

Даний матеріал наводиться в демонстративних цілях. Через це файл не відображає повний обсяг роботи. Для отримання цілісної інформації по цій чи іншій роботі звертайтеся до менеджерів сайту kursach.in.ua

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретичний аспект щодо перекладу англійських газетних заголовків	6
1.1. Тема основний текст газетної статті	6
1.2. Класифікація заголовків	8
Розділ 2. Способи перекладу і передачі у перекладі англійських газетних заголовків	13
2.1. Побудова газетних заголовків	13
2.2. Особливості перекладу газетних заголовків	14
2.3 Іменникові фрази в перекладі газетних заголовків	16
Розділ 3. Складності перекладу англійських газетних заголовків	21
Висновки	31
Список використаних джерел	34

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що англійська мова, як лексично, так і стилістично відрізняється від української мови. Англійська мова унікальна своїми фразеологізмами, ідіомами, каламбурами, а також володіє складною граматичною основою, що під час перекладу викликає певні труднощі. Англійські газетні заголовки унікальні тим, що їхня конструкція не має ніяких меж щодо правил оформлення, тобто, заголовок газети може бути абсолютною абстракцією, яку дослівно перекладати неможна. Наприклад, hot dog - дослівно це - гарячий собака, а в правильному перекладі - сосиска. Теж саме стосується і заголовків.

Щоб довести актуальність роботи, була встановлена мета: довести особливість перекладу англійських газетних заголовків. Для досягнення мети було висунуто такі **завдання**:

показати теоретичний аспект щодо перекладу газетних заголовків, а саме:

а) виявити значення теми і основного тексту газетної статті,

б) надати класифікацію заголовків,

показати способи перекладу і передачі у перекладі англійських газетних заголовків,

показати складності перекладу і передачі у перекладі англійських газетних заголовків.

Предмет дослідження: англійські газетні заголовки.

Об'єкт дослідження: мовний дискурс англійських газетних заголовків.

Методи дослідження:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ЩОДО ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

1.1 Тема і основний текст газетної статті

1.2 Класифікація заголовків

Заголовок може виражати будь-який елемент структури твору: основну думку, настановні тези, аналітичну оцінку ситуації, фон до мети повідомлення, ілюстрації. Ім'я тексту сигналізує про його зміст, про те, яким чином реалізується інформативна функція назви публікації.

Існує безліч класифікацій заголовків залежно від їх відповідності змісту, зв'язків з текстом. Так Арутюнова Н.Д. в книзі «Дискурс» вказує, перш за все, на те, що заголовок повинен відповідати змісту матеріалу і давати гранично стислий і влучний вислів головної ідеї тексту. Загальна вимога, яка пред'являється до заголовка - конкретність. Для досягнення цього необхідно взяти з тексту деталі, які становлять суть матеріалу. Залежно від ступеня конкретності заголовки можуть бути неконкретними, розпливчастими, беззмістовними, повними. Чим менш конкретний заголовок, тим більше, на думку Арутюнова Н.Д., падає інтерес читача до матеріалу. [3, с.11] На часту невідповідність заголовка темі вказує і Морозов М.М.. Заголовки частіше вказують на предмет мовлення: героя, подія, явище, рідше висловлюють основну думку, іноді основна думка ділиться між заголовком і підзаголовком.

Заголовки можна типологізувати залежно від того, скільки, один або кілька, елементів тексту вони виражають. За цією ознакою можна виділити односпрямовані і комплексні заголовки.

Односпрямовані заголовки співвідносяться з одним елементом смислової структури тексту. До них відносяться:

А) тематичні заголовки (заголовок говорить читачеві про тему публікації). Тема тексту входить до складу його основної думки, це теза, яка розкривається системою тез, що становлять текст. Головна тема орієнтує у змісті тексту.

Б) в назві може бути відображений предмет мовлення, наприклад, певний факт, про який йдеться у публікації. У процесі читання матеріалу інформація, закладена в заголовку, уточнюється, конкретизується. Процес сприйняття простий - від заголовка до тексту. Але зв'язку з заголовком можуть видозмінюватися за допомогою прийому - осциляції (коли підтекст заголовку стає зрозумілий після прочитання тексту, так званій, повертаючи сприйняття).

У заголовку нерідко називається герой публікації, тема публікації, таким чином, повністю відбивається в заголовку. Тут також можливі ускладнення. Якщо публікація, наприклад, називає професію людини, то читач налаштовується на те, що мова піде про професійні якості героя, але текст може містити особистісну інформацію, в цьому випадку заголовок набуває оціночні конотації. Якщо в заголовку використовується ім'я власне, то після прочитання матеріалу заголовок виглядає більш інформативним, ніж на перший погляд (за ім'ям після прочитання можна побачити певний образ). [11, с.51]

Якщо текст присвячений якій-небудь події, то заголовок зазвичай будується за типом подія - трапилося, сталося, показало, тобто заголовок актуалізує або назву теми - події або всю основну думку. Основна думка виражається прямо, інформація сприймається легко. Навмисне ускладнення сприйняття з метою зацікавити читача робиться за допомогою заголовка, що містить в собі не основну деталь події, змушуючи звернутися до тексту.

Тематизуватися заголовки можуть, являючи собою цитату або відомий вислів, що відноситься до описуваного події. Вираз теми, основної думки нерідко розподіляється між заголовком і рубрикою, підзаголовком.

Дуже велика кількість заголовків актуалізує аналітичну оцінку, що міститься в тексті. Ідея тексту - це своєрідний підсумок, висновок зі сказаного. Подібні заголовки готують до сприйняття ідейного сенсу, публікація розуміється відразу в

певному ключі. На основі заголовок - зміст підвищується дієвість, переконливість газети.

Передача ідейного сенсу може передаватися описово, образно, в такому випадку заголовок, його зв'язок з змістом усвідомлюється тільки після прочитання публікації повністю, ретроспективно. У тексті можуть міститися певні сигнали (синоніми слів, використаних в заголовку, семантичне узгодження). У заголовку може також міститися елемент, який логічно впливає зі сказаного, хоча в тексті не виражений вербально.

Заголовок може актуалізувати і другорядні елементи тексту (змісту) - ілюстрації до тез, загальний фон до мети повідомлення. Такі заголовки особливо експресивні, тому що побудовані на винесенні в заголовок не - основного, неголовного. Удавана вторинність того, що виражено в назві, робить його більш виразним, привертає увагу.

Наприклад, в ролі ілюстрації можуть бути задіяні слова якого людини з даної проблеми. Загальним фоном - виділення будь-якої зримою деталі, яка наближає до читача подія, оживляє текст. Оціненість в заголовку налаштовує на певне сприйняття тексту.

Комплексні заголовки. Співвідносяться з кількома елементами структурної схеми тексту одночасно, передають ускладнену інформацію. Ступінь їх інформативності вище, тому що зв'язку таких заголовків з змістом більш різноманітні, що веде до підвищення виразності тексту. У подібному заголовку актуалізується одночасно тема, аналітична оцінка ситуації, якої-небудь тезу, ілюстрації. Найпростішим прикладом є заголовок, що складається з двох частин, з'єднаних союзом. Композиційна інверсія, наприклад, дуже цікавий прийом в цьому випадку: перша частина заголовка співвідноситься з елементом, що стоять в кінці, а друга його частина - з початком тексту. Співвідношення заголовка і тексту «навпаки». [34, с. 47]

Використання багатозначності слова також буде створювати комплексний заголовок, оскільки, буде пов'язаний з двома смисловими елементами тексту: до

прочитання - перше значення, після прочитання - друге, метафоричний сенс, співвіднесений з ідеєю змісту.

Інакше заголовки можна класифікувати за ознакою повноти відображення елементів тексту. Залежно від цього заголовки можуть бути повно інформативними і неповно інформативними, пунктирними.

До повно інформативних можна віднести ті заголовки, які відображають тему всього тексту, його основну думку або будь тезу, що розвиває основну думку. У середині цієї класифікації Пириков Є. Г. виділяє номінативні і предикативні заголовки. [24, с. 17]

Номінативні просто називають тему всій публікації, вони несуть функцію знака аналогічно іменам власним, які служать назвами географічних об'єктів, живих істот, заводів і так далі. Предикативні - це розгорнутий теза, що містить предмет мовлення і його предикат. Такі заголовки найбільш інформативні, дають найповніший прогноз про зміст.

Взагалі дана група заголовків являє собою нейтральну частину заголовної системи газетного номера, але з іншого боку на тлі таких заголовків яскравіше сприймаються інші.

Неповно інформативні, пунктирні заголовки. Такі заголовки лише приблизно вказують на зміст тексту, дають знак, за яким відновлюється той чи інший смисловий контекст. Інформативність пунктирних заголовків нижче, але зате вони дають більше можливостей для залучення читацької уваги.

Іноді неповно інформативні заголовки можуть мати комплексний характер, задіяти кілька слів, вживання яких буде зрозуміло з прочитання. Навмисне вживання сигналів - ілюстрацій дає алогічне словосполучення, що знову-таки додає велику виразність заголовку.

Таким чином, інформативність стає тим критерієм, за яким проводиться класифікація заголовків і показується співвідношення заголовка з компонентами змісту.

РОЗДІЛ 2. СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ І ПЕРЕДАЧІ АНГЛІЙЧЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

2.1 Побудова газетних заголовків

2.2 Особливості перекладу газетних заголовків

Специфічні особливості газетних заголовків, які становлять особливий інтерес для перекладача, можна в основному звести до наступних:

Прагнення в щоб те не стало привернути увагу до публікованого матеріалу і в той же час викласти в короткій формі його зміст призводить до того, що заголовки в англійських і американських газетах звичайно бувають багатоступеневими. Як

правило, вони складаються з «шапки» (власне headline, іноді “banner headline”), набраної повністю або частково дуже крупним шрифтом і підзаголовка (lead) з декількох строчок, що набирається менш крупним шрифтом. «Шапка» визнана виділяти найяскравішу думку статті, а часто навіть окрему, найбільш виразну, що б'є в очі або запам'ятовується фразу зі статті. В англійських і американських комуністичних газетах «шапка» дуже часто носить лозунговий характер, а в буржуазних газетах має чисто рекламно-сенсаційне призначення. Нерідко «шапка» направлена тільки на те, щоб, вразивши уяву читача, змусити його прочитати сам матеріал. Тому в більшості випадків вона недостатньо повно розкриває зміст статті, а іноді навіть буває дуже мало з ним пов'язана. Функцію розкриття змісту статті заповнює підзаголовок, який в декількох рядках дає короткий переказ статті, свого роду її узагальнення. Так, «шапка» наступного заголовка в «Дейлі Уоркер» “PARIS PROTEST MARCH STAGED BY STUDENTS” [35, с.3] не дає чіткого уявлення про зміст статті, бо залишається нез'ясованим, з якого приводу студенти провели демонстрацію. Зміст статті стає ясным тільки з підзаголовка: “EDUCATIONAL SYSTEM'S RESTRICTIONS PROTESTED”. Тільки тепер ми можемо перевести заголовок правильно: «Студентська демонстрація протесту в Парижі проти введення обмежень в системі освіти». Якщо навіть такий, порівняно докладний заголовок не розкриває змісту опублікованого матеріалу, то нема чого говорити про те, що одноступінчасті заголовки в більшості своїй лише дуже віддалено пов'язані із змістом самих статей або заміток. Можна навести численні приклади: “SILLY”, “SHIFTY”, “SHAMELESS” - заголовок передової статті «Дейлі Уоркер», присвячений відмови міністра фінансів вжити заходів для скорочення безробіття і надати допомогу безробітним; “REAL REASON” - про відставку англійського губернатора Кенії; “STILL ON THE FENCE” - о вичікувальній політиці лейбористської партії щодо вступу Англії в загальний ринок і т. д. [35]

Особливо цікавий в цьому відношенні наступний заголовок, абсолютно не розкриває змісту статті. Мова йде про те, що газета «Дейлі Уоркер» отримала на конкурсі премію за краще оформлення. Стаття має назву “MAKKS MOCKS”. Ці

два слова вирвані з пропозиції в середині статті: “The judges say that the Daily Worker «continues to make the most of its limited number of pages»”. [35] Очевидно, що в даному випадку при перекладі неможливо відтворити англійський заголовок, його слід перевести так, щоб він відображав основний зміст: Присудження премії газеті «Дейлі Уоркер» або Премія, нашій газеті. У всіх вищенаведених випадках для того, щоб правильно зрозуміти і перевести заголовок, необхідно, насамперед, прочитати саму статтю.

Однак досить часто навіть одноступінчаті заголовки достатньо ясно відображають зміст повідомлення: “LAST REBEL POST TAKEN IN BRUNEI” ; “WEEKLIES MERGE” ; “PROSPERITY NOT AUSTERITY”; “POLICE IN QUEBECK ATTACK JOBLESS ASKING FOR WORK” і т. д. Тут перекладачеві залишається тільки знайти адекватний варіант перекладу на українську мову.

На закінчення слід сказати, що далеко не завжди слід виходити з поширеного принципу, що переведення заголовка не представляє собою труднощі, бо спочатку ми переводимо саме повідомлення або статтю, а потім вже, виходячи з їх змісту, і заголовок. По-перше, не можна вважати, що в будь-якому випадку ми можемо довільно змінювати заголовки, як це роблять багато хто з початківців перекладачів, даючи тій чи іншій статті свій власний заголовок. Нехай навіть іноді краще відображає її зміст. Основним завданням перекладача є адекватна передача особливостей того чи іншого англійського чи американського заголовка, а це означає, що необхідно передати не тільки зміст, а й форму заголовка, не порушуючи, звичайно, при цьому норм української мови і стилістичних норм, прийнятих в наших газетах. По-друге, початківцю перекладачеві особливо необхідно розвивати в собі здатність швидко розуміти газетні заголовки, бо тільки тоді він зможе без зайвої витрати часу орієнтуватися в газетному матеріалі, вибрати, потрібну статтю або замітку, опустивши всякого роду несуттєві матеріали. А це буває особливо необхідно при роботі з такими газетами як, наприклад, Daily Mail, яка публікує безліч всяких світських пліток і матеріалів кримінальної хроніки, в яких дуже легко заплутатися. Тому можна рекомендувати

тренування в перекладі заголовків без попереднього прочитання наступного за ними матеріалу. Ретельний аналіз всіх особливостей того чи іншого заголовка в більшості випадків дозволить якщо й не перевести заголовок, то, але принаймні зрозуміти, про що йде мова, а дуже часто такий аналіз дозволяє і перевести заголовок без знайомства з вмістом самого повідомлення. [9, с .4]

2.3 Іменникові фрази в перекладі газетних заголовків

Величезна кількість знань, які нагромадила сучасна цивілізація, стрімкий прогрес у суспільному житті вимагають від засобів масової інформації передачі об'ємних даних в обмежений час. Цілеспрямоване використання мови як засобу спілкування, оцінка прагматичного значення інформації дали поштовх новому розвитку мови, який проявляється як у формуванні нових властивостей мовних одиниць, так і в диференціації мовних засобів. Тобто, тенденція до всеактивнішого вживання іменникових фраз у засобах масової інформації викликана прагматикою сучасного суспільства, його природним прагненням до усунення інформаційної надлишковості, передачі максимального обсягу інформації з мінімальним використанням лексико-граматичних мовних засобів.

Актуальність і перспективність дослідження іменникових фраз зумовлена не лише їхньою високою частотою вживання в англomовній публіцистиці, але й великим інформативним навантаженням. Адже, важливою особливістю заголовку газетної статті є те, що він є скомпресованим варіантом інформації в одній іменниковій фразі, він «задає тон усьому тексту, й останній будується як розгортання заголовка, котрий моделює вмонтовану в нього семіотичну макроструктуру» [8, с. 41].

М.М. Антонович вважає, що основною функцією заголовків є привернення уваги, суть якої полягає в тому, що заголовки містять чітке, стисле повідомлення, яке запалює іскру зацікавленості у потенційного читача [1, с. 3]. Іншими словами, іменникові фрази-газетні заголовки привертають увагу читача завдяки

комунікативній насиченості, багатозначності та завуальованості їхнього змісту. Читач вимушений звернутися до тексту з метою виявлення інформації, якої не вистачає в заголовку.

Декодування інформації, яка передається заголовком, зумовлене ступенем компресії, семантичної конденсації заголовка. Чим вищий ступінь компресії заголовка, тим більший обсяг тексту необхідний для декодування його змісту [1, с. 5]. За допомогою заголовків, виражених іменниковими фразами, передається максимально коротка інформація про зміст статті.

Г.М. Гасюк стверджує, що іменникові фрази відображають вищий ступінь лексико-граматичної єдності: вони надзвичайно різноманітні за складністю побудови, є відкритою системою, яка криє в собі безкінечні можливості для розвитку семантичної структури лексико-граматичних одиниць [3, с. 7]. Іменникові фрази займають провідне місце в системі синтаксичних одиниць у комунікативно-прагматичному плані, адже концентрують у собі основну інформацію, яку передають цілі речення, і широко вживаються в засобах масової інформації, і не тільки.

В.Ю. Большинський зазначає, що іменникові фрази типу NNN сприяють сконденсованості, номіналізації, семантичній насиченості тексту та є однією із форм прояву його компресії на синтаксичному рівні. Крім того, іменникові фрази відіграють велику роль у створенні такої риси, специфічної для публіцистичних текстів, як стандарт. Стандартизація мови – закономірний процес концентрації мовних засобів, пов'язаний із дією принципу економії. Він полягає у створенні штампів, кліше, готових моделей для використання у тексті [2, с. 13].

Досліджуючи заголовки художніх творів як проблему перекладу, І.І. Іллів вважає, що заголовок концентрує в собі властивості окремого слова й вбирає в себе в узагальненому вигляді те, що потім знаходить своє втілення у художній системі [4, с. 9]. Перекладач спершу ознайомлюється, починає перекладати, аж тоді значення за- головка має для нього смисл, який нашаровується текстом. При перекладі заголовків беруть до уваги як первинну (значення – читач – заголовок),

так і вторинну інтерпретацію заголовка (смісл – текст – заголовок). На думку автора, заголовкам творів сучасної англomовної літератури властива рекламна функція, або називна інтригуюча, яка актуалізує категорії перспекції і прагматичності. Саме тут названі категорії починають впливати на майбутнього читача, щоб привернути його увагу, зацікавити, запевнити в необхідності прочитати книгу [4, с. 21].

Під час дослідження виявилось, що відповідно до прийомів перекладу іменникові фрази типу NNN можна розподілити на дві основні групи:

1) іменникові фрази типу NN+N, що починаються з іменників, які утворюють смислову групу й виконують функцію ад'юнкта;

2) іменникові фрази типу N+NN, в яких кінцеві іменники утворюють ядро до першого іменника-ад'юнкта.

Зазвичай іменникові фрази типу NN+N перекладають на українську мову починаючи з ядра-іменника [7, с. 171], наприклад: Scotland Yard spokesman – представник Скотланд Ярду; Suez Canal area – район Суецького каналу; science research council – рада з наукових досліджень. Значну кількість іменникових фраз такого виду перекладають за допомогою описового методу. Це відбувається тоді, коли компоненти фрази позначають специфічні поняття, які потребують додаткового пояснення, наприклад: Mill Hill School – чоловіча привілейована приватна середня школа в Лондоні; a labour disputes commission – комісія, яка розглядає суперечки між профспілками та підприємцями/роботодавцями.

Деякі фрази можна перекладати за допомогою одного слова [7, с. 17], наприклад: land improvement work – меліорація; land improvement workers – меліоратори; coal face workers – шахтарі. Дуже рідко значення іменникових фраз типу NN+N перекладають у такому порядку, як розташовані компоненти [6, с. 21], наприклад: bullet proof shirts/jackets – куленепробивні обшивки/жилети; child guidance clinic – дитяча поліклініка. Іноді такі фрази перекладають у зворотному порядку розташування компонентів, починаючи з ядра- іменника й продовжуючи другим та першим іменником, наприклад: Manchester City Council – (муніципальна)

рада Манчестера; labour movement figures – дані про міграцію робітників.

Значення іменникових фраз типу N+NN перекладається починаючи з NN-ядра і продовжується у зворотному порядку до ад'юнкта: Glasgow autumn holiday – осіннє свято в Глазго; friends meeting house – будинок зустрічі друзів; London development Commission – комісія з проблем розвитку Лондона.

Серед інших можливих прийомів перекладу з англійської мови на українську іменникових фраз типу N+NN слід вказати такі, коли перекладати потрібно:

1) починаючи з іменника-ад'юнкта смислової одиниці N+NN, наприклад: London trade Unions – Лондонські профспілки; state security police – державна таємна поліція;

2) починаючи з ядра-іменника і продовжуючи ад'юнктом [6, 22], наприклад: USA Senate seat – місце в сенаті США; Daily Mail newspaper – газета “Дейлі мейл”;

3) починаючи з ад'юнкта і продовжуючи ядром-іменником, наприклад: world tennis championship – світовий чемпіонат з тенісу; the millionaire press owners – мільйонери-власники преси/газетні магнати;

4) починаючи зі смислової одиниці й завершуючи початковим іменником, наприклад: Government reserve scheme – резервний проект уряду; Manchester housing estate – житловий фонд Манчестера;

5) за допомогою лише описового способу, наприклад: September amateur stakes – вересневі любительські призові скачки; rent assessment committees – комісії зі встановлення плати за користування житлом приватного фонду.

Слід зауважити, що для заголовків характерне часте використання невеликої кількості спеціальних слів, які складають так звані “журналістські штампи”, наприклад: ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash та ін. [5, с. 11]. Відмінною особливістю такої лексики заголовків є не тільки частота їх вживання, але й універсальний характер їхньої семантики. Так, слово pact у заголовку може означати не тільки пакт, але й договір, угоду і т. д., а bid передбачає і заклик, і запрошення, і спробу досягнути певної мети тощо.

Таким чином, знання особливостей перекладу іменникових фраз повинно

допомогти перекладачу підвищити ефективність роботи з англomовними публіцистичними текстами, збільшити швидкість читання, покращити якість перекладу з англійської мови на українську й зменшити витрати часу. Під таким кутом зору перспективним вбачається дослідження особливостей перекладу іменникових фраз не тільки газетних заголовків, але й назв літературних творів, оголошень, рекламних плакатів, науково-технічних термінів, назв установ, підприємств, організацій тощо. Отже, вживання іменникових фраз має загальномовний характер, адже вони забезпечують успішну комунікацію та відповідають вимогам і потребам суспільства науково-технічної доби.

РОЗДІЛ 3. СКЛАДНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

ВИСНОВКИ

1. Перший розділ присвячено суто теоретичним аспектам, де були наведені: безпосередня взаємодія тексту і заголовку, надана класифікація заголовків. Це було зроблено для того, щоб перекладач розумів, що методи та складність перекладу залежать саме від цих питань. Незнання теорії - є проблемою під час практичних занять.

В другому розділі, було виявлено «хитрощі», якими користується перекладач під час перекладу англійських газетних заголовків.

Третій - завершальний розділ показує, з якими саме проблемами може зіткнутися перекладач у своїй роботі із англомовними газетними заголовками.

2. Нерідко потрібно попереднє ознайомлення із змістом тексту для правильного розуміння і перекладу заголовка. Заголовки англійських і американських газет виявляють цілий ряд особливостей, що вимагають спеціального підходу при їх перекладі.

У курсовій роботі зазначено, що застосування еліптичних конструкцій надає заголовкам надзвичайну стислість і динамічність. Російським заголовкам, як і всьому газетному стилю в цілому, притаманний більш плавний, спокійний характер.

3. Англійський газетний текст характерний відомої лаконічністю, приймаючої в заголовках форму лозунгообразних стислих відрізків, побудованих на уривчасто, гарячковому ритмі. Український переклад, зберігаючи стислість, повинен бути більш плавним і ритмічним, як це властиво і всьому російському газетному стилю в цілому.

4. Якими б суперечливими не були вимоги, що пред'являються до перекладу, не можна не визнати, що переклад є цілеспрямованою діяльністю, що відповідає певним оцінним критеріям. Однією з вимог, здавна висунутих теорією і практикою перекладацької діяльності, є вимога еквівалентності текстів - вихідного і кінцевого. Еквівалентності надавалося вирішальне значення в теоретичному описі

перекладу та виявленні його сутності. Недарма в розглянутих нами в дипломній роботі різних визначеннях перекладу часто присутнє поняття еквівалентності, яке багато теоретиків вважали і вважають однією з найбільш важливих онтологічних рис перекладу.

Говорячи про проблему еквівалентності, а також адекватності перекладу газетно-інформаційного тексту, необхідно сказати, що переклад двовіршів - це не система формацій і замін різнорівневих одиниць однієї мови одиницями мови перекладу, так як він «є повноцінною мовною діяльністю мовою перекладу, при якій в тексті перекладу опредмечиваються ті ж смисли, що й мовою оригіналу. У завдання перекладача входить в першу чергу не тільки по можливості точно відтворити всі «цеглинки сенсу», але і зберегти комунікативно значуще смислове ядро тексту.

5. У курсовій роботі також відзначені особливості використання перекладацьких формацій при перекладі газетних заголовків.

6. Виходячи з проведеного дослідження матеріалу з теми другого розділу нашої курсової роботи виявлено наступне:

- переклад газетних матеріалів відрізняється значним, хоча і не повним паралелізмом лексичного складу.

- переклад газетно-інформаційних матеріалів характеризується використанням в перекладі синтаксичних структур, аналогічних структурам оригіналу, що забезпечує максимально можливу передачу в перекладі значення синтаксичних структур.

- найбільша еквівалентність досягається при перекладі суспільно - політичних статей, і найменша при перекладі розмовної лексики.

7. Для досягнення більшого рівня еквівалентності перекладач повинен:

- Якщо англійською це матеріал інформаційно-описового жанру, то і переклад повинен володіти всіма ознаками, якими цей жанр володіє в українській мові;

- при перекладі титули опускаються. Виняток становлять особливо

офіційні тексти ;

- при перекладі заголовка слід спочатку перевести саме повідомлення або статтю, а потім вже, виходячи зі змісту, і заголовок;
- перекладачеві слід враховувати, що в англійських газетах, поряд з книжковою лексикою широко використовуються розмовні та поетичні слова і поєднання;
- перекладач повинен володіти реаліями тієї країни, про яку написана стаття.

Під час написання даної курсової роботи були виконані такі завдання:

- виявили значення теми і основного тексту газетної статті
- надали класифікацію заголовків,
- показали способи перекладу і передачі у перекладі англійських газетних заголовків,
- показали складності перекладу і передачі у перекладі англійських газетних заголовків.

Таким чином, курсова робота виконана відповідно з поставленою метою і всі завдання повністю вирішені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Наукові праці

1. Ангерчік Є. Експресивно забарвлена лексика як елемент розмовно-побутового стилю в українсько-англійському перекладі (на матеріалі твору О. Гончара «Собор») / Є. Ангерчік // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія». – Вип. 25. – 2012. – С. 5–7.
2. Ахманова О. Словарь лингвистических терминов / О. Ахманова. – Изд. 4 е, стер. – М. : КомКнига, 2007. – 570 с.
3. Болдирєва М. Переклад англомовних вигуків / М. Болдирєва, А. Сітко // Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 06.04 – 07.04.2012 / [за заг. ред. А. Гудманяна, С. Сидоренка] ; НАУ (Україна), Гуманіт. ін-т, Каф. англ. філол., Сиб. федер. ун-т (Російська Федерація), Ін-т економіки, упр. Та природокористування, каф. ділової інозем. мови. – К. : Аграр- Медіа Груп, 2012. – С. 52–56.
4. Дзюбенко А. К проблеме исследования эмоций в различных областях гуманитарного знания / А. Дзюбенко // Альянс наук: вчений вченому : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 25- 26 лют. 2011 р. : У 8 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2011. – Т. 4 : Наукові праці з філології. – 2011. – С. 45–49.
5. Дудка Л. Вигуки як супутники імперативу / Л. Дудка // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: Тези доповідей XII наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – С. 96–98.
6. Калустова О. Інтерференція як чинник буквалізмів при перекладі / О. Калустова // Міжкультурна комунікація. Теорія і практика перекладу. – К. : Видавничий Дім Дм. Бураго, 2003. – С. 194–201.

7. Остроушко В. До проблеми перекладу вигуків / В. Остроушко // Проблеми перекладознавства, комунікативної та когнітивної лінгвістики / І. Шевченко (ред.). – Х. : Лівий Берег, 2003. – С. 53–55.

8. Пікалова А. Зіставний аналіз засобів творення експресивності тексту (на матеріалі англійського перекладу роману М. Стельмаха «Кров людська – не водиця») / А. Пікалова, О. Алексєєва // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика», 1–2 квітня 2011 р. / Національний авіаційний університет ; [за заг. ред. : А. Гудманяна, С. Сидоренка]. – К. : Аграр Медіа Груп, 2011. – С. 236–240.

9. Сучасна українська мова : Підручник / О. Пономарів, В. Різун, Л. Шевченко та ін. ; За ред. О. Пономарева. – К. : Либідь, 1997. – 400 с.

10. Федурко М. Емоциональность в структуре украинского национального характера в контексте словообразовательной морфологии / М. Федурко // *Žmogus kalbos erdvėje* / Red. : A. Braun, A. Diomidova et al. – Kaunas : VU KHF, 2010. – С. 245–250.

11. The Concise Oxford Dictionary of Current English: Ninth Edition / edited by D.Thompson. – Oxford : Clarendon Press; Oxford University Press, 1995. – 1674 p.,

12. Бессонова О.Л. Оцінка як семантичний компонент лексичного значення слова (на м-лі іменників-назв особи в англійській, французькій та українській мовах): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / О.Л. Бессонова. – Донецьк: Вид-во ДНУ, 1995. – 22с.

13. Дудник М.М. Співвідношення денотативної і когнітивної інформації при перекладі (на м-лі текстів публіцистичного стилю): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / М.М. Дудник. – Київ: Вид-во КНУ, 2001. – 19с.

14. Есперсен О. Философия грамматики / О. Есперсен //– 2-е изд., стереотип. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 408с.

15. Kveselevich D.I., Sasina V.P. Modern English Lexicology in Practice / D.I. Kveselevich, V.P. Sasina. - Vinnytsia: Nova Knyha, 2001. – 117p.

34. Гринченко Б. Хатка в балци / Б. Грінченко // Гринченко Б. Писання. У 2-х т. – К. : Викъ, 1905 – . Т. 2. – С. 343–385.

35. Хоткевич Г. Голодовка / Г. Хоткевич // Хоткевич Г. Твори в 2-х т. [Упорядкування, підгот. текстів, вступ. стаття, та приміт. канд. філол. наук Ф. Погребенника]. – К. : Дніпро, 1966. – Т. 2. [Камінна душа. Повість. – Розділи: гірські акварелі. – Гуцульські образки. – Статті та спогади]. – 1966. – С. 171–176.

36. Хоткевич Г. З давнини / Г. Хоткевич // Хоткевич Г. Авірон; Довбуш: Повісті. Оповідання / Упоряд., авт. післямови Ф. Погребенник. – К. : Дніпро, 1990. – С. 458–482.

37. Хоткевич Г. Перед дверима / Г. Хоткевич // Хоткевич Г. Авірон; Довбуш: Повісті. Оповідання / Упоряд., авт. післямови Ф. Погребенник. – К. : Дніпро, 1990. – С. 487–489.

38. Селінджер Дж.Д. Над прірвою у житі: Повісті, оповідання / [пер.з англійської О.Логвиненка,О.Тереха,О.Сенюка,Ю.Покальчука].- К.:Молодь,1984.- 272с.

39. Salinger J.D. The Catcher in the Rye / J.D. Salinger. – Санкт- Петербург: Антологія, 2003. – 256р.

Довідкова література

40. Балла М.І. Новий англо-український словник / М.І. Балла // 3-е вид., випр. та доп. – К.: Чумацький Шлях, 2006. – 668 с.

41. Баранцев К.Т. Англо-український фразеологічний словник / К.Т. Баранцев //– К.: Знання, 2005. – 1056 с.

42. Голянич М. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / М. Голянич, Р. Стефурак, І. Бабій ; Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника, Ін-т філол., каф. укр. мови. – Івано-Франківськ : Сімик, 2011. – 272 с.

43. Кудрявцев А. Англо-русский словарь-справочник табуизированной лексики и эвфемизмов : Ок. 10 000 слов и выражений / сост. А. Кудрявцев, Г. Куропаткин. – М. : КОМТ, 1993. – 304 с.

44. Словник тропів і стилістичних фігур / автор-укладач В. Святовець. – К. : Академія, 2011. – 176 с.