

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЗАГОЛОВКОВ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**Черноярова Диляра Викторовна**

студент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, РФ, г. Елабуга

Бородина Татьяна Федоровна

научный руководитель,

Прогрессирующий процесс глобализации, активное внедрение в повседневную жизнь информационно-телекоммуникационных технологий, стремительное развитие науки способствуют появлению большого количества литературы различных жанров. Следовательно, неудивительно, что особенности заголовков, их виды и функции, а также трудности их перевода все чаще вызывают интерес как отечественных, так и зарубежных языковедов, чем и обуславливается актуальность данной работы.

Заголовок — это название новостного сообщения или статьи — зависимая или несамостоятельная часть газетной статьи [5, с. 302—303]. Заголовок является первым знаком текста, дающим читателю комплекс представлений о нем в целом. Именно он формирует у читателя так называемое «предпонимание» текста и становится первым шагом к его интерпретации [1, с. 8].

Основные функции заголовка заключаются в кратком информировании читателя о главной мысли текста, а также привлечении его внимания кратким и лаконичным названием [7, с. 15—19]. Согласно классификации типов заглавий Ламзиной А.В., заглавие может представлять основную проблему, задавать сюжетную перспективу, представлять персонажа и обозначать время и место [8, с. 65].

Перевод заголовков представляет собой большую трудность, которая связана со специфическим характером газетного языка, а также использованием определенных лексико-стилистических и грамматических средств [4, с. 127]. Лексико-стилистические особенности заголовков разнообразны. Их основная задача — привлечь внимание читателя. Именно поэтому в заголовках статей встречаются практически все виды троп (метонимия, метафора и т.д.) и фигур речи (синекдоха, ирония и т.д.) [3, с. 366—370]. К грамматическим средствам, вызывающим трудности при переводе, относится использование времен и конструкция эллипсиса с опущением различных частей речи [6, с. 102—104].

Перевод немецкоязычных заголовков на русский язык очень часто предполагает применение переводческих трансформаций. В своей работе мы опирались на классификацию Бархударова Л.С., который выделяет 4 основных типа переводческих трансформаций: перестановки, замены, добавления и опущения [2, с. 127]. Для изучения особенностей реализации трансформаций при переводе немецкоязычных заголовков на русский язык было проведено небольшое исследование. Материалом послужили заголовки статей интернет-ресурса www.deutschland.de.

В ходе исследования способов перевода заголовков методом сплошной выборки было отобрано и проанализировано 30 заголовков немецкоязычных статей. В результате анализа было установлено, что самым распространенным способом перевода заголовков стал прямой перевод (14 заголовков), например: «Mehr Fachkräfte für Deutschland» - «Больше специалистов для Германии». Это связано в первую очередь с тем, что оригинальные заглавия часто просты

лексически и грамматически и в то же время отражают главную мысль статьи. Поэтому произвести адекватный перевод на русский язык без использования переводческих трансформаций не составляет сложностей.

Следующим по частотности использования способом перевода стали грамматические замены. Этим способом было переведено 10 заголовков, подвергнутых анализу. Применялись замена формы слова, например: «Saubere Energien ohne schmutzige Deals» - «Чистая энергия без грязных сделок». Существительное «Energien» употребляется в оригинале во множественном числе, а в переводе в единственном числе - «энергия». Также - замена частей речи, например: «Irdische Probleme im All überwinden» - «Преодоление земных проблем в космосе». Глагол «überwinden» переводится на русский язык отглагольным существительным «преодоление». Данная трансформация употребляется переводчиком для того, чтобы сделать заглавие более звучным и понятным для носителей русского языка.

В процессе анализа было установлено, что заголовки могут переводиться при помощи приема добавления (4 заголовка): «Energiepartner Deutschland» - «Германия - энергетический и энергичный партнер».

Следующим приемом перевода заголовков является опущение (1 заголовок): «Arbeiten und Weiterbilden in Deutschland» - «Повышение квалификации».

При переводе заголовков также был использован прием генерализации (1 заголовок): «Tomaten im Weltall» - «Овощеводство в космосе». Существительное «Tomaten» было переведено обобщающим понятием «овощеводство».

Еще одним видом трансформаций, использованным при переводе заголовков, стала перестановка (1 заголовок): «Energiepartner Deutschland» - «Германия - энергетический и энергичный партнер».

Таким образом, можно сделать вывод, что на интернет-ресурсе deutschland.de при переводе заголовков статей на русский язык используются трансформации, которые не затрагивают глубинные слои речемыслительной деятельности для передачи исходного содержания. Самой распространенной переводческой трансформацией является прямой перевод, которым было переведено 14 заголовков от общего количества проанализированных заголовков. Меньшую частотность демонстрируют замены, добавления, опущение, генерализация и перестановки.

Список литературы:

1. Аверина М.А. Поэтика заглавий в художественном мире Е. Пермяка // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. — 2013. — № 5(28). — С. 7—11.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода): учебник. — Ярославль: Международные отношения, 1975. — 240 с.
3. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: учебник. — Москва: Прогресс-Традиция, 2004. — 406 с.
4. Винокур Г.О. Язык нашей газеты. — Санкт-Петербург: ЛЕФ, 2001. — 186 с.
5. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка: учебник. — Москва: Высшая школа, 1977. — 332 с.
6. Захарова Т.В., Снигирева О.М. Языковая специфика немецкоязычных газетных заголовков и практические трудности при их переводе на русский язык // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2017. — № 2. — С. 102—104.
7. Кулинич М.А. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной

коммуникации. — 2005. — №13. — С. 15—19.

8. Ламзина А.В. Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные понятия и термины: учебное пособие. — Москва: Высшая школа; Академия, 1999. — 556 с.