

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

© 2017

О.В. Мурдускина, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Теория и практика перевода»*Н.В. Аниськина*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Теория и практика перевода»*Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)*

Ключевые слова: теория перевода; скопос-теория; коммуникативно-функциональный подход; стратегия перевода; переводческие операции; коммуникативные функции; пресс-релиз.

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению новых концепций и моделей перевода, базирующихся на положениях скопос-теории и коммуникативно-функционального подхода к переводу. Авторами приводятся причины смены парадигм в теории перевода и описываются составляющие коммуникативно-функционального подхода к переводу. В качестве наиболее оптимальной стратегии при переводе пресс-релизов описывается стратегия коммуникативно-равноценного перевода, заключающаяся в создании переводчиком переводного текста, сохраняющего все коммуникативные функции исходного текста. Сложность определения коммуникативного эффекта текстов пресс-релизов связана с тем, что пресс-релиз относится к синкретичному типу текстов, для которого характерны признаки официально-делового, публицистического стилей, а также стиля рекламных текстов. Говорится о практической реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода при переводе текстов пресс-релизов посредством разнообразных переводческих тактик, таких как тактика максимально точной и полной передачи информации, тактика правильного оформления, тактика стилистической адаптации текста и т. д. Приводятся различные примеры использования указанных переводческих тактик через переводческие операции, дается анализ языковых и экстралингвистических причин необходимости использования данных операций. Акцентируется важность соблюдения алгоритма переводческих действий профессиональным переводчиком, что позволит ему достигнуть поставленную заказчиком цель перевода.

Делается вывод о том, что на современном этапе при переводе текста любой жанровой направленности необходимо принимать во внимание не только лингвистические характеристики текста, но и цель перевода, личность автора текста, переводчика и заказчика перевода, а также другие экстралингвистические факторы, которые могут определить стратегию перевода текста.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире перевод является одной из динамично развивающихся отраслей индустрии, которая обеспечивает свободный обмен информацией различного плана в процессе межкультурной коммуникации. Неудивительно, что теория перевода, как академическая дисциплина, насчитывающая чуть более 50 лет, продолжает активно развиваться, что приводит к смене парадигмы концепций и моделей перевода как процесса и деятельности в целом.

Вплоть до недавнего времени в науке о переводе господствовал лингвистический подход к принципам перевода; ученые в основном занимались описанием переводческих трансформаций и сопоставлением текста оригинала и текста перевода на различных языковых уровнях, не учитывая при этом коммуникативную ситуацию, в которой осуществляется перевод. Данный подход, при котором основным объектом переводоведческих исследований является сам текст, носит название текстоцентрический [1].

В 80–90-е гг. XX в. ситуация начала меняться: ученые стали рассматривать перевод в качестве способа обеспечения межъязыковой и межкультурной коммуникации. В связи с этим особое внимание стали уделять культурологическим аспектам перевода, иными словами, стали учитываться особенности коммуникантов, связанные с их принадлежностью к разным языковым коллективам и разным культурам [2]. В дополнение к лингвистическим подходам к переводу все большее распространение получают теории, базирующиеся на коммуникативно-функциональном подходе, в соответствии с которым

при переводе учитываются не только лингвистические характеристики текстов оригинала и перевода, но и экстралингвистические факторы, связанные с: 1) личностными особенностями коммуникантов, а именно автора исходного сообщения, получателя перевода и переводчика; 2) воздействием, которое переводимые тексты оказывают на адресатов; 3) конкретной коммуникативной ситуацией, в которой осуществляется перевод, с учетом цели его осуществления и ожиданий его получателя [3].

Задача переводчика при таком подходе заключается в достижении той цели перевода, которая определяется заказчиком перевода и условиями, в которых осуществляется перевод. При создании переводного текста он уже является не самоцелью, а инструментом межкультурной коммуникации и сохранения коммуникативного воздействия на получателя перевода.

Коммуникативно-функциональный подход к переводу начал разрабатываться учеными европейских школ перевода, например К. Райс и Г. Фермером, которые выделили теорию, известную как скопос-теория. В рамках скопос-теории во главу угла ставится текст перевода, который создается переводчиком с заданной целью в соответствии с потребностями заказчиков текста перевода [4–6].

В.Н. Комиссаров признавал значимость скопос-теории, которая дала толчок к появлению новых направлений исследований переводческой деятельности [7, с. 83]. По мнению Т.Ю. Махортовой, функциональная первостепенность перевода, провозглашенная скопос-теорией, признана в качестве доктрины в подготовке

переводчиков в европейских университетах, а в некоторых странах Европы вошла в стандарт перевода как услуги [8, с. 148]. В российском переводе реализация данного подхода к переводу сейчас активно осуществляется в работах В.В. Сдобникова, который разрабатывает понятия перевода и коммуникативной ситуации с точки зрения коммуникативно-функционального подхода [9], и А.Д. Швейцера, по мнению которого, при переводе прежде всего необходимо соблюдать «установку на передачу коммуникативного эффекта первичного текста, частично модифицируемую различиями между двумя языками, двумя культурами и двумя коммуникативными ситуациями» [10].

В связи с этим меняется парадигма подготовки профессиональных переводчиков на лингвистических отделениях российских университетов, что приводит к необходимости разработки стратегий перевода текстов различного характера в соответствии с коммуникативно-функциональным подходом к переводу как набору практических операций, направленных на осуществление перевода текстов различной направленности [11; 12].

Цель статьи – описание практической реализации стратегии перевода текстов пресс-релизов в рамках коммуникативно-функционального подхода.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Существует несколько определений стратегии перевода в зависимости от подходов к принципам перевода как процесса и как деятельности. Поскольку коммуникативно-функциональный подход к переводу подразумевает рассмотрение перевода как инструмента реализации предметной деятельности разноязычных коммуникантов в рамках ситуации межъязыковой коммуникации с учетом функций, выполняемых исходным и переводным текстом [13], то возникает необходимость рассмотреть понятие стратегии перевода с этой точки зрения.

Стратегия перевода текста представляет собой программу перевода как деятельности, включающую в себя такие компоненты, как анализ коммуникативной ситуации, формулирование цели перевода, прогнозирование и планирование. По мнению В.В. Сдобникова, «стратегия перевода реализуется путем использования определенного набора переводческих тактик, формируемого с учетом цели перевода, типа переводимого текста и его коммуникативной направленности» [14, с. 12]. Стратегия перевода как своеобразная «дорожная карта перевода», в свою очередь, практически реализуется посредством различных *тактик перевода*. Тактики перевода – система организованных переводческих операций, направленных на достижение цели перевода с учетом избранной стратегии перевода.

Таким образом, согласно коммуникативно-функциональному подходу к переводу, во главу угла прежде всего ставится цель перевода, которая заключается в создании текста, информационное наполнение которого таково, что может служить интересам производственной деятельности получателя и инициатора перевода. При этом необходимо сохранить информационное наполнение текста перевода в максимально возможной степени, цель перевода может модифицироваться параметрами самой коммуникативной ситуации, а также общей установкой переводчику [15, с. 82].

Все вышесказанное относится не только к переводу художественных и публицистических текстов, которые традиционно представляют трудность с точки зрения сохранения всей полноты коммуникативной составляющей текста, но и к переводу специальных текстов, которые зачастую очень специфичны с точки зрения их жанровой принадлежности.

Основной целью перевода специального текста, определенной инициатором перевода, является создание текста на переводящем языке (ПЯ), передающего в максимально полном объеме коммуникативно-релевантную когнитивную информацию, заключенную в тексте на иностранном языке (ИЯ) и необходимую для осуществления получателем или заказчиком перевода его предметной деятельности. Таким образом, очевидно, что при выборе переводческих тактик относительно специального текста необходимо учитывать коммуникативно-релевантную информацию текста, особенности коммуникантов, необходимые для осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации.

В ходе проведенного исследования была проанализирована стратегия перевода специальных текстов, а именно текстов пресс-релизов компаний «Газпром», *Mars* и *Apple*, размещенных на русскоязычных и англоязычных версиях их сайтов. В связи с тем, что перевод текстов пресс-релизов осуществляется, как правило, с целью сохранения коммуникативно-релевантной когнитивной информации, при работе с такими текстами наиболее адекватной в рамках функционально-коммуникативного подхода является стратегия коммуникативно-равноценного перевода – «программа осуществления переводческой деятельности, предусматривающая реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания текста на ПЯ, потенциально способного обеспечивать коммуникативное воздействие на получателя перевода в соответствии с ожиданиями автора оригинала и, соответственно, взаимодействии разноязычных коммуникантов в условиях совместной предметной деятельности» [16].

Реализация указанной выше стратегии, как и любой другой, обеспечивается за счет применения определенных переводческих тактик. Остановимся на них более подробно.

Согласно стратегии коммуникативно-равноценного перевода, прежде всего необходимо более подробно рассмотреть специфику текстов пресс-релизов с точки зрения создаваемого ими коммуникативного эффекта. Любой текст, как известно, обладает коммуникативной функцией или функциями, одна из которых является доминантной. Что касается рассматриваемых в данной работе текстов пресс-релизов, то они относятся к одному из наиболее сложных на сегодняшний день видов PR-текстов.

Существует множество определений пресс-релиза. Д.И. Карпушин и С.А. Чирикова дают следующее определение данного понятия: краткое информационное сообщение, содержащее информацию о том или ином событии в жизни организации, адресованное СМИ и составленное с учетом профессиональной специфики этой отрасли [17, с. 217]. А.Д. Кривоносова считает, что пресс-релиз – это основной жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную

информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR [18].

Сложность определения коммуникативного эффекта текстов пресс-релизов связана прежде всего с тем, что пресс-релиз относится к синкретичному типу текстов, который вобрал в себя основные признаки официально-делового и публицистического стилей, а также стиля рекламных текстов. В связи с этим текст пресс-релиза обладает: 1) лаконичностью, точностью, конкретностью, четкостью формулировок и стандартизацией (признаки официально-делового стиля); 2) актуальностью проблематики, образностью, остротой и яркостью изложения (признаки публицистического стиля); 3) повышенной метафоричностью, динамичностью, новизной и экспрессивностью (признаки стиля рекламных текстов) [19, с. 121].

Следовательно, становится очевидным, что целью данного типа текстов является не только информирование потенциального читателя пресс-релиза, но и оказание влияния на его отношение к той или иной компании, продукту, событию или мероприятию [20]. Тем не менее основной коммуникативной функцией текстов пресс-релизов является донесение до реципиента информации, т. е. информативная функция. Однако помимо информативной пресс-релиз может также выполнять экспрессивную и аппелятивную коммуникативные функции.

Реализация стратегии коммуникативно-равноценного перевода текстов пресс-релизов обеспечивается за счет применения определенных переводческих тактик. Информативная функция в текстах пресс-релизов выражается за счет высокой плотности когнитивной информации, которая обеспечивает прежде всего точность передаваемой информации. В связи с этим первой тактикой, которую можно выделить при переводе анализируемых текстов пресс-релизов, является тактика максимально точной и полной передачи информации.

Точность в пресс-релизах, во-первых, проявляется в употреблении терминов, относящихся к сфере профессиональной деятельности компании, для передачи значений которых применяются следующие переводческие операции:

– применение межъязыкового соответствия, если оно имеется в переводящем языке: *percent and EPS Growth* – рост доходов на акцию; режим пуска наладки – *commissioning process*; отечественная импортозамещающая продукция – *Russian import-substituting products*;

– создание нового термина при помощи транскрипции/транслитерации, описательного перевода или калькирования, если межъязыковое соответствие в языке перевода отсутствует: *Dry Start* – «сухой запуск».

В связи с тем, что термины, встречающиеся в проанализированных текстах пресс-релизов, относятся преимущественно к общеупотребительным, уже зафиксированным в системе иностранного языка, из этого следует, что для передачи терминов, встречающихся в текстах, в подавляющем большинстве случаев была использована такая переводческая операция, как применение межъязыкового соответствия.

Также точность информации обеспечивается за счет высокой плотности числительных, следовательно, необходимо соблюдать правила оформления цифровой информации, так как ошибки в ее оформлении могут привести реципиента переводного текста в затруднение.

При анализе переводов текстов пресс-релизов были выявлены следующие переводческие операции:

1) изменение порядка следования числа и месяца при записи даты цифрами: 2 июня 2017, 16:00 – *June 2, 2017, 16:00*; 04/20/2017 – *20.04.2017*;

2) замена точки на запятую между целой частью и дробной при переводе финансовой информации с английского языка на русский: *\$42.4 billion* – 42,4 млрд долларов;

3) замена полных обозначений цифровых величин их сокращениями при переводе с английского языка на русский: *between 37.5 percent and 38 percent* – от 37,5 % до 38 %.

Следующая тактика, которая передает когнитивную информацию исходного текста, – тактика эксплицирования подразумеваемой информации, заключающаяся в добавлении при переводе единиц, поясняющих подразумеваемую информацию, которая очевидна для реципиента исходного текста, но непонятна иноязычному реципиенту, или в лексической замене с аналогичной целью: руководство донского региона – *leaders of Rostov Oblast*.

Еще одной примененной тактикой передачи когнитивной информации текстов пресс-релизов являлась тактика правильного оформления информации. Адресат, как правило, привыкает к определенным правилам оформления информации в тексте, нарушение которых может создать затруднения в восприятии текста перевода и не обеспечить то коммуникативное воздействие, на которое рассчитывал автор оригинала. К числу переводческих операций, с помощью которых была реализована данная тактика, относятся:

1) использование или неиспользование кавычек. Необходимо помнить, что в английском языке названия компаний не должны заключаться в кавычки, как это делается в русском языке: ...построены и эксплуатируются газопроводы «Ямал – Европа» и «Северный поток» – *in the construction and operation of the Yamal – Europe and Nord Stream gas pipelines*;

2) употребление или неупотребление родового понятия перед названием организации. При переводе с русского на английский язык родовое понятие, употребление которого свойственно русскому языку, как правило, опускается: *Apple today announced financial results for its fiscal 2017 third quarter ended July 1, 2017* – Сегодня компания **Apple** объявила финансовые показатели за третий квартал 2017 финансового года;

3) замена прописных букв строчными в заголовках, названиях документов и определяемых терминах при переводе с английского языка на русский: Комиссия по вопросам укрепления платежной дисциплины при поставках газа на внутреннем рынке – *Commission on Strengthening Financial Discipline for Domestic Gas Supplies*.

Кроме того, несмотря на то, что основной функцией пресс-релизов является информативная функция, в них также присутствует эмоциональная и аппелятивная функции, которые направлены на оказание воздействия на реципиента, создавая у него положительное отношение к предмету пресс-релиза. В связи с этим при переводе иногда применяется тактика стилистической адаптации текста. Она чаще всего применяется при переводе с английского языка на русский, поскольку стиль

англоязычных пресс-релизов более свободный, не такой нейтральный и сухой. Данная тактика реализуется посредством различных лексических трансформаций: Научно-техническому сотрудничеству «Газпром» и *Uniper исполнилось* четверть века – *Gazprom and Uniper celebrate 25 years of scientific and technical cooperation*.

С целью сохранения эстетической и апеллятивной функций исходного текста переводчику также необходимо придерживаться тактики воспроизведения стилистических особенностей исходного текста, с помощью которой сохраняется потенциал стилистических приемов исходного текста. В рамках данной тактики применяются разнообразные переводческие операции в виде подбора аналогов и других адекватных в данном случае лексических трансформаций: **Мы не намерены останавливаться на достигнутом** в области развития персонала и в будущем рассматриваем возможности сотрудничества с университетами Ростовской области – *As far as the development of our associates is concerned we won't rest on our laurels, we are considering the possibilities of cooperation with the universities in Rostov Oblast*.

ВЫВОДЫ

Таким образом, проанализировав способы перевода текстов пресс-релизов, можно сделать вывод, что при переводе данного типа текстов специфика коммуникативной ситуации диктует выбор выделяемой в рамках коммуникативно-функционального подхода к переводу стратегии коммуникативно-равноценного перевода, что в результате приводит к созданию функционального аналога исходного текста. Реализация данной стратегии была достигнута при помощи описанных переводческих тактик, которые практически реализуются с помощью разнообразных переводческих операций. В своей практической деятельности профессиональный переводчик должен соблюдать этот алгоритм действий переводческой деятельности, что позволит достичь поставленную заказчиком цель перевода.

Суммируя результаты проведенного исследования, необходимо отметить, что при работе с пресс-релизами важно принимать во внимание не только особенности текста оригинала, но и особенности реципиента переводного текста, связанные с его принадлежностью к иной культуре и языковому коллективу. Благодаря этому переводчик сможет создать текст, при прочтении которого у иноязычного реципиента не возникнет затруднений в его восприятии, следовательно, текст перевода сможет обеспечить коммуникативное воздействие, близкое тому, на которое рассчитывал автор оригинала, создавая свой текст.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2004. 352 с.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
3. Усачева А.Н., Махортова Т.Ю., Попова О.И., Новикова Т.Б. Скопос, интерпретация, когниция: от мультивекторной теории перевода к эффективной практике // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2015. № 5. С. 46–59.

4. Reiss K. Grundlegung einer allgemeinen Translations-theorie. Tübingen: Niemeyer, 1984. 245 S.
5. García de Toro Cr. Translation Studies: An Overview // *Cadernos de Tradução*. 2007. Vol. 2. № 20. P. 9–42.
6. Vermeer Hans J. A Scopus theory of translation (some arguments for and against). Heidelberg: TEXT von TEXT–Verlag, 1996. 137 p.
7. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода: Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых. М.: ЧеРо, 1999. 136 с.
8. Махортова Т.Ю. Скопос-теория как основа коммуникативно-прагматической концепции перевода // *Язык и культура в эпоху глобализации* : сб. науч. трудов по материалам первой международной научной конференции. Вып. 1. СПб., 2013. Т. 2. С. 147–153.
9. Сдобников В.В. Коммуникативно-функциональный подход к переводу в западном переводоведении // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2010. № 10. С. 53–57.
10. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 215 с.
11. Касаткина К.А. Социальный подход в формировании специальных переводческих компетенций студентов-лингвистов // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета*. Серия: Педагогика, психология. 2016. № 3. С. 27–31.
12. Kussmaul P. Training the translator. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1995. 160 p.
13. Сдобников В.В. Скопос-теория как основа развития коммуникативно-функционального подхода к переводу // *Индустрия перевода*. 2013. № 1. С. 28–32.
14. Сдобников В.В. Коммуникативная ситуация как основа выбора стратегии перевода : дис. ... д-ра филол. наук. Н. Новгород, 2015. 492 с.
15. Аниськина Н.В., Ведерникова Ю.В. К вопросу о дискурсе и языковых аномалиях в переводе // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета*. 2017. № 2. С. 82–86.
16. Сдобников В.В. Оценка качества перевода (коммуникативно-функциональный подход). 2-е изд. М.: Флинта, 2015. 112 с.
17. Карпушин Д.И., Чикирова С.А. Пресс-релиз: правила составления. СПб.: Питер, 2007. 224 с.
18. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. 254 с.
19. Носова Е.А. Пресс-релиз как синкретичный жанр (к постановке проблемы) // *Вестник Новосибирского государственного университета*. Серия: История, филология. 2011. Т. 10. № 6. С. 118–122.
20. Никитина Т.Г. Жанрово-стилистические параметры модальной рамки текстов британских СМИ // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2016. № 4-3. С. 124–127.

REFERENCES

1. Alekseeva I.S. *Vvedenie v perevodovedenie* [Introduction to Translation Studies]. Sankt Petersburg, Filologicheskii fakultet SPbGU Publ., 2004. 352 p.
2. Komissarov V.N. *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty)* [Theory of translation (linguistic aspects)]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1990. 253 p.

3. Usacheva A.N., Makhortova T.Yu., Popova O.I., Novikova T.B. Skopos, interpretation, cognition: from multivector translation theory to efficient practice. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie*, 2015, no. 5, pp. 46–59.
4. Reiss K. *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen, Niemeyer, 1984. 245 S.
5. García de Toro Cr. Translation Studies: An Overview. *Cadernos de Tradução*, 2007, vol. 2, no. 20, pp. 9–42.
6. Vermeer Hans J. *A Skopos theory of translation (some arguments for and against)*. Heidelberg, TEXT von TEXT-Verlag, 1996. 137 p.
7. Komissarov V.N. *Obshchaya teoriya perevoda: Problemy perevodovedeniya v osveshchenii zarubezhnykh uchenykh* [General theory of translation: Translation Problems studied by foreign scientists]. Moscow, CheRo Publ., 1999. 136 p.
8. Makhortova T.Yu. Skopos theory as the basis for communicative and pragmatic concept of translation. *Sbornik nauch. trudov po materialam pervoy mezhdunarodnoy konferentsii "Yazyk k kultura v epokhu globalizatsii"*. Sankt Petersburg, 2013, vyp. 1, vol. 2, pp. 147–153.
9. Sdobnikov V.V. Communicative and functional approach to translation in Western translation studies. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2010, no. 10, pp. 53–57.
10. Shveytser A.D. *Teoriya perevoda: status, problemy, aspekty* [Translation theory: status, problems and aspects]. Moscow, Nauka Publ., 1988. 215 p.
11. Kasatkina K.A. Social approach to forming special translator's competences of linguistic students. *Vektor nauki Tolyatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psikhologiya*, 2016, no. 3, pp. 27–31.
12. Kussmaul P. *Training the translator*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 1995. 160 p.
13. Sdobnikov V.V. Skopos theory as the basis for developing communicative and functional approach to translation. *Industriya perevoda*, 2013, no. 1, pp. 28–32.
14. Sdobnikov V.V. *Kommunikativnaya situatsiya kak osnova strategii perevoda*. Diss. kand. filol. nauk [Communicative situation as a basis for choosing a translation strategy]. Nizhny Novgorod, 2015. 492 p.
15. Aniskina N.V., Vedernikova Yu.V. More on discourse and language anomalies as issues of translation studies. *Vektor nauki Tolyatinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2017, no. 2, pp. 82–86.
16. Sdobnikov V.V. *Otsenka kachestva perevoda (kommunikativno-funktsionalniy podkhod)* [Grading the translation quality (communicative and functional approach)]. 2nd ed. Moscow, Flinta Publ., 2015. 112 p.
17. Karpushin D.I., Chikirova S.A. *Press-reliz: pravila sostavleniya* [Press release: compilation rules]. Sankt Petersburg, Peter Publ., 2007. 224 p.
18. Krivonosov A.D. *PR-tekst v sisteme publichnykh kommunikatsiy* [PR-text in the system of public communications]. Sankt Petersburg, St. Petersburg State University Publ., 2001. 254 p.
19. Nosova N.A. Press release as a syncretic genre (statement of the problem). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya*, 2011, vol. 10, no. 6, pp. 118–122.
20. Nikitina T.G. Genre and stylistic parameters of modal frame in British media texts. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2016, no. 4-3, pp. 124–127.

IMPLEMENTATION OF THE COMMUNICATIVE-FUNCTIONAL APPROACH TO THE TRANSLATION OF PRESS RELEASES

© 2017

O.V. Murduskina, PhD (Linguistics), assistant professor of Chair “Theory and Practice of Translation”

N.V. Aniskina, PhD (Pedagogy), assistant professor of Chair “Theory and Practice of Translation”
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Keywords: theory of translation; skopos-theory; communicative-functional approach; translation strategy; translation operations; communicative functions; press release.

Abstract: The paper discusses new concepts and models of translation, which are based on the Skopos Theory and the Communicative-functional approach to translation. The authors outline the reasons for changing paradigms in the theory of translation and describe the elements of the Communicative-functional approach to translation. The paper concludes that nowadays while translating texts of any type it is necessary to focus both on the linguistic features of the text, the aim of translation, the text author, the translator, and the principal and extralinguistic factors. The paper describes the translation strategy of press releases, which aims at creating communicatively equivalent text. The authors suggest that there is a problem in defining the communicative functions of the studied texts due to the fact that the press release can be characterized as a syncretic type of texts, which obtains features typical for business, mass-media and advertising texts. The paper clarifies implementation of the communicatively equivalent translation strategy while translating press releases via various translation tactics. The paper provides various examples illustrating the practical use of the described translation tactics and translation operations. The authors also emphasize the pragmatic importance of observing the translation algorithm by a professional translator.