

Смирнова Елена Александровна

**ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПРИ ИХ ПЕРЕВОДЕ**

В статье рассмотрены стилистические и лексико-грамматические особенности английских газетно-информационных материалов. Как показал материал, в заголовках могут быть использованы фразеологизмы, сокращения, неологизмы, что создает дополнительные сложности их перевода. Использование в переводах заголовков английских газетных статей различного рода трансформаций, как показало исследование, не сказывается на передаче смысла и не нарушает функциональность заголовков (информативная, воздействующая функции).

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/51.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/51.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (35): в 2-х ч. Ч. II. С. 184-186. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 81

**Филологические науки**

*В статье рассмотрены стилистические и лексико-грамматические особенности английских газетно-информационных материалов. Как показал материал, в заголовках могут быть использованы фразеологизмы, сокращения, неологизмы, что создает дополнительные сложности их перевода. Использование в переводах заголовков английских газетных статей различного рода трансформаций, как показало исследование, не сказывается на передаче смысла и не нарушает функциональность заголовков (информативная, воздействующая функции).*

*Ключевые слова и фразы:* публицистический стиль; англоязычная пресса; заголовок; переводческие трансформации; адекватность и эквивалентность в переводе.

**Смирнова Елена Александровна**, к. филол. н., доцент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет  
s\_elena\_84@mail.ru

**ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ  
ЗАГОЛОВКОВ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПРИ ИХ ПЕРЕВОДЕ<sup>©</sup>**

Заголовок – это первое с чем сталкивается читатель при знакомстве с любым произведением. Для автора важно сделать заголовок привлекательным для читателя, следовательно, выбрать соответствующую форму для достижения поставленной цели. Создание заголовка – это искусство, которое позволяет газетам и журналам быть успешными. Известно, что авторы статей не всегда являются авторами заголовков к ним. Популярность того или иного публицистического текста во многом зависит от правильно выбранного заголовка. Следовательно, мы можем говорить о том, что заголовок выступает посредником в коммуникации автора и читателя, так как он содержит сильный информативный компонент, способный заинтриговать читателя. Однако английский заголовок может поставить читателя в тупик своей замысловатостью. В печатной прессе существует такое понятие, как «tag line», информация, которая следует после заголовка и декодирует его скрытый смысл. В настоящее время, когда читатели ориентированы на получение информации через систему Интернет, подобная характерная особенность англоязычной прессы не является актуальной. Многие электронные СМИ отказываются от «tag line» в пользу заголовка. Удачный заголовок, как правило, является поэтичным и намеренно не раскрывает содержание статьи, тем самым позволяя читателям принять участие в самостоятельном постижении задумки автора. Следует отметить, что интерпретация заголовка представляет сложность также для тех, для кого английский (в нашем случае) является родным языком.

Настоящее исследование посвящено рассмотрению переводческих трудностей, связанных со спецификой изучаемого объекта – заголовков англоязычной прессы. Перевод – это средство, позволяющее осуществлять международное общение, при этом сохраняя культурную и лингвистическую идентификацию. Большинство новостных статей, представленных в онлайн режиме, написаны на английском языке, поэтому возникает необходимость адаптации этих текстов для целевой культуры. Спрос на новостные статьи растет каждый день, поэтому основной целью перевода новостей является их доступность для широкой аудитории. В связи с этим выделяется важная область перевода – перевод заголовков статей. При их переводе первой сложностью является недостаток контекста, так как заголовки содержат конденсированную идею статьи, в них отсутствует дополнительная информация и различные ассоциации, которые могут появиться у читателей. Также проблемными являются следующие области:

- сложные структуры заголовков (в том случае, когда они грамматически не корректны и представляют сложность для переводчика);
- различия в синтаксической структуре заголовков в разных языках;
- отсутствие эквивалентных терминов / слов в языке перевода;
- культуронимы в составе заголовка (включая нераспространенные аббревиации, акронимы, имена, титулы и т.д.).

Вопрос адекватности перевода играет большую роль. По определению А. В. Федорова, адекватность – это «исчерпывающая передача смыслового содержания подлинника и полное функционально-стилистическое соответствие ему» [Цит. по: 7, с. 35]. В лингвистической литературе существует два основных подхода к адекватности перевода: собственно лингвистический и прагматический. Среди основных способов обработки текстов переводчиками выделяют следующие: заимствование, калькирование, буквальный перевод, транспозиция, модуляция, эквивалентность, адаптация. Однако перевод в целом основан на переводческих трансформациях. Основная задача переводчика при достижении адекватности – умело произвести различные переводческие трансформации, для того, чтобы текст перевода как можно более точно передавал всю информацию, заключенную в тексте оригинала, при соблюдении соответствующих норм переводящего языка [3, с. 13].

Л. С. Бархударов под термином «переводческие трансформации» понимает те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков [1, с. 74]. Л. С. Бархударов в своих работах отмечает, что:

1) термин «трансформация» нельзя понимать буквально, поскольку текст оригинала не «преобразуется», в том смысле, что он не изменяется сам по себе;

2) оригинал остается неизменным, но на его основе при помощи определенных переводческих трансформаций создается текст на ином языке;

3) перевод является межъязыковой трансформацией [4, с. 83].

Классификация Л. С. Бархударова, на наш взгляд, является самой оптимальной для дальнейшего анализа заголовков англоязычных статей. В своей классификации Л. С. Бархударов различает следующие виды трансформаций: перестановки, замены, добавления, опущения.

При этом он подчеркивает, что такого рода деление является в значительной мере приблизительным и условным. Эти четыре типа элементарных переводческих трансформаций на практике «в чистом виде» встречаются редко – обычно они сочетаются друг с другом, принимая характер сложных, комплексных трансформаций [1, с. 183].

Для анализа трансформаций при переводе английских заголовков было взято 100 заглавий статей из изданий «The Guardian», «The Financial Times», «The Moscow Times», «Moscow News», «The Independent», «The New York Times», «Foreign Policy», «The Washington Times», «American Thinker», «Foreign Affairs» за 2012-2013 гг. и их переводы, представленные на портале [www.inosmi.ru](http://www.inosmi.ru), выполненные профессиональными переводчиками.

Несмотря на условный характер классификации Л. С. Бархударова, мы исследовали материал на предмет наличия перестановок, добавлений, замен и опущений при переводе на русский язык.

Большая часть переводов заголовков не претерпела ни одной из этих трансформаций, достаточно часты перестановки, замены, добавления и опущения, в то время как калькирование почти не встретилось. Более подробная статистическая информация содержится в Таблице 1.

**Таблица 1.**

**Соотношение различных типов трансформаций при переводе заголовков**

Тип трансформации	Количество трансформаций данного типа
Без трансформаций	49
Перестановки	11
Замены	13
Добавления	14
Опущения	10
Калькирование	3
ВСЕГО	100

Большинство исследуемых заголовков были переведены, как уже было сказано, без использования трансформаций, например:

(1) *IMF: it's worse than we thought* [12]. / *МВФ: Все хуже, чем мы думали.*

(2) *After Vote, Putin is Full of Cynicism and Deceit* [15]. / *После выборов Путин полон цинизма и лживости.*

(3) *Bloggers replacing bureaucrats* [11]. / *Блогеры заменяют бюрократов.*

(4) *A 'Zero Option' for Afghanistan* [10]. / *«Нулевой вариант» для Афганистана.*

(5) *Gay Marriage Threatens Our Freedom* [8]. / *Однополые браки угрожают нашей свободе.*

Возможное объяснение этого явления – важная роль заголовка в публицистике, о которой уже шла речь. Иными словами, переводчик должен передать содержание заголовка с языка оригинала на языке перевода так, чтобы он не утратил своей функциональности. В первую очередь важно сохранить информативную функцию заголовка.

Перестановки, то есть перестройка или изменение структуры предложения, вызываются целым рядом причин. Основной причиной является различие в строе предложения в английском и русском языках. Перестановки при переводе с английского языка на русский неизбежны в силу разного грамматического строя этих языков. Практически все обнаруженные перестановки при переводе заголовков газетных статей, так или иначе, связаны с грамматическими особенностями, например:

(6) *Putin has lost this game of cat and mouse* [14]. / *Эту игру в кошки-мышки Путин проиграл.*

(7) *Apple, Google, Facebook to Supreme Court: Gay marriage boosts business* [17]. / *Однополые браки хорошо отразятся на бизнесе, считают Apple, Google и Facebook.*

В данном примере проявляется особенность английского порядка слов: на первом месте подлежащее, затем – сказуемое и потом второстепенные члены предложения. В русском переводе допускается перестановка объекта и субъекта местами.

Перестановки в чистом виде встречаются не так часто, как это и явствует из предыдущего примера. Замена частей речи обычно вызывается отсутствием той или иной конструкции в русском языке, несовпадением в употреблении соответствующих форм и конструкций, а также и лексическими причинами: различным словоупотреблением, различными нормами сочетаемости в английском и в русском языках, отсутствием части речи с соответствующим значением.

При переводе газетных заголовков возможны различного рода замены. Например, в заголовке *U.S. to Play Russia?* [16] происходит замена синтаксической связи: словосочетание *U.S. to Play Russia?* превращается в вопросительное предложение: *Ну что, русские, сыграем?*

При переводе заголовка: *The unusual superpowers: why the little nations thrive* [14]. / *Паралимпийские игры: почему небольшие страны побеждают* была использована словообразовательная замена: *The unusual superpowers – Паралимпийские игры*.

Грамматические, так же как и лексические, трансформации нередко требуют внесения дополнительных слов или, наоборот, опущения каких-нибудь элементов. Поэтому опущения и дополнения часто сочетаются с другими видами грамматических трансформаций, чаще всего с заменой частей речи. Введение дополнительных слов обуславливается рядом причин: различиями в структуре предложения и тем, что более сжатые английские предложения требуют в русском языке более развернутого выражения мысли. Отсутствие соответствующего слова или соответствующего лексико-семантического варианта данного слова тоже является причиной введения дополнительных слов при переводе.

Практически все добавления не вносят существенного изменения в смысл переводимых заголовков.

Например, в переводе следующего заголовка *Where Is Europe?* [16] добавилось слово «находится» – *Где находится Европа*, которое не меняет смысл, но привносит определенную его коррективу, расширяет информацию.

В другом же примере добавление информации в переводе заголовка влечет за собой изменение смысла:

(8) *Fitch: reconsidering Russia* [12]. / *Fitch: переоценка кредитного рейтинга России*.

Как видно из примера, из заголовка оригинала нельзя понять, что речь идет о переоценке кредитного рейтинга России, а вот в переводе добавившиеся слова расширяют информацию заголовка статьи.

В следующем примере использован прием опущения:

(9) *Showbiz dinosaurs who defy extinction* [11]. / *Динозавры шоу-бизнеса отказываются вымирать*.

Как можно увидеть из примера, опущение слова «who» не влияет на смысл высказывания.

Таким образом, газетный заголовок – один из основных компонентов успешности публикации. Для привлечения внимания читателя авторы прибегают к различным стилистическим и лексико-грамматическим приемам: использование культуронимов, специальных терминов, метафор и аллюзий, грамматически некорректных структур. Различия в синтаксической структуре английского и русского заголовков также представляют определенную сложность для переводчика. Исследование показало, что переводчики часто прибегают к переводческим трансформациям, чтобы представить адекватный перевод: чаще всего встречаются добавления, замены, перестановки и опущения. Однако почти в 50% случаев при переводе трансформации не были использованы, что можно объяснить желанием переводчиков сохранить информационную насыщенность искомого заголовка.

#### Список литературы

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
2. Винокур Г. О. Избранные работы по русскому языку. М.: Просвещение, 1959. 221 с.
3. Качаев Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2007. 25 с.
4. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой массмедиа. СПб.: Златоуст, 1999. 319 с.
5. Переводы публикаций зарубежных СМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inosmi.ru> (дата обращения: 07.04.2014).
6. Смирнова Е. А., Кузнецова А. А. Способы и стратегии перевода авторских окказионализмов на примере романа Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и дары смерти» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 3 (21): в 2-х ч. Ч. II. С. 196-199.
7. Ухтомский А. В. Фразеологизмы в современной английской прессе: учеб. пособие. М.: КомКнига, 2006.
8. *American Thinker* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.americanthinker.com> (дата обращения: 07.04.2014).
9. *Foreign Affairs* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foreignaffairs.com> (дата обращения: 07.04.2014).
10. *Foreign Policy* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foreignpolicy.com> (дата обращения: 07.04.2014).
11. *Moscow News* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.themoscownews.com> (дата обращения: 07.04.2014).
12. *The Financial Times* [Электронный ресурс]. URL: <http://blogs.ft.com> (дата обращения: 07.04.2014).
13. *The Guardian* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.guardian.co.uk> (дата обращения: 07.04.2014).
14. *The Independent* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.independent.co.uk> (дата обращения: 07.04.2014).
15. *The Moscow Times* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.themoscowtimes.com> (дата обращения: 07.04.2014).
16. *The New York Times* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nytimes.com> (дата обращения: 07.04.2014).
17. *The Washington Times* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.washingtontimes.com> (дата обращения: 07.04.2014).

#### LINGUISTIC SPECIFICITY OF THE ENGLISH NEWSPAPER HEADLINES AND PRACTICAL DIFFICULTIES OF THEIR TRANSLATION

Smirnova Elena Aleksandrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
Kazan Federal University  
[s\\_elena\\_84@mail.ru](mailto:s_elena_84@mail.ru)

The article considers the stylistic and lexico-grammatical peculiarities of the English newspaper-informational materials. As the material shows, the phraseological units, acronyms, neologisms can be used in the headlines which creates the additional difficulties of their translation. The use of various transformations in the translation of the English newspaper headlines, as the study shows, does not affect the transfer of the sense and does not violate the functionality of the headlines (the informative function, the affecting function).

*Key words and phrases:* publicistic style; English-language press; headline; translation transformations; adequacy and equivalence in translation.