

Синтаксическая замена – следующая трансформация, которую мы рассмотрим. В первую очередь это отражается в замене сложного предложения на простое и наоборот:

<p><i>«NJIT prof suspended over video of him discussing Hitler's legacy»</i></p>	<p><i>«Профессор Технологического института Нью-Джерси временно приостановил свою деятельность из-за видео, в котором он анализирует наследие Гитлера»</i></p>
<p><i>«Success of Russia's Female Figure Skaters Takes a Toll in Injuries and Stress»</i></p>	<p><i>«Травмы и стресс – обратная сторона успеха российских фигуристок»</i></p>

Проведя переводоведческий анализ на лексическом и грамматическом уровнях, мы сделали следующий вывод, что для достижения наиболее адекватного перевода англоязычного газетного заголовка на русский язык чаще используются следующие лексические трансформации: транскрипция и транслитерация, поскольку в заголовках присутствует большое количество имен собственных; а также следующие грамматические трансформации: грамматические замены, в частности замена частей речи, что обуславливается различиями систем английского и русского языков. Однако, стоит отметить, что использование нескольких переводческих трансформаций одновременно является наиболее удачным вариантом для достижения максимальной адекватности и эквивалентности перевода. Здесь же нужно сказать, что реже всего переводчиками применяется прием объединения и членения предложений непосредственно из-за главной функции заголовка как явления – краткость и сжатость.

#### Список использованных источников

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Семенов, А. Л. Основные положения общей теории перевода / А. Л. Семенов – М.: Издательство Российского университета дружбы народов, 2004. – 98 с.

**А. П. Митрахович**

Научный руководитель – Д. В. Зыблева, к. филол. н., доцент  
 Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», г. Гомель

## ВИДЫ И ФУНКЦИИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Использование газетных материалов на иностранном языке в учебном процессе способствует углублению и упрочнению знаний, поскольку они приобретены в процессе практического применения языка.

Наряду с исследованиями лексических и синтаксических особенностей газетных статей особое внимание уделяется заголовкам, их видам, функциям и трудностям перевода.

Заголовки в немецких газетах имеют свои отличительные внешние особенности, в частности, крупный шрифт на значительной части полосы для привлечения внимания читателя. В этом и состоит основная функция заголовков. В их задачу входит также предварительное информирование о содержании статьи и ее тональности, а также организация восприятия в процессе прочтения текста.

Как правило, авторы стремятся к краткости и емкости заголовков, сообщая лишь тему изложения и часто привлекая читателей оригинальностью и яркостью. Благодаря этому можно получить самое общее представление о главных событиях дня по заголовкам и прочесть полностью только то, что интересует.

В зависимости от степени информативности заголовки делятся на полноинформативные и пунктирные (неполноинформативные). К полноинформативным относятся номинативные и предикативные заголовки.

Полноинформативные заголовки содержат тезис текста, развивающий основную мысль, или тему всего текста.

Полноинформативные номинативные заголовки являются темой текста газетной статьи или новости. В основе таких заголовков лежит имя существительное, которое выполняет номинативную функцию, называя объект, о котором идет речь, например: *«Internationale Pelzauktion»* («Международный меховой аукцион»).

Полноинформативные предикативные заголовки – это развернутые тезисы, которые содержат не объект, а предмет изложения, а также его предикат. Такие заголовки дают возможность читателю представить, о чем будет идти речь в газетной статье, какое действие будет описываться, например: *«Kosmos – Satellit gestartet»* («Стартовала космическая станция»).

Неполноинформативные (пунктирные) заголовки раскрывают только часть тезиса текста или предикат. Такой заголовок содержит лишь намек на предмет изложения или его признак, например: *«Wenn Panzer Landenhüter werden»* («Когда танки становятся залежалым товаром»).

По своей функциональной направленности различают заголовки классифицирующие, информирующие и интригующие [1, с. 150].

Классифицирующие заголовки соотносятся лишь с определенной тематической сферой, например: *«Chronik»* («Хроника»), *«Werbung»* («Реклама»).

Для информирующих заголовков характерна презентация в свернутом виде существенных событий, формирование основной мысли текста, например: *«Joint Venture: Zukunftssträchtig aber langwierig»* («Совместные предприятия: перспективы и трудности»).

Интригующие заголовки благодаря выраженной в экспрессивной форме неоднозначности содержания, смысл которого раскрывается только после прочтения статьи, призван вызывать к ней острый интерес.

Кроме вышеназванных функций некоторые лингвисты предлагают к рассмотрению экспрессивно-апеллятивную, рекламную и разделительную [2, с. 197].

Экспрессивно-апеллятивная функция – это доминирующая информативная функция заголовков, в которых в фамильярной форме упоминаются имена известных людей и политических деятелей.

Заголовки с рекламной функцией привлекают внимание не только экспрессивностью, но и внешним оформлением.

Разделительная функция заключается в том, что заголовок передает содержание статьи в виде краткого тезиса, называя предмет, объект или предикат текста.

Следует отметить, что все указанные функции взаимосвязаны и превалирование отдельных из них зависит от жанра газетного текста и структурно-семантических особенностей самих заголовков.

Одним из главных средств выразительности заголовков в немецком языке является их лаконичность, немногословность, предполагающая опущение артиклей и вспомогательных глаголов, употребление двоеточий вместо полноценных глаголов, неличных форм глаголов, сложных атрибутивных образований, сокращений, обратного порядка слов.

К лексико-стилистическим средствам выразительности можно отнести метафоры, аллитерацию, повторы, иронические употребления слов и игру слов.

Выявить значение заголовка в организации текста – значит определить прямые или синонимичные повторы, позволяющие читателю уяснить ключевые моменты в содержании текста, логические связи между заголовком и текстом и понять замысел автора.

Перевод газетно-журнальных заголовков требует от переводчика возможно более полной передачи или частичной компенсации выявленных особенностей заголовка с учетом закономерностей оформления заглавий аналогичных текстов в газетах и журналах, выходящих на русском языке.

Во многих случаях стремление вопреки языковым различиям добиться компактности заголовка в тексте перевода, передать его функциональную направленность, сохранить экспрессию, обеспечить согласование заголовка с повторами в тексте побуждают переводчика к применению разного рода трансформаций: замена глагола отглагольным существительным, передача (эллиптических) причастных конструкций с помощью существительных, передача сравнительной степени прилагательных и наречий с помощью существительных или глаголов, опущение слов (часто с употреблением тире), добавление слов, перестановки, конверсивная замена, логическое развитие, замена метафоры словом или словосочетанием с экспрессивным значением (компенсация), целостное преобразование.

#### Список использованных источников

1. Архипов, А.Ф. Самоучитель перевода и немецкого языка на русский / А.Ф. Архипов. – М. : Высшая школа, 1991. – 255 с.
2. Брандес, М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник / М.П. Брандес. – 3-е изд. – М., Прогресс-Традиция, 2004. – 406 с.

**Е. Ю. Мороз**

*Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»,  
г. Гомель*

## ЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ И АДЕКВАТНОСТЬ ПЕРЕВОДА

Постепенное развитие общества приводит к усложнению общественных отношений, появлению и расширению международных связей, существование которых, соответственно, обуславливает необходимость формирования переводческого вида деятельности. Актуальность данной темы обусловлена, в первую очередь, таким процессом, как глобализация мировой экономики, которая порождает необходимость во взаимопонимании между участниками внешнеэкономических отношений, государственными службами, экспертами разных стран, а также обычных граждан. Задачей любого переводчика является целостная и полная передача текста подлинника на другом языке, сохранив при этом его стилистические черты и способы их выражения. Эквивалентность и адекватность – именно те аспекты переводческой деятельности, которые позволяют обозначить характер текста и взаимоотношение между исходным текстом и целевым текстом экономической направленности.

Существует огромное множество определений понятий «эквивалентность» и «адекватность», которые чаще всего трактуются как противоположные, хоть и тесно связанные друг с другом. Это можно назвать справедливым, так как у этих понятий разные цели: у эквивалентности – это доскональная передача содержимого текста, а у адекватности – передача смысла этого текста. Не всегда можно сказать, что эквивалентный перевод является адекватным, а адекватный – эквивалентным [1].

Переводчики в процессе своей профессиональной деятельности прибегают к этим понятиям для того, чтобы выполнить перевод, близкий к оригиналу, однако избегая