

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ЗАГОЛОВКАХ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Галимуллина З.Ф.

*Галимуллина Зия Фаридовна – бакалавр,
кафедра английской филологии,
институт филологии и межкультурной коммуникации им. Льва Толстого
Казанский Федеральный университет, г. Казань*

Аннотация: исследовательская работа посвящена комплексному исследованию и анализу межъязыковых переводческих трансформаций в заголовках новостных сообщений глобальных информационных агентств.

Ключевые слова: переводческие трансформации, газетный заголовок, информационные агентства.

В современных условиях медиатекст занимает одно из центральных мест бытования национального языка, изучение которого помогает выявить своеобразные характеристики современного языка. Кроме того, лингвопереводческое исследование функционирования переводческих трансформации приобретает сегодня особое значение, обусловленное повышенным интересом к изучению иностранных языков. Цель данного исследования – выявить приёмы переводческих трансформаций, используемых при переводе английских заголовков новостных сообщений глобальных информационных агентств на русский язык. В соответствии с целью исследования в работе ставятся следующие задачи:

- 1) рассмотрение различных точек зрения относительно понимания сущности переводческих трансформаций и конкретизация данного понятия;
- 2) лингвопереводческий анализ отобранных для исследования комплексных переводческих трансформаций;
- 3) изучение понятия газетного заголовка;
- 4) выявление функций газетного заголовка;
- 5) выявление стилистических особенностей английского информационного газетного заголовка по сравнению с русским;
- 6) исследование переведённых на русский язык заголовков новостных сообщений глобальных информационных агентств Associated Press, Reuters, United Press International, опираясь на комплекс переводческих трансформаций Комиссарова В.Н., сопоставление с оригиналом и выявление переводческих трансформаций.

В качестве материала для исследования использовались тексты электронных газет. Всего выборочно проанализированы информационные тексты в период с июля 2011 г. по май 2015 г. Источником материала послужили 3 англоязычных и 3 русскоязычных сетевых СМИ, среди которых информационные агентства Associated Press, Reuters, United Press International, Интерфакс, РИА Новости и ТАСС. Научная новизна исследования состоит в том, что впервые подвергнуты сравнительно-сопоставительному анализу заголовки и переводы глобальных информационных агентств Associated Press, Reuters и United Press International. Подводя итоги данного анализа, можно сделать следующие выводы:

1. Среди ученых нет абсолютного согласия относительно понятия переводческой трансформации. Наиболее точно отражает сущность вопроса определение Л.С. Бархударова: переводческие трансформации – это «многочисленные и качественно разнообразные преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности») перевода вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [1, с. 26].

2. Единой системы классификаций переводческих трансформаций не существует. Это обусловлено тем, что разные лингвисты используют разные основания для выделения типов переводческих трансформаций. Например, Комиссаров выделяет [8, с. 110]:

- лексические трансформации: транскрибирование, транслитерация, калькирование и лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция).
- грамматические трансформации: синтаксическое уподобление (дословный перевод); членение предложения; объединение предложений; грамматические замены (формы слова, части речи или члена предложения).
- лексико-грамматические трансформации: антонимический перевод; экспликация (описательный перевод); компенсация.

3. Существует множество определений газетного заголовка, самым полным из которых является определение, данное Качаевым Д.А. Заголовок – это выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, обладающий относительной автосемантичностью, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который

именует и/или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы. [7, с. 4].

4. Значимой проблемой при изучении газетного заголовка является выявление его функций, так как не существует одной стандартной системы. Однако, можно выделить наиболее общие следующие функции заголовков: назывная, информативная, экспрессивно-апеллятивная, рекламная, разделительная.

5. В русских и английских заголовках наблюдаются различия, тем не менее, некоторые сближения между ними сохраняются.

Таблица 1. Стилистические особенности информационного газетного заголовка

Английский язык	Русский язык
Преобладание глагольных фраз над именными «Yemen's Houthi leader accuses Saudi Arabia of seeking to invade»	Преобладание именных фраз над глагольными («Крушение Траулера»)
Опущение глагола-связки to be в пассиве, именном сказуемом и формах продолженного времени	-
Частое использование пассивной конструкции	Использование пассивной конструкции гораздо более ограничено, чем в английском
Опущение артикля	-
Отсутствие глагольных форм прошедшего времени. Вместо них употребляются формы настоящего времени	Наличие формы прошедшего времени
Отсутствие личных форм глагола будущего времени. В качестве их эквивалентов используется инфинитив	Использование обычных форм будущего времени
Широкое употребление номинативных атрибутивных групп	-
Широкое употребление двусоставных, распространенных предложений в качестве информационных газетных заголовков China cuts bank reserve ratio to fight slowdown	Широкое употребление двусоставных, распространенных предложений в качестве информационных газетных заголовков «Киев обвинил ополченцев в обстрелах»

6. Для того чтобы изучить языковые трансформации, наиболее часто применяемые при переводе заголовков новостных сообщений глобальных информационных агентств, был осуществлен анализ уже переведенного текста, принимая во внимание все использованные переводчиком трансформации. При переводе заголовков с английского языка на русский используются не все переводческие трансформации. Это непосредственно связано со стилистическими особенностями английских и русских газетных заголовков. Структура заголовка газетного текста отличается лаконичностью. В заголовке, как правило, обобщается самое главное из того, о чём говорится в тексте, и выражается в одном предложении. Поэтому такие переводческие трансформации как членение и объединение предложений, синтаксические замены в сложном предложении не характерны для перевода информационных газетных заголовков.

7. Самыми распространенными трансформациями при переводе информационных газетных заголовков среди лексических трансформаций оказались: генерализация (24%), конкретизация (6,9%) и транскрибирование (6,9%). Среди грамматических замен наиболее частые: замены членов предложения (20,7%), замена категории числа (14%) и замена категории времени (10%). Наименьшее количество составили транслитерация и модуляция (по 3,4%).

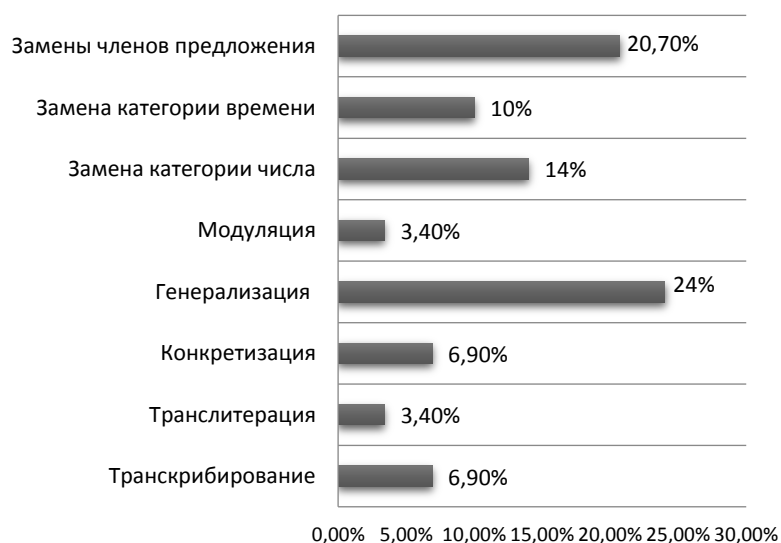


Рис. 1. Частота использования переводческих трансформаций в заголовках новостных сообщений

Несмотря на относительно молодой возраст теории перевода или переводоведения как науки, в настоящее время существует множество работ, посвященных переводческим трансформациям. И это неудивительно, поскольку данный аспект является одним из центральных, и знание его теоретических основ чрезвычайно важно в работе любого переводчика. Проанализировав переводы заголовков новостных сообщений глобальных информационных агентств Associated Press, Reuters и United Press International, мы выявили в рамках отобранных статей переводческие трансформации, которые наиболее часто используются при переводе английских заголовков. Использование не всех переводческих приёмов при переводе заголовков с английского языка на русский обусловлено в первую очередь спецификой информационных газетных заголовков, их функциональной направленностью, а также стилистическими особенностями английского и русского информационных газетных заголовков. Информационный заголовок, который должен в сжатой форме объективно описать ситуацию, редко состоит из нескольких предложений или сложных предложений, поэтому такие трансформации, как членение и объединение предложений, замены сложного предложения простым, замены главного предложения придаточным и наоборот, замены сложноподчиненного предложения сложносочиненным и наоборот не характерны для перевода информационных газетных заголовков. Также хотелось бы заметить, что перевод названий заголовков, кроме квалифицированности и знания языка на высоком уровне, требует от переводчика особой ответственности, изобретательности и предприимчивости. Подводя итоги работы, стоит отметить, что она представляет собой и теоретическую, и практическую ценность. Исследование позволило глубоко рассмотреть проблему адаптации при переводе заголовков новостных сообщений информационных агентств, актуальность которых на международном рынке СМИ трудно переоценить. Наконец, следует сказать, что результаты данного анализа можно будет использовать в областях науки, касающихся переводоведения.

Список литературы

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
2. Вомперский В.А. К изучению синтаксических структуры газетного заголовка. М.: Искусство публикации, 1966. 15 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ DOC. М.: 2008. 203 с
4. Крупнов В.Н. Лексикографические аспекты перевода: Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1987. 192 с.
5. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М., 2001. 424 с.
6. Миньяр-Белоручев Р.К. Общая теория перевода и устный перевод. М.: Воениздат, 1980. 208 с.
7. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М., 1974. 244 с.
8. Турчинская Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле. М.: УОР, 1984. 234 с.
9. Associated Press. [Electronic resource]. URL: <http://www.ap.org/> (date of access: 12.10.2016).

10. Reuters. [Electronic resource]. URL: <http://www.reuters.com/> (date of access: 17.10.2016).
11. United Press International. [Electronic resource]. URL: <http://www.upi.com/> (date of access: 15.10.2016).