

# ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СМИ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

**Лю Дая**

магистрант

Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина

Аннотация. В современной жизни средства массовой информации (СМИ) связывают весь мир и играют очень важную роль в коммуникации. В последние годы происходят значительные изменения в политической, экономической, социальной, культурной и образовательной сферах Китая и России, которые широко освещаются в средствах массовой информации. Главным орудием СМИ является язык, который воздействует на сознание, поведение, мнение не только одного человека или жителей одной страны, а на весь мир в целом.

Ключевые слова: средства массовой информации, медиатекст, перевод, русский язык, китайский язык

Со второй половины XX века средства массовой информации, как новый способ распространения информации, развивались быстро и разнообразно. Термин «СМИ» в русский язык вошел в 1970-х годах по приказу Отдела пропаганды ЦК КПСС (Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза), вытеснив привычный термин «Средства массовой коммуникации», введенный в 1960-е годы.

Средства массовой информации изначально выполняли развлекательную и информационную функции. Помимо этих функций современные СМИ также формируют общественное мнение. Они уже не являются однонаправленной коммуникацией, так как существует механизм обратной связи, когда аудитория

может оказывать непосредственное влияние на форму подачи информации, выражать свою точку зрения.

Общепринятым определением СМИ является следующее: «Средства массовой информации (сокращенно СМИ) - это все организации, которые занимают публичной передачей информации своей аудитории при помощи различных технических средств».

Среди жанрово-тематического многообразия текстов СМИ, к ним можно отнести следующие:

- новостные материалы (хроника событий);
- комментарии;
- аналитические обзоры на разные темы (политика, экономика, общественная жизнь, социальные проблемы, нравственность, культура, наука и т.п.);
- интервью;
- спортивные новости, репортажи;
- рекламные материалы и т.п.

Все эти жанрово-тематические разновидности текстов встречаются в газетах, журналах, программах радио и телевидения, а также в Интернете. Каждое из средств массовой информации имеет свои объективные особенности, поэтому каждый из названных выше жанров воплощается в них по-своему.

Социальная функция СМИ заключается в распространении и обмене информацией с общественностью, содействии формированию социальных сетей посредством передачи информации и совершенствовании системы распределения социальных ресурсов. Кроме того, СМИ также играют важную роль в социальной сфере инноваций знаний и культурного обмена.

При переводе медиатекстов переводчики должны учитывать следующие условия: вникать в смысловое содержание, структуру и коммуникативную задачу текста; определять главные мысли, акценты, отношения; выявлять связи

текста с внетекстовыми явлениями, с реальной действительностью; учитывать широкий контекст, в том числе и экстралингвистический; определять и учитывать стиль и регистр речи, целевую аудиторию (читателей и слушателей); исходить из характера ситуации, в которой родился текст, из намерения пишущего или говорящего; учитывать коннотации и возможность отхода от словарных значений слов в исходном тексте; расширять и углублять свои знания; использовать словари, справочники, консультации экспертов; проверять все неизвестные ему имена собственные, топонимы и т. п.,

В процессе перевода с одного языка на другой возникают определенные закономерные различия в лексическом составе и грамматической структуре языка. Основной трудностью при переводе является явление безэквивалентности.

Безэквиваленты - это иностранные слова и фразы, обозначающие предметы, процессы и другие реалии жизни, которым на данном этапе нет эквивалентов в языке перевода. Полная невозможность найти какое-либо соответствие со словом иностранного языка (чисто формальное явление неравенства) встречается относительно редко, в основном, когда исходное слово обозначает чисто локальное явление, не имеющее соответствия в повседневной жизни и в другом понятии.

Перевод слов, не имеющих соответствия в другом языке, сопряжен с определенными трудностями, однако в переводческой практике существует несколько способов передачи неэквивалентных слов.

1) *Транслитерация*. Например, 功夫 (Кунгфу, гунфу), 功夫是一个在中国以外的现代意义上的术语, 指的是中国的武术, 是武术的同义词。从字面上看, 这个词意味着在任何职业 (手工艺、艺术、体育等) 中多年磨练出来的技能、能力和掌握。Кунгфу или гунфу (от кит. 功夫) - термин, в современном значении использующийся за пределами Китая для обозначения китайского боевого

искусства ушу и является его синонимом. В буквальном смысле термин означает навык, компетенцию, мастерство, отточенное годами в любом роде занятий (ремёсла, искусства, спорт и т.д).

2) *Замена синонимов.* Например, 标准普尔- Standard & Poor's (S&P) . 标准普尔国际评级机构对欧洲稳定基金的长期信用评价降低一个等级. Снижение международным рейтинговым агентством Standard & Poor's (S&P) долгосрочного кредитного рейтинга европейского стабфонда на одну ступень.

3) *Метод прямого перевода.* Например, 房姐- Королева недвижимости. 陕西一 “房姐” 持有四个户口, 名下共有20多套房产. Королева недвижимости провинции Шэньси: четыре прописки и более 20 квартир.

Таким образом, при переводе текста переводчики должны идти в ногу со временем, изучать различные области знаний, следить за современным развитием языка и совершенствовать свои лингвистические компетенции.

## Литература

- 1) Солганик Г.Я., О новых аспектах изучения языка СМИ, Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2003 С. 31-38.
- 2) Володина М.Н., Язык средств массовой информации, М.: Академический Проект, 2008.
- 3) Добросклонская Т.Г., Вопросы изучения медиатекстов, М.: Едиториал УРСС, 2005.
- 4) 李建军, 《文化翻译论》, 复旦大学出版社, 2010
- 5) 刘淑新, 《词汇研究》, 外国教育与研究出版社, 2006