

Д. А. ЛАПТЕЙКИНА

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛИЙСКИХ СМИ

Неотъемлемой частью газетных публикаций является заголовок. В прессе он занимает самую сильную позицию. Именно от характера и оформления заголовков во многом зависит имидж газеты или журнала, а также и воздействие той или иной публикации на читателя.

Перевод заглавия можно считать отдельной переводческой проблемой, от решения которой в значительной степени зависит репутация издания. При переводе газетных и журнальных статей, а тем более их заглавий, недостаточно лишь передать содержание статьи и смысл ее названия – необходимо сохранить центральную функцию заголовка, способность привлечь внимание к теме статьи, заинтересовать и даже заинтриговать читателя.

Переводческие трансформации являются положительными изменениями, преобразующими структуру предложения и помогающими достичь переводческой эквивалентности, т. е. адекватности перевода. Задача переводчика заключается в умении произвести необходимые переводческие преобразования, при этом соблюдая нормы языка перевода, чтобы как можно более полно передать основную информацию текста оригинала [1, с. 304].

Согласно Ю. В. Глухой и Ю. В. Приваловой [2], в английской прессе выработался особый стиль газетного заголовка, имеющий ряд характерных черт, которые и создают определенные трудности при переводе.

1. Разговорно-фамильярный характер. Для английского читателя подобный характер заголовков считается нормальным и не бросается в глаза. Однако из-за своей необычности на русского читателя он произведет гораздо большее впечатление. Поэтому при переводе таких заголовков необходимо учитывать особенности русского газетно-публицистического стиля: *EU to slap fresh sanctions on Syria* ‘Новые санкции ЕС в отношении Сирии’, *Say hello to intelligent pills* ‘Разработана «интеллектуальная» пилюля’.

2. Экспрессивность. Англоязычные заголовки характеризуются большей экспрессивностью в сравнении с русскоязычными. Поэтому необходимо учитывать эту экспрессивность лексических и грамматических средств и переводить англоязычные заголовки так, чтобы они были доступны пониманию русского читателя: *After EU «Yes», Croatia needs reforms, tight budget* ‘Хорватия на пороге в ЕС: необходимы реформы’.

3. **Сжатый и отрывистый ритм.** Английские заголовки, вследствие стремления к краткости и лаконичности, имеют более сжатый, отрывистый ритм. Русским газетным заголовкам лаконичность присуща в меньшей степени, поэтому в англо-русских переводах нередко приходится выбирать более пространственный вариант: *Obama Drastically Cuts Military; Sparks Heated Debate in Congress* ‘Радикальное сокращение президентом США вооруженных сил вызвало бурные прения в Конгрессе’.

4. **Своеобразный «жаргон заголовков».** В области лексики для заголовков английских газет характерно частое использование небольшого числа специальных слов, составляющих своего рода «жаргон заголовков»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* и др. Вследствие широкой семантики таких слов необходимо прибегать к их конкретизации при переводе: *Russia claims US interest in S. Sudan motivated by oil* ‘Россия считает, что интересы США в Южном Судане связаны с нефтью’.

5. **Устойчивые выражения.** Обычно заголовки, содержащие устойчивые выражения, бывают трудны для понимания, если переводчик недостаточно хорошо знаком с литературой, политической жизнью и бытом Англии или США. Задача переводчика в данном случае связана не только с распознаванием подобных явлений в газетных заголовках, но и с соблюдением стилистических и грамматических особенностей заголовков языка перевода. Так в заголовке *All Quiet on Monty Front* слово *Monty* является сокращением фамилии *Montgomery*; выражение *all quiet on ... front* взято из военных сводок и употребляется в тех случаях, когда на фронте наступает затишье. Поэтому заголовок следует перевести следующим образом: ‘На этот раз Монтгомери отказывается сделать заявление’ [3, с. 93].

6. **Сокращения.** Употребляемые в английской прессе сокращения делятся на три группы. Первую группу составляют неологизмы, которые без помощи словаря перевести довольно сложно: *Europeans don't eat enough fruit and veg* ‘Европейцы потребляют недостаточно фруктов и овощей’. Вторая группа – сокращения фамилий или фамильярные прозвища известных политических или общественных деятелей: *Winnie – Winston Churchill, JFK – John F. Kennedy, Rocky – Rockefeller*. Третья группа – сокращения географических названий. В русских заголовках эти сокращения приводятся полностью: *Rockies Mystery Solved by New Mountain-Creation Theory?* Новая теория раскроет загадку формирования Скалистых гор? [4].

7. **Титулы.** В английских газетах принято всегда указывать титул политического деятеля даже тогда, когда он подвергается критике. Если его фамилия употребляется без упоминания титула или занимаемой должности, перед ней всегда ставится сокращение *Mr. (Mister)* или *Mrs. (Mistress)*: *Chancellor Adenauer / Doctor Adenauer* ‘Аденауэр’, *Mr. Macmillan*

‘Макмиллан’, *General de Gaulle* ‘де Голль’, *Sir Winston Churchill* / *Sir Winston* ‘Черчилль’. Все эти титулы имеют в английском тексте чисто формальное значение и не отражают особого уважения автора статьи к упоминаемым персонам. Поэтому при переводе эти титулы, как правило, опускаются. Исключение составляют особо официальные тексты, в которых они переводятся, причем *Mr.* и *Mrs.* переводятся соответственно ‘господин’ и ‘госпожа’, а не ‘мистер’ и ‘миссис’. Последние варианты могут употребляться только при переводе художественной литературы [4].

8. **Эллипсис.** Обычное применение эллиптических конструкций придает заголовкам чрезвычайную сжатость и динамичность. Русским заголовкам, как и всему газетному стилю в целом, присущ более плавный, спокойный характер, а действие в них, в отличие от заголовков в английских газетах, передается чаще существительным, чем глаголом: *Conference to open to-day* ‘Сегодня открытие конференции’.

9. **Преобладание глагольных заголовков.** В отличие от английской прессы, для русской печати глагольные заголовки являются большой редкостью. Для нее характерно преобладание безглагольных заголовков. Эту особенность следует учитывать при переводе английских газетных материалов на русский язык. *Floods Hit Scotland* ‘Наводнение в Шотландии’, *Johnson Sends Message* ‘Послание Джонсона’, *Sangdys Goes on Caribbean Tour* ‘Поездка Сэнгдиса в страны Карибского бассейна’ [5, с. 3].

Перевод газетных заголовков требует самых разнообразных переводческих трансформаций, определяемых расхождениями в типовой структуре заголовков, неоднозначностью их смысловой интерпретации, расхождениями в наборе используемых лексических единиц, а также экспрессивно-стилистическими факторами. Для адекватного перевода необходимо знать особенности переводческих трансформаций, т. к. существуют различия между структурой английских и русских заголовков, знания которых позволяют максимально точно и лаконично передать смысл и своеобразие заголовка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Исаева, А. Ю. Переводческие трансформации и деформации в процессе перевода газетного заголовка (на материале английского и русского языков) / А. Ю. Исаева // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2014. – № 2 – С. 302–312.

2. Глухова, Ю. В. Особенности перевода заголовков английской прессы / Ю. В. Глухова, Ю. В. Привалова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012001075>. – Дата доступа: 17.04.2019.

3. Паршин, А. Н. Теория и практика перевода / А. Н. Паршин. – М. : Русский язык, 2000. – 214 с.

4. Гордеева, А. Т. Особенности перевода английских газетных заголовков / А. Т. Гордеева, М. И. Воротынцева // Молодежь и наука: Сборник материалов VI Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых [Электронный ресурс]. – Красноярск : Сибирский федеральный ун-т, 2011. – Ре-

жим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2010/section14.html>. – Дата доступа: 17.04.2019.

5. Хижняк, И. М. Трудности перевода заголовков английской и американской прессы / И. М. Хижняк // Саратовский государственный ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – 2015. – 6 с.

А. О. МУХАМЕДОВ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. Ю. Горудко

ПРИМЕНЕНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ)

Общеизвестно, что состав лексики любого языка постоянно пополняется и обновляется. Появление неологизмов – прямое свидетельство жизнеспособности языка. Исследование неологизмов последних десятилетий показывает, что вектор развития английского языка меняется в сторону создания новых слов [4, с. 36]. В современном английском языке намечается тенденция к расширению словарного состава. Неологизмы обычно образуются по законам соответствующего языка, по его продуктивным моделям словообразования. Неологизмы охватывают все сферы человеческой деятельности.

По определению И. В. Арнольд, «неологизм – новое слово, языковое новшество (оборот речи), грамматическая особенность, появляющаяся в языке» [1, с. 166].

В процессе перевода часто оказывается невозможным использование буквального словарного соответствия. В этом случае переводчик прибегает к преобразованию внутренней формы слова или словосочетания, или его полной замены, т. е. к переводческой трансформации. По определению Л. С. Бархударова, трансформация – «основа большинства приемов перевода, которая заключается в изменении формальных (лексические и грамматические трансформации) или семантических (семантические трансформации) компонентов исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи» [2, с. 110].

Цель статьи заключается в определении частотности применения переводческих трансформаций на примере английских неологизмов. Материалом послужило 237 английских неологизмов, извлеченных из словарей (словари см. в списке сокращений).

Анализ языкового материала показал, что при переводе неологизмов с английского языка на русский применяются следующие способы перевода: