

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Идиатуллина А.С., Кузьмина О.Д.

Газеты являются неотъемлемой частью жизни современного человека, а с появлением интернет-сайтов изданий они стали более доступными. Заголовок – самая яркая часть статьи, которая не только информирует читателя о ее содержании, она является ключом, который задает темп всей статье. Поэтому авторы статьи или очерка стараются делать заголовки максимально привлекательными. Игра слов, как никакой другой прием, подходит для этой цели. Задача переводчика заключается в том, чтобы сохранить привлекательность и информативность заголовка, что порой требует немалых усилий.

Игра слов, иначе каламбур – это стилистический оборот речи или миниатюра определенного автора, основанные на комическом использовании одинакового звучащих слов, имеющих разное значение, или сходно звучащих слов или групп слов, либо разных значений одного и того же слова или словосочетания.

Лингвисты до сих пор не пришли к единому мнению относительно понимания сущности каламбура, что отражается в существовании различных терминов для обозначения этого приема. Каламбур называют не только ‘игрой слов’, но и ‘словесной остротой’, ‘двойным смыслом’ и т.д. Кроме того, содержание этих понятий и их соотношение также трактуются по-разному.

В теоретических работах встречаются разные классификации каламбуров. Однако их перевод чаще всего рассматривается в общих чертах на трех уровнях: фонетическом, лексическом и фразеологическом. Для фонетического уровня характерно преобладание звуковой стороны над смысловой и иногда настолько, что становится сомнительным отнесение оборота к категории каламбура. К группе лексических каламбуров относятся разные типы игры слов, основанные на обыгрывании целых слов или частей, на многозначности или омонимии, на ряде других лексических категорий, таких, как антонимия, этимология и т. д. [Влахов, 1980, с.293]

Фразеологические каламбуры обладают своими, чисто фразеологическими особенностями, а игра слов на основе фразеологических единиц часто не исключает участия и лексических единиц: обыгрывание отдельных компонентов устойчивых сочетаний является самым распространенным приемом.

Часто при использовании каламбура создаются комические ситуации, понятные далеко не всем, так как с помощью игры слов передается тонкая грань юмора. Юмор бывает разный, и юмор с использованием игры слов можно отнести к разряду интеллектуального. В этом и

состоит сложность при переводе игры слов с английского языка на русский. Сложности могут возникнуть в самых неожиданных местах, даже при переводе самых простых слов.

Многие каламбуры считаются непереводаемыми, Н.Галь уверена в том, что если переводчик признает игру слов непереводаемой, он тем самым признается в собственном бессилии [Галь, 2001, с. 136].

Перевод каламбура или игры слов не может быть буквальным, дословным. Игра слов несет замысел автора, поэтому переводчик обязан сохранить ее, прибегая к любым приемам и способам, вплоть до сочинения собственного каламбура. Переводчик должен решить, что важнее в том или ином случае – передать содержание, отказавшись от игры слов или сохранить каламбур, заменив образ, отклонившись от точного значения исходного текста.

Необходимо отметить тот факт, что перевод каламбура в газетном заголовке осложняется стилистическими особенностями этого вида текста. Для достижения адекватности перевода газетного заголовка необходимо ориентироваться именно на его функциональную доминанту, следовательно, к переводу газетного заголовка наиболее применим функционально-коммуникативный подход [Орёл, 2008].

Каламбуры, используемые в заголовках, могут содержать элементы какого-либо крылатого выражения или отсылать читателя к литературному произведению. Например, одна статей газеты *Financial Times* имела такой заголовок: «Much ado about lending», что можно перевести как «Много шума вокруг кредита». Данная фраза на английском языке является отсылкой к названию пьесы У. Шекспира «Much ado about nothing», которая переводится как «Много шума из ничего». Знакомое большинству англоговорящих название, ставшее уже крылатым выражением, является ярким примером игры слов.

Интересным является заголовок «Affluenza: the sick society». Чтобы понять его смысл, необходимо рассмотреть значение слова “affluenza”, представляющего собой сложное слово, образованное способом словосложения, или блендинга. Прилагательное “affluent”, начало которого является первым компонентом бленда, означает “богатый человек, имеющий много денег”. Слово influenza, конец которого использован в качестве второй части бленда, имеет значение “грипп”. Таким образом, заголовок можно перевести как «Эпидемия в обществе: деньги, как вирус». При переводе данного заголовка использован прием лексической замены.

Игра слов также используется в заголовке «Love? I would better fall in chocolate!». В английском языке выражение “fall in love” означает влюбиться, дословно его можно перевести как “упасть в любовь”. В этом заголовке использован каламбур, который намекает на то, что говорящий предпочтет шоколад влюбленности. Поэтому заголовок можно перевести как «Влюбиться? Я предпочту шоколад!» или «Любовь? Да я скорее влюблюсь в шоколад!».

Заголовок «Trick or Treatment?» напоминает нам о Хэллоуине, о том периоде, когда дети ходят к соседям собирать сладости, крича: «Кошелек или жизнь!», правда в данном заголовке использована лишь часть этой фразы, слово “treatment” соответствует слову жизнь в русском переводе. Перевод может быть таким: «Лечение или обман?»

Еще один интересный пример заголовка с применением игры слов встречается в газете ‘The Sun’, которая заявляет о начале декабря заголовком «Decembrrrr», передающим читателям настроение этого зимнего месяца. На русский язык можно перевести это слово, используя кальку «Декабrrrr», а можно перевести и как «Дубабрь», поскольку в русском языке есть глагол “дубеть”, который означает “коченеть, замерзать, стынуть”. В данном случае в русском языке сохраняется игра слов.

Заголовок «Ain’t life brand» в статье издания The Economist Business Miscellany является еще одним ярким примером игры слов. Автор использует каламбур, в основе которого лежит крылатое выражение “ain’t life grand”, имеющее в русском языке эквивалент “разве жизнь не прекрасна?”. А поскольку статья посвящена происхождению названий известных мировых брендов, то на русском языке заголовок может звучать как «Разве жизнь не бренд?». Перевести данный заголовок можно также с использованием каламбура. В русском языке есть выражение, обозначающее прекрасную, беззаботную жизнь – “не жизнь, а малина”, которое можно изменить: «Не жизнь, а бренд».

В статье «You are what you drink», опубликованной в Daily Express, автор сообщает о том, что можно многое сказать о человеке, судя по тому, какой кофе он предпочитает. Поэтому известная фраза “you are what you eat” в данном заголовке пришлась как нельзя кстати, и в переводе на русский язык в заголовке сохраняется игра слов: «Ты то, что ты пьешь».

В одном из номеров The Sunday People вышла статья о нелепых судебных исках в США под заголовком «Writs a mad, mad world!». В данном случае каламбур основан на замене конструкции “it’s” словом “writs”, обозначающим исковые заявления. Перевести данный заголовок, сохранив игру слов и его смысл, достаточно сложно. Одним из вариантов может быть такой перевод: «Мир сошел с ума, Ваша честь!».

Как видно из рассмотренных примеров, в процессе перевода газетных заголовков на русский язык используются различные виды лексической и грамматической трансформации. Буквального перевода, а именно передачи не только содержания, но и формы, к которому переводчик стремится как к идеалу при переводе каламбура, можно добиться лишь в редких случаях. Как правило, здесь не обходится без потерь. Поэтому переводчик всегда стоит перед выбором: передать содержание, отказавшись от игры слов, или же сохранить каламбур за счет потери информативности заголовка. Взвесив тщательно все возможности передачи

каламбура, переводчик останавливается на той, которая предоставляет наибольшие преимущества, независимо от употребленного автором приема.

Таким образом, перевод игры слов в английских заголовках является очень сложной задачей, так как переводчику необходимо создать максимально экспрессивный, яркий и краткий заголовок и постараться сохранить его информативность.

Список литературы

1. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. – 342 с.
2. Галь Н. Слово живое и мертвое. М.: Международные отношения, 2001.
3. Любимов Н.А. Перевод. Английский каламбур. М., 2002. – 322 с.
4. Орёл М. А. Новые тенденции в переводе газетных заголовков // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. Вып. 2. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2008. – С. 53–71.