

УДК: 811.11

СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

Н. В. Глінка, О. В. Єськін

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

nvglinka@ukr.net, lexexj@mail.ru

У статті розглядаються семантико-стилістичні реалії сучасної англомовної публіцистики, стисло перераховуються основні риси та особливості функціонального стилю публіцистичних текстів, обговорюються прийоми, які в них використовуються, а також називаються особливості їхнього перекладу українською мовою. Надається по декілька прикладів вживання стилістичних фігур і тропів у сучасній англомовній публіцистиці, а саме епітетів, метафор, стилістичних порівнянь, метонімії та алюзій. Також дається приклад труднощів перекладу даних стилістичних фігур. Розглядаються тісні зв'язки між мовою публіцистики та культурним середовищем. Наводяться короткі дані з частоти вживання стилістичних фігур і тропів із зазначенням найбільш продуктивних і найменш продуктивних форм. Окреслюються апріорні умови щодо мовної компетентності перекладача, а також проблеми, які виникають під час перекладу публіцистичних матеріалів та шляхи їхнього подолання.

Ключові слова: публіцистика, функціональний стиль, стилістичні прийоми, мовні засоби, лінгвостилістичний аналіз.

В останні десятиліття стали особливо помітними окремі зміни у функціонуванні англійської та української мов (передусім у сфері масової комунікації), процес цих змін зумовлюється екстралінгвістичними факторами – глобальними змінами в політичному та економічному житті суспільства. Через це стає актуальним завдання – виявити та вивчити особливості мовного стилю сучасних публіцистичних текстів, а також провести аналіз характерних рис їхнього перекладу.

Головні труднощі лексичного характеру під час перекладу публіцистичних текстів здебільшого пов'язуються з передачею лексики, яка не має еквівалентів – назви, багатозначні слова, аббревіатури, неологізми, специфічні терміни, образна фразеологія. Саме в цих аспектах спостерігаються суттєві лексико-семантичні та структурні відмінності між англійською та українською мовами, під час перекладу яких необхідна перебудова структури синтаксису речень або лексичних змін, такі зміни мають назву лексико-семантичних трансформацій. Особливого значення для публіцистики, однією з важливих властивостей якої є помітна чутливість до вимог часу, набувають неологізми, новітня термінологія та образність лексики.

Публіцистичні тексти характеризуються висвітленням актуальних політичних, економічних, літературних, правових, філософських та інших проблем сучасності, яке має за мету вплив на громадську думку та сучасні політичні інститути, зміцнення або зміну цих інститутів у відповідності до

певних класових або суспільно-групових інтересів чи до певних соціальних і моральних ідеалів. Предмет текстів публіциста – все сучасне життя в його величі і мізерності, приватне і суспільне, реальне або відображене в пресі, мистецтві, документі [1, с.72].

Публіцистичним стилем мови є стиль, що використовується в журналістиці, він є функціональним різновидом літературної мови і активно використовується у житті суспільства: в засобах масової інформації, у політичному дискурсі, партійній діяльності та більш широко у діяльності громадського суспільства. До даного стилю також відноситься політична література для масового читача і документальне кіно [2, с. 128].

До найголовніших функцій публіцистичного стилю відносяться інформаційна і впливова. І хоча усі стилі мови мають інформаційну функцію [3, с. 155], особливістю інформаційної функції у публіцистичному стилі є характер інформації, її походження та адресат.

Характерною рисою інформаційної функції публіцистичних текстів є те, що їхні автори вважають за необхідне інформувати якомога ширшу аудиторію про найбільш актуальні для суспільства проблеми і про авторський погляд на ці проблеми [4, с.282].

Іншою найважливішою функцією публіцистичного стилю, крім інформативної, є функція впливу. Саме для виконання цієї функції тексти у публіцистиці містять всі ознаки тенденційності, полемічності, емоційності, що пов'язано із прагненням авторів показати впевненість у своїй позиції, спричинити потрібний їм вплив на цільову аудиторію. Саме функція впливу є фундаментальною у публіцистичному стилі, завдяки ній публіцистичний стиль виділяється між іншими різновидами літературного мовлення. Функція впливу притаманна також офіційно-діловому та розмовному стилям, однак саме в публіцистиці вона безпосередньо діє на відбір мовних засобів.

Для функціонально-публіцистичного стилю характерними є наступні основні риси:

- 1) економність у мовних засобах, лаконічність викладу при інформативній насиченості;
- 2) відбір мовних засобів, при якому головним є їхня зрозумілість;
- 3) використання суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (термінологічної лексики) для цілей публіцистики;
- 4) використання характерних для даного стилю мовних стереотипів, кліше;
- 5) жанрова різноманітність та стилістичне використання мовних засобів: багатозначності слова, ресурсів словотворення (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики;
- 6) поєднання рис публіцистичного стилю з рисами інших стилів (наукового, офіційно-ділового, літературно-художнього, розмовного), обумовлює різноманітність тематики і жанрів;

7) використання зображально-виражальних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання і вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія) [5, с.14].

До семантико-стилістичних особливостей організації публіцистичного тексту відносять використання в ньому наступних прийомів:

- вживання епітетів. Важливо відзначити, що будь-який епітет, навіть якщо його занадто часто повторюють в газетних текстах, завжди індивідуальний, так як він зберігає свою суб'єктивну оціночність. Епітет має властивість передачі самих різних відтінків виразності від найнижчих до найвищих. Тому необхідно звернути увагу на те, що ступінь експресії залежить від обумовленого ним слова або більш широкого контексту.

*«Last week the Ukrainian government succeeded in steamrolling through parliament another **pseudo-integration** bill»* [6, с.10].

*«An explanatory note justifies this **multibillion** law (in terms of revenues generated for YeDAPS) as follows:/.../»* [6, с.11].

- активне використання метафор. Наприклад, у статтях на політичну тематику часто можна спостерігати певну тенденцію до використання слів або словосполучень, що зазвичай вживаються для опису військових подій, діяльності силових відомств або спортивних змагань, (хоч у текстах йдеться про виборчі перегони або суспільно значущі кампанії соціальної спрямованості): *«People forget that the Tea Party and Occupy Wall Street were initially opposed to the same thing: bailing out the banks. But these movements **have been hijacked** by the mainstream and used for political purpose, which had nothing to do with their initial objectives»* [7].

*«Teddy Roosevelt once said the main power of the president was the «bully pulpit» - meaning a terrific platform for advocacy rather than using moral **strong-arm tactics.**»* [8].

- стилістичні порівняння коли образ створюється за допомогою співставлення одного об'єкта з іншим. Порівняння відрізняється від інших художніх зіставлень тим, що завжди має строгу формальну ознаку: порівняльну конструкцію або зворот з порівняльними сполучниками як, наче, ніби, точно, наче й тому подібними. В англійській мові воно може бути виражене дієсловами *seems, resembles, looks like*, а також порівняльними зворотами або підрядними порівняльними зворотами.

*«/.../ But in this situation, it's never ending. It's just **like** Groundhog Day every day»* [9].

*«The Statue of Liberty campaign **resembles** a modern online crowd funding effort in several impressive ways»* [10].

- використання метонімії, при якому певна річ або поняття називається не своїм ім'ям, а фігурує під назвою чогось пов'язаного за значенням з цією річчю або поняттям стійким нерозривним зв'язком. Такий зв'язок може існувати між предметами і матеріалами, з яких вони зроблені; між місцями і організаціями, що в них розміщуються; між процесами та їхніми результатами; авторами та їхніми творами.

«*Will the changing of the guard at **Threadneedle Street** mean that the likes of Charles Bean, Deputy Governor, Monetary Policy; Paul Tucker, Deputy Governor, Financial Stability,././, speak more freely about the controversial policy of quantitative easing (QE) which is being deployed to combat the recession?*» [11].

«*The closely-watched reports dampened sentiment on **Wall Street**, with shares barely up in mid-morning trading.*» [12].

- чисельні алюзії та образні вирази. Зазвичай такий засіб є важким для розуміння і перекладу, оскільки адресат подібних текстів має бути добре обізнаний з літературою, політичним і суспільним життям і побутовими реаліями англомовних країн.

«*Ms Gillard's 15 minutes of invective brought her more than **15 minutes of global fame.***» [13].

«*The month-long war between Hezbollah and Israel in 2006 gave the movement heroic status throughout the Arab and Islamic worlds for its extraordinary performance as an Arab **David against the Israeli Goliath.***» [14].

Для визначення частоти вживання стилістичних прийомів у публіцистичному тексті методом суцільної вибірки було відібрано 300 прикладів вживання стилістичних тропів у публіцистичному тексті.

Серед них найпродуктивнішою формою виявилися метафори, які склали близько 40% з усіх випадків (122 одиниць). Наступними за своєю продуктивністю стали епітети – близько 30% від усіх випадків (89 одиниць). Третім за частотністю вживання виявився прийом алюзійних відсилок – 20% (60 одиниць). Найменш уживаними тропами виявилися стилістичні порівняння та метонімії, вони становили приблизно по 5% від усіх випадків (26 та 34 випадки).

Передбачається, що адресат (і з ним перекладач) публіцистичних текстів є добре обізнаним з літературою, політичним і суспільним життям і побутовими реаліями англомовних країн.

Основними труднощами під час перекладу англійських публіцистичних текстів українською мовою є передача метафоричних термінів, образної і необразної фразеології, кліше і розмовних лексичних елементів. Особливу складність надає перекладу публіцистики її висока алюзивність – вбудовані в текст великі масиви фрагментів і цитат відомих англомовній аудиторії музичних творів, книжок, популярних кінофільмів, реклами. Це істотно ускладнює та навіть унеможлиблює переклад текстів, перевантажених чужими для українського мовного середовища алюзіями.

Описані вище труднощі постають через розбіжність у мовних картинах світу, особливості багатозначних англійських та українських слів, відсутність у мові перекладу відповідних нових термінів (неологізмів) тощо. Під час перекладу текстів потрібно враховувати, що можуть існувати різні жанрові і стилістичні норми текстів в оригіналі та мові перекладу. Отже, лінгвостилістичний аналіз має використовувати певну модель, яка мусить

містити в собі хронотоп, композицію, систему текстових персонажів, авторську позицію, образні та експресивні засоби, лексичний контекст, синтаксичний і морфологічний контексти. Окрім того, щоб уникнути можливості помилок, необхідно чітко розуміння смислового змісту, структури і комунікативної завдання тексту; визначення цільової аудиторії та врахування можливості відходу від словникових значень слів у вихідному тексті.

Прикладом означених труднощів перекладу може бути заголовок, взятий з газетно-публіцистичної статті: «*So who's the dummy with Pammi now?*» [14] – «Ну, і хто ж цей дивак з Паммі?». У статті розповідається про чоловіка незвичного вигляду, що супроводжував Памелу Андерсон на модному показі. Справа в тому, що його обличчя, шия і руки були приховані під пластиковою маскою, через яку він був схожий на манекен. Слід враховувати як багатозначність слова «*dummy*» – «манекен, опудало, маріонетка, неодружений чоловік, несправжній, дивакуватий», так і алюзії всіх цих значень слова з публічним життям цієї американської акторки, відомої своїми скандальними відносинами з чоловіками.

Адекватний переклад будь-якого тексту функціонального стилю публіцистики (як у вузькому, так і в самому широкому сенсі розуміння цього поняття) передбачає вірну передачу засобами іншої мови не тільки фактичного і суто інформативного змісту тексту, але й комунікативно-функціональної спрямованості цього тексту. І оскільки головним завданням перекладача є збереження як змісту, так і стилю оригіналу, то для виконання цього завдання необхідно постійно слідкувати за мовними процесами, які особливо яскраво відображаються у сучасній англійській публіцистиці, а також виявляти зв'язки тексту з позатекстовими явищами і реальною дійсністю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика./Ирина Сергеевна Алексеева. Профессиональный тренинг переводчика – СПб.: Союз, 2001. – 288 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для ВУЗ – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта, 2002. – 384 с.
3. Баранник Д. Х. Сильові різновиди мови радіо і телебачення / Дмитро Харитонович Баранник // Науково-технічний прогрес і мова. – К.: Наук. думка, 1978. – С. 109-120.
4. Краткая литературная энциклопедия, – М.: Сов. энцикл., 1962–1978. Т. 6: Публицистика – «Советская Россия». – 1971. – С. 72.
5. Русский язык и культура речи: учебно-метод.пособие для всех форм обучения / Чирейкин, М.К. [и др.]. – Новосибирск : СГГА, 2005. – 44 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

6. The Ukrainian Week, № 19(61). – 2013
7. BBC New, 2013 – <http://www.bbc.co.uk/news/blogs-echochambers-24932233>
8. BBC New, 2012 – <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-20517533>
9. Gicas, Peter. «Britney Spears: Life Is “Like Groundhog Day”». E!, 2008.

10. BBC News, 2013 – <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-21932675>
11. BBC News, 2013 – <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-21551057>
12. BBC News, 2013 – <http://www.bbc.co.uk/news/business-22756542>
13. BBC News, 2012 – <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-20794176>
14. BBC News, 2013 – <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-22630005>
15. London Evening Standard, 2008 – <http://www.standard.co.uk/showbiz/so-whos-the-dummy-with-pammi-now-6928789.html>

REFERENCES

1. *Kratkaya literaturnaya entsiklopediya* [Short Encyclopedia of Literature]. Moscow.: Sov. entsikl. Publ, 1962—1978. Volume. 6: Publitsistika [Journalism]., 1971. 72 p.
2. Alekseeva I. S. *Professionalnyi trening perevodchika* [Professional translator training]. St. Petersburg. Soyuz Publ., 2001. 288 p.
3. Barannyk D. Kh. *Styl'ovi riznovydy movy radio i telebachennya* [Stylistic variations of radio and television language], *Naukovo-tekhnichnyy prohres i mova* [Scientific and technological progress and language]. Kyiv, Nauk. Dumka Publ., 1978. pp. 109-120.
4. Arnol'd I. V. *Stilistika. Sovremenniy angliyskiy yazyk. Uchebnik dlya VUZ* [Stylistics. Modern English language. Teaching manual for colleges] 4-th Edition. Moscow. Flinta Publ., 2002. 384 p.
5. *Russkiy yazyk i kul'tura rechi: uchebno-metod.posobie dlya vsekh form obucheniya* [Russian language and culture of speech: teaching manual for all types of studying] / Chireikin, M.K. (and others). Novosibirsk. SGGGA Publ., 2005. 44 p.

Н. В. Глинка, О. В. Еськин. Семантико-стилистические особенности англоязычных текстов публицистического стиля.

В статье рассматриваются семантико-стилистические реалии современной англоязычной публицистики, кратко перечисляются основные черты и особенности функционального стиля публицистических текстов, обговариваются приемы, которые в них используются, а также называются особенности их перевода на украинский язык. Предоставляется по несколько примеров употребления стилистических фигур и тропов в современной англоязычной публицистике, а именно эпитетов, метафор, стилистических сравнений, метонимий и аллюзий. Также дается пример трудностей перевода данных стилистических фигур. Рассматриваются тесные связи между языком публицистики и культурной средой. Приводятся краткие данные по частоте употребления стилистических фигур и тропов с указанием наиболее продуктивных и наименее продуктивных форм. Очерчиваются априорные условия относительно языковой компетентности переводчика, а также проблемы, которые возникают во время перевода публицистических материалов и пути их преодоления.

Ключевые слова: публицистика, функциональный стиль, стилистические приемы, языковые средства, лингвостилистический анализ.

15575 знаків, 0,39 ум.др.ар.

N. Hlinka, O. Yeskin. Semantic and stylistic features of English texts of journalistic style.

The article deals with the semantic and stylistic realities of contemporary English-language journalism, briefly lists the main features and characteristics of the functional style of journalistic texts, outlines the techniques that are used in them, and names the particular qualities of their translation in Ukrainian language. Also there are given several examples of the usage of figures of speech and tropes in contemporary English-language journalism such as epithets, metaphors, stylistic comparisons, metonymies and allusions. Also the article provides an example of the difficulties of translation of aforementioned stylistic figures. The article brings the brief

summarized data on the frequency of usage of the stylistic tropes and the figures showing the most productive and the least productive forms. The close relation between language of modern journalism and the cultural environment and impact of this factor during translation is also under consideration of the article. Moreover the article indicates priori conditions of translator language competence, as well as the problems arising on the translation of journalistic materials and ways of overcoming them. As the conclusion the article defines the main translation tasks and connects the methods of resolving the translation obstacles often arising during the translation of modern English-language journalistic texts with the solution of the main translation challenges.

Keywords: journalism, functional style, stylistic techniques, language tools, linguistic-stylistic analysis.