

ствия и отвечающие на вопрос: *Кем выполнялся эксперимент и Кого интересовали химические методы очистки воды*. Члены актуального членения/суждения (данное-новое) следуют в прямом порядке, как в русском языке.

Существуют другие интересные случаи выделения предиката-нового в научно-технических текстах и среди них: употребление усилительного (эмфатического) *до*, двойного отрицания или уступительного оборота, но из-за ограниченного объема статьи подробное их рассмотрение не представляется возможным.

В заключение необходимо отметить, что трудности выявления логического / смыслового членения у студентов при переводе связаны с тем, что формально-грамматический порядок слов в английском предложении с его фиксированной структурой словорасположения членов предложения как бы накладывается на логическую структуру суждения и затрудняет поиск составляющих этой логической структуры (данного и нового). Поэтому задача преподавателя – научить студентов-переводчиков свободно владеть обоими способами членения научно-технического текста, но выделением логической структуры в особенности.

Библиографические ссылки

1. Галкина-Федорук Е. М. Суждение и предложение. М.: Изд. МГУ, 1956. 73 с.
2. Крылова О. А. Коммуникативный синтаксис русского языка М.: РУДН, 2018. 176 с.
3. Шевякова В. Е. Актуальное членение предложения. М.: Наука, 1976. 136 с.

СОХРАНЕНИЕ ЭКСПРЕССИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЗАГоловКОВ МАССМЕДИЙНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ

О. И. Уланович, Е. И. Стефановская

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: oksana.ulanovich@mail.ru, stefanovskayak@gmail.com

В статье выделены и описаны вербальные средства передачи экспрессивной функции в заголовках публицистических материалах; выведены стратегии передачи экспрессивного потенциала заголовка при переводе с английского на русский язык.

Ключевые слова: заголовки масс-медийных материалов; экспрессивный потенциал заголовка; стратегии перевода; передача экспрессивности.

RETAINING EXPRESSIVE POTENTIAL OF MEDIA HEADLINES IN TRANSLATION

O. I. Ulanovich, E. I. Stephanovskaya

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: oksana.ulanovich@mail.ru, stefanovskayak@gmail.com

In the article language means of expressive potential embodiment in media headlines are determined and described; strategies of retaining expressive potential of media headlines during translation are revealed.

Key words: media headlines; expressive potential of the headline; strategies of translation; rendering expressiveness.

Рост требований, предъявляемых к языку массмедиа, диктует формирование установок на максимизацию эффекта воздействия, повышение и привлечение внимания читательской аудитории, формирование ангажированных установок, убеждений, акцентов массового сознания. Можно заявлять, что язык средств массовой информации – «стилистически изощренный материал» [1, с. 131] – именно для обеспечения манипулятивного эффекта выступает как динамичный, непрерывно совершенствующийся психокогнитивный инструмент и находится в бесконечном «поиске выразительных средств, в поиске нового» [2, с. 205].

Перед переводчиком публицистики и газетно-информационного материала стоит ряд весьма непростых переводческих задач: как передать стилистическое своеобразие текста, соблюсти преемственность стиля оригинала и стиля отечественной прессы, стоит ли вообще пытаться передать те специфические приемы украшения и экспрессии, используемые в буржуазных газетах и журналах, при переводе, как сохранить и передать эквивалентные эффекты воздействия в плане реализации заложенных в них функций.

Среди речевого массива информационного и пропагандистского характера стоит выделить в качестве особой переводческой задачи проблему передачи заголовков публицистических материалов. Заголовок – лаконичная, экспрессивная, многофункциональная и смыслообразующая формулировка, играющая особую прагматическую роль в современном информационном пространстве. Можно заявлять о существовании особого стиля англоязычных заголовков в условиях современной массмедийной коммуникации, который отличается повышением прагматической значимости самого заголовка. В англоязычных заголовках публицистических материалов для придания особой образности, оценочности и выразительности широко используются всевозможные стилистические средства, которые представляют серьезные трудности при переводе. Это

подтверждает необходимость выработки рационально-логического способа передачи экспрессивности и функционала публицистического заголовка, так как практика преимущественно интуитивного перевода зачастую неэффективна или ошибочна.

В проанализированном нами корпусе фактического материала нами были отмечены различные способы передачи экспрессивности при переводе, в том числе и переводческие трансформации на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях, которые позволяют нам вывести стратегии перевода заголовков газетно-публицистических материалов.

Так, заголовок *Thalassotherapy changes its image* был передан как 'Талассотерапия – **второе рождение**'. При переводе имеет место трансформация грамматической структуры предложения. Однако, как видно из примера, передача экспрессивности заголовка зачастую требует от переводчика комплексного подхода, применения дополнительных трансформаций. Так, в приведенном примере передачи заголовка использовалась *аллюзия* на библейское явление перерождения – 'второе рождение' (в Евангелии описывается разговор Иисуса с Никодимом о втором рождении – перерождении), что позволяет утверждать, что русскоязычный вариант наделен большей степенью экспрессивностью. Предлагаем дефинировать данную стратегию перевода заголовков как «**экспрессивизация**»: имеет место актуализация выразительности и аттрактивности заголовка при переводе за счет построения переводчиком такого иноязычного эквивалента, в котором представлено дополнительное средство вербальной экспрессивности, не присутствовавшее в оригинале.

Примером структурного преобразования предложения также служит смена цели высказывания с намерением сохранить общий посыл исходного предложения и, следовательно, его экспрессивную окраску. Так, в заголовке *Into the ring to celebrate the circus* заложен призыв 'Все на арену!'. Это нашло отражение и в русскоязычном переведенном варианте «Праздник цирка!». Передача заголовка в отмеченном примере, можно полагать, реализует стратегию **эквивалентной экспрессивности**: предложенный эквивалент не утратил экспрессивности оригинала.

При передаче заголовка: *Making the world work again* – 'Как наладить механизмы мировой экономики' можно фиксировать столь нечасто наблюдаемое сохранение в переводе фонетического средства экспрессивности – аллитерации (*world work*; 'механизмы мировой'), при потере, однако ассонанса и ритма (оригинала) (*world work again*). При этом англоязычный заголовок с его полиэкспрессивностью, заданной использованием вербального экспрессивного инструментария нескольких языковых уровней (аллитерация, ассонанс, ритм, герундиальная конструкция,

метафорический оборот речи (*world work*)), безусловно, более экспрессивен, нежели предложенный русскоязычный вариант. Предлагаем именовать обнаруженную стратегию передачи экспрессивности при переводе заголовков как «**деэкспрессивизация**».

Преобразование синтаксической конструкции порой ведет к смене образа действия. Однако отмеченное не сопровождается неизбежным искажением семантики заголовка. Так, заголовку *After America* предложен русскоязычный вариант ‘В погоне за Америкой’. Таким образом, пассивное второстепенное положение (позади Америки) сменилось на активное действие – стремление угнаться (за). В примере *Winning Contracts* – ‘Захват рынка’ образ действия также сменился, но уже с активно-нейтрального (победа), на активно-агрессивный (захват). Данные примеры, можно утверждать, демонстрируют ранее отмеченную нами стратегию **экспрессивизации** при передаче заголовков на русский язык.

Грамматическая трансформация используется при переводе следующего заголовка *Folly of the progressive fairytale* – ‘Сказка о прогрессе оказалась пустой блажью’ и заключается в том, что в английском варианте заголовок представляет собой номинативную конструкцию, а в русском – полноценное простое предложение. Сохранение при этом при переводе репрезентативного набора семантически выразительных и экспрессивных лексем (‘сказка о прогрессе’, ‘пустая блажь’) позволяет фиксировать реализацию стратегии **эквивалентной экспрессивности**.

В следующем примере в английском заголовке для достижения экспрессивности используются инверсия, ассонанс и ритм: *Now Comes the Tough Part in Russia* – ‘Для России наступают сложные времена’. При передаче заголовка на русский язык переводчик не сохранил ни инверсию, ни ассонанс, ни ритмический рисунок синтагмы, в результате чего имеет место потеря экспрессивности.

Следует отметить также важность экспрессивно-оценочной функции морфем, представленных в английском языке, но отсутствующих в русском. Так, в качестве примера можно привести заголовок *Re-emphasizing the role of fathers* – ‘Роль отца в семье’. Приставка *re-* в английском языке обладает значением ‘переделывать что-то’, ‘делать что-то вновь’. При передаче данного заголовка на русский язык переводчику не удалось передать данное значение приставки и сохранить экспрессивность исходного текста. Предлагаем дефинировать стратегию потери экспрессивности при переводе заголовка как «**элиминация**».

В следующем примере в качестве структуры заголовка используется риторический вопрос *What Has Moscow Done?* – ‘Куда идет Москва?’, который сохраняется при переводе. Интерес в данном случае представляет

собой лексическая замена в отношении глагола *do*. При передаче его на русский язык переводчик использует прием модуляции и предлагает вариант 'идти'. При этом можно фиксировать достижение эквивалентной экспрессивности при переводе.

Для обеспечения экспрессивности на лексическом уровне авторы публикаций активно используют различные стилистические средства и тропы. Так, в следующем примере в английском заголовке используется фразеологизм: *Moscow starts to shut up shop* – 'Москва «прикрывает лавочку»'. Благодаря методу подбора фразеологического аналога низкого стилистического регистра в русском языке экспрессивность заголовка была сохранена.

В следующем примере используется метафора в оригинале: *A Crossroad for Russia and America* – 'Россия и Америка на перепутье'. При передаче данного заголовка на русский язык переводчик использовал прием интерпретации, т.е. поиска аналогичного соответствия в языке перевода и культуре народа, и включил в перевод фразеологизм 'быть на распутье / перепутье', который способствует сохранению значения исходного текста, а также эквивалентной экспрессивности.

Особая черта письменных текстов СМИ (и особая переводческая проблема) – газетные и журнальные заголовки, построенные на игре слов, каламбурах, а также на цитатах, аллюзиях и прецедентных текстах.

Заголовок *Addicted to travel* был передан на русский как 'Вечные путешественники'. Буквальный перевод здесь был бы не уместен («addicted» – зависимый). При передаче заголовка на русский язык переводчик использует аллюзивную отсылку к прецедентному образу «вечный студент», который был создан А.П. Чеховым («Вишневый сад») и вошел в активный обиход в виде ряда семантических дериватов: *вечный странник, вечно голодный, вечно молодой, вечно пьяный* и т.д. Используя аллюзию на прецедентный текст, переводчик сумел передать заложенную в тексте оригинала выразительность и сохранить эквивалентный уровень экспрессивности оригинала.

В следующем примере содержится аллюзия на военную доктрину, использованную во время войны в Ираке: *A return to shock and awe* – 'И снова шок и трепет'. Переводчик использовал эквивалент при передаче аллюзии на русский язык, сохранив при этом экспрессивность, поскольку данная аллюзия понятна носителям как английского языка, так и русского.

В следующем примере используется прием аллитерации для достижения экспрессивности: *Mighty Mouse* – 'Мышонок, ставший супергеро-ем'. При передаче данного заголовка на русский язык переводчик ис-

пользовал описательный перевод, который не позволил сохранить фонологический контур выражения, однако весьма экспрессивная лексема ‘супергерой’ вполне успешно компенсирует потерю.

Следующий заголовок является примером использования экспрессивного потенциала рифмы: *A Russia reset? Maybe not yet* – ‘Перезагрузка отношений с Россией? Видимо, пока нет’. Автор перевода использует калькирование, но не сохраняет рифму. Дезэкспрессивизация перевода, все же, не позволяет говорить о полной потере эстетических эффектов: в русскоязычном варианте присутствует риторический вопрос, а также троп метафорического типа (‘перезагрузка’).

В следующем примере средством достижения экспрессивности выступает риторический вопрос *What Crisis?* – ‘Какой-такой кризис?’. При переводе заголовка на русский язык помимо сохранения риторического вопроса также используется выражение удивления ‘какой-такой...’, что акцентирует экспрессивность заголовка за счет привнесения в вариант перевода иронических ноток (стратегия экспрессивизации).

В заголовке *Democracy triumphs through example, not force* – ‘Демократия завоёвывает умы и сердца не силой, а примером’ используется прием частичного параллелизма *through example, not force*, который в переводе сохранен с учетом произведенной перестановки. Кроме того, в варианте перевода присутствует добавление – ‘умы и сердца’, что является результатом применения модуляции при передаче глагола *triumphs* как ‘завоевывает’, что позволяет обеспечить эквивалентную экспрессивность.

Анализ репрезентативного корпуса англоязычных заголовков и вариантов их русскоязычных эквивалентов, предложенных профессиональными переводчиками, позволяет нам заключить следующее: при передаче заголовков публицистических материалов уместно говорить о переводе как о *построении переводчиком русскоязычного эквивалента*. Обеспечение эквивалентной экспрессивности и коммуникативной ценности перевода предполагает наличие обязательного творческого элемента, что в сочетании с комплексом трансформационных преобразований не только вербального, но и смыслового уровней переводит задачу передачи публицистических заголовком в область когнитивной транслатологии.

Сопоставительный анализ параллельного экспериментального корпуса заголовков с акцентом на выделении в них вербальных средств экспрессивности, а также оценка сохранения экспрессивности при построении русскоязычного эквивалента англоязычному заголовку позволили нам вывести следующие стратегии передачи заголовков публицистических материалов: а) стратегия эквивалентной экспрессивности, б) стратегия экспрессивизации, в) стратегия дезэкспрессивизации и

г) стратегия элиминации. Примат той или иной стратегии зависит от ряда факторов: контрастивности языков на фонографическом, лексико-синтаксическом и грамматическом уровнях; индивидуальной стратегии переводчика и его переводческой креативности; образного и стилистического потенциала языка перевода; возможно, специфики журналистской риторики в лингвокультурной среде, а также тематической области публицистики (политика, экономика, спорт, образование, наука и др.) и т.д. Не представляется возможным вывести некий единый алгоритм передачи заголовков при переводе, но знание ключевых особенностей и выделенных нами стратегий передачи заголовков позволит обеспечить эквивалентность перевода, равнозначность эффектов и функциональную значимость, а также оптимальную коммуникативную ценность заголовка на языке перевода.

Библиографические ссылки

1. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода. М.: Р. Валент, 2007. 244 с.
2. Сафонов А. А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров: сб. ст. / под ред. Д. Э. Розенталя. М.: МГУ, 1981. С. 205–228.