

*Х. К. Нурыллаев, У. К. Хакимов (Нукус, Узбекистан)  
Каракалпакский государственный университет*

## **Перевод заголовков публицистических текстов**

В статье освещены проблемы, связанные с переводом заголовков материалов английских и американских периодических изданий. Подчеркивается, что задача переводчика – в максимальной степени сохранить и передать замысел автора средствами другого языка.

**Ключевые слова:** перевод, заголовок, публицистика

Во второй половине XX века началось углубленное изучение перевода как вида деятельности, в результате чего в лингвистике появилось направление, которое называют теорией перевода, наукой о переводе, лингвистикой перевода, а также транслатологией.

За рубежом принято считать, что переводоведение зародилось в 1972 году и берет свое начало с доклада Холмса, представленного на третьем Международном конгрессе прикладной лингвистики. Однако европейские и американские ученые, по-видимому, не знали о достижениях русской школы переводоведения. Исследования В. Комиссарова, А. Швейцера, А. Федорова и многих других авторов подтвердили статус переводоведения как самостоятельной дисциплины еще в 1950-е годы.

Основная задача теории перевода состоит в том, чтобы определить соответствующие методы перевода для максимально широкого круга текстов и дать представление о процессе перевода, об отношениях между мышлением и языком, культурой и речью.

Существует несколько аспектов этой отрасли лингвистики:

- 1) общая теория перевода, объектом которой являются базовые понятия, характерные для перевода с любого языка;
- 2) специфическая (или частная, в определении Холмса) теория перевода, рассматривающая закономерности перевода, характерные для конкретных языков, например перевод с английского на русский и наоборот;
- 3) специальная теория перевода, которая уделяет внимание текстам различных регистров и жанров.

Есть два понятия, соответствующие русскому слову «перевод»: перевод и интерпретация. Те, кто проводит различие между этими терминами, относят термин «перевод» к письменному тексту, а термин «интерпретация» – к устной речи. Однако эти термины многозначны: «интерпретиру-

вать» может означать «передать или обсудить смысл текста». Выдающийся британский теоретик перевода П. Ньюмарк, например, утверждает, что когда некоторая часть текста важна для выражения коммуникативного намерения автора, но недостаточно определена семантически, переводчик должен дать ее интерпретацию. Термин «перевод» может относиться к любому (письменному или устному) способу передачи информации на другом языке.

Следует также различать термины «перевод» и «рендеринг». При переводе происходит передача средствами другого языка не только содержание исходного текста, но и его формы. При рендеринге передается только идея, основная мысль исходного текста.

Особую проблему составляет перевод публицистических заголовков, требующий сохранения прагматической составляющей исходных конструкций и подбора для этого соответствующих грамматических форм и лексико-фразеологических и синтаксических средств.

Отметим специфические особенности заголовков, представляющие особый интерес для переводчика.

1. Стремление во что бы то ни стало привлечь внимание к публикуемым материалам и в то же время изложить в предельно краткой форме содержание приводит к тому, что заголовки в британских и американских газетах обычно носят многоступенчатый характер. Как правило, они состоят из «шапки» (собственно заголовка, иногда – заголовка-баннера), набранной полностью или частично очень крупным шрифтом, и подзаголовка (краткого введения) из нескольких строк, набранных достаточно крупным шрифтом. «Шапка» содержит самую яркую идею статьи, а часто и одну из самых выразительных, полемических, запоминающихся фраз из статьи. В английских и американских коммунистических газетах «шапка», как правило, носит лозунговый характер, а в буржуазных изданиях имеет преимущественно пропагандистское (рекламное) назначение, чтобы увлечь читателя, вызвав у него интерес, и тем самым побудить его прочитать материал. В силу этого «шапка» обычно не в полной мере отражает содержание статьи, а иногда и совсем мало с ней связана. Функцию раскрытия содержания статьи выполняет подзаголовок, который в нескольких строках дает краткий пересказ статьи, своеобразное обобщение. Например, «шапка» в “The Guardian”: *SINGER DAVID ESSEX TO JOIN EASTENDERS AS ALFIE MOON 'S UNCLE* – не дает четкого представления о содержании статьи, поскольку остается неясным, к чему присоединяется Дэвид Эссекс. Содержание статьи становится понятным только из подзаголовка: поп-идола и музыкальную звезду 1970-х наняли, чтобы привнести немного «звездной пыли» в мыльную оперу BBC1.

Только теперь мы можем перевести название статьи правильно: музыкальную звезду Дэвида Эссекса наняли, чтобы играть дядю Алфи Муна в мюзикле под названием “East Enders”.

Однако бывают случаи, когда двухэтапные и даже трехэтапные заголовки все же недостаточно раскрывают содержание сообщения. Например, мало говорит о содержании статьи следующий трехуровневый заголовок в “The Guardian”: *Former Iggy Pop Drummer dies in hit and run Alex Kirst, former drummer for Iggy Pop and rock band the Nymphs, has died aged 47 in a hit-and-run accident Police say a white Chevrolet Tahoe or GMC Yukon struck Kirst, who was on foot, on 13 January*. Речь идет о том, что бывший барабанщик группы “Iggy Pop” Алекс Кирст был сбит в Калифорнийской пустыне неизвестным мужчиной, который скрылся с места преступления. Если даже такой относительно подробный заголовок не раскрывает содержания публикуемого материала, то нечего и говорить о том, что одиночные заголовки по большей части лишь очень отдаленно связаны с содержанием самих статей или заметок.

2. Работа над игровым заголовком как творчество и приглашение к сотворчеству (обращение автора к воображению читателя), когда используются различные средства:

- ритмичный игровой заголовок;
- звуковая инструментовка-аллитерация;
- ритмическое совпадение и соответствие;
- имитация ритма; прерывание ритма («игра в сюрприз»);
- рифмованный заголовок;
- иностранные слова в тексте;
- многослойность, наполненность различными смыслами может обеспечивать комплекс «заголовок – фотография (коллаж, рисунок)»; его вариант – преобладающая роль текста и доминирование изображения;
- современные методы графического оформления: «нарезка» заголовков как элемент игры – эффект внушения создается визуальным образом заголовка (цветовые пятна, графика, то есть присутствует игровой элемент).

Возможна ситуация, при которой тот или иной заголовок создает у неопытного переводчика неверное представление, если он начнет переводить его, прежде чем прочтет подзаголовок. Слово “speed-up” в англо-русском словаре профессора В. К. Мюллера объясняется следующим образом: ‘бодрость духа, энергия, сила’, а в сочетании “Royal speed-up” может пониматься как активизация деятельности членов императорской семьи. Таким образом, может сложиться впечатление, что в публикации речь идет либо об усилении

вмешательства королевы и ее окружения в жизнь страны, либо об оживлении придворной жизни.

Исходя из общепринятых принципов перевести заголовок не составляет труда, поскольку сначала мы переводим основной текст, а затем, исходя из его содержания, и заголовок.

Во-первых, следует помнить, что переводчик не должен произвольно менять заголовки, как это делают многие начинающие переводчики, давая той или иной статье свое собственное название. Иногда это и в самом деле лучше отражает содержание материала, однако основной задачей переводчика является адекватная передача характеристик английского или американского заголовка, а это значит, что необходимо передать не только содержание, но и форму заголовка, не нарушая, конечно, норм языка перевода и стилистических правил, принятых в газетах.

Во-вторых, начинающему переводчику необходимо развивать у себя умение быстро разбираться в заголовках, ведь только тогда он сможет, не тратя лишнего времени, ориентироваться в новостном материале, выбирать нужную статью или заметку, отбрасывая не относящиеся к делу материалы. Кроме того, это особенно необходимо при работе с такими газетами, как, например, “Rolling Stone”, публикующими всевозможные сплетни и материалы о шоу-бизнесе, в которых легко запутаться.

На наш взгляд, не следует переводить заголовок без прочтения следующего за ним материала. Тщательный анализ всех особенностей того или иного текста в большинстве случаев позволит более точно понять, о чем идет речь, и сформулировать заглавие в переводе.

Однако бывает, что переводчик может точно передать заглавие без ознакомления с содержанием сообщения [1]. Возьмем, к примеру, заголовок *URGE AGAINST UNION SQ BAN* – здесь, прежде всего, у нас есть предикат в личной форме «побуждать, призывать», но спешить не следует. Необходимо учитывать, что заголовки данного типа лучше всего переводятся на русский язык номинативными предложениями. Глагол «призывать» означает требование, настоятельное побуждение, и для перевода следует выбрать отглагольное существительное «призыв». Сокращение “sq” означает «площадь». Юнион-сквер (*UNION SQ*) – это площадь в Нью-Йорке, на которой, как правило, устраиваются массовые митинги и демонстрации. “Ban” – запрет, запрещение. Значит, перевод таков: «Призыв к протесту против запрета митинга на Юнион-сквер».

Переводчикам англоязычных информационных материалов необходимо иметь в виду одну специфическую особенность материалов этого жанра.

В английских и американских газетах – вероятно, по причинам технического характера – почти каждое предложение печатается с новой строки [3]. В этом легко убедиться, взяв любую передовицу британской “The Guardian” или американской “Rolling Stone”. При переводе не следует механически воспроизводить данную разбивку, нетипичную для текстов на русском языке. Переводчик, руководствуясь выявленными им логико-смысловыми связями внутри текста, должен представить соответствующее им абзацное членение.

При количественной и качественной характеристике лексики англоязычного газетного заголовка исследователи отмечают в нем высокий процент имен собственных: антропонимов, названий учреждений и организаций и др. Выше, чем в других стилях, процент числительных, в том числе дат. Характерной чертой является обилие интернациональных слов и склонность к инновациям, которые, однако, очень быстро превращаются в клише: “vital issue”, “tree world”, “pillar of society” [2].

Таким образом, перевод заголовка публицистического текста – это не механическое действие, а сложный процесс с элементами творчества, в ходе которого перед переводчиком стоит задача в максимальной степени сохранить и передать замысел автора средствами другого языка.

### *Литература*

1. Блисковский З. Д. Муки заголовка. М., 1981. 135 с.
2. Nida E. A. Toward a Science of Translating. L., 1964. 180 p.
3. Baggini J. Making Sense: Philosophy behind the Headlines. NY.: Oxford University Press, 2002. 198 p.

УДК 811.111

*Л. С. Ольшаникова (Орехово-Зуево, Россия)*

*Государственный гуманитарно-технологический университет*

### **Речевой портрет персонажа в художественном произведении**

Статья посвящена анализу языкового воплощения речевого портрета персонажа художественного произведения. Для анализа был выбран культовый роман американского писателя Чака Паланика “Fight Club”, примеры из которого наглядно демонстрируют