

Лобанова Татьяна Николаевна

ГАЗЕТНЫЙ ЗАГОЛОВОК ПРЕССЫ КИТАЯ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ И ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Статья посвящена лингвистическим и прагматическим аспектам заголовков газетных статей, а также проблемам, связанным с функциональной направленностью и спецификой перевода заголовков текстов газетных статей КНР. Показаны особенности функционирования различных лексических единиц в заголовочном дискурсе китайских СМИ, выявлены возможности реализации грамматическими, лексическими и стилистическими средствами прагматического потенциала. Для анализа предлагаются непереведенные заголовки и тексты современных китайских изданий.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/4-2/29.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 4 (22): в 2-х ч. Ч. II. С. 107-112. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 811.581.11

Филологические науки

Статья посвящена лингвистическим и прагматическим аспектам заголовков газетных статей, а также проблемам, связанным с функциональной направленностью и спецификой перевода заголовков текстов газетных статей КНР. Показаны особенности функционирования различных лексических единиц в заголовочном дискурсе китайских СМИ, выявлены возможности реализации грамматическими, лексическими и стилистическими средствами прагматического потенциала. Для анализа предлагаются непереведенные заголовки и тексты современных китайских изданий.

Ключевые слова и фразы: китайская пресса; газетный заголовок; перевод газетных заголовков; лексико-грамматические и стилистические средства языка в заголовке; прагматическая функция заголовка.

Лобанова Татьяна Николаевна, к. пед. н.

Тихоокеанский государственный университет

lobanovaty@mail.ru

ГАЗЕТНЫЙ ЗАГОЛОВОК ПРЕССЫ КИТАЯ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ И ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ[©]

В современную информационную эпоху человек постоянно испытывает на себе влияние СМИ, поэтому очевидна актуальность исследований, посвященных разным аспектам данного феномена. Газетный текст, газетный заголовок в частности, выступает объектом изучения междисциплинарной области знания, существующей на стыке лингвистики, культурологии, политологии, философии, риторики, информатиологии и социологии.

В современной межкультурной коммуникации возрастает роль «языка газеты», где, наряду с вербальными средствами (линейный текст), иконические средства (семиотически осложненный текст) воспроизводят аксиологическую составляющую той или иной культуры. Все специфические черты газетного дискурса в концентрированной форме находят отражение в заголовках. Заголовок – это составляющая часть дискурса газеты, который является конкретным проявлением общего дискурса СМИ.

Геополитическое измерение проблемы определяет Россию и Китай сопряженными регионами, в которых динамично развиваются международные контакты, происходит взаимопроникновение культур западного и восточного типа, интенсивно развиваются языковые, политические, социокультурные и научные контакты. Помимо того, что Россия стала одним из важнейших поставщиков энергоресурсов в Китай, она остается крупнейшим поставщиком Китаю оборонительных вооружений и военных технологий. Смену общественных настроений, приращение новых смыслов, рождение социокультурных концептов, идеологем – все это отражают китайские газеты, о чем свидетельствуют заголовки многочисленных китайских статей.

Лингводидактическое измерение проблемы выделяется тем, что газетные статьи являются объективными источниками информации о новых языковых явлениях, сокращениях, неологизмах, прецедентных метафорах. Именно поэтому язык китайской прессы – материал, методическая разработанность которого позволяет создавать современные учебно-методические программы и пособия, что является необходимым условием для развития и формирования навыков перевода публицистических текстов и улучшения методики преподавания китайского языка.

Прагмалингвистический аспект заголовка является относительно малоизученным объектом исследований: в диссертационном исследовании А. Э. Долгиревой [4] освещается газетный заголовок в свете положений прагмалингвистики и предлагается типология заголовков с позиции теории речевых актов Дж. Р. Серла. С учетом развития китайского общества, культуры, языка и речи ощутим заметный недостаток лингвистических исследований, затрагивающих вопросы морфологической природы, функциональной сущности и перевода китайского газетного заголовка, а также политического газетного дискурса в целом: отсутствуют монографические и диссертационные исследования, посвященные вышеперечисленным вопросам. Поэтому особенности и трудности перевода заголовков китайских печатных СМИ – тема отдельного исследования. С целью решения переводческих задач целесообразно опираться на базовые понятия когнитивной лингвистики (концепт, концептосфера) и прагмалингвистики – теории речевых актов (иллокуция, перлокуция).

От того, насколько успешен будет перевод заголовка, зависит судьба всей переводной статьи в иноязычной культуре. Это и текстовый аспект, так как заголовок традиционно рассматривается как свернутый текст, и прагматический аспект коммуникативного акта между автором заголовка и переводчиком, а затем между переводчиком и адресатом переведенного им заголовка. При переводе заголовка газетной статьи необходимо иметь в виду, что крайне важно сохранить центральную функцию заголовка – способность привлечь внимание к теме статьи, заинтересовать или заинтриговать читателя. Кроме того, часто происходит расширение возможностей газетного заголовка и усложнение его перевода за счет включения невербальных средств: различных шрифтов, кавычек и т.д.

Рассмотрению лингвистического аспекта заглавия и газетного заголовка как его вида посвящено немало работ. Исследованиями ряда авторов [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14] заложена концептуальная основа для дальнейшего изучения языка газеты. В данном ряду выделяются наработки российской екатеринбургской политлингвистической научной школы, представленной работами А. П. Чудинова [13], Э. В. Будаева [2] и др. Однако их исследования выполнены в основном на материале русскоязычной прессы.

Объектом данного исследования является газетный заголовок китайской прессы.

Задачей работы определен перевод газетных заголовков китайской прессы с лексико-семантическим и прагмалингвистическим описанием.

Материалом исследования послужили заголовки статей таких газет, как 《南方周末》 («Наньфан чжоумо», газета «Субботний Юг»), 《国际先驱导报》 («Гоцзи сяньцюй даобао», газета «Международный вестник»), 《生活知道》 («Шэнхо чжидào», газета «Жизнь»), 《环球事讯》 («Хуаньцю шисюнь», газета «Мировые известия»), 《中国国防报》 («Чжунго гофан бао», газета «Национальная оборона»), 《环球时报》 («Хуаньцю шибао», газета «Мировое время»), отобранные методом сплошной выборки из центральных печатных изданий КНР (2010–2012 гг.). Привлечен малоизученный газетный языковой материал; в процессе перевода выявлены значения, не зафиксированные лексикографическими источниками.

Методами исследования явились: на этапе сбора материала – методы сплошной и случайной выборки, на этапе исследования – метод компонентного анализа с использованием словарных дефиниций, методы описания, контекстуального анализа, сравнения и обобщения.

Газетный заголовок современной китайской прессы как объект лингвистического анализа, в котором находят отражение основные тенденции развития языка, и как объект перевода – сложный комплекс лингвистических и экстралингвистических средств, требующий многоуровневого переводческого анализа и лингвокультурологического комментария.

Рассматривая подходы отечественных лингвистов к определению места заголовка в системе «заголовок – текст» и к выделению его характеристик как языковой структуры, выясняем, что большинство исследователей указывают на двойственный характер заголовка – его самостоятельность и единство с текстом статьи. Как отмечает В. Г. Костомаров, «тексты “масс-медиа” парадоксально и прочно объединяют стилевые царства разговорности и книжности, образуя особое промежуточное междуцарствие. Его язык синтетичен и более искусно творим, нежели книжный, так как скрывает свою искусственность» [6, с. 183]. Это суждение наиболее ярко раскрывается в газетных заголовках. Анализ литературы свидетельствует о незатухающем интересе ученых-лингвистов к проблеме заголовка.

Большинство ученых выделяют три основные функции газетного заголовка: номинативно-информативную, воздействующую и рекламную [4; 6; 8]. В исследованиях, посвященных газетному заголовку, можно столкнуться с разнообразием классификаций.

В контексте нашего исследования целесообразно обратиться к концепции-классификации, предложенной Н. В. Пинчуковой [11], в соответствии с которой предлагается выделить четыре коммуникативно-прагматических типа заголовков: 1) номинативные заголовки – заголовки, которые содержат краткую информацию о событиях, описываемых в тексте. Используя такой заголовок, автор стремится дать как можно больше сведений в рамках предельно сжатой лексико-грамматической структуры. Такие заголовки характеризуются доминированием номинативного компонента над аксиологическим; 2) информативные заголовки – заголовки, которые в развернутом виде сообщают основную мысль, остающуюся неизменной по ходу развертывания газетной статьи; 3) заголовки-вопросы. Вопросительные предложения в заголовочной позиции могут в большей степени, чем другие виды заголовков, привлекать внимание читателя [Там же, с. 173]; 4) многокомпонентные заголовочные комплексы. Они представляют собой сложную структуру, состоящую из заголовка и подзаголовка. Подзаголовки играют роль развернутых тезисов, которые в тексте статьи находят дальнейшее объяснение. Многокомпонентные заголовки обладают структурными и семантическими особенностями. Такие заголовки, как правило, вмещают в себе информативную и интригующую части, которые часто связаны через причинно-следственные отношения. Высокая информативная насыщенность сложносоставных заголовков и их масштабность, позволяющая активно применять различные приемы оформления, служат причинами частого использования подобных заголовков для главных новостей, расположенных на первых полосах китайских газетных изданий.

Знание и понимание специфических черт китайского газетного заголовка необходимы для их адекватного перевода. При переводе с китайского языка на русский переводчику необходимо первоначально определить тип заголовка с целью сохранения перлокутивного эффекта и концептуальной составляющей во избежание коммуникативных неудач.

Одна из главных структурных особенностей заголовков в китайских газетах – использование сложных заголовков, состоящих из надзаголовка и главного заголовка либо из главного заголовка и подзаголовка, крайне редко встречаются объемные заголовки, состоящие из всех трех компонентов. Каждая часть из такого комплекса оформлена отдельно: используются шрифты разного размера, главный заголовок соответственно всегда выполнен самым крупным по размеру шрифтом. Следует заметить, что в китайских газетах чаще употребляются заголовки в комплексе с надзаголовками, чем с подзаголовками. Все виды сложных заголовков используются с целью расширения главной темы. Такая структурная особенность заголовков позволяет реализовать воздействующую и рекламную функции. Надзаголовок указывает на тему главного заголовка путем

комментирования обстановки, причин, основных целей, характера события, отраженного в статье. Его задача – привлечь внимание к главному заголовку и в комплексе с ним вызвать интерес читателя к статье, поэтому часто встречаются надзаголовки, содержащие вопрос или побуждающие читателя к оценке события или явления. Присутствие надзаголовка сокращает размер главного заголовка. Подзаголовок дополняет содержание главного заголовка, как правило, с несколько другой стороны комментируя тему, выдвинутую в главном заголовке. В нем могут быть отражены результат или последствия события, описанного в статье. Подзаголовок также может подтверждать главный заголовок или отвечать на поставленный в главном заголовке вопрос.

Проанализируем функции подзаголовков и надзаголовков и разберем проблемы, связанные с их переводом, на конкретных примерах.

政坛动荡频繁 民众苦不堪言 非洲三国, 怎一个乱字了得 *zhengtān dòngdàng pínfán mǐnzhōng kǔbùkānyán fēizhōu sān guó zěn yīge luānzì liǎode* (Сотрясения на политической арене учащаются. Люди невыносимо страдают. Три страны – одна беда?) [15] (здесь и далее перевод выполнен автором статьи – Т. Л.).

Приведен заголовок к статье аналитического жанра, посвященной критической обстановке, сложившейся в Судане, Кот-д'Ивуаре и Тунисе. Параллельное построение надзаголовка – это нехарактерное для русской прессы явление, поэтому при переводе можно объединить две части надзаголовка в одно высказывание при помощи союзов: *Пока политический кризис обостряется, люди продолжают невыносимо страдать*. В надзаголовке мы сталкиваемся с одним из композиционных приемов организации синтаксической структуры – 对偶 *duìǒu* – синтаксическим параллелизмом, когда обе части предложения взаимосвязаны на смысловом уровне, структурно подобны и состоят из равного количества иероглифов, т.е. соблюдается количественный, грамматический и лексический параллелизм. Такой прием используется в целях создания экспрессии: каждая из частей усиливает содержание другой части, увеличивая эмоциональное воздействие в целом. Надзаголовки в сжатой, но достаточно образной форме описывают критичность обстановки. Из лексических средств выразительности можно отметить *чэньюй 苦不堪言 kǔbùkānyán* – невыразимо страдать, он имеет эмоционально-оценочное значение, выражающее субъективно-негативное отношение автора к происходящим событиям. В главной части заголовка присутствует игра слов, построенная на созвучии и схожести написания слова 乱子 *luanzi* – беда, беспорядки и словосочетании 乱字 *luanzi* (букв. иероглиф «乱») – слово «беспорядки», фразу 怎一个乱字了得 *zěn yīge luānzì liǎode* можно понять как справиться с одной бедой, в то время как 怎一个乱字了得 *zěn yīge luānzì liǎode* буквально означает, что одного иероглифа 乱 *luan* мало, чтобы выразить весь хаос происходящего, что находит отражение и в структуре самой статьи – она разделена на три части, которые носят название 第一乱, 第二乱, 第三乱 *diyī luan, dier luan, disān luan* (букв. первая беда, вторая, третья беда), где по отдельности в каждой части освещаются события, произошедшие в одной из трех стран. Как и все многокомпонентные заголовки, данный заголовок сложно отнести к определенному виду: это информационный заголовок, называющий событие и имеющий комментирующий характер. При переводе важно не потерять комментирующий элемент заголовка.

Параллельная структура надзаголовка – частое явление в китайских газетах: 巴林国王感谢邻国支持 担心加剧教派冲突 海湾国家帮忙, 巴林更复杂 *bālinguowang gǎnxiè línguó zhīchí wāntai dānxīn jiājū jiāopai chōngtū hǎiwān guójiā bāngmang bālin geng fùzā* (Король Бахрейна поблагодарил соседние страны за поддержку. Мировые СМИ опасаются обострения религиозных конфликтов. Помощь стран Персидского залива усложнила ситуацию в Бахрейне) [16].

丑闻频发形象受损 征兵艰难民调悲观 俄近1/3民众不信任军队 *chǒuwēn pínfā xíngxiàng shòushǔn zhēngbīng jǐānpán mǐndiào bēiguān ē jīn 1/3 mǐnzhōng bù xīnrèn jūnduì* (Частые скандалы идут во вред имиджу. Армия не в силах противостоять общественному пессимизму. Почти треть россиян не верит в российскую армию) [17].

Как можно заметить, синтаксический параллелизм надзаголовков часто сопровождается причинно-следственной связью. Здесь можно проследить не столько номинативно-информативную функцию, сколько воздействующую: таким образом автор статьи заранее подталкивает читателя к определенным выводам, задавая свой угол зрения на подаваемую информацию. При переводе желательно хотя бы частично сохранить параллельность структуры надзаголовка.

Например, 用能源搞作显友好 被称为拉日本压中国 俄邀请日本开发远东天然气 *yòng néngyuán gǎozuǒ xiǎnyǒu hǎo bèi chēngwéi lā rìběn yā zhōngguó ē yāoqǐng rìběn kāifā yuǎndōng tiānránqì* (Энергия как инструмент для укрепления дружественного сотрудничества. Улучшение отношений с Японией как тревожный знак для Китая. Россия предложила Японии совместную разработку месторождений природного газа на Дальнем Востоке) [18]. Если же это невозможно, тогда целесообразно объединить предложения и добавить союз: 最暴力一幕突现中东 卡扎菲在哪成为谜题 利比亚面临 “血腥内战” *zuì baoli yī mǔ tūxiàn zhōngdōng kāzhāfēi zàinǎ chéngwéi mítí lìbīyā miǎnlín xuèxīng nèizhàn* (Пока обстановка на Среднем Востоке накаляется до предела, местонахождение Каддафи остается загадкой. Ливия на пороге гражданской войны) [19].

Приведем еще несколько примеров подобных составных заголовков.

上学难 出行堵 看病贵 看香港如何诊治“城市病” *shàngxué nán chūháng dǔ kànbìng guī kàn xiānggǎng ruhe zhěnzhi chéngshìbìng* (На дорогах – пробки. В больницах – дорого. В университетах – трудно. Как справиться с проблемами большого города) [20].

信息爆炸落低情报价值 网络自由增加泄密风险 间谍, 神秘光环正在褪色 *xīn xī baozha luodi qingbao jiazhi wǎngluo zìyóu zēngjīā xièmi fēngxiǎn jiāndie shēnmì guānghuán zhēngzài tuìsè* (Информационные бомбы понизили ценность разведки: сетевая свобода повысила опасность утечки информации. Разведчик: исчезновение мистического ореола профессии) [21].

媒体无端臆测 日本添油加醋 朝媒污中国向朝鲜派兵 *meitǐ wúduān yìcè ribēn tiānyoujiācù chaomei wú zhōngguó xiàng chāoxiǎn pàibīng* (Мировые СМИ строят домыслы. Япония подливает масло в огонь. Южнокорейские СМИ порочат Китай, объявляя о намерениях Пекина направить войска в КНДР) [22]. В статье дается оценка событиям, когда в одном из южнокорейских влиятельных изданий была дана ложная информация о том, что Китай намерен дислоцировать войска в одном из северокорейских городов. Надзаголовок интересен употреблением изобразительно-выразительного фразеологизма 添油加醋 *tiānyoujiācù* (букв. подливать масло, добавлять уксус). Это *чэньюй* параллельной конструкции, где сопоставляются синонимичные по смыслу понятия. Русское выражение *подливать масло в огонь* может быть употреблено в качестве его эквивалента. В основном заголовке присутствует слово 污 *wū* *загрязнять, пачкать*, используемое не в прямом, а в переносном значении *очернять*. Трудности во время перевода может вызвать словосочетание 朝媒 *chaomei*, в котором можно не сразу вычленить сокращение от 朝鲜媒体 *chāoxiǎn meitǐ* – южнокорейские СМИ. Надо иметь в виду, что сокращения такого типа довольно часто появляются в заголовках, например 美媒 *měimei* – американские СМИ или 俄媒 *emei* – российские СМИ.

奥巴马爱看长篇 布什钟情专业类 美国总统一有空就看书 *aobāmǎ ài kàn chángpiān bushì zhōngqīng zhuānyè lèi měiguó zōngtǒng yī yǒukōng jiù kàn shū* (Обама любит читать классику, а Буш увлечен политической литературой. Американские президенты не прочь почитать на досуге) [23]. Статья освещает литературные пристрастия президентов США и больше соответствует художественно-публицистическому жанру. Здесь в надзаголовке присутствует одна из разновидностей параллелизма – антитеза – противопоставление двух противоположных, но связанных между собою выражений, в данном примере она используется для усиления рекламной функции заголовка, т.е. для привлечения внимания. Основная часть заголовка оформлена в разговорном стиле: присутствует выражение 有空 *yǒukōng* – *есть свободное время* и конструкция 一...就... *yī...jiù... jiu... – как только... так сразу...* Такая формулировка заголовка создает непринужденный стиль беседы с читателем.

“橡皮图章”之说渐绝 “影响世界”评语频现 经济成功抬升中国两会 *xiāngpí túzhāng zhī shuō jiànjué yǐngxiǎngshìjiè píngyǔ pínxiǎn jīngjì chénggōng táishēng zhōngguó liǎnghuì* (СМИ меняют «не стоит внимания» на «мировое влияние». Экономические успехи повысили мировую значимость созыва сессий ВСНП и ВК НПКСК) [24]. Статья посвящена ожиданиям мирового сообщества от сессии ВСНП (Всекитайского собрания народных представителей) и сессии ВК НПКСК (Всекитайского совета Народного политического консультативного совета Китая), написана в аналитическом жанре, предлагает краткий анализ публикаций в иностранной прессе. Параллельный надзаголовок содержит политическую метафору 橡皮图章 *xiāngpí túzhāng* (букв. резиновая печать), которая является калькой с английского *rubber stump*, употребляется для названия субъектов, юридически обладающих властью, но фактически ей не располагающих. Словосочетания “橡皮图章” *xiāngpí túzhāng* – «не стоит внимания» и “影响世界” *yǐngxiǎng shìjiè* – «мировое влияние» заключены в кавычки, так как являются цитатами из иностранных СМИ, ссылки на которые присутствуют в тексте самой статьи. Определенную сложность при переводе вызывает сокращение 中国两会 *zhōngguó liǎnghuì* – созыв сессий ВСНП и ВК НПКСК, не зафиксированное китайско-русскими словарями.

Часто можно наблюдать надзаголовки, указывающие на источник темы основного заголовка, например 美媒 – американские СМИ или 美报告称 – согласно американским газетам.

海军专家称 中国有武器让美航母感到恐惧 *hǎijūn zhuānjiā chēng zhōngguó yǒu wǔqì rang měi hǎngmǔ gǎndào kǒngjù* (Специалисты ВМФ сообщают: у Китая есть оружие, приводящее в ужас авианосцы США) [25].

美报告称 中国没有操纵货币汇率 *měibào gāochēng zhōngguó méiyǒu cāozōng huóbì huìlǜ* (Американские газеты заявляют: «Китай не контролирует курс юаня») [26].

Вышеперечисленные примеры подтверждают, что структурные преобразования при переводе с китайского языка на русский многокомпонентных газетных заголовков достаточно частотны: допустимо объединение разных частей в одну, опущение некоторых элементов по причине отсутствия подобного рода заголовков в русских газетах.

В заголовках современной китайской прессы проявляются общие и специфические черты текстов публицистического стиля, соответственно, при переводе мы можем прибегать к общим приемам перевода публицистики.

Для достижения адекватности перевода газетного заголовка необходимо ориентироваться именно на его функциональную доминанту, следовательно, при переводе газетных заголовков переводчику необходимо проводить анализ соотношения функций в оригинальном заголовке. В каждом конкретном заголовке это соотношение может варьироваться, так, например, в некоторых заголовках рекламная функция превосходит информативную функцию. Задача переводчика заключается в максимальном сохранении такого функционального соотношения в переводе. Для переводчика важно, прежде чем обратиться к глубокому анализу заголовка, зафиксировать впечатление от первого знакомства с заголовком, которое было запрограммировано

автором материала. Здесь необходим анализ заголовка в масштабе дискурса СМИ: нейтрален или экспрессивен заголовок, насколько данная языковая форма заголовка характерна для такого типа текстов. Чтобы сохранить экспрессивность и лаконичность заголовка, переводчику приходится обращаться к переводческим трансформациям различного вида, под которыми подразумеваются межъязыковые преобразования с целью достижения переводческой эквивалентности, выполняемые переводчиком для максимально возможной полноты передачи информации текста исходного языка при соблюдении норм языка перевода.

Вышесказанное позволяет заключить, что политическая коммуникация в целом и «язык газеты», газетный заголовок в частности обладают определенным «арсеналом» средств воздействия на читателя, привлечения его внимания и формирования у него определенной позиции. Для китайских и русских газетных заголовков характерны разные тенденции в использовании языковых средств с целью достижения прагматического эффекта. Немалая доля трудностей в процессе перевода определяется тем фактом, что китайский язык как язык изолирующий является типологически далеким по отношению к русскому языку и отличается особенностями грамматического строя, выделяется иероглифической письменностью и определяется как один из самых сложных языков для освоения. Многоаспектный анализ и перевод китайских газетных заголовков позволяет объективно вскрыть многие существенные черты языковой картины мира китайского этноса, а также выявить оценочные коннотации по тем или иным событиям или явлениям действительности. Основной задачей переводчика является адекватная передача особенностей того или иного китайского заголовка, что означает передать не только содержание, но и форму заголовка, не нарушая, конечно, при этом стилистических норм русского языка. Ключевым является воспроизведение доминантной функции оригинала в соответствии с коммуникативной интенцией автора исходного текста для оказания необходимого воздействия на получателя перевода, т.е. речь идет о воссоздании прагматического эффекта оригинала.

Список литературы

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие. Изд-е 3-е. М.: Флинта; Наука, 2011. 592 с.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2008. 352 с.
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М.: Едиториал УРСС, 2010. 228 с.
4. Долгирева А. Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2002. 25 с.
5. Засорина М. Е. Прагма-интертекстуальные характеристики заголовочного дискурса СМИ (на примере журналов «Коммерсант Власть» и «The Economist»): дисс. ... канд. филол. наук. Тобольск, 2009. 173 с.
6. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005. 287 с.
7. Лобанова Т. Н. Пособие по чтению современной китайской прессы (中文报纸阅读教程): учеб. пособие. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2012. 120 с.
8. Мосненко Л. В. Стилистические и лингвистические особенности газетного текста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ffosu.net/nauka/mosienko1.html> (дата обращения: 05.02.2013).
9. Никитина Т. Н. Грамматика китайского публицистического текста: учеб. пособие. СПб.: КАРО, 2007. 224 с.
10. Орёл М. А. Новые тенденции в переводе газетных заголовков // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2008. Вып. 2. С. 53-71.
11. Пинчукова Н. В. Роль газетных заголовков в создании образа Европы в масс-медийном дискурсе США // Современные проблемы взаимодействия языков и культур: материалы междунар. научно-практич. конф. Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2010. С. 171-177.
12. Плаксина Е. Б., Кускова М. Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы) // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 117-120.
13. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. Изд-е 4-е. М.: Флинта; Наука, 2012. 256 с.
14. Эпштейн О. В. Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2008. № 2. С. 150-156.
15. 环球事. 2011年3月30日. 3页。
16. 环球时报. 2011年3月23日. 5页。
17. 环球时报. 2011年2月22日. 3页。
18. 环球时报. 2011年3月25日. 2页。
19. 环球时报. 2011年2月22日. 7页。
20. 生活知道. 2012年3月13日. 4页。
21. 环球时报. 2011年2月22日. 5页。
22. 环球事讯. 2011年3月30日. 2页。
23. 环球事讯. 2011年3月30日. 3页。
24. 环球时报. 2011年3月3日. 1页。
25. 中国国防报. 2011年2月19日. 2页。
26. 国际先驱导报. 2011年2月18日. 2页。

**NEWSPAPER HEADING OF CHINA PRESS:
TRANSLATION AND PRAGMALINGUISTIC ASPECTS**

Lobanova Tat'yana Nikolaevna, Ph. D. in Pedagogy
Pacific State University
lobanovaty@mail.ru

The article is devoted to the linguistic and pragmatic aspects of newspaper articles headings, and also to the problems, connected with the functional orientation and specific of the PRC newspaper articles texts headings translation. The author shows the peculiarities of different lexical units functioning in the heading discourse of the Chinese mass-media, reveals the possibilities of the pragmatic potential realization by grammatical, lexical and stylistic means, and proposes the headings and texts of the modern Chinese editions, which are not translated, for the analysis.

Key words and phrases: the Chinese press; newspaper heading; newspaper headings translation; lexical-grammatical and stylistic language means in the heading; heading pragmatic function.

УДК 81'42'367.3:82-92=411.2

Филологические науки

В статье исследуются понятия фокуса эмпатии и модальности в рамках их соотношения на материале арабского публицистического текста. Установлены семантико-прагматические особенности модальности фокуса эмпатии как текстоформирующего фактора арабской публицистики, а также обоснована необходимость их анализа для выяснения модально-субъективных параметров текста.

Ключевые слова и фразы: объективная модальность; субъективная модальность; эмпатия; фокус; публицистический текст.

Мацкевич Андрей Романович

Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Украина
andriy.centre@gmail.com

МОДАЛЬНОСТЬ ФОКУСА ЭМПАТИИ В АРАБСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ[©]

Модальность, несмотря на разнообразие лингвистических трактовок, – традиционно широкая универсальная функционально-семантическая категория, выражающая разные виды объективного отношения высказывания к действительности, а также различные виды субъективной квалификации адресантом сообщаемого [1, с. 191; 3, с. 303]. Вместе с тем под влиянием современного когнитивного, функционально-коммуникативного, динамического подхода к языку модальность начинают воспринимать как категорию, которая проявляется в коммуникативных единицах и связывается с действием субъективного фактора в языке, то есть с проявлениями прагматики, в частности с эмпатией и ее фокусом [1, с. 194].

Фокус эмпатии – это информационно-пропозитивный центр внимания, интересов адресанта, то есть структурная часть его эмпатии как механизма изложения событий, фактов и т.д. с определенных позиций, которые разделяет говорящий; при этом, с одной стороны, принцип фокуса эмпатии составляет референциальную функцию выбора относительно выделения в тексте, усиления коммуникативно наиболее значимых компонентов смысла и ослабления, редуцирования менее значимых, а с другой – категорию межличностного общения, что как составляющая точки зрения говорящего представляет фактор развертывания текста и его компонентов (среди которых и те, что выступают средствами воплощения модальности) [Там же, с. 165-166, 178-189].

В рамках изучаемого материала, а именно статьи Сулеймана Ибрагима аль-Аскари «Утопическая мечта или культурная действительность? Бинациональное государство в оккупированной Палестине», опубликованной в кувейтском журнале “*al-Arabī*” (1/7/2002, № 524) [4], сочетаются объективный и субъективный типы модальности. Объективная модальность как обязательный семантико-прагматический элемент текста реализуется в рамках модальности реальности, что становится доминантой текста и выражается преимущественно формами перфекта и имперфекта глаголов изъявительного наклонения в значениях прошлого и настоящего времени; в то же время субъективная модальность в тексте статьи реализуется в ряде значений, носителями которых выступают различные типы форм.

Пример 1 [Там же]:

taħta rukāmi buyūti-nā fī nāblūsa lam yudafan mustaqbala-nā faqat bal mustaqbala-hu wa mustaqbala-'srā'īla 'iṣāratun wādīhātu-l-mağzī wa muqni'atu-l-manṭiqi / fa-hāzā-l-'anfu-l-'unṣuriyyu li-l-'iğtiyāhi-l-'isrā'īliyyi 'awda'a fī bāḥini-l-'arḍi-l-falasṭīniyyati bi-l-fī'li ṣa'ran hā'ilan lan yahda'a 'illā bi-ğtiṣāsi mani-'rtakaba-l-ğarīmata sawā'an 'alā mustawā-l-'afrādi 'aw 'alā mustawā-t-tarkibati-l-muğtami'iyyati 'aw-s-siyasiyyati – «Под завалами наших домов в Дженине и Наблусе не только было похоронено не только наше будущее, но и его [Шарона (ṣārūn)] будущее и будущее Израиля» – смысл этого намека ясен, и логика убедительна; на самом деле, это