



УДК 811.111  
ББК 81.432

## ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЗАГОЛОВКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО НОВОСТНОГО ТЕКСТА

Леванова Кристина Игоревна

Магистрант кафедры английской филологии,  
Волгоградский государственный университет  
levanova@mail.com  
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

**Ключевые слова:** медиалингвистика, СМИ, массовая коммуникация, пресса, медиатекст, новостной текст, заголовок, перевод.

Медиадискурс является значимой составляющей сферы публичного дискурса. Он представляет собой систему текстов, функционирующих в сфере информационно-аналитической деятельности с целью своевременного информирования о происходящих в мире событиях и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей. В зависимости от канала распространения информации (печать, радио, телевидение, Интернет) и мотива информирования в системе медиадискурса образуются группы текстов, приобретающих ряд специфических свойств, отличающихся формой и способом информирования, но сохраняющих цели массовой коммуникации [2, 3, 4 и др.].

Новостной текст относится к информационному жанру медиадискурса. Он характеризуется тематической системностью и специфической организацией содержания, обладает актуальной социальной ценностью и выполняет общие коммуникативно-прагматические функции (информативности, воздействия, презентативности, развлечения).

Эффективность и скорость восприятия новостного текста определяется его заголовком, являющимся сильной позицией текста с

точки зрения его организации. Заголовок новостного текста представляется нам значимой подсистемой текста, связанной с его смысловой организацией отношениями части и целого. Таким образом, при интерпретации заголовка читатель руководствуется теми же процедурами, что и при интерпретации всей системы текста целиком.

**Объектом** настоящего исследования является заголовок английского новостного текста и его перевод на русский язык, **предметом** – лингвостилистические приемы, направленные на сохранение информативного потенциала заголовка новостного текста при переводе с английского на русский язык.

**Актуальность** обращения к данной теме обусловлена значительным вниманием современной лингвистики к проблеме влияния медийной коммуникации на сознание социума.

**Целью** исследования является выявление лингвостилистических приемов структурирования информации при переводе заголовков англоязычных новостных текстов (на примере заголовков новостных текстов общенациональных информационных изданий Великобритании) на русский язык.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1) уточнить понятие «медиатекст», его общую характеристику, структуру в лингвистических исследованиях;

2) описать структурно-содержательные особенности англоязычного новостного текста, а также его функции;

3) определить специфику прагматических функций заголовка англоязычного новостного текста;

4) проанализировать тексты англоязычных текущих новостей и выявить типологию приемов создания заголовков;

5) представить систему лингвостилистических средств, повышающих информационный и воздействующий потенциал заголовка англоязычного новостного текста;

6) проанализировать заголовки англоязычного новостного текста электронного контента общенациональных информационных изданий Великобритании с точки зрения их перевода на русский язык;

7) представить стратегию перевода заголовков англоязычного новостного текста на русский язык.

**Материалом** работы послужили новостные тексты, отобранные методом сплошной выборки из электронного контента британских изданий: The Sun, The Guardian, BBC News, The Times, The Independent, посвященных социально-политическим вопросам и проблемам Великобритании, а также переводы соответствующих статей из электронного контента российских изданий: InoPressa и inoСМИ.ru.

**Научную новизну** исследования определяет то, что несмотря на значительный интерес к проблемам заголовка исследование прагматической значимости и стилистической вариативности языковых средств заголовка современных англоязычных новостных текстов, созданных в период с 2010 по 2015 г., с точки зрения их перевода не проводилось.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что результаты исследования вносят определенный вклад в разработку проблем перевода заголовка англоязычного новостного текста с точки зрения прагматической направленности.

**Структура** данного исследования определяется целями и задачами. Диссертация состоит из введения, двух глав, выводов по

каждой главе, заключения, списка литературы, источников и словарей.

Во **введении** определяются актуальность выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет исследования, материал и методы исследования, формулируется научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность, положения, выносимые на защиту, сведения об апробации работы и ее структуре.

В **первой главе** рассматриваются основные теоретические вопросы исследования: вопросы функционально-прагматической ценности новостного текста как разновидности медиатекста, основное внимание при этом уделяется заголовку новостного текста, его функционально-прагматической ценности и лингвостилистическим особенностям.

**Вторая глава** ставит своей целью описание конкретных приемов перевода лингвостилистических средств заголовков англоязычных новостных текстов на русский язык с учетом информационного потенциала оригинала.

В **заключении** подводятся основные итоги исследования, а также определяется перспектива дальнейшего изучения проблем перевода заголовка новостного текста.

Заголовок является сильной позицией текста с точки зрения его тематической организации, поскольку в нем в идеале представлено в сжатом виде основное содержание текста. Это подтверждают исследования Т. ван Дейка, согласно которым в тексте есть топикальная, или номинативная, цепочка, представленная ключевыми словами в виде тематически-ориентированной лексикой, которая так или иначе присутствует и в заголовке [1].

А.В. Олянич предлагает алгоритм структурирования коммуникативного пространства масс-медийного новостного текста, который наглядно показывает, что заголовок представляет содержание текста в предельно свернутом виде, при этом он обладает плотной информативной насыщенностью, выполняя презентативную функцию [5]. Максимум смысла при минимуме знаков позволяет заголовку быть своего рода визитной карточкой новостного текста, что делает его интересным объектом для перевода.

Субъективная модальность новостного текста, содержащаяся уже в заголовке, реализуется за счет языковой игры, которая представлена следующими видами: метафора, прецедентные высказывания и феномены, эпитет, ирония и сарказм, каламбур, разговорная лексика.

Многочисленные исследования приемов языковой игры позволяют сделать вывод о том, что лексико-семантические средства и принципы их построения в различных языках аналогичны, однако различна степень продуктивности того или иного приема языковой игры в силу принадлежности языков к разным типам, что может вызвать определенные проблемы при переводе.

Мы пришли к выводу, что перевод заголовков англоязычных новостных текстов представляет собой сложную задачу, требующую реализации различных переводческих стратегий и приемов, поскольку переводчику необходимо создать максимально экспрессивный, яркий и краткий заголовок, при этом сохранить компонент исходного языка, не утрачивая связь заголовка с текстом статьи. Например, при переводе метафоры “close curtain” (букв. задергивать шторы) используется ее русскоязычный аналог «закрывать дверь»:

«*Don't close curtain on deals in Russia, warns bank chief*» (The Times, 22.04.2013). – «*Не закрывайте дверь в Россию, просит глава ЕБРР*» (inoСМИ, 22.04.2013).

Примером деметафоризации является перевод «критиковать в духе холодной войны» исходной метафоры “send a cold war blast” (букв. посылать порыв холодного ветра) в следующем заголовке:

«*Obama sends Russia a cold war blast and seeks distance from “war on terror”*» (The Guardian, 24.09.2014). – «*Обама критикует Россию в духе холодной войны и стремится дистанцироваться от “войны с терроризмом”*» (InoPressa, 25.09.2014).

В процессе перевода заголовков новостных текстов на русский язык используются практически все виды лексических и грамматических трансформаций. Измене-

ние лексических и грамматических компонентов неизбежно приводит к изменению семантики исходного сообщения в большей или меньшей степени. Задача переводчика при этом состоит в том, чтобы свести потерю информационного потенциала заголовка к минимуму.

#### ИСТОЧНИКИ

1. The Sun. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.thesun.co.uk> (date of access: 17.05.2015). – Title from screen.
2. The Guardian. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.guardian.co.uk> (date of access: 17.05.2015). – Title from screen.
3. BBC News. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.bbc.co.uk> (date of access: 17.05.2015). – Title from screen.
4. The Times. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news> (date of access: 17.05.2015). – Title from screen.
5. The Independent. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.independent.co.uk> (date of access: 17.05.2015). – Title from screen.
6. InoPressa. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://inopress.ru> (дата обращения: 17.05.2015). – Загл. с экрана.
7. inoСМИ.ru 24. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://inosmi.ru> (дата обращения: 17.05.2015). – Загл. с экрана.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
2. Добросклонская, Т. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
3. Добросклонская, Т. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. – 202 с.
4. Добросклонская, Т. Г. Язык СМИ: Становление и содержание понятия / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 4. – С. 9–16.
5. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса : монография / А. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.

LINGUISTIC AND STYLISTIC METHODS  
OF INFORMATION STRUCTURING IN TRANSLATION  
OF THE BRITISH NEWS ARTICLE HEADLINE

**Levanova Kristina Igorevna**

Master Student, Department of English Philology,  
Volgograd State University  
levanova@mail.com  
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

**Key words:** mediallynguistics, mass media, mass communication, news media, media text, news article, headline, translation.