аналитические обзоры;

 - комментарии;

 - новостные материалы;

- рекламные материалы;

 - интервью и т.д.

Все эти разновидности публицистического текста можно встретить как в Интернете, так и на страницах журнала и газеты. Несомненно, каждое средство массовой информации имеет собственные отличительные черты и особенности, и каждый из жанров воплощается в них по-разному.

Одной из важных особенностей текстов СМИ практически всех жанров является сочетание в них элементов собственно воздействия и сообщения (оценки и факта). Передача информации – это главная функция СМИ, и этот процесс редко бывает абсолютно нейтральным. Очень часто передача информации сопровождается завуалированным или прямым выражением собственного мнения редакции или журналиста, оценки. Эта оценка чаще всего передается при помощи речевых приемов и языковых средств, которые побуждают аудиторию к определенной реакции на информацию. Разные жанры текстов СМИ отличаются разным соотношением факта и оценки.

Проанализировав подборку статей из электронных версий качественных газет, в частности «The Guardian» и «The Times», за 2017-2022 годы, мы можем назвать следующие языковые и стилевые особенности языка газет:

 1) Экспрессивность языка как способ привлечения внимания аудитории, выражения отношения к передаваемой информации, наличие оценочных эпитетов, прямых обращений к читателю. Например: «a penetrating look», «a sharp smile»;

2) Широкое использование образной фразеологии, пословиц, идиоматической лексики, поговорок: «Pull somebody‟s chestnuts out of the fire» («Загребать жар чужими руками»).

3) В отдельную группу можно выделить заголовки, построенные на каламбурах, игре слов: «The insurance for the invalid was invalid» («Страховка для инвалида была недействительна»).

4) Использование сниженной, разговорной лексики: «For an organisation of limited resources and still without a main sponsor for the national team, Cricket Ireland has landed a big fish in John Bracewell» (выражение «big fish» («важная шишка») является разговорным). Становление и развитие функциональной стилистики было связано с поиском экстралингвистических условий, которые определяют особенности функционирования языковых средств и принципы отбора в сфере общения. Известная полемика 20-х годов о языке печати и путях его улучшения показала правоту профессора Г.О. Винокура, поставившего стилистическую специфику текстов СМИ в зависимость от условий, ее порождающих. Вывод, к которому пришел Г.О. Винокур, кажется несколько парадоксальным: «В газетной речи нет практически ни одного слова, которое не было бы шаблоном, клише, штампом» [Винокур, 2006, с. 54]. Расчет на исключительный темп самого производства газеты и максимальное потребление неизбежно автоматизирует, механизирует газетный язык. Наиболее употребительные, привычные типы газетных высказываний (интервью, передовая статья) строятся по готовому уже шаблону, 11 обусловлены выработанными уже в процессе газетного производства речевыми штампами, приспособленными уже языковыми клише, словесными формулами.

На газетно-публицистическую речь оказывают большое влияние экстралингвистические факторы. При создании текста перед журналистом стоит задача не только информировать читателя о социально значимых событиях, фактах и явлениях действительности, но и обязательно дать оценку сообщаемому. Таким образом, постоянная реализация в газетных текстах оценочных и информативных элементов обеспечивает функционально-стилевое единство языка газеты. Несомненно, в разных газетных жанрах частотность использования этих средств не одинакова, но всем материалам СМИ, всем типам газет свойственна одновременная ориентация на оценочность и информативность.

Важно отметить, что эмоционально-экспрессивные средства языка (так называемые экспрессемы) составляют лишь часть, хотя и довольно существенную, оценочных элементов на газетной полосе. Не менее значителен в газете удельный вес интеллектуально-оценочных единиц. Из-за постоянной ориентации журналистов на оценку явлений действительности и фактов употребление в газете контекстуально-оценочных средств неизбежно. Среди них особо выделяются вторичные номинации, ряды слов и словосочетаний, объединенных общностью понятийной соотнесенности (синонимы, перифразы, слова-конденсаты и т.п.), окказионализмы и индивидуально-авторские метафоры, а также слова и словосочетания, маркируемые в тексте кавычками.

 Таким образом, ярко выраженная оценочность является основным принципом отбора языковых средств в газетно-публицистической речи. Все сказанное определяет актуальность изучения всего многообразия оценочных средств на газетной полосе, их функций и природы, стилистических приемов их включения в тексты различной жанровой принадлежности, причин обновления, источников их формирования и основных тенденций развития.

Язык газеты – это живая и постоянно развивающаяся система, которая требует от журналистов постоянного творческого напряжения. Доказательством является умелое обновление готового к употреблению речевого материала, неустанный поиск новых средств выражения оценки. Наконец, специфика отбора языковых средств на газетной полосе во многом определяется расчетом на нейтральную в лингвистическом отношении массовую читательскую аудиторию. Газетный текст должен восприниматься легко и быстро независимо от профессии, возраста и образования читателя [Некрасова, 2010, с. 28].

Теперь следует перечислить ключевые особенности газетно-информационного текста:

 Частое употребление фразеологических сочетаний, носящих характер своего рода речевых штампов.

 in reply to в ответ на

in a statement of в заявлении

with reference to в связи с

to draw the conclusion прийти к заключению

to attach the importance придавать значение

to take into account принимать во внимание

Широкое использование безличных оборотов в качестве вступительной части сообщений, например:

it is generally believed that … no общему убеждению …

it is officially announced that … официально сообщается, что...

it is rumoured that … ходят слухи, что …

it is reported that … сообщают, что …

it is suggested that … предполагают, что …

Говоря о проблеме эквивалентности, а адекватности перевода газетно-информационного текста необходимо сказать, что перевод статей – это не система трансформаций и замен разноуровневых единиц одного языка единицами языка перевода, так как он "является полноценной речевой деятельностью на языке перевода, при которой в тексте перевода опредмечиваются те же смыслы, что и на языке оригинала. Трудность перевода газетных текстов состоит в том, что требование максимально точной передачи газетно-публицистического текста на другой язык вступает в противоречие с возможностью отобразить все его своеобразие средствами языка перевода. Проблема эквивалентности перевода газетных текстов по разному отражается в переводе английских и американских заголовков. Особенности развития прессы в США и Англии наложили яркий стилистический отпечаток на заголовки газетных статей. В англо-американской прессе выработался особый стиль газетного заголовка, характерной чертой которого является чрезвычайная экспрессивность лексических и грамматических средств. Заголовки, как правило, написаны с помощью максимально сжатых, предельно лаконичных фраз, в которых опущены все семантически второстепенные элементы. Вместе с тем, с целью обеспечения максимальной доходчивости, заголовки строятся на базе общеупотребительной лексики и простейших грамматических средств. Рассмотрим более подробно лексико-грамматические особенности заголовков и способы их перевода