УДК 81'276:070

Хмєлевська Ю., Махницький В.
Харківський економіко-правовий університет,
студенти факультету права та підприємництва,
гр. ДП-21

Особливості перекладу газетної лексики

Переклад має давню історію, яка уходить корінням у часи, коли виникла потреба в людях, що володіли б декількома мовами і могли б бути посередниками при спілкуванні різних мовних націй. Але як самостійна наука, переклад сформувався лише на початку XX ст. В умовах розширення міжнародних зв'язків і обміну інформацією, перекладознавство швидко розвивалося і цей процес триває і дотепер, оскільки мова постійно оновлюється за рахунок неологізмів і запозичень. З'являються нові теорії, погляди на проблеми перекладу. У наш час динамічного розвитку, що постійно відбувається і впливає на всі сфери людської діяльності, час, коли обмін інформацією став, можливо, як ніколи грандіозним, прямопропорційно ростуть і вимоги до перекладу, а саме до якісних параметрів.

Матеріали газетно-інформаційного жанру складають основний зміст газетних текстів. Перекладачу газетно-інформаційної літератури часто доводиться перекладати статті і замітки інформаційного характеру з англійських і американських газет, і йому слід добре знати стилістичні особливості таких матеріалів.

Граючи важливу роль в житті суспільства, газетно-інформаційне повідомлення в той або інший ступені привертає до себе увагу представників різних суспільних наук – економічної теорії, права, соціології, психології, а також ця сфера привертає увагу і лінгвістів. Зокрема – лінгвістів-перекладачів.

Теорія перекладу міцно затвердилася як наукова дисципліна. Цьому сприяли усвідомлена потреба в науковому узагальненні перекладацької діяльності, розвиток мовознавства, теорії комунікації та інших галузей знання, що забезпечили наукову базу для вивчення перекладу, і нарешті поява перекладацьких досліджень, що переконливо довели можливість і перспективність створення

наукового напряму для виявлення суті перекладу як процесу міжмовної і міжкультурної комунікації.

Перекладати можна все: художню літературу, науково-технічні тексти, газетно-інформаційні матеріали, а також суспільно-політичні і офіційно-ділові тексти і документи.

Найбільш затребуваним перекладом є переклад газетно-інформаційних повідомлень.

Актуальність теми "газетно-інформаційного перекладу" полягає в тому, що в сучасних умовах переклад газетно-інформаційних текстів набуває особливого значення, виступаючи як засіб реклами і спосіб інформування громадськості. Обсяг видаваних щорічно газетно-інформаційних текстів, орієнтованих на іншомовну (англомовну) аудиторію достатньо великий і відповідно до розширення міжнародних зв'язків продовжує збільшуватися. Тут і виступи державних, партійних і громадських діячів; публікації хроніки, новин економіки і спорту ну й звичайно ж реклама.

Об'єктом нашого дослідження є особливості перекладу газетних заголовків та текстів газетно-інформаційних матеріалів.

Предметом даного дослідження є статті з газет "Financial Times", "Sunday", "The Daily Worker".

Перекладачі газетно-інформаційних текстів стикаються з істотними труднощами при передачі прагматичного потенціалу оригіналу. Зокрема, це пов'язано з перекладом в газетному тексті фактів, подій і реклами пов'язаних з культурою даного народу, різними національними звичаями, назвами блюд, деталями одягу, і т.д.

А.Д. Швейцер пише, що перекладач повинен передати прагматичний аспект змісту тексту, який перекладається, шляхом його переадресації іншомовному одержувачу «з урахуванням тієї реакції, яку викличе текст, точно переданий денотативний і конотативный компоненти змісту початкового вислову у іншомовного читача. При цьому відбувається прагматична адаптація початкового тексту, тобто внесення певних поправок на соціально-культурні, психологічні і інші відмінності між одержувачами оригіналу і тексту перекладу». На практиці саме соціолінгвістичні чинники стають такими, що визначаються при перекладі газетно-інформаційних текстів на іншу мову.

Важливе місце в теоретичному перекладознавстві займають дослідження самого процесу перекладу, розумова діяльність перекладача, дослідження його технічних прийомів. В процесі дослі-

дження широко застосовуються різні теоретичні моделі і можливі методи переходу від оригіналу до перекладу (перекладацькі трансформації). Проводяться психолінгвістичні експерименти.

XXI століття становить нові завдання в інформаційному просторі людства. Завдяки масовій інформації роль перекладу в житті людства неухильно зростає. Сьогодні перекладацькі зв'язки охоплюють майже всі сфери людської діяльності. Рух інформаційних потоків не знає ні меж, ні часу, ні простору. Нескінченна різноманітність сучасного світу передається за допомогою засобів інформації у відчуттях і інтерпретаціях численних учасників міжнародного інформаційного процесу – журналістів, кореспондентів, коментаторів, телеоператорів. Тому постійно зростає значення перекладацької діяльності, і разом з ними виникають і перекладацькі проблеми. Загострення мовних проблем спонукає пошук нових рішень. Якщо раніше перекладацька діяльність розглядалася тільки у зв'язку з перекладом художньої літератури, то сьогодні все більш важливе місце - і за об'ємом, і за соціальними цінностями - стали займати переклади текстів спеціального характеру – інформаційні, економічні, юридичні, технічні.

Практика перекладу знає немало випадків, коли при порівнянні перекладу з оригіналом щось «додавалось», а щось «втрачалось», або змінювалось. Сучасні реалії примушують нас уважніше відноситися до перекладу газетно-інформаційних текстів, з погляду їх психологічного впливу на масову аудиторію. При перекладі газетно-інформаційних текстів перекладач повинен враховувати: мету тексту, характер споживача, мовні якості тексту оригіналу, культурні і індивідуальні можливості мови в культурному аспекті споживача і багато що інше. Переклад газетно-інформаційних текстів може визначатися як близький до «адекватного». В газетно-інформаційному стилі дуже широко вживаються власні назви, імена, що роблять повідомлення більш конкретним описуючи якісь події у певній місцевості, або тих, що стосуються певних людей або установ. Через це у рецептора мають бути певні попередні знання, які дозволять йому пов’язати назву з предметом чи об’єктом, що називається. Так, наприклад, будь-якому американському читачу добре відомо, що Amtrak –це залізнична компанія, або Frick Collection- художній музей в м. Нью-Йорк.

Особливістю американських газет є звичайно заголовки газетних матеріалів. Автори статей докладають максимум зусиль аби

заголовок їх статті складався з якомога меншої кількості слів, при цьому передавав інформацію про яку йдеться і привертав до себе увагу читача так аби читач побачивши заголовок вже був зацікавлений придбати газету і прочитати саме ту статтю, заголовок якої йому видався цікавим з інформаційної точки зору.

Перекладач має гарно розуміти зміст газетного заголовку та вміти гарно та правильно його передати з мови оригіналу на мову перекладу. Адже для заголовків американських газет характерним є і те, що заголовок може мати подвійний зміст, так як комбінація слів підбирається таким чином, що за змістом можна зробити абсолютно протилежні переклади, тому дуже важливо відчувати цей нюанс. Наприклад заголовок " Milk drinkers are turning to powder " можна перекласти як " Люди, що п'ють молоко перетворюються на порошок" хоча, звичайно, правильно перекласти необхідно як " Люди, які полюбляють молоко, починають вживати сухе молоко".

Перекладач має постійно пам'ятати про особливості вживання часових форм в заголовках. Сучасні американські газети використовують неперфектні часи. Коли мова йдеться про дію, яка вже відбулась, але в недалекому минулому, тоді використовується теперішній час, така форма ніби наближує читача до певних подій: MARY GRACE DIES, 80. ROYAL FAMILY QUITS. При перекладі на українську мову таких заголовків, якщо дія на момент публікації закінчилась, то переклад робиться у минулому часі, за виключенням тих заголовків, де необхідно зберегти дієслівну форму.

Отже у процесі дослідження було встановлено, що при перекладі газетно-інформаційних матеріалів перкладач має певну свободу вибору мовних засобів. Правила перекладу газетних текстів характеризуються значною м'якістю на відміну від офіційно-ділових текстів.

Література

1. Алєксеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика. – СПб.: "Союз". – 2001. – 288 с.

2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для ВНЗ–4-е изд., исп. та доп. – М.: Флинта: Наука. – 2002. – 384 с.

3. Корунець І. Біля витоків українського перекладознавства. //ВСЕСВІТ – 2008. – № ½, С. 188-194.