

промови є так звана теорія про високий, середній та низький стилі Ф. Прокоповича.

Основного стилістичного забарвлення ораторському тексту надають фігури: риторичні звороти, іронія, каламбур, парадокс, епістрофа та інші.

Таким чином кожний рівень ораторському тексту виконує свою важливу роботу. Продуктом цієї роботи є промова оратора, де гармонійно поєднуються лексика, синтаксична будова, стилістичні засоби і навіть звуковий символізм.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Доп. – Щербань О., ПР-11.
Наук. кер. – доц. Кобякова І. К.

Роль заголовка як текстоутворюючого фактора визначається його узагальнюючо-організуючим характером. Як правило, заголовок впливає на подальшу побудову всього тексту зі збереженням його семантичної єдності. Займаючи ініціальну позицію, заголовок може бути інтерпретований як “домінанта тексту”.

Ідея тексту для читача розвивається шляхом поширення і вивчення вже повідомленого в заголовку. Із заголовку, як тематичного елемента, поступово виникають різноманітні зв'язки між реченнями, котрі називаються іж фразовими.

Специфічні особливості газетних заголовків, що становлять особливий інтерес для перекладача, можна в основному звести до наступних: багатоступінчатість: додаткові заголовки та підзаголовки, вживання часових форм, дієслівність, використання скорочень та атрибутивних груп, стилістичні засоби та експресивно забарвлені елементи.

Далеко не завжди варто виходити з розповсюдженого принципу, що переклад заголовка не являє собою труднощів, тому що спочатку ми перекладаємо саме повідомлення або статтю, а потім уже, виходячи з їхнього змісту, і заголовки.

По-перше, не можна вважати, що в будь-якому випадку ми можемо довільно змінювати заголовки, як це роблять багато хто з починаючих перекладачів, даючи тій чи іншій статті свій власний заголовок, нехай навіть іноді той, що краще відбиває її зміст. Основною задачею перекладача є адекватна передача особливостей того або іншого англійського чи американського заголовка, а це значить, що необхідно передати не тільки зміст, але і форму заголовка, не порушуючи, звичайно, при цьому норм української мови і стилістичних норм.

По-друге, перекладачеві-початківцю особливо необхідно розвивати в собі здатність швидко розуміти газетні заголовки, тому що тільки тоді він зможе без зайвої витрати часу орієнтуватися в газетному матеріалі, вибрати потрібну статтю або замітку, опустивши всякого роду несуттєві матеріали.

Тому можна рекомендувати тренування в перекладі заголовків без попереднього прочитання наступного за ними матеріалу. Ретельний аналіз всіх особливостей того або іншого заголовка в більшості випадків дозволить якщо і не перекласти заголовок, то принаймні зрозуміти, про що йде мова, а дуже часто такий аналіз дозволяє і перекласти заголовок без знайомства зі змістом самого повідомлення.

Візьмемо, наприклад, такий заголовок *Urge Increased Protest Against Union Sq. Ban*. Насамперед ми маємо присудок в особистій формі *urge*, але в нас немає підмета. Вище ми говорили, що дієслівні заголовки подібного типу найкраще перекладати називними реченнями. Дієслово *to urge* означає вимагати, призивати. Оскільки за ним далі впливає *Increased Protest*, перекладаємо його як *заклик*. *Sq.* — скорочення слова *square*. *Union Square* — площа в Нью-Йорку, на якій звичайно влаштовуються масові мітинги або демонстрації. *Ban* — забороняти, заборона. От власне й усе. Переклад уже готовий: *Заклик до Протесту проти Заборони Мітингу на Юніон-сквер*.