

ДЕКОДИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД ЗАГОЛОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ В СОВРЕМЕННЫХ MASS MEDIA

Л. Н. Казакова

Юго-Западный государственный университет

Поступила в редакцию 28 марта 2016 г.

Аннотация: цель данной статьи – сопоставить лингвостилистические особенности заголовков русскоязычных и англоязычных газет и журналов на этапе анализа, предваряющего процесс перевода. Актуальность темы исследования обусловлена тем фактом, что язык средств массовой информации отражает уровень развития культуры современного общества в целом, поэтому его называют выразителем языкового вкуса эпохи. Чем более сложный комплекс приемов представляет собой заголовок, тем более внимательное и детальное декодирование требуется от переводчика.

Ключевые слова: заголовок, декодирование, тропическая комбинация, интертекстуальность, перевод.

Abstract: this article compares the structure of the combinative titles in Russian, American and British newspapers' and journals' articles in the context of their translation. It is topical because language of modern Mass Media mirrors the language style of the entire epoch, it reflects the level of language and culture development as well as the total society progress. Besides, complexity of titles' nature is often difficult to interpret, decode and translate. The more complicated the title is the more careful and detailed decoding it takes.

Key-words: title, decoding, combination of tropes, intertextuality, translation.

Заголовок в дискурсе Mass Media представляет собой выраженную в сжатой форме квинтэссенцию авторской мысли. Заголовок служит своего рода приманкой, зазывалой, способным повлиять на рецепцию читателя, воздействуя на его эмоции. Его задача – вызвать интерес и пробудить ассоциации, что обуславливает сильную позицию заголовка в тексте. К заголовку предъявляются особые требования: несмотря на тесную связь со всем текстом статьи, он отчасти самостоятелен и должен быть понятен читателю и вне основного текста. Термин «сильная позиция» в отношении заголовка впервые применила И. В. Арнольд [1, 77] в процессе исследования сегментов художественного текста, рассматривая стилистику декодирования в контексте рецептивной теории. По мнению исследователя, отношение к тексту со стороны реципиента имеет особое значение. Назывная функция заголовка связана, как подчеркивает Арнольд, с понятием нормы, которую следует трактовать как структурно-семантическую нейтральность высказывания. Термин «тропическая комбинация» (ТК) был введен С. Ф. Гончаренко в 1988 г. в работе о сущности поэтического перевода и означает ситуацию, когда «тропическая образность создается посредством комбинаторного сочетания нескольких стилистических приемов» в структуре одной синтагмы [2, 19]. В научной парадигме заголовки исследуются с точки

зрения их функционирования, стилистики и грамматики. Исследование специфики функционирования, грамматико-стилистических особенностей заголовка актуально с точки зрения членения текста, позволяет совершенствовать разные методики структурного анализа. В современном языкоznании также исследуется аттракционная природа заголовков [4], проводится лингвостилистический анализ в русле когнитивной и рецептивной теорий.

Заголовок обладает двойственной природой: является одновременно частью текста и дотекстовым сигналом, относится к тексту и функционирует вне его структуры, является именем текста и его актуализатором, выражает авторскую концепцию, определяя отношение автора к описываемой проблеме. В условиях современной информационно активной реальности заголовок развивается в линейном вербальном и нелинейном виртуальном пространствах, нередко представляет собой комбинацию тропов, которая запоминается и усиливает экспрессивность высказывания. Интертекстуальность, как использование прямых и непрямых цитат, аллюзий и перифраз является популярной текстовой стратегией в современной публицистике, поскольку «основывается на универсальной природе аттракции, которая позволяет актуализировать апперцепционный фон адресата» [4, 19]. Заголовок оформляется как прецедентный текст, основанный на ассоциациях, смыслы которого предлагается декодировать читателю.

Метафора, каламбур, различные виды иронии, приемы интертекстуальности развиваются сегодня в публицистическом дискурсе не менее динамично, чем в литературно-художественном. Заголовки, основанные на комплексе стилистических приемов в сочетании с эллиптическими конструкциями, риторическими вопросами и иными фигурами речи, на аллюзиях разной природы, могут создавать иронический или же романтический по пафосу подтекст; являются оригинальными и экспрессивными, вызывают новые ассоциации и подтекстовые значения. Не учитывая взаимодействия приемов, не разбирая сложный комплекс на отдельные элементы, невоз-

можно перейти к анализу и переводу приемов динамичной структуры заголовка. Чем более сложный комплекс приемов представляет собой заголовок, тем более детального толкования и декодирования он требует.

Рассмотрим заголовки комплексной структуры из еженедельника «АИФ» (февраль-март, 2016), газеты «Труд» (декабрь 2015 года) и других Интернет-изданий. В каждый из заголовков интегрированы стилистические приемы, фигуры речи и интертекстуальные вкрапления. При переводе такого рода заголовков важно распознать каждый из его элементов.

Таблица 1.

Декодирование и перевод русскоязычных заголовков

№	Заголовок	Лингвостилистические особенности	Вариант перевода
1.	Не облагай меня без нужды: будни налогообложения [11]	Перифраз, аллюзия, ирония	Taxes from nothing
2.	«Оскар» невезения: Ди Каприо получил долгожданную награду [8]	Аллюзия, Перифраз, ирония	Oscar for bad luck: Dicaprio has received the coveted award
3.	Сотворение суши [12] (материал о японской кухне);	Каламбур, аллюзия	The sushi-art
4.	Во саду ли в огороде: Дачный сезон на пороге [11]	Аллюзия, метафора	High time for Gardeners
5.	Точно рукой сняло: средство от взяточничества [9]	Метафора, ирония	Like by Magic: the remedy against bribery
6.	Когда-то при Горохе...были ровными дороги? [7]	Аллюзия, риторический вопрос, ирония, аллитерация	Then upon a time... when the roads were smooth
7.	Из «Дамы с собачкой» в Асю Клячину: почему зрители верили Ие Саввиной [6]	Метонимия, эллиптическая конструкция	True Chekhov's Lady: Great Savvina was always organic and sincere with public.
8.	Обобрали как «Липки»[12]	Аллюзия, каламбур, ирония	More dangerous than cancer

Приведенные заголовки основаны главным образом на аллюзии, метафоре и каламбура. Русскоязычные заголовки часто номинативны, как правило, сопровождаются подзаголовками (примеры 1, 2, 4, 7), что затрудняет понимание, поскольку элементы такого комплекса могут содержать ссылки на события или на лиц, неизвестных в контексте языка перевода (далее – ПЯ). При переводе на английский язык предстоит выбрать тип перевода. Можно прибегнуть к описательному переводу, избегая идиоматичности (3, 7), а можно найти в культурно-языковой традиции ПЯ эквивалентное идиоматическое высказывание (4, 5, 6) или создать оригинальную тропическую комбинацию (1, 3). Два последних способа перевода экспрессивнее, но требуют хорошо ориентироваться в стилистике и идиоматике ПЯ, учитывать экстра-

лингвистический фактор, знать не только язык, но также историю и культуру страны языка перевода. Например, заголовок 8 представляет собой перифраз идиоматического высказывания «ободрать, как липку». Англоязычный эквивалент довольно хорошо известен: to make poor as a church mouse. Но перифраз в русскоязычном заголовке обладает подтекстовым значением, непонятным англоязычному читателю. Название детского онкологического центра «Липки», о проблемах которого идет речь, ассоциируется с фразеологизмом только у русскоязычного читателя, поэтому иронический подтекст, создаваемый игрой слов, невозможно повторить при переводе.

Далее рассмотрим заголовки из журналов «Vogue» (2010), «Forbs» (2014) и британской газеты «The Guardian» (2015):

Таблица 2.

Декодирование и перевод англоязычных заголовков

№	Заголовок	Лингвистические особенности	Вариант перевода
1.	Passion for fashion [17, 137]	Аллитерация, каламбур, эллиптическая конструкция	Как угадаться за модой?
2.	Gleesome Threesome: (о новой постановке «Женитьбы Фигаро» в национальном оперном театре Уэльса) [16]	Аллитерация, метафора, аллюзия	А. Святая Троица вновь здесь...и там! Б. Звездное трио в новой постановке «Женитьбы Фигаро»
3.	Where the Grass is greener? [17, 18]	Риторический вопрос, аллюзия, метафора, аллитерация	А. В погоне за иллюзией Б. Там хорошо, где нас нет
4.	All shall be well, Jack shall have Jill [5]	Аллитерация, аллюзия, метафора	Все будет в шоколаде
5.	Money from Nothing... [15, 1]	Аллюзия, метафора, эллиптическая конструкция	Много денег из ничего
6.	Measure for Measure [14]	Аллюзия, метафора, эллиптическая конструкция	Не судите, и не судимы будете
7.	Ready, Fire, Aim: Tracking point makes a \$27,500 rifle so smart that it can't miss. So, why has the company been misfiring? [17, 50]	Аллюзия, эллиптическая конструкция, риторический вопрос (в подзаголовке)	А. Когда ружье стреляет по своим Б. В ружье! Целься! Огонь!
8.	Much Ado About Something: special education school to perform Shakespeare [15]	Аллюзия, перифраз, эллиптическая конструкция	Много шума...из-за чего? ...Откроют ли школу, где будут ставить пьесы Шекспира?

В рассматриваемых заголовках ТК основаны главным образом на каламбурах, метафоре и аллитерации. Актуально использование фразеологических оборотов в качестве заголовков (1–8). Характерная особенность англоязычных заголовков – эллиптические конструкции (1, 5–8), усиливающие экспрессивность и динамичность высказывания. При переводе эллиптические конструкции могут сохраняться (7в), но чаще заменяются на высказывания номинативно-назывные (За) или глагольные (1). Аллитерация, популярная в заголовках англоязычных изданий, намного реже встречается в русскоязычных Mass Media. Аллюзии на исторические события, тексты на литературные источники популярны в двух случаях. Например, популярны заголовки-аллюзии на высказывания из Библии. Библеизмы функционируют в языках мира, однако «ни один язык не испытал на себе такого заметного влияния Библии, как английский». В течение столетий Библия была наиболее читаемой и цитируемой в Британии книгой» [3, 38]. Как следствие, идиоматические выражения-библеизмы продолжают функционировать до наших дней. Некоторые из них имеют полные или частичные аналоги в славянской культуре: the apple of Sodom – красивый, но гнилой плод; the prodigal

son – блудный сын; in the beginning was the word – вначале было слово; a doubting Thomas – Фома неверующий; ten commandments – 10 заповедей; Penelopa's web – тактика оттягивания; to astonish the Browns – бросить вызов общественному мнению; to raise Cain – учинить скандал, поднять шум.

Не менее популярным источником цитирования являются литературные тексты. Заголовки англоязычных Mass Media часто содержат цитаты из произведений В. Шекспира. Например, название пьесы «Measure for Measure» встречаем в заголовке 6. В данном случае имеет место каламбур и двойная аллюзия, или аллюзия-библеизм, потому что название пьесы является цитатой из Нагорной проповеди, знаменитого поучения Христа о христианском милосердии. Слова эти обращены не к тому, кого судят, а к тому, кто судит: «Не судите, да не судимы будете (подчеркнуто мною – Л.К.). Ибо каким судом судите, таким будете судимы; и какою мерою мерите, takoю и вам будут мерить» [Матф. 7:1—3]. При подготовке исследования фраза в качестве заголовка встретилась еще раз: «Can We Measure Media Impact? Surveying the Field» – статья, в русле современных тенденций разделенная на абзацы, каждый из которых наделен подзаголовком. Один из них – «Measure

for Measure» [15]. Заголовок 8 восходит к другой популярной пьесе Шекспира «Много шума из ничего». Идиома «All shall be well, Jack shall have Jill» в заголовке 4 также восходит к творчеству Вильяма Шекспира (1564–1616), со дня смерти которого в 2016 году исполняется 400 лет. Высказывания классика ожидают сегодня не только на сцене или на страницах книг, но и в разговорной речи, в заголовках газет и журналов. В справочнике *Large English-Russian phrasebook* в качестве литературного источника идиомы указана пьеса «Двенадцатая ночь» (акт 3, сцена 2). В переводе Т. Щепкиной-Куперник персонаж по имени Пак произносит: «Пусть пословица на вас оправдается сейчас. Всяк сверчок знай свой шесток. Всякий будь со своею милой (подчеркнуто мною – Л. К.), всяк ездок со своей кобылой. А конец – всему венец» [5]. Фраза символизирует благополучный финал, когда каждый получает то, что заслуживает. Газетные статьи усложнились

структурно, стали более динамичными и экспрессивными, что усложняет работу переводчика. Экспрессивность публицистического текста часто достигается при помощи комбинирования приемов. Сложны для передачи комбинации тропов, окрашенные такими оттенками иронии, как сарказм, инвектива (пример 8 в табл. 1; примеры 2, 3 в табл. 2).

В целях эксперимента заголовки из табл. 1, 2 были предложены для перевода на русский язык 10 студентам, обучающимся в ЮЗГУ по программе дополнительного образования «Перевод в сфере профессиональной коммуникации». Эксперимент показал, что распознавание и перевод аллюзий с английского языка вызывает у начинающих переводчиков больше трудностей, чем распознавание и перевод стилистических приемов. Результаты эксперимента сведены в табл. 3.

Таблица 3.

Результаты эксперимента и допущенные ошибки

№	Результаты %		Примечания
1	Перевод аллюзий (4, 5, 6, 8 в табл. 2)	40 %	литературные аллюзии в заголовках 4, 8 не распознал никто из 10, четверо декодировали и верно перевели заголовки 6, 7; Типичной ошибкой стало «считывание по форме», без анализа смысла. Заголовок «Measure for measure» переводили как «Око за око, зуб за зуб» и «Баш на баш»; был также предложен вариант «Как аукнется, так и откликнется»
2	Перевод ТК	60 %	не справились с декодированием ТК – 4 из 10 (менее 50 %), из них: 2 – 45 % выполнения задания, 2 – менее 30 %

Знание литературы как культурного наследия и сегодня, в век интеркультурных контактов, ускоренного темпа жизни и средств коммуникаций, позволяет достичь профессионализма в переводческой деятельности. Следует помнить об актуальности формирования профессионального подхода к переводу как к компетенции, о развитии у начинающих переводчиков навыков пользования не только электронными двуязычными словарями, но и словарями сравнений, фразеологическими и этимологическими справочниками. Переводчик обязан уметь пользоваться всем арсеналом эффективных средств. В наш технически развитый век, упрощающий работу переводчика, пренебрежение этапом декодирования приводит к неточностям, ошибкам в толковании смысла, основанного на подтекстовом значении или на оттенках пафоса. Комплексная структура современных заголовков способствует смысловому обогащению текста и созданию подтекста. Такой комплекс требует от переводчика знаний и интеллектуальной активности, профессионализма при декодировании. Элементы заголовочного комплекса формируют новые смыслы и вы-

ступают как элементы интеллектуальной игры с читателем. Языковая игра (как нарушение нормы) приводит к новым ассоциациям, смыслам и тональностям. Исследование различных аспектов структуры и функционирования заголовков позволяет углубить знания, увидеть корни отдельных лингвистических явлений и возможные способы их дешифровки при переводе. Структурно сложные заголовочные комплексы, помогают выявить связь целого и частей, приводят в действие механизм ассоциативных связей, обеспечивают взаимодействие различных культурно-идеологических пространств. Развитие генетически родственных заголовку текстовых жанров демотиваторов, рекламных слоганов обуславливает еще одну причину, по которой заголовки СМИ продолжают привлекать внимание исследователей и преподавателей, обучающих будущих переводчиков.

ЛИТЕРАТУРА

- Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольд // Иностранные языки в школе. – Москва, 1978. – № 4. – С. 23–31.

2. Гончаренко С. Ф. Стилистический анализ испанского стихотворного текста / С. Ф. Гончаренко. – Москва : Высшая школа, 1988. – 192 с.
3. Леонович О. А. В мире английских имен / О. А. Леонович. – Москва: ООО Астрель : ОООАст, 2002. – 160 с.
4. Фильчук Т. Ф. Языковая аттракция в различных дискурсивных проявлениях : дис. канд. филол. наук : Харьковский нац. ун-т им. В. Н. Каразина / Т. Ф. Фильчук. – Харьков, 2003. – 219 с.
5. Large English-Russian phrasebook. – URL: http://large_phrasebook_en_ru.academic.ru / 1527/all_shall_be_well_Jack_shall_have_Jill (дата обращения: 03.04.2016).
6. Дудник Е. Из «дамы с собачкой» в Асю Клячину. Почему зрители верили Ие Саввиной, 2016. – URL: <http://www.aif.ru/>
7. Кадычанский П. Когда-то при царе Горохе, 2013. – URL: [http://kadykchanskiy.livejournal.com/134806.html/](http://kadykchanskiy.livejournal.com/134806.html)
8. Каменева Г. «Оскар» невезения, 2016. – URL: <http://www.cosmo.ru/stars/news/20-01-2016/> (дата обращения: 03.03.2016).
9. Курляндский Г. Рецепт от взяточничества : точно рукой сняло, 2014. – URL: <http://lifenews.ru/news/133050>
10. Лесник Е. Во саду ли в огороде, 2013. – URL: <http://lifenews.ru/news/133050> (дата обращения: 03.03.2016).
11. Маргриева Н. Обобрали, как «Липки», 2005. – URL: http://www.trud.ru/article/15-12-2005/98172_obobrali_kak_lipki.html
12. Стругачев С. Сотворение суши, 2010. – URL: <http://papinjournal.ru/> (дата обращения: 03.03.2016).
13. Canning H. Gleesome. – URL: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/culture/music/> (дата обращения: 02.03.2016).
14. Schiffrin A., Zutskerman E. Can we measure media impact? Surveying the impact, 2015. – URL: http://ssir.org/articles/entry/can_we_measure_media_impact_surveying_the_field
15. Firm Foundation Expro. – URL: <http://www.heraldextra.com/news/community/much-ado-about-something-special-education-school-to-perform-shakespeare/article> (дата обращения: 01.04.2016).
16. Forbes. – January, 20. – URL: <http://www.forbes.com> (дата обращения: 01.04.2016).
17. Vogue, Feb., 2010. – URL: www.vogue.com

Юго-Западный государственный университет
Казакова Л. Н., кандидат филологических наук, доцент
кафедры иностранных языков
e-mail: l_kazakova@mail.ru

Southwest State University
Kazakova L. N., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Foreign Languages Department
e-mail: l_kazakova@mail.ru