

Англоязычный газетный заголовок как проблема перевода

Научный руководитель – Резцова Светлана Алексеевна

Жиденко Валерия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Государственный социально-гуманитарный университет, Коломна, Россия

E-mail: walleri771@gmail.com

Сегодня мы живем в непрекращающемся ни на секунду потоке информации, который окружает, опутывает нас со всех сторон и проникает во все сферы нашей жизни. Одним из древнейших источников получения информации является пресса. Первая газета была издана более тысячи лет назад, и с тех пор она стала неотъемлемой частью жизни человечества, заняв важное место в его культурной и политической сферах.

Газетно-публицистический стиль имеет некоторые особенности, главной из которых является его прагматическая направленность: не только донести до реципиента информацию, но и захватить внимание читателя. Помощь в последнем неизменно оказывает заголовок.

Именно он пробуждает читательский интерес, кратко и емко вмещая в себя главную идею статьи. Для этого в заголовке используются практически все известные грамматические и лексические средства выразительности: стилистически-окрашенная лексика, переносные значения слов, аббревиатуры и сокращения, фразеологические единицы, свойственные конкретной языковой среде, эллиптические конструкции и определенные временные глагольные формы. Все вышперечисленные особенности английского языка требуют определенного подхода при их переводе на русский язык. Для выявления конкретных переводческих стратегий необходимо определить собственно объект перевода, а именно заголовок, как элемент газетно-публицистического текста, и охарактеризовать его функции.

Газетный заголовок - это выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который именуется и/или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы [2]. Заголовок имеет особый статус в газетно-публицистическом стиле и выполняет следующие функции: номинативно-информативную [3], рекламную-экспрессивную и графически-выделительную [1].

Данные цели определяют использование в заголовке тех или иных лексических или грамматических средств. Эти особенности должны быть учтены переводчиком, поскольку от этого будет зависеть не только качество его работы, но и то, в каком виде информация дойдет до реципиента. Все вышперечисленные функции универсальны для заголовков в мировой прессе, но язык, на котором написан заголовок, накладывает на него определенный социокультурный отпечаток. Так, в заголовки, написанные на английском языке, имеют ряд особенностей, которые вызывают некоторые трудности при их переводе на русский язык [4].

1) Среди грамматических особенностей англоязычных заголовков можно выделить употребление настоящего простого времени (the Present Simple), поскольку эта глагольная форма приближает читателя к событиям, повышает интерес к публикации. В таких случаях сохранение настоящего времени в русском языке оправдано:

Search Continues for Kennedy Relatives Lost in Chesapeake Bay - Продолжаются поиски родственников Кеннеди, пропавших в Чесапикском заливе.

2) Эллиптические предложения вызывают больше всего трудностей при переводе, потому что в погоне за краткостью авторам англоязычных заголовков свойственно использовать все известные виды опущений: опущение подлежащего, опущение сказуемого, опущение вспомогательных глаголов, глаголов-связок, артиклей. Такой способ не только экономит ценное место на странице газеты, но и добавляет экспрессии и информативности. Поэтому перед переводчиком ставится важная задача оценить и восстановить все опущения, предложив адекватный перевод:

50,000 Signed Up to Coronavirus Help - 50000 волонтеров вступили в ряды фондов и организаций по борьбе с коронавирусом

Помимо грамматических особенностей также стоит обратить внимание на лексические особенности англоязычных газетных заголовков:

1) Сокращения и различные аббревиатуры. Их популярность легко объясняется стремлением вместить как можно больший объем информации при минимальном использовании языковых средств. Наиболее распространены общеизвестные аббревиатуры, не представляющие никакой сложности для переводчика:

The EU Can't Agree on How to Help Italy - В Европейском союзе не могут прийти к общему решению касательно помощи Италии

2) фразеологизмы, устойчивые словосочетания и клише. В большинстве случаев в русском языке уже существуют общепринятые эквиваленты таких идиоматических выражений, поэтому их перевод обычно не вызывает трудностей:

America's Pandemic War Games Don't End Well - Военные учения в Америке в условиях пандемии до добра не доведут

Как показало исследование, перевод заголовков англоязычной прессы это трудоемкий процесс, требующий от переводчика не только знания всех грамматических и лексических особенностей заголовков английской прессы, но и умения применять на практике различные переводческие трансформации. Не существует единого алгоритма действий для данного процесса, потому что каждый заголовок уникален, ровно как не существует единственного результата перевода в виду многовариантности переводческих решений, зависящих от компетентности и уникальности стиля самого переводчика, который пытается передать содержание и стилистические особенности заголовка, с сохранением всех его функций.

Источники и литература

- 1) Вомперский В.П., Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В.П. Вомперский // Искусство публицистики (Проблемы теории и мастерства).— Алма-Ата, 1966. — с 82-85 с.
- 2) Качаев Д.А. Социо-культурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках: автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский Язык»/ Д.А. Качаев — Ростов-на-Дону, 2007. — 25 с.
- 3) Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. — Свердловск: Изд-во Уральского университета, 1989. — 69-72 с.
- 4) Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста — средство организации и оптимизации восприятия / Э. А. Лазарева // Известия Уральского государственного университета. — 2006. — № 40. — С. 158-166.