

УДК 81'255.4

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20178677>

АЛЛЮЗИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ И ТРУДНОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Злобина О. Н., Седина И. В.

*Удмуртский государственный университет,
Ижевск, Россия;
Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет имени Н. П. Огарева,
Саранск, Россия
E-mail: onyakov@gmail.com; sedina64@yandex.ru*

Статья посвящена рассмотрению сложностей, с которыми сталкивается переводчик при передаче аллюзий с английского языка на русский. Уделено внимание возникающим при передаче аллюзивных единиц сложностям, которые связаны с идентификацией аллюзий из-за локального характера источника или культурной специфики; с многообразием и неоднородностью видов аллюзивных источников и авторским характером аллюзий, а также с необходимостью учитывать требование лаконичности и выразительности, если речь идет про перевод аллюзивных газетных заголовков. Особое внимание в статье уделяется основным четырем способам передачи аллюзий: поиск эквивалента, нахождение функционального аналога, транслитерации, транскрибировании или калькировании аллюзивного элемента оригинала, а также использование дословного или описательного перевода. Источником исследования послужили газетные статьи, опубликованные на сайтах британских и американских газет *The Guardian*, *The Independent*, *The Washington Post*, *USA Today* и *The New York Times*. Все варианты перевода, представленные в статье, были выполнены авторами самостоятельно.

Ключевые слова: интертекстуальность, аллюзия, публицистический текст, трудности передачи аллюзий, способы передачи аллюзий.

ВВЕДЕНИЕ

В статье речь коснется взаимодействия элементов текста со знаковым культурно-историческим фоном, а также взаимного влияния текстов друг на друга. То есть в зоне внимания окажется явление интертекстуальности: определенные связи, существующие между текстами и позволяющие им разнообразными способами как явно, так и неявно ссылаться друг на друга [14, с. 36–37]. Другими словами, мы встретимся с механизмом безусловного и легко опознаваемого «чужого» слова.

В рамках такого широкого понятия, как интертекстуальность, введенного в лингвистический оборот в своем нынешнем значении исследовательницей языка и литературы Юлией Кристевой во второй половине XX в., аллюзия может рассматриваться в качестве одного из ее языковых проявлений [14]. Термин «аллюзия» происходит от латинского существительного «allusionem», буквально означающего «подыгрывание, отсылание». То же восходит к глаголу «alludere» («намекать, смеяться»), состоящему из компонентов «ad-» со значением движения к чему-либо и «-ludere» со значением «играть». В каком-то смысле под словом «alludere» подразумевается «игра» – словами, образами, мыслями [12]. Разносторонне применяться этот термин начинает в Европе уже в XVI в., однако же в более широком своем значении, которое еще включало в себя и каламбуры, и игру слов. Как стилистический прием аллюзия начинает активно изучаться лишь в конце прошлого века.

Разумеется, процесс перевода аллюзивных единиц в публицистических текстах на русский язык сопряжен с различного рода трудностями.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Первая и самая очевидная возникающая сложность связана с идентификацией аллюзий. Эта проблема обусловлена как изначальной авторской ориентировкой на эрудированного реципиента, так и имплицитным характером самого явления. Получается, что переводчику необходимо быть не только грамотным создателем текста, способным к всесторонней его интерпретации, но еще и компетентным читателем, который может разглядеть все «запрятанные» в оригинале подтексты и отсылки. Труднее всего поддаются распознаванию реалии, локальные феномены вроде отсылок к недавно произошедшим событиям в определенной местности, рекламе и песням, слоганы и слова из которых могли не достичь мировой известности. Если же переводчик не замечает аллюзию в заголовке или тексте оригинала, то велика вероятность недопонимания, ведущего к буквализму, неадекватному переводу, при котором может абсолютно стираться и авторская интенция, и коммуникативная задача.

Тем не менее, существуют средства, так называемые «маркеры», способные помочь с идентификацией аллюзий как минимум в заголовках публицистических текстов [44, с. 122–127].

Во-первых, такие «маркеры» могут заключаться в графическом оформлении: длине заголовка (обычно аллюзивные заголовки довольно лаконичны), применении дефисов, кавычек, двоеточий, многоточий, вопросительных знаков и заглавных букв. Все это, как правило, указывает на присутствие в газетной статье внетекстовой связи. Примерами могут послужить заголовок статьи о прощании с королевой Елизаветой II «*God save the Queen: how the wait to see the Queen's coffin transformed people*» [53] – «Боже, храни очереди: как церемония прощания с Королевой изменила нацию», а также заголовок «*Bodega Cats: The Catch-22*» [26] («Кошки в минимаркетах: Уловка-22») статьи, в которой речь идет о покупателях, которые сначала протестовали против крыс в минимаркетах, а потом и против кошек, которые этих крыс ловят, что создало логическую коллизию, как в одноименном романе Дж. Хеллера. В этих примерах аллюзивный элемент как бы «отрезается» от остальной части заголовка, располагаясь либо до, либо после нее.

Во-вторых, об аллюзивности заголовка может свидетельствовать необычный синтаксис: определенная рифма, ритм, созвучие, приемы ассонанса и аллитерации, а также нестандартное построение предложения. К примеру, заголовок «*The TV is dead, long live television*» [35] – «Телевидение умерло! Да здравствует телевидение!») статьи про то, что телевидение все так же востребовано, просто люди сменили формат просмотра. Или статья про то, какие видеоизменения претерпел физический формат денег и как сильно мы полагаемся на электронный их формат, под названием «*In Code We Trust*» [30] («На коды уповаем») с отсылкой на девиз «*In God We Trust*», размещаемый на долларовых купюрах. А также заголовок «*America Has a Homelessness Problem. Houston Has a Solution*» [41] («У Америки проблема бездомности – у Хьюстона ее решение») статьи, повествующей о стратегии решения проблемы бездомности, которая была реализована в городе Хьюстон. Парцелляция в этом случае дает понять о ссылке на фразу «Хьюстон, у нас проблема».

И, наконец, наличие особой стилистической окраски: аллюзия – прием экспрессивный, поэтому отклонение от нейтрального речевого регистра может также свидетельствовать о косвенных отсылках. Например, статья про занятия теннисом в условиях самоизоляции «*A Wall. A Ball. That's All: Your New Social-Distancing Workout*» [42] заголовком отсылает к выражению «balls to the wall», означающему «выкладываться в полную силу», «делать что-либо очертя голову». Однако не все осведомлены, что в действительности оно берет начало от внешнего вида рычага управления самолетом, и

потому полисемантическое слово в отрыве от контекста сперва может создать скабрёзный эффект. Заголовок «*Harlow Bids Mills 'Pat Up or Shat Up' On Nixon Charges*» [29] содержит деформированное, несколько грубое сленговое выражение «*put up or shut up*» – «займись делом или заткнись». Статья, повествующая о том, что французам не удастся сдать экзамен по французскому языку для получения вида на жительство в Канаде, имеет заголовок «*Pardon my French: dismay in Quebec as francophones fail language test*» [28]. Первая часть отсылает к выражению, которое обычно используется в качестве извинения после сказанного «крепкого словца».

Если же говорить про сами тексты газетных статей, то в них тоже могут находиться своеобразные «подсказки», намекающие на возможное наличие аллюзивного компонента. Маркированные аллюзивные элементы могут вкрапляться в текст публицистической статьи посредством сравнительных лингвистических средств [20], таких как *like, a kind of, a sort of, as if, as...as, similar to*, и попытаться вычленив их можно именно по наличию этих средств. Например, отрывок из статьи, посвященной выступлению Трампа на Конференции консерваторов CPAC: «*O'Reilly was hardly alone this week in building an image of Trump as a **superman** who thinks sleep is for wimps*» [57]. Здесь имеет место отсылка на героя комиксов, объекта массовой культуры – Супермена, со способностями которого ассоциируются способности Дональда Трампа проводить много времени без сна: «На этой неделе Билл О'Райли был далеко не единственным, кто строил из Трампа Супермена, считающего, что сон – для слабаков». Затем статья, рассказывающая о найденном в Ирландии большом числе золотых изделий, датирующихся Бронзовым веком. В ней встречается предложение: «*Ireland has been recalled as the **El Dorado** of western Europe for the quality and quantity of goldwork during the Bronze Age*» [26], в котором проводится параллель между Ирландией и мифической страной Эльдорадо, богатой золотом и драгоценностями: «Качество и количество найденных золотых изделий, датируемых Бронзовым веком, делает Ирландию Эльдорадо Западной Европы». Или часть «*And like **Sisyphus's rock**, every time the company manages to get itself to the position where the markets think it might just be over the hump, it rolls back down again*» [46] статьи о росте долгов торгово-логистической компании *Glencore*. Здесь содержится отсылка на миф о Сизифе, который безуспешно катил тяжелый валун в гору, но на самом пике глыба неизменно скатывалась вниз. Этой аллюзией автор статьи намекает на безуспешные попытки компании преодолеть кризис: «И каждый раз, когда кажется, что компании удалось справиться с кризисом, акции, подобно Сизифову камню, падают вниз». Также в отрывке «*Bezos is a kind of managerial **Mephistopheles** for our time, who will guarantee you a life of worldly customer ecstasy as long as you avert your eyes from the iniquities being carried out in your name*» [48] из статьи, осуждающей личность и стратегические решения основателя компании Амазон Джеффа Безоса, сам Безос сравнивается с гётевским Мефистофелем – дарующим любые блага взамен на душу: «Безос – своего рода управленческий Мефистофель нашего времени, который гарантирует жизнь в экстазе мирских благ, до тех пор пока вы закрываете глаза на беззаконие, совершаемое им от вашего имени».

В публицистических текстах и их заголовках могут встречаться сразу несколько из вышеописанных «маркеров». Однако важно отметить, что ни один из них, к сожалению, не является абсолютно универсальным способом идентификации аллюзивных единиц. Поэтому можно сделать следующий вывод: перед переводчиком стоит задача как можно сильнее расширять свой кругозор и увеличивать фоновые знания; быть осведомленным о громких событиях недавнего времени; сильнее погружаться в культурный контекст среды, публицистические тексты которой приходится переводить, и плотнее

взаимодействовать с ним; улучшать собственную насмотренность и начитанность в целом. И тогда шансы распознать и грамотно, функционально корректно передать аллюзии в газетных статьях значительно повышаются [20].

Следующей трудностью является явная культурная принадлежность аллюзий в публицистических текстах, что делает содержащуюся в них скрытую информацию не всегда очевидной для относящихся к другим социо- и лингвокультурным сообществам читателей, поскольку те могут иметь иные способы познания мира и взгляды на жизнь.

В разных англоязычных сообществах также могут выделяться характерные преобладающие черты, находящие свое отражение и в аллюзивных единицах. К примеру, британский консерватизм может проследиваться в употреблении аллюзий, базирующихся на религиозных, литературных и исторических источниках (последние, как правило, соотносятся непосредственно с аспектами британской культуры) [12]. Например, заголовок статьи из *The Guardian* (Великобритания) о световом загрязнении «**Let there be dark: the battle to save our sky from light pollution**» [58] отсылает к известной фразе из Ветхого Завета «*Let there be light*» («Да будет тьма: борьба со световым загрязнением»). Подобная ориентация на собственную культуру свидетельствует о приверженности традициям и, возможно, иногда облегчает процесс информационно-справочного поиска в процессе перевода. Американские же аллюзивные единицы – более политически акцентированы, они отличаются фокусированием на политиках, противоречивых высказываниях популярных личностей и разнообразных политических ситуациях. К примеру, в основе аллюзии в заголовке «*#OscarsSoWhite: So pale, so male*» [47] (*USA Today*, США) лежит ходовая фраза «*male, pale and stale*» с ее вариацией «*male, pale and Yale*», которая емко и иронично описывает типичного успешного американца, зачастую политика. Сама же статья посвящена половой и расовой диспропорции номинантов на премию «Оскар».

Но в век глобализации подобные рамки довольно условны. И для британских, и для американских аллюзивных компонентов куда более явно прослеживается общая тенденция на обращение к массовой культуре: культовым песням, фильмам, сериалам [20].

Вторая описанная сложность не может не натолкнуть на закономерный вопрос: нужно ли тогда вообще переводить заложенный аллюзией скрытый смысл, если реципиент имеет другой, отличный от автора культурный опыт? По И. С. Алексеевой, аллюзивность желательно передавать всегда, так как переводчик не имеет права лишать читателя какой бы то ни было смысловой глубины и информационного подтекста оригинала. Восполнить же недостающий контекст можно путем внутреннего комментария или сноски [2, с. 286–287]. Этот совет практически применим, когда речь идет о переводе аллюзивного компонента в тексте статьи. Например, отрывок «*Whether walking for a living and singing for one's supper catches on as a lifestyle choice remains to be seen, but Ed, Will and Ginger have no plans to settle down*» [37] из статьи, рассказывающей про трех друзей, которые устроили эксперимент и начали путешествовать по Британии пешком и совсем без денег, помимо фактического описания того, что ребята действительно пели в пабах, чтобы бесплатно поужинать, содержит еще и аллюзию к пословице «*No song, no supper*» («Кто не работает, тот не ест», «не потопашь – не полопашь»). Так, путем добавления внутреннего комментария получаем вариант: «Перемещаться, чтобы выжить, и, как гласит одна английская пословица, петь, чтобы поужинать. Пока непонятно, будут ли Эд, Уилл и Джинджер всегда вести такой образ жизни, но остепеняться не входит в их планы». Стоит отметить, что добавление сноски

или внутреннего комментария хоть и прагматично, но заставляет аллюзию терять в своей имплицитной сущности. Компонент, аллюзивность которого четко изложена переводчиком, может быть не таким необычным и привлекательным для реципиента.

Что же касается аллюзивных заголовков и восстановления косвенной информации в них, то здесь мы сталкиваемся с новой трудностью: такая аллюзивная единица заключена в рамки газетного заголовка, особенности которого необходимо учитывать при переводе – в частности, требование к его лаконичности [20]. К примеру, заголовок статьи, в которой автор ищет положительные моменты вредных привычек, «*Smoking is good for you*» [55] содержит аллюзию к рекламному слогану пивного бренда Guinness – «*Guinness Is Good For You*» (один из возможных вариантов перевода – «Гиннесс полезен для вас»). Согласно И. С. Алексеевой, скрытое внутреннее содержание можно пояснить комментарием, и мы получаем: «Курение тоже полезно для вас, если верить одной рекламе пива». Аллюзию в заголовке «*The camera does sometimes lie. Ask a female politician*» [33], отсылающем к устоявшейся фразе «*the camera never lies*», также можно пояснить комментарием: «Несмотря на все утверждения, камера может врать. Спросите у любой женщины-политика». Все эти варианты перевода со внутренними комментариями дают читателю явно понять о заложенном дополнительном смысле, однако их абсолютная применимость в качестве функциональных репрезентативных заголовков из-за их достаточной громоздкости и эксплицитности довольно спорна.

Таким образом, в некоторых случаях переводчику приходится принимать решение, на что делать упор при переводе: на пояснение скрытого смысла во имя обеспечения читателя всей глубиной содержащейся в оригинале информации или на передачу оригинальной «туманной» формы, чтобы сделать сам публицистический текст необычным, а его заголовок – кратким.

Наконец, осложняет перевод аллюзий в газетных статьях тот факт, что аллюзии имеют авторский характер в плане возможной деформации изначального источника и вкрапления сразу нескольких аллюзий («конфлаций», по Р.Ф. Томасу), а также совершенно неоднородный набор источников, на которых они базируются: от реалий различных временных периодов, предметов искусства и «говорящих» имен собственных, до фильмов, рекламы и речевых высказываний знаменитых людей [12]. И в этом разнообразии авторских решений и закладываемого в них смысла переводчику приходится принимать свои собственные, нацеленные на успешное восприятие получателем [9]. Возьмем заголовок «*Barack Obama needs some drama*» [45] статьи о безэмоциональной личности Барака Обамы, который деформированной формой косвенно отсылает к его прозвищу «*No Drama Obama*» («Обама-без-драмы»). Обама получил это прозвище за свою осторожную президентскую кампанию и самые нескандальные два президентских срока подряд. Можно предложить следующий вариант перевода: «*Додайте драмы Обаме*», который реализует ироничную авторскую интенцию, отсылает читателя к существующему в народе прозвищу президента и частично воспроизводит звуковую организацию заголовка оригинала.

Так, при передаче аллюзий в публицистических текстах на русский язык переводчик может столкнуться с рядом сложностей, которые заключаются в распознавании аллюзивных элементов; их отчетливой культурной специфичности; необходимости придерживаться лаконичной формы аллюзивных заголовков при их переводе и при возможности передавать аллюзивный компонент имплицитно в самих текстах; авторском характере аллюзий и крупном пласте источников, на которых они базируются [9].

Понимание же вышеописанных трудностей позволяет переводчику в целом осознать взаимодействие с явлением аллюзии как в заголовках, так и в самих публицистических текстах, грамотнее подходить к выбору способа их передачи на русский язык и оценивать получившийся вариант перевода как с точки зрения нормы эквивалентности, так и с точки зрения выполнения коммуникативной задачи, воспроизведения оригинальной формы и авторского намерения.

В общем смысле можно выделить четыре основных способа передачи аллюзий: поиск эквивалента, нахождение функционального аналога, транслитерации, транскрибирования или калькирования аллюзивного элемента оригинала, а также использование дословного или описательного перевода [6]. Рассмотрим каждый способ подробнее.

Первый способ заключается в поиске эквивалента (регулярного соответствия). Если для аллюзии, базирующейся в ИЯ и в ПЯ на общем источнике и имеющей схожую с оригинальной аллюзией форму и семантику, есть полноценное соответствие в ПЯ, которое не зависит от контекста, то при ее передаче имеет смысл прибегнуть к такому аллюзивному аналогу [12, с. 24]. Этот способ особенно релевантен для тех аллюзивных единиц, которые основываются на литературных, мифологических, народных и религиозных источниках, поскольку эти источники можно назвать устоявшимися для порождения аллюзивных компонентов и для них поиск соответствия зачастую оказывается более результативным.

Религиозный источник аллюзии встречается в отрывке «*Faith, hope and charity will never be enough when it comes to dealing with the immense social challenges Britain faces after 14 years of Conservative rule*» из статьи о нацеленности кабинета Кира Стармера на сотрудничество с религиозными сообществами. Содержащаяся здесь отсылка к трем христианским добродетелям может быть передана устоявшимся в русском языке вариантом: «Веры, надежды и любви никогда не будет достаточно, чтобы справиться с огромными социальными проблемами, с которыми столкнулась Великобритания после 14 лет нахождения консерваторов у власти».

В иной статье, повествующей о женщине, которая поясняет правила грамматики и пунктуации всем желающим в попытке показать языковое разнообразие и повысить уровень терпимости к другим культурам, встречается часть: «*This grammar guru will solve the world's problems, or, at least, help you figure out when to use an Oxford comma*» [54]. Здесь также имеется аллюзия, которая основывается на религиозном источнике с закрепленным вариантом соответствия в ПЯ (в буддизме и индуизме гуру называют духовного наставника): «Эта гуру грамматики решит все мировые проблемы или, по крайней мере, поможет понять, когда ставить серийную запятую».

В качестве примера с аллюзией, основанной на народном источнике, рассмотрим часть «*The hypothesis formulated by Georg Friedrich Bernhard Riemann in 1859, according to Marcus du Sautoy of Oxford University, is the holy grail of mathematics*» статьи, рассказывающей об открытых математических проблемах, за решение которых предлагается денежное вознаграждение. Для символа бесплодных попыток и погони за недостижимым – Святого Грааля – имеется регулярное соответствие в ПЯ, которое и целесообразно применить в переводе: «По мнению профессора Оксфордского университета Маркуса дю Сотоя, гипотеза, сформулированная Георгом Фридрихом Бернхардом Риманом в 1859 году, является Святым Граалем математики».

Другим примером реализации такого способа перевода может послужить заголовок «*Maybe You're Not What You Eat*» [40] статьи, в которой показывается, что диеты не всегда

положительно влияют на здоровье. В качестве источника аллюзии выступает ставшая крылатой фраза Гиппократ с ее русским вариантом «Ты то, что ты ешь». Так, вариант передачи заголовка в контаминированном виде будет: «Возможно, ты не то, что ты ешь».

Базирующаяся на литературном источнике аллюзия встречается в отрывке: «*The president of the United States stands back for 13 seconds as his **bread-and-circuses** crowd brays "Send her back!" about Omar, and there is virtual silence*» [27]. Сама статья посвящена расистским заявлениям Дональда Трампа, в частности, в адрес сомалийки Ильхан Омар, избравшейся в Палату представителей. Фраза из работы древнеримского сатирика Ювенала закрепилась в русском языке в виде «хлеба и зрелищ»: «Президент Соединенных Штатов замолкает на 13 секунд, позволяя жаждущей хлеба и зрелищ толпе скандировать в отношении Омар: «Отправьте ее обратно!», а затем наступает полная тишина».

В статье о внутриаполитическом влиянии Лейбористской партии имеется строчка: «*But Labour may just have entered a **brave new political world** all the same*», отсылающая к названию романа-антиутопии Олдоса Хаксли «*Brave New World*». Применяя закрепившееся в русском языке соответствие, получаем: «Но, тем не менее, лейбористы все же вступили в новый дивный мир политики».

Или часть «*Such language is widely acknowledged to make workers feel unhappy and stressed, and cause everyone to feel as though they spend their days in a nightmare of corporate **newspeak**, where anything that isn't completely meaningless must mean exactly the opposite of what it appears to say*» [50] из статьи, описывающей жаргон офисных сотрудников, где упоминается вымышленный язык из оруэлловской антиутопии «1984», который закрепился в русском языке как «новояз»: «По общему признанию, такие формулировки заставляют работников чувствовать себя несчастными и испытывать стресс, а также вызывают ощущение, что они проводят будни в кошмаре, полном корпоративного новояза, в котором все, что хотя бы частично имеет смысл, обязательно означает нечто противоположное сказанному».

Однако же и для других аллюзивных источников способ поиска эквивалента тоже может быть применим. Например, заголовок статьи про зависимость певицы Уитни Хьюстон «***Houston, we have a solution***» [34] является аллюзивным – он косвенно отсылает к ставшей популярной фразе «Хьюстон, у нас проблема» из фильма «Аполлон-13» (кинематографический источник). Изначально фраза несколько иначе была произнесена космонавтами Джоном Суайгертом и Джеймсом Ловеллом во время космической миссии, но благодаря нашумевшему фильму буквально в эквивалентной форме закрепился ее вышеобозначенный вариант. Так, на русском языке заголовок с включением аллюзивного аналога будет выглядеть как: «Хьюстон, у нас есть решение».

Иногда, однако, аллюзии, имея в ИЯ и ПЯ аналогичное ассоциативное и культурное наполнение, различаются структурно или семантически [12]. В таком случае помимо подбора такого же аллюзивно наполненного соответствия переводчику может потребоваться внести определенные грамматические или лексические трансформации (например, произвести структурное преобразование единицы для выражения ее аллюзивной составляющей). Возьмем заголовок «***Blessed are the cheesemakers: University of Leeds acquires oldest surviving book about British cheese***» [39] статьи про средневековый манускрипт о производстве и свойствах сыра. В нем сразу бросается в глаза контаминированная фраза, отсылающая к Евангельским заповедям блаженства, а составная часть «-makers» слова «cheesemakers» указывает на конкретную заповедь, начало которой звучит как «*Blessed are the peacemakers...*». В русском языке имеется ее эквивалент «Блаженны миротворцы...», и можно было бы передать аллюзивную часть

заголовка при помощи деформирования эквивалента так: «Блаженны сыроделы: библиотека университета Лидса пополнилась средневековым манускриптом о производстве сыра». Однако здесь мы сталкиваемся не просто с единичной отсылкой, а с так называемой объединяющей аллюзией: помимо отсылки на заповедь блаженства, заголовок отправляет еще и к кинокомедии «Житие Брайана по Монтти Пайтону», когда слушатели Нагорной проповеди Христа, стоя слишком далеко от него, слышат «*Blessed are the cheesemakers...*» вместо «*Blessed are the peacemakers...*». Чтобы передать сразу две аллюзивные единицы, имеет смысл внести изменения в структуру найденного регулярного соответствия, и тогда мы получим заголовок: «Блаженны сыротворцы: библиотека университета Лидса пополнилась средневековым манускриптом о производстве сыра». Таким образом одновременно реализуется отсылка и на религиозный, и на кинематографический источники.

Второй способ перевода заключается в нахождении функционального аналога – слова или выражения, которое содержит похожее культурно-ассоциативное значение и схоже по функции с оригинальным [9, с. 69]. Его можно применять как при наличии, так и при отсутствии аллюзивного аналога в ПЯ, а также если аллюзии в ИЯ и в ПЯ основываются на разных источниках. Такой перевод производится на уровне структуры сообщения.

Рассмотрим заголовок статьи про пользу пеших прогулок «*A walk a day keeps the doctor away*» [31], содержащий в себе деформированную пословицу «*An apple a day keeps the doctor away*», то есть базирующуюся на народном источнике аллюзию. В русском языке существует калька на нее: «Кто яблоко в день съедает, у того доктор не бывает», но для русского реципиента она не несет в себе практически никакой культурно-ассоциативной информации. Поэтому нецелесообразно будет брать это «условное» соответствие и затем искажать его по аналогии с оригиналом. Однако в русском языке существует выражение «Здоровье в порядке – спасибо зарядке», которое и культурно-ассоциативно наполнено, и ясно читателю в принимающей культуре: тот сразу понимает, что речь идет о том, что физические упражнения помогают сохранить бодрость духа и здоровье. Для большего акцентирования на факте аллюзивности и его более успешной идентификации реципиентом (но без раскрытия имплицитной сущности аллюзии) можно изменять графическое оформление: использовать в переводе заглавные буквы, вопросительные и восклицательные знаки, многоточия, кавычки [20]. Таким образом, с применением такого функционального аналога перевод аллюзивного заголовка будет выглядеть следующим образом: «Здоровье в порядке – спасибо... прогулкам?».

В статье про то, как чрезмерное любопытство разрушает отношения, заголовок «*It's not just the cat: curiosity kills our happiness*» [32] своей трансформированной формой отправляет к английской пословице «*curiosity killed the cat*». В русском языке есть несколько семантически схожих выражений, которые могли бы послужить функциональным аналогом при переводе этого аллюзивного заголовка, например: «Спишь не только крепче, но и счастливее», «Любопытство – не порок! Всего лишь повод для грусти». Второй вариант кажется нам более удачным, потому что в нем скрытую отсылку на народный источник распознать все же гораздо проще.

Предложения «*Manna from heaven? More like manna from Hades*» [38] из статьи о цикадах включают два аллюзивных элемента: первый связан с упоминаемой в Библии пищей, дарованной Богом после Исхода, а второй с именем древнегреческого бога смерти Аида. И если первое предложение можно передать при помощи существующего в ПЯ эквивалента, который во всей своей аллюзивной полноте будет воспринят читателем, то

целесообразность использования во втором предложении сочетания «Аидова манна» или «манна царства Аидова» довольно сомнительна в силу непонятной параллели между концептом из христианства и мифологическим богом смерти. Для русского реципиента слово *Hades* не является синонимом преисподней, однако таковым является слово «ад», которое в этом случае может выступить в роли функционального аналога. Так, вариант перевода с применением аллюзивного эквивалента и аналога со схожей функцией выглядит как: «Манна небесная? Скорее манна из ада».

Заголовок статьи, повествующей о том, что обвиняемым в суде доступно слишком много привилегий, «*It's time defendants were given less carrot and more stick*» [49], отсылает к понятному для англоязычного сообщества принципу поощрений и наказаний «*carrot and stick*»; в русской же культуре имеется аналогичный метод «кнута и пряника». Так, заголовок с употреблением функционального аналога на русском будет звучать как: «В отношении подсудимых пора активнее применять метод кнута, а не пряника».

Или статья про то, как глобальное потепление сказалось на экосистеме горных лесов в Монтеверди, имеющая заголовок: «*Head in the clouds: the woman scaling fresh climate change heights*» [25]. Первая часть содержит отсылку к идиоме «*to have one's head in the clouds*», используемой для описания человеческой мечтательности, задумчивости и непрактичности. Однако использование одного из этих качеств в переводе не передавало бы заложенную автором мысль о том, что эколог Налини Надкарни буквально находится в облаках туманного леса, пока проводит свои исследования на большой высоте. В качестве функционального аналога в этом случае может выступить фраза «витать в облаках», которая имеет соответствующее значение «предаваться мечтам», но в данном контексте может быть воспринята и в прямом смысле: «Витающая в облаках: женщина покоряет новые вершины в борьбе с изменением климата».

Подбор функционального аналога особенно эффективен в тех случаях, когда аллюзии основываются на народных источниках, в частности ходовых фразах, пословицах, поговорках и крылатых выражениях, потому что эти языковые единицы могут иметь в ПЯ сразу несколько функционально и семантически схожих аналогов, из которых можно выбрать тот, который проще всего деформировать в соответствии с текстом оригинала или который с наибольшей долей вероятности будет понят реципиентом [9].

Третий способ, в действительности находящийся на периферии возможной аллюзивной передачи в ПЯ, состоит в транслитерации, транскрибировании или калькировании аллюзивного элемента оригинала. Он применим в случаях, когда в ПЯ не возникло регулярного соответствия ввиду особой культурной специфичности или новизны источника или описываемого явления, а подбор функционального аналога тоже не представляется возможным [19].

Например, отрывок «*Then, public outrage at the idea of 'Frankenfoods' centred on fears of what might result from newly available techniques that allowed the introduction of genes from one species into a completely different species*» [36] из статьи, повествующей о пользе и вреде генно-модифицированных сельскохозяйственных растений и животных, содержит неологизм «*Frankenfood*». Это слово, отсылающее к созданному Виктором Франкенштейном из частей человеческого тела чудовищу, вошло в обиход англоязычного сообщества для ироничного описания любой генно-модифицированной продукции. Тем не менее, в лексиконе русскоговорящих оно на данный момент отсутствует и для его передачи можно использовать транскрипцию: «Тогда общественный резонанс, связанный

с «Франкенфудом», был вызван опасениями того, к чему могут привести новые технологии, позволяющие внедрять гены из одного организма в совершенно другой».

Другой пример – статья о конфронтации Дональда Трампа и актера и кинорежиссера Джорджа Клуни, в которой встречаются предложения: «*“So now fake movie actor George Clooney, who never came close to making a great movie, is getting into the act,” posted Trump. “He’s turned on Crooked Joe like the rats they both are”*» [56]. В этом отрывке Трамп использует придуманное им самим уничижительное прозвище предыдущего президента США Джо Байдена, которым нарочито подчеркивает несостоятельность того. Применяя калькирование, отрывок можно передать как: «И вот теперь в дело вступает фальшивый киноактер Джордж Клуни, который не создал ничего и близко похожего на хороший фильм, – написал в социальной сети Трамп. – Набросился на Кривого Джо, как крыса, которой они оба и являются»».

Или часть «*The fact that this appears to be no more than a political witch-hunt can be viewed as a possible violation of professional and confidentiality codes*» [51] из статьи, рассказывающей о составленном списке британских школ, в которых ученикам навязываются критические взгляды на ультраправую партию. В этой части встречается выражение «*witch-hunt*», исконно связанное с уголовными преследованиями женщин, подозревавшихся в колдовстве – этот процесс был характерен для средневековой Западной Европы. Сейчас оно зачастую употребляется для описания гонений на инакомыслящих, и передать его здесь также можно калькированием: «Тот факт, что это кажется не чем иным, как политической охотой на ведьм, можно засчитать за возможное нарушение профессионального кодекса и кодекса конфиденциальности».

Несмотря на то что данный способ все же позволяет осуществить перевод аллюзивного элемента, его нельзя назвать в полной мере репрезентативным, потому что в тексте ПЯ хоть и остается очевидный скрытый подтекст, русскоязычному читателю может быть очень сложно считать и понять его. Калькирование, транскрибирование и транслитерация как способы передачи аллюзивного элемента, как правило, сохраняют имплицитность, если они применяются в отношении неологизмов. Если же речь идет про иные виды аллюзий, то такие способы их передачи могут стереть вложенный автором скрытый смысл (а иногда и информативную составляющую) [6]. По этой причине если найти эквивалент или функциональный аналог не представляется возможным, а вышеописанные способы не передают полноту оригинально заложенной мысли, то стоит прибегнуть ко второму подходу, включающему последний способ передачи аллюзивных единиц, о котором и пойдет речь ниже.

Четвертый способ перевода заключается в передаче аллюзии «неаллюзивными» средствами: дословным или описательным (экспликация) переводом; добавлением внутреннего переводческого комментария или сноски, указывающими на содержание аллюзивного компонента. Также сюда могут входить описанные в третьем способе транскрибирование, транслитерация и калькирование, если они применяются в отношении, например, аллюзивных имен собственных. Переводчику приходится самостоятельно оценивать полученный вариант перевода в результате их применения, анализируя то, насколько сохраняется или не сохраняется имплицитная составляющая и насколько велика вероятность ее считывания реципиентом. Если говорить про аллюзивные заголовки, то в отдельных случаях (если того требует коммуникативная задача) допускается полная замена оригинального заголовка, при условии передачи минимально необходимой информации и соблюдения требуемых жанрово-стилистической и прагматической норм и нормы переводческой речи [19].

Такой перевод «неаллюзивными» средствами получается эксплицитным, то есть переводчик либо самостоятельно «декодирует» аллюзию, делая ее явной, либо в принципе отказывается от попыток предоставить дополнительную информацию об отсылке, убирая авторский намек на что бы то ни было. Данный способ перевода применим тогда, когда аллюзия в ИЯ имеет определенную авторскую, национальную, культурную специфику, а в ПЯ эквивалент или функциональный аналог, которые бы соответствовали культурно-ассоциативному содержанию, отсутствуют. То есть если аллюзивная единица в заданных рамках непереводима. В случаях, когда функциональный аналог в ПЯ не отвечает специфике оригинала или, когда источник аллюзивной единицы мало известен в принимающей культуре и авторская интенция при такой его передаче не реализовывалась бы, также целесообразно прибегнуть к переводу «неаллюзивными» средствами [30, с.74]. Кроме того, использоваться этот способ может для аллюзий, базирующихся на совершенно различных источниках.

Применение внутреннего переводческого комментария можно рассмотреть на примере отрывка «Trump's appearance at the Conservative Political Action Conference (CPAC) at the National Harbor in Maryland began with country singer Lee Greenwood's "God Bless the USA and raucous cheers in a crowded ballroom that included January 6 insurrectionists» [57] из статьи о выступлении Трампа на Конференции консерваторов в начале этого года. Фраза «January 6 insurrectionists» отсылает к политическому событию, случившемуся в январе 2021 года, когда несогласные с итогами президентских выборов сторонники Дональда Трампа сначала устроили митинг, а потом начали штурм Капитолия. Пояснить эту отсылку на недавние политические события в тексте статьи можно путем добавления внутреннего комментария: «Выступление Трампа на Конференции консервативных политических действий (CPAC) в Нэшнл-Харбор (штат Мэриленд) началось с песни кантри-исполнителя Ли Гринвуда «Боже, благослови США» и бурных аплодисментов, прозвучавших в переполненном зале, в котором находились и участники штурма Капитолия, случившегося 6 января 2021 года вскоре после победы Джо Байдена на президентских выборах».

Иным способом пояснить имплицитную информацию можно путем сноски: «Выступление Трампа на Конференции консервативных политических действий (CPAC) в Нэшнл-Харбор (штат Мэриленд) началось с песни кантри-исполнителя Ли Гринвуда «Боже, благослови США» и бурных аплодисментов, прозвучавших в переполненном зале, в котором находились и участники штурма* (*6 января 2021 года толпа протестующих осуществила захват Капитолия с целью отмены результатов президентских выборов 2020 года, в которых победил Джо Байден»).

Однако стоит отметить, что применение внутреннего комментария или сноски не представляется возможным при передаче аллюзивных заголовков ввиду предъявляемых к ним требований краткости и броской выразительности.

Наконец, рассмотрим вариант с полной заменой, которая характерна для аллюзивных заголовков публицистических текстов. Заголовок «Sweden Sends a Message to Stockholm Drivers: Go Electric or Go Home» [23] содержит косвенную отсылку на идиоматическое выражение «go big or go home», эквиваленты которого в ПЯ не отвечают специфике оригинала («все или ничего», «пан или пропал») и контаминация которых для придания аллюзивности языковым элементам в ПЯ также вызывает затруднения. Однако и дословный перевод не передаст информативную составляющую, поэтому для ее сохранения можно прибегнуть к полной замене и созданию нового заголовка, основанного на сведениях из самой статьи: «Шведские власти запретят въезд в центр Стокгольма для автомобилей на ископаемом топливе».

ВЫВОДЫ

Таким образом, мы можем прийти к следующим выводам. Во-первых, какие-либо универсальные и стандартизированные способы передачи аллюзивных элементов в англоязычных публицистических текстах отсутствуют. Однако исследования отечественных и зарубежных лингвистов в области интертекстуальности и медиатекста позволяют нам обобщить знания и выделить два основных подхода к переводу аллюзий в публицистике: первый основан на попытках сохранения аллюзивности в переводе, второй же состоит в передаче имплицитной информации «неаллюзивными» средствами.

В рамках первого подхода выделяются подбор аллюзивного эквивалента; поиск функционального аналога; транскрибирование, транслитерация и калькирование. Применение эквивалентов (зачастую для мифологических, религиозных, народных и литературных источников) и функциональных аналогов (часто для народных источников) обеспечивает имплицитность перевода с сохранением косвенной отсылки и авторской интенции. Транскрибирование, транслитерация и калькирование находятся на периферии и могут как обеспечивать сохранение аллюзивности в ПЯ (в случае с аллюзивными неологизмами), так и не обеспечивать.

В рамках второго подхода выделяются дословный перевод; экспликация (описательный перевод); внутренний комментарий или добавление сноски; транскрибирование, транслитерация и калькирование (как правило, для аллюзивных имен собственных), а также полная замена, характерная для аллюзивных заголовков. Подобные способы перевода позволяют избежать смысловой деформации, но при их применении может теряться ассоциативно-культурный подтекст. Применяются же эти способы перевода для аллюзий, порожденных совершенно любыми источниками.

Все сложности, сопряженные с процессом передачи аллюзивных единиц в публицистических текстах, связаны как с самим многоаспектным явлением и функционалом аллюзии, так и с идентификацией аллюзий, лингвокультурными различиями в ИЯ и ПЯ, трудоемким процессом подбора содержательного, функционального, а в случае с заголовками, и лаконичного аналога, отвечающего специфике оригинала.

Список литературы

1. Абишева Н., Никитина С. Общие особенности юридического дискурса // Филологические науки: Теоретические и методологические проблемы исследования языка. – 2004. – № 3 – С. 69–73.
2. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2004. – 352 с.
3. Апресян Г. З. Ораторское искусство. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 1978. – 280 с.
4. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Большой энциклопедический словарь. Языкознание. – М., 2000. – С. 136–137.
5. Атабекова А. А., Василенко Л. Ю. О современных исследованиях юридического дискурса // Вестник РУДН. Серия Вопросы образования: языки и специальность. – 2001. – № 1. – С. 5–7.
6. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. – М., 2008. – 240 с.
7. Басюк И. В. Персуазивная функция повтора и антитезы в инаугурационной речи Дональда Трампа // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2019. – № 3 (34). – С. 26–32.
8. Борисова С. С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Воронеж, 2016. – 22 с.
9. Бузаджи Д. М. Культурно-ассоциативное значение в переводе // Мосты. Журнал переводчиков. М.: Изд-во Р. Валент, 2012. – № 3 (35). – С. 62–76.

10. Гончарова Е. А. Персуазивность и способы ее языковой реализации в дискурсе рекламы // *Studia Linguistica*-10. Проблемы теории европейских языков. СПб.: Тритон, 2001. – С. 120–130.
11. Карасик В. И. О типах дискурса // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*: сб. науч. трудов. – Волгоград: Перемена, 2000. – 312 с.
12. Куосе М. И. Лингво-когнитивные аспекты аллюзии (на материале заголовков английских и русских журнальных статей): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – М., 2002. – 22 с.
13. Косоногова О. В. Характеристики юридического дискурса: границы, содержание, параметры // *Гуманитарные науки: Историческая и социально-образовательная мысль*. – 2015. – Т. 7. – № 1. – С. 61–68.
14. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М.: РОССПЭН, 2004. – 652 с.
15. Назаров И. Д. К вопросу о содержании юридического дискурса и юридического языка: философско-правовой анализ // *Дискурс*. – 2017. – № 2. – С. 21–28.
16. Никифорова Э. Ш. Стратегии коммуникативного воздействия в аргументативно-суггестивных текстах (на примере текстов судебного дискурса английского, русского и казахского языков): Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Челябинск, 2013. – 222 с.
17. Попова Е. В. Природа судебного дискурса // *Вестник Оренбургского государственного университета*. – 2016. – № 6 (194). – С. 24–29.
18. Пригарина Н. К. Оценки как средство манипуляции в юридическом дискурсе // *Юрлингвистика*. – 2007. – № 8. – С. 229–235.
19. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика: учеб. пособие. – М.: Международные отношения, 1974. – 216 с.
20. Соловьева М. А. Роль аллюзивного антропонима в создании вертикального контекста (на материале романов А. Мердок и их русских переводов): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Екатеринбург, 2004. – 23 с.
21. Устинова К. А. Жанровые разновидности судебного дискурса // *Европейский журнал социальных наук*. – 2014. – № 6. – С. 288–293.
22. Федулова М. Н. Юридический дискурс как социокультурный и языковой феномен: уровни научной интерпретации // *Филологические науки в МГИМО*. – 2015. – № 4. – С. 47–59.
23. Anderson C., Schuetze C. Sweden sends a message to Stockholm drivers: go electric or go home // *The New York Times*. – 2023. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/10/12/world/europe/stockholm-bans-gas-diesel-vehicles.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
24. Barron J. Bodega cats: the catch-22 // *The New York Times*. – 2025. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2025/03/17/nyregion/bodega-cats-mice-regulations.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
25. Beaumont P. Head in the clouds: the woman scaling fresh climate change heights // *The Guardian*. – 2018. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/global-development/2018/dec/16/head-in-the-clouds-climate-change-nalini-nadkarni-costa-rica-monteverde>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
26. Black R. Ireland recalled as the “El Dorado of western Europe” for gold items // *The Independent*. – 2022. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/uk/europe-bronze-age-edward-iii-christ-god-b2105209.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
27. Capehart J. In Trump’s America, the “basket of deplorables” is overflowing // *The Washington Post*. – 2019. – Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/07/28/trumps-america-basket-deplorables-is-overflowing/?hpid=hp_hp-top-table-main-trump%3Adeplorables%3Ahomepage%2Ft&hpid=hp_hp-top-table-main-trump%3Adeplorables%3Ahomepage%2Ft. – (Дата обращения: 23.10.2025).
28. Cecco L. Pardon my French: dismay in Quebec as francophones fail language test // *The Guardian*. – 2021. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/06/quebec-language-requirement-test-residency>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
29. Crewdson J. M. Harlow bids Mills “pat up or shat up” on Nixon charges // *The New York Times*. – 1974. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/1974/03/12/archives/harlow-bids-mills-put-up-or-shut-up-on-nixon-charges.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).

30. Davidson A. In code we trust // The New York Times. – 2015. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2015/05/03/magazine/in-code-we-trust.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
31. Duckworth J. A walk a day keeps the doctor away // The Guardian. – 2010. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/jan/11/walking-can-keep-the-doctor-away>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
32. Edelstein J. H. It's not just the cat: curiosity kills our happiness // The Guardian. – 2016. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jul/13/curiosity-kills-happiness-study-scientific-american>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
33. Ellen B. The camera does sometimes lie. Ask a female politician // The Guardian. – 2012. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jan/29/barbara-ellen-julia-gillard-security-indignity>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
34. Ellen B. Houston, we have a solution // The Guardian. – 2016. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/music/2007/jan/07/popandrock.features>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
35. Frost V. The TV is dead, long live television // The Guardian. – 2012. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/dec/09/tv-dead-long-live-television-format-consuming>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
36. Harvey F. Environment department scientist calls for biotechnology debate // The Guardian. – 2012. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/environment/2021/jan/07/environment-department-scientist-calls-for-biotechnology-debate>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
37. Hodgkinson W. Singing for their supper // The Guardian. – 2008. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/uk/2008/nov/14/walkingholidays>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
38. Kelly J. I've waited 17 years to write about periodical cicadas again. The wait is over // The Washington Post. – 2021. – Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/local/cicadas-john-kelly/2021/05/12/668fd858-b333-11eb-9059-d8176b9e3798_story.html. – (Дата обращения: 23.10.2025).
39. Knight L. Blessed are the cheesemakers: University of Leeds acquires oldest surviving book about British cheese // The Guardian. – 2023. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2023/sep/13/blessed-are-the-cheesemakers-university-of-leeds-acquires-oldest-surviving-book-about-british-cheese#:~:text=The%20earliest%20surviving%20book%20about,and%20thought%20to%20be%20unpublished>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
40. Kolata G. Maybe you're not what you eat // The New York Times. – 2006. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2006/02/14/health/maybe-youre-not-what-you-eat.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
41. Kristof N. America has a homelessness problem. Houston has a solution // The New York Times. – 2006. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/11/29/opinion/houston-homelessness-solution.html?showTranscript=1>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
42. Krueger A. A wall. A ball. That's all: your new social-distancing workout // The New York Times. – 2020. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/03/28/nyregion/coronavirus-ny-exercise-outdoors.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
43. Labour party: brave new world, maybe // The Guardian. – 2014. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/mar/02/labour-party-brave-new-world-editorial>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
44. Leppihalme R. Culture Bumps: an empirical approach to the translation of allusions. – Clevedon: Multilingual Matters, 1997. – P. 241. – Режим доступа: <https://oceanofpdf.com/authors/ritva-leppihalme/pdf-culture-bumps-an-empirical-approach-to-the-translation-of-allusions-topics-in-translation-10-download/>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
45. Leslie I. Barack Obama needs some drama // The Guardian. – 2008. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2008/aug/25/barackobama.johnmccain>. – (Дата обращения: 23.10.2025).

46. Moore J. A boulder of debt keeps threatening to roll back and crush Glencor // The Independent. – 2015. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/business/comment/a-boulder-of-debt-keeps-threatening-to-roll-back-and-crush-glencore-a6767551.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
47. Nelson M. Oscars so white: so pale, so male // USA Today. – 2016. – Режим доступа: <https://www.usatoday.com/story/news/2016/02/22/evening-news-roundup-monday/80749930/>. – (Дата обращения: 02.05.2023).
48. O'Connell M. "A managerial Mephistopheles": inside the mind of Jeff Bezos // The Guardian. – 2008. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/03/jeff-bezos-and-the-world-amazon-made>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
49. Orr D. It's time defendants were given less carrot and more stick // The Guardian. – 2011. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/jun/29/defendants-less-carrot-more-stick>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
50. Poole S. From decks to moats: the complete guide to modern office jargon // The Guardian. – 2017. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/small-business-network/2017/jun/21/from-decks-to-moats-the-complete-guide-to-modern-office-jargon>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
51. Quinn B. Reform UK MP accused of mounting "witch-hunt" against local teachers // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/politics/article/2024/jul/09/reform-uk-mp-accused-of-mounting-witch-hunt-against-local-teachers>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
52. Radford T. Maths holy grail could bring disaster for internet // The Guardian. – 2004. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/technology/2004/sep/07/highereducation.science>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
53. Reicher S. God save the Queue: how the wait to see the Queen's coffin transformed people // The Guardian. – 2022. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/sep/20/queue-queen-coffin-monarchy>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
54. Rosman K. This grammar guru will solve the world's problems // The New York Times. 2018. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2018/11/20/style/grammar-table-ellen-jovin.html>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
55. Sample I. Smoking is good for you // The Guardian. – 2003. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2003/aug/07/shopping.health>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
56. Shoard C. George Clooney: "I don't care" if Trump calls me a "fake movie actor" // The Guardian. – 2025. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/film/2025/apr/22/george-clooney-i-dont-care-if-trump-calls-me-a-fake-movie-actor>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
57. Smith D. Party of one: Donald Trump's 75 minutes at CPAC talking about himself // The Guardian. – 2025. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/2025/feb/22/donald-trump-cpac-speech>. – (Дата обращения: 23.10.2025).
58. Tapper J. Let there be dark: the battle to save our sky from light pollution // The Guardian. – 2019. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/environment/2019/dec/15/light-pollution-north-york-moors-national-park-dark-skies>. – (Дата обращения: 23.10.2025).

References

1. Abisheva N., Nikitina S. *Obshhie osobennosti juridicheskogo diskursa* [General features of legal discourse]. *Filologicheskie nauki: Teoreticheskie i metodologicheskie problemy issledovaniya jazyka*, 2004, no. 3, pp. 69–73.
2. Alekseeva I. S. *Vvedenie v perevodovedenie: ucheb. posobie dlja stud. filol. i lingv. fak. vyssh. ucheb. zavedenij*. [Introduction to translation studies]. Moscow, Akademija Publ., 2004, 352p.
3. Apresjan G. Z. *Oratorskoe iskusstvo* [Public speaking]. Moscow, MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 1978, 280p.
4. Arutjunova N. D. *Diskurs* [Discourse]. *Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar'. Jazykoznanie*. Moscow, 2000, pp. 136–137.

5. Atabekova A. A., Vasilenko L. Ju. *O sovremennyh issledovaniyah juridicheskogo diskursa* [On contemporary studies of political discourse]. *Vestnik RUDN. Seriya Voprosy obrazovaniya: jazyki i special'nost'*, 2001, no. 1, pp. 5–7.
6. Barhudarov L. S. *Jazyk i perevod. Voprosy obshhej i chastnoj teorii perevoda*. [Language and translation. Issues of general and specific translation theory]. Moscow, 2008, 240p.
7. Basjuk I. V. *Persuazivnaja funkcija povtora i antitezy v inauguracionnoj rechi Donal'da Trampa* [The persuasive function of repetition and antithesis in Donald Trump's inaugural speech]. *Teorija jazyka i mezhkul'turnaja kommunikacija*, 2019, no. 3 (34), pp. 26–32.
8. Borisova S. S. *Persuazivnye strategii v analiticheskikh zhanrah mediateksta: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk* [Invasive strategies in media text analytical genres. Abstract of thesis]. Voronezh, 2016, 22p.
9. Buzadzhi D. M. *Kul'turno-associativnoe znachenie v perevode* [Cultural associative meaning in translation]. *Mosty. Zhurnal perevodchikov*. Moscow, Izd-vo R. Valent Publ., 2012, no. 3 (35), pp. 62–76.
10. Goncharova E. A. *Persuazivnost' i sposoby ee jazykovoj realizacii v diskurse reklamy* [Persuasiveness and its linguistic implementation in advertising discourse]. *Studia Linguistica-10. Problemy teorii evropejskih jazykov*. St. Petersburg, Triton Publ., 2001, pp. 120–130.
11. Karasik V. I. *O tipah diskursa* [Types of discourse]. *Jazykovaja lichnost': institucional'nyj i personal'nyj diskurs: sbornik nauchnyh trudov*. Volgograd, Peremena Publ., 2000, 312 p.
12. Kiose M. I. *Lingvo-kognitivnye aspekty alluzii (na materiale zagolovkov anglijskih i russkih zhurnal'nyh statej): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk* [Linguistic-cognitive aspects of allusion (based on the titles of English and Russian magazine articles). Abstract of thesis]. Moscow, 2002, 22 p.
13. Kosonogova O. V. *Harakteristiki juridicheskogo diskursa: granicy, sodержание, parametry* [Characteristics of legal discourse: boundaries, content, parameters]. *Gumanitarnye nauki: Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl'*, 2015, vol. 7, no. 1, pp. 61–68.
14. Kristeva Ju. *Izbrannye trudy: Razrushenie pojetiki*. [Selected works: the destruction of poetics]. Moscow, ROSSPJeN Publ., 2004, 652 p.
15. Nazarov I. D. *K voprosu o sodержanii juridicheskogo diskursa i juridicheskogo jazyka: filosofsko-pravovoj analiz* [The content of legal discourse and legal language: a philosophical and legal analysis]. *Diskurs*, 2017, no. 2, pp. 21–28.
16. Nikiforova Je. Sh. *Strategii kommunikativnogo vozdejstvija v argumentativno-suggestivnyh tekstah (na primere tekstov sudebnogo diskursa anglijskogo, russkogo i kazahskogo jazykov): Dis. ... kand. filol. nauk* [Strategies of communicative influence in argumentative-suggestive texts (based on the example of judicial discourse texts in English, Russian and Kazakh languages). Thesis]. Chelyabinsk, 2013, 222 p.
17. Popova E. V. *Priroda sudebnogo diskursa* [The nature of judicial discourse]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2016, no. 6 (194), pp. 24–29.
18. Prigarina N. K. *Ocenki kak sredstvo manipuljacii v juridicheskom diskurse* [Assessment as a means of manipulation in legal discourse]. *Jurislingvistika*, 2007, no. 8, pp. 229–235.
19. Recker Ya. I. *Teorija perevoda i perevodcheskaja praktika: ucheb. posobie* [Translation theory and translation practice: textbook]. Moscow, Mezhdunarodnye otnoshenija Publ., 1974, 216 p.
20. Solov'eva M. A. *Rol' alljuzivnogo antroponima v sozdanii vertikal'nogo konteksta (na materiale romanov A. Merdok i ih russkih perevodov): Avtoref diss. na soiskanie uchenoj stepeni kand. filol. nauk* [The role of allusive anthroponymy in creating vertical context (based on the novels of A. Murdoch and their Russian translations). Abstract of thesis]. Ekaterinburg, 2004, 23 p.
21. Ustinova K. A. *Zhanrovye raznovidnosti sudebnogo diskursa* [Genre types of judicial discourse]. *Evropejskij zhurnal social'nyh nauk*, 2014, no. 6, pp. 288–293.
22. Fedulova M. N. *Juridicheskij diskurs kak sociokul'turnyj i jazykovoj fenomen: urovni nauchnoj interpretacii* [Legal discourse as a sociocultural and linguistic phenomenon: levels of scientific interpretation]. *Filologicheskie nauki v MGIMO*, 2015, no. 4, pp. 47–59.

23. Anderson C., Schuetz C. Sweden sends a message to Stockholm drivers: go electric or go home. *The New York Times*, 2023. Available from: <https://www.nytimes.com/2023/10/12/world/europe/stockholm-bans-gas-diesel-vehicles.html>. (accessed 23 October 2025).
24. Barron J. *Bodega cats: the catch-22*. *The New York Times*, 2025. Available from: <https://www.nytimes.com/2025/03/17/nyregion/bodega-cats-mice-regulations.html>. (accessed 23 October 2025).
25. Beaumont P. *Head in the clouds: the woman scaling fresh climate change heights*. *The Guardian*, 2018. Available from: <https://www.theguardian.com/global-development/2018/dec/16/head-in-the-clouds-climate-change-nalini-nadkarni-costa-rica-monteverde>. (accessed 23 October 2025).
26. Black R. *Ireland recalled as the “El Dorado of western Europe” for gold items*. *The Independent*, 2022. Available from: <https://www.independent.co.uk/news/uk/europe-bronze-age-edward-iii-christ-god-b2105209.html>. (accessed 23 October 2025).
27. Capehart J. *In Trump’s America, the “basket of deplorables” is overflowing*. *The Washington Post*, 2019. Available from: https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/07/28/trumps-america-basket-deplorables-is-overflowing/?hpid=hp_hp-top-table-main-basket-deplorables%3Ahomepage%2Ft&hpid=hp_hp-top-table-main-basket-deplorables%3Ahomepage%2Ft. (accessed 23 October 2025).
28. Cecco L. *Pardon my French: dismay in Quebec as francophones fail language test*. *The Guardian*, 2021. Available from: <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/06/quebec-language-requirement-test-residency>. (accessed 23 October 2025).
29. Crewdson J. M. *Harlow bids Mills “pat up or shat up” on Nixon charges*. *The New York Times*, 1974. Available from: <https://www.nytimes.com/1974/03/12/archives/harlow-bids-mills-put-up-or-shut-up-on-nixon-charges.html>. (accessed 23 October 2025).
30. Davidson A. *In code we trust*. *The New York Times*, 2015. Available from: <https://www.nytimes.com/2015/05/03/magazine/in-code-we-trust.html>. (accessed 23 October 2025).
31. Duckworth J. A *walk a day keeps the doctor away*. *The Guardian*, 2010. Available from: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/jan/11/walking-can-keep-the-doctor-away>. (accessed 23 October 2025).
32. Edelstein J. H. *It’s not just the cat: curiosity kills our happiness*. *The Guardian*, 2016. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jul/13/curiosity-kills-happiness-study-scientific-american>. (accessed 23 October 2025).
33. Ellen B. *The camera does sometimes lie. Ask a female politician*. *The Guardian*, 2012. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jan/29/barbara-ellen-julia-gillard-security-indignity>. (accessed 23 October 2025).
34. Ellen B. *Houston, we have a solution*. *The Guardian*, 2016. Available from: <https://www.theguardian.com/music/2007/jan/07/popandrock.features> (accessed 23 October 2025).
35. Frost V. *The TV is dead, long live television*. *The Guardian*, 2012. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/dec/09/tv-dead-long-live-television-format-consuming>. (accessed 23 October 2025).
36. Harvey F. *Environment department scientist calls for biotechnology debate*. *The Guardian*, 2012. Available from: <https://www.theguardian.com/environment/2021/jan/07/environment-department-scientist-calls-for-biotechnology-debate>. (accessed 23 October 2025).
37. Hodgkinson W. *Singing for their supper*. *The Guardian*, 2008. Available from: <https://www.theguardian.com/uk/2008/nov/14/walkingholidays>. (accessed 23 October 2025).
38. Kelly J. *I’ve waited 17 years to write about periodical cicadas again. The wait is over*. *The Washington Post*, 2021. Available from: https://www.washingtonpost.com/local/cicadas-john-kelly/2021/05/12/668fd858-b333-11eb-9059-d8176b9e3798_story.html. (accessed 23 October 2025).
39. Knight L. *Blessed are the cheesemakers: University of Leeds acquires oldest surviving book about British cheese*. *The Guardian*, 2023. Available from: <https://www.theguardian.com/books/2023/sep/13/blessed-are-the-cheesemakers-university-of-leeds-acquires-oldest-surviving-book-about-british-cheese#:~:text=The%20earliest%20surviving%20book%20about,and%20thought%20to%20be%20unpublished>. (accessed 23 October 2025).

40. Kolata G. *Maybe you're not what you eat*. *The New York Times*, 2006. Available from: <https://www.nytimes.com/2006/02/14/health/maybe-youre-not-what-you-eat.html>. (accessed 23 October 2025).
41. Kristof N. *America has a homelessness problem. Houston has a solution*. *The New York Times*, 2006. Available from: <https://www.nytimes.com/2023/11/29/opinion/houston-homelessness-solution.html?showTranscript=1>. (accessed 23 October 2025).
42. Krueger A. *A wall. A ball. That's all: your new social-distancing workout*. *The New York Times*, 2020. Available from: <https://www.nytimes.com/2020/03/28/nyregion/coronavirus-nyc-exercise-outdoors.html>. (accessed 23 October 2025).
43. *Labour party: brave new world, maybe*. *The Guardian*, 2014. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/mar/02/labour-party-brave-new-world-editorial>. (accessed 23 October 2025).
44. Leppihalme R. *Culture Bumps: an empirical approach to the translation of allusions*. Clevedon: Multilingual Matters, 1997, 241 p. Available from: <https://oceanofpdf.com/authors/ritva-leppihalme/pdf-culture-bumps-an-empirical-approach-to-the-translation-of-allusions-topics-in-translation-10-download/>. (accessed 23 October 2025).
45. Leslie I. *Barack Obama needs some drama*. *The Guardian*, 2008. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2008/aug/25/barackobama.johnmccain>. (accessed 23 October 2025).
46. Moore J. *A boulder of debt keeps threatening to roll back and crush Glencor*. *The Independent*, 2015. Available from: <https://www.independent.co.uk/news/business/comment/a-boulder-of-debt-keeps-threatening-to-roll-back-and-crush-glencore-a6767551.html>. (accessed 23 October 2025).
47. Nelson M. *Oscars so white: so pale, so male*. *USA Today*, 2016. Available from: <https://www.usatoday.com/story/news/2016/02/22/evening-news-roundup-monday/80749930/>. (accessed 2 May 2023).
48. O'Connell M. *"A managerial Mephistopheles": inside the mind of Jeff Bezos*. *The Guardian*, 2008. Available from: <https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/03/jeff-bezos-and-the-world-amazon-made>. (accessed 23 October 2025).
49. Orr D. *It's time defendants were given less carrot and more stick*. *The Guardian*, 2011. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/jun/29/defendants-less-carrot-more-stick>. (accessed 23 October 2025).
50. Poole S. *From decks to moats: the complete guide to modern office jargon*. *The Guardian*, 2017. Available from: <https://www.theguardian.com/small-business-network/2017/jun/21/from-decks-to-moats-the-complete-guide-to-modern-office-jargon>. (accessed 23 October 2025).
51. Quinn B. *Reform UK MP accused of mounting "witch-hunt" against local teachers*. *The Guardian*, 2024. Available from: <https://www.theguardian.com/politics/article/2024/jul/09/reform-uk-mp-accused-of-mounting-witch-hunt-against-local-teachers>. (accessed 23 October 2025).
52. Radford T. *Maths holy grail could bring disaster for internet*. *The Guardian*, 2004. Available from: <https://www.theguardian.com/technology/2004/sep/07/highereducation.science>. (accessed 23 October 2025).
53. Reicher S. *God save the Queue: how the wait to see the Queen's coffin transformed people*. *The Guardian*, 2022. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/sep/20/queue-queen-coffin-monarchy>. (accessed 23 October 2025).
54. Rosman K. *This grammar guru will solve the world's problems*. *The New York Times*, 2018. Available from: <https://www.nytimes.com/2018/11/20/style/grammar-table-ellen-jovin.html>. (accessed 23 October 2025).
55. Sample I. *Smoking is good for you*. *The Guardian*, 2003. Available from: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2003/aug/07/shopping.health>. (accessed 23 October 2025).
56. Shoard C. *George Clooney: "I don't care" if Trump calls me a "fake movie actor."* *The Guardian*, 2025. Available from: <https://www.theguardian.com/film/2025/apr/22/george-clooney-i-dont-care-if-trump-calls-me-a-fake-movie-actor>. (accessed 23 October 2025).

57. Smith D. *Party of one: Donald Trump's 75 minutes at CPAC talking about himself*. *The Guardian*, 2025. Available from: <https://www.theguardian.com/us-news/2025/feb/22/donald-trump-cpac-speech>. (accessed 23 October 2025).
58. Tapper J. *Let there be dark: the battle to save our sky from light pollution*. *The Guardian*, 2019. Available from: <https://www.theguardian.com/environment/2019/dec/15/light-pollution-north-york-moors-national-park-dark-skies>. (accessed 23 October 2025).

**ALLUSIONS IN ENGLISH PUBLICISTIC TEXTS AND THE CHALLENGES
ASSOCIATED WITH THEIR TRANSLATION INTO RUSSIAN**

Zlobina O. N., Sedina I. V.

The article focuses on the challenges with rendering allusions that translators face when translating texts from English to Russian. It addresses the difficulties that arise in translating allusive elements due to cultural background, diversity of allusion sources, and the author's unique style; as well as the necessity to consider the requirements of conciseness and expressiveness, especially when it comes to translating newspaper headlines that contain allusions. The article pays special attention to four main methods of dealing with allusions: finding an equivalent, replacing, transliterating, transcribing, and using literal or descriptive translation. A large number of examples are given. The sources for this research include newspaper articles published on the websites of British and American newspapers such as *The Guardian*, *The Independent*, *The Washington Post*, *USA Today*, and *The New York Times*. All translation options presented in the article were carried out independently by the authors.

Key words: intertextuality, allusion, publicistic text, difficulties in translating allusions, methods for translating allusions