

О НЕКОТОРЫХ ГРАММАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Архинов Денис Валерьевич (Брест, Республика Беларусь)

Аннотация: В статье рассматриваются основные грамматико-синтаксические особенности заголовков англоязычной прессы и возможные способы их перевода на русский язык. Основные трудности при переводе заголовков с точки зрения грамматики заключаются в передаче истинного смысла заголовка, сохранения его функций (информативной, воздействующей и др.) при соблюдении норм построения предложения другого языка. Перевод заголовков, таким образом, характеризуется использованием различного рода трансформаций.

Ключевые слова: заголовок, межъязыковая коммуникация, газетный дискурс, компрессия информации, грамматические трансформации.

Abstract: The basic grammatical and syntactic features of the newspaper headings presented in the British and American printed media and possible ways of their translation into Russian are considered. The main difficulties in translating from the point of view of grammar are to convey the true meaning of the heading, to preserve its functions (informative, influencing etc.) while observing the norms of sentence construction of another language. Translation of headings, thus, is characterized by the use of various kinds of transformations.

Key words: heading, interlingual communication, newspaper discourse, compression of information, grammatical transformations.

В современном мире, несмотря на все возрастающую конкуренцию со стороны телевидения и интернета, газета не только остается одним из важных источников информации, но и способствует определению общественной позиции человека, воздействует на массовое сознание, выражает массовые настроения и т.д.

Газетные заголовки давно являются предметом многочисленных научных исследований, поскольку в них отражаются характерные черты языка газеты и концентрируются лексические и грамматические особенности публицистического стиля. Лингвистические и функциональные особенности газетных заголовков дают основание многим лингвистам выделять их в некий особый жанр газетного стиля.

Бесспорно, газетный заголовок – очень важная часть любой газетной статьи. На него в первую очередь обращается внимание при просмотре

страницы или всей газеты. Его цель – обратить внимание на данную публикацию и дать понятие о её содержании. Таким образом, газетный заголовок выполняет определенные функции: рекламную, информативную, номинативную и др. Все это позволяет определить газетный заголовок как речевой элемент, с одной стороны, находящийся вне текста и имеющий самостоятельность, а, с другой – как полноправный компонент текста всей публикации.

Перевод газетных заголовков англоязычной прессы довольно часто сопровождается рядом трудностей. Главной целью заголовка является представить основное содержание материала в максимально сжатой форме. Отсюда наблюдается не только определенная грамматическая «скудость» языка заголовка, но и частое нарушение языковых норм.

В статье рассматриваются основные грамматические особенности заголовков англоязычной прессы и возможные способы их перевода. Источником послужили газетные заголовки таких изданий как ‘TheSundayTimes’, ‘TheIndependent’, ‘TheNewYorkTimes’.

Многие заголовки по своей структуре часто представляют собой эллипсис. Это обусловлено экономией пространства, с одной стороны, и необходимостью привлечь внимание читателя к основной мысли последующего текста, с другой. Опускаться могут самые разные члены предложения. Трудность для переводчика представляют случаи, когда в заголовке присутствует глагольное сказуемое, но отсутствует подлежащее. В основном это происходит, когда подлежащее уступает по значению сказуемому:

‘ExpectchemicalweaponattackinSyria’. – «В Сирии ожидается атака с применением химического оружия».

Как правило, такие заголовки переводятся на русский язык неопределенно-личными предложениями. Тем не менее, часто приходится восстанавливать подлежащее в соответствии с содержанием текста статьи:

‘Finds £ 28, 000 innewhome – thenreturnsit’. – «Семья находит 28 000 фунтов стерлингов в своем новом доме и возвращает их».

Довольно часто в заголовках опускается и сказуемое. Это происходит, когда как раз сказуемое играет в предложении второстепенную роль:

'FamedRomanstatue 'notancient'. – «Знаменитая римская статуя «не является античной». 'Japancentenariansatrecordhigh'. – «Япония бьёт рекорды по числу долгожителей».

При переводе на русский язык таких заголовков в основном используются назывные предложения.

Примечательной особенностью газетных заголовков англоязычной прессы является чрезвычайная распространённость эллиптической формы страдательного залога с опущением личных форм вспомогательного глагола *to be* при описании событий как настоящего, так и прошедшего времени. В таком виде заголовок становится более информативным и привлекает внимание читателя к основной идее публикации:

'91, 800 MINIsrecalledbecauseofafaultysensorthatmightnottriggerthefront-passengerairbagduringacrash'. – «91 800 автомобилей MINI будет отозвано из-за неисправного датчика, который может не вызвать раскрытие подушки безопасности переднего пассажира во время аварии».

Задача переводчика заключается в том, чтобы увидеть страдательный залог в оригинале и не перепутать его с другими формами глагола. Как известно, страдательный залог в английском языке употребляется в 3-4 раза чаще, чем в русском, то есть его использование в русском языке гораздо более ограничено. Поэтому нередко английские газетные заголовки, структура которых представляет собой страдательный залог, переводятся действительным залогом:

'BabygirlbornonUS-boundflight'. – «На самолете, летевшем в США, родилась девочка». 'Crumbs: halfofBritonsinjuredbytheirbiscuitsoncoffeebreak, surveyreveals'. – «Крошки: исследование показывает, что половина британцев получают травмы, употребляя печенье во время перерыва «на кофе».

Кроме того, глагол *to be* опускается и в качестве глагола-связки:

'Everymanforhimselfonsinkingships'. – «*Каждый сам за себя на тонущем корабле*».

Для придания новости большей актуальности, эффектности в заголовках очень часто употребляется настоящее неопределенное время (PresentIndefinite) для уже свершившихся событий. Надо признать, что это самый распространённый вид заголовков. Таким способом заголовку придается живость, определенный драматизм, действие как бы приближается к читателю. На русский язык подобные заголовки переводятся, как правило, прошедшим временем:

'U.S. warnsRussiaovermilitarysupportforAssad'. – «*США предупредили Россию о последствиях военной поддержки Асада*». *'CarplowsintocrowdinSpain, kills 6'*. – «*Автомобиль врезался в толпу людей в Испании, погибли 6 человек*».

Будущее действие (особенно запланированное) часто передается в заголовках при помощи инфинитива:

'UKtoannouncerefugeeplan'. – «*Великобритания объявит план по беженцам*». *'Cubatorelease 3, 522 prisonersbeforePopeFrancis' visit'*. – «*На Кубе амнистируют 3522 заключенных накануне визита Папы Франциска*».

При переводе на русский язык употребляется глагол в будущем времени или настоящего времени со значением будущности.

Нельзя не обратить внимание на традиционное опущение артикля в заголовках англоязычных изданий. Артикль остается лишь в тех случаях, когда его опущение может привести к неверному истолкованию смысла.

'Grandparentsforgetchildinhotcar'. – «*Бабушка и дедушка забыли ребёнка в раскаленном от жары автомобиле*». *'UKmanlands 'world'sbestjob'* – «*Мужчина из Великобритании добивается «лучшей работы в мире*».

При опущении артикля заголовки становятся более динамичным, экспрессивным, он еще больше привлекает внимание читателя. В русском языке, как известно, категория определенности/ неопределенности выражается в рамках лексического значения (не грамматического), что и находит отражение при переводе.

Таким образом, перевод газетных заголовков подразумевает самые разные переводческие операции, включая не только семантические, но и грамматические трансформации. Тем не менее, очень часто, прежде чем приступить к переводу заголовка, необходимо изучить содержание всей статьи и, возможно, обратиться за помощью к словарям или другим источникам.

Литература:

1. Гавришина Н.Н. Газетный заголовок как объект лингвистического исследования. – М., 1998. – 198 с.
2. Малюга Е.Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе // Язык, сознание, коммуникация. – М., 2002. – Вып. 21. – С. 129-138.
3. Шишкин Н.Э. Газетный заголовок : сб. материалов. – М., 2004. – 51 с.