

## НЕОЛОГИЗМЫ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ ПРЕССЫ КИТАЯ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ И ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2023-21-49-56>

**Гийёсова Максуда Санжаровна**  
преподаватель УзЖОКУ  
[maksuda\\_shomaksudova@mail.ru](mailto:maksuda_shomaksudova@mail.ru)

***Аннотация:** Настоящая статья рассматривает переводческий и прагмалингвистический аспекты газетных заголовков прессы Китая. Известно, что в современной межкультурной коммуникации возрастает роль «языка газеты», где, наряду с вербальными средствами, иконические средства воспроизводят аксиологическую составляющую той или иной культуры. Все специфические черты газетного дискурса в концентрированной форме находят отражение в заголовках.*

***Ключевые слова:** заголовок, переводческий аспект, прагмалингвистический аспект, язык газеты*

## NEOLOGISMS CHINESE NEWSPAPER HEADLINES: TRANSLATION AND PRAGMA-LINGUISTIC ASPECTS

**Giyosova Maksuda Sanjarovna**  
teacher UzJOKU  
[maksuda\\_shomaksudova@mail.ru](mailto:maksuda_shomaksudova@mail.ru)

***Annotation:** This article examines the translational and pragmalinguistic aspects of Chinese newspaper headlines. It is known that in modern intercultural communication the role of the "newspaper language" is growing, where, along with verbal means, iconic means reproduce the axiological component of a particular culture. All the specific features of newspaper discourse in a concentrated form are reflected in the headlines.*

***Keywords:** title, translation aspect, pragmalinguistic aspect, newspaper language*

В последние годы с геометрической прогрессией растет количество исследований, посвященных анализу языка прессы, по праву считающегося одним из наиболее популярных подязыков массовой информации, так как именно газетным текстам отводится лидирующая роль в общем комплексе СМИ.

Эффективное восприятие газетного текста в первую очередь определяется заголовком, который является одним из основных средств передачи фактов и

содержания статьи и, более того, важным инструментом воздействия на адресата.

В современной межкультурной коммуникации возрастает роль «языка газеты», где, наряду с вербальными средствами (линейный текст), иконические средства (семиотически осложненный текст) воспроизводят аксиологическую составляющую той или иной культуры. Все специфические черты газетного дискурса в концентрированной форме находят отражение в заголовках. Заголовок – это составляющая часть дискурса газеты, который является конкретным проявлением общего дискурса СМИ.

Лингводидактическое измерение проблемы выделяется тем, что газетные статьи являются объективными источниками информации о новых языковых явлениях, сокращениях, неологизмах, прецедентных метафорах. Именно поэтому язык китайской прессы – материал, методическая разработанность которого позволяет создавать современные учебно-методические программы и пособия, что является необходимым условием для развития и формирования навыков перевода публицистических текстов и улучшения методики преподавания китайского языка.

Прагмалингвистический аспект заголовка является относительно малоизученным объектом исследований: в диссертационном исследовании А. Э. Долгиревой освещается газетный заголовок в свете положений прагмалингвистики и предлагается типология заголовков с позиции теории речевых актов Дж. Р. Серла.<sup>1</sup>

С учетом развития китайского общества, культуры, языка и речи ощутим заметный недостаток лингвистических исследований, затрагивающих вопросы морфологической природы, функциональной сущности и перевода китайского газетного заголовка, а также политического газетного дискурса в целом: отсутствуют монографические и диссертационные исследования, посвященные вышеперечисленным вопросам. Поэтому особенности и трудности перевода заголовков китайских печатных СМИ – тема отдельного исследования.

От того, насколько успешен будет перевод заголовка, зависит судьба всей переводной статьи в иноязычной культуре. Это и текстовый аспект, так как заголовок традиционно рассматривается как свернутый текст, и прагматический аспект коммуникативного акта между автором заголовка и переводчиком, а затем между переводчиком и адресатом переведенного им заголовка. При переводе заголовка газетной статьи необходимо иметь в виду, что крайне важно сохранить центральную функцию заголовка – способность привлечь внимание к теме статьи, заинтересовать или заинтриговать читателя.

---

<sup>1</sup> Долгирева А. Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: автореф. дисс. канд. филол. наук. Таганрог, 2002. 25 с.

Кроме того, часто происходит расширение возможностей газетного заголовка и усложнение его перевода за счет включения невербальных средств: различных шрифтов, кавычек и т.д.

Большинство ученых выделяют три основные функции газетного заголовка: номинативно-информативную, воздействующую и рекламную. В исследованиях, посвященных газетному заголовку, можно столкнуться с разнообразием классификаций.

В контексте нашего исследования целесообразно обратиться к концепции-классификации, предложенной Н. В. Пинчуковой, в соответствии с которой предлагается выделить четыре коммуникативно-прагматических типа заголовков:

1) номинативные заголовки – заголовки, которые содержат краткую информацию о событиях, описываемых в тексте. Используя такой заголовок, автор стремится дать как можно больше сведений в рамках предельно сжатой лексико-грамматической структуры. Такие заголовки характеризуются доминированием номинативного компонента над аксиологическим;

2) информативные заголовки – заголовки, которые в развернутом виде сообщают основную мысль, остающуюся неизменной по ходу развертывания газетной статьи;

3) заголовки-вопросы. Вопросительные предложения в заголовочной позиции могут в большей степени, чем другие виды заголовков, привлекать внимание читателя;<sup>2</sup>

4) многокомпонентные заголовочные комплексы. Они представляют собой сложную структуру, состоящую из заголовка и подзаголовка. Подзаголовки играют роль развернутых тезисов, которые в тексте статьи находят дальнейшее объяснение. Многокомпонентные заголовки обладают структурными и семантическими особенностями. Такие заголовки, как правило, совмещают в себе информативную и интригующую части, которые часто связаны через причинно-следственные отношения. Высокая информативная насыщенность сложносоставных заголовков и их масштабность, позволяющая активно применять различные приемы оформления, служат причинами частого использования подобных заголовков для главных новостей, расположенных на первых полосах китайских газетных изданий.

Знание и понимание специфических черт китайского газетного заголовка необходимы для их адекватного перевода. При переводе с китайского языка на русский переводчику необходимо первоначально определить тип заголовка с целью сохранения перлокутивного эффекта и концептуальной составляющей во избежание коммуникативных неудач.

<sup>2</sup> Пинчукова Н. В. Роль газетных заголовков в создании образа Европы в масс-медийном дискурсе США // Современные проблемы взаимодействия языков и культур: материалы междунар. научно-практич. конф. Благовещенск:Изд-во Амурского гос. ун-та, 2010. С. 171-177.

Одна из главных структурных особенностей заголовков в китайских газетах – использование сложных заголовков, состоящих из надзаголовка и главного заголовка либо из главного заголовка и подзаголовка, крайне редко встречаются объемные заголовки, состоящие из всех трех компонентов.

Каждая часть из такого комплекса оформлена отдельно: используются шрифты разного размера, главный заголовок соответственно всегда выполнен самым крупным по размеру шрифтом. Следует заметить, что в китайских газетах чаще употребляются заголовки в комплексе с надзаголовками, чем с подзаголовками. Все виды сложных заголовков используются с целью расширения главной темы. Такая структурная особенность заголовков позволяет реализовать воздействующую и рекламную функции. Надзаголовок указывает на тему главного заголовка путем комментирования обстановки, причин, основных целей, характера события, отраженного в статье. Его задача – привлечь внимание к главному заголовку и в комплексе с ним вызвать интерес читателя к статье, поэтому часто встречаются надзаголовки, содержащие вопрос или побуждающие читателя к оценке события или явления. Присутствие надзаголовка сокращает размер главного заголовка. Подзаголовок дополняет содержание главного заголовка, как правило, с несколько другой стороны комментируя тему, выдвинутую в главном заголовке. В нем могут быть отражены результат или последствия события, описанного в статье. Подзаголовок также может подтверждать главный заголовок или отвечать на поставленный в главном заголовке вопрос.

Проанализируем функции подзаголовков и надзаголовков и разберем проблемы, связанные с их переводом, на конкретных примерах.

政坛动荡频繁民众苦不堪言非洲三国，怎一个乱字了得 *zhengtan dongdang pinfan minzhong kǔbūkānyan fēizhōu sān guo zěn yīge luanzi liǎode* (Сотрясения на политической арене учащаются. Люди невыносимо страдают. Три страны – одна беда?)<sup>3</sup>.

Приведен заголовок к статье аналитического жанра, посвященной критической обстановке, сложившейся в Судане, Кот-д'Ивуаре и Тунисе. Параллельное построение надзаголовка – это нехарактерное для русской прессы явление, поэтому при переводе можно объединить две части надзаголовка в одно высказывание при помощи союзов: *Пока политический кризис обостряется, люди продолжают невыносимо страдать*. В надзаголовке мы сталкиваемся с одним из композиционных приемов организации синтаксической структуры – 对偶 *duìǒu* – синтаксическим параллелизмом, когда обе части предложения взаимосвязаны на смысловом

<sup>3</sup> 环球事. 2011年3月30日. 3页

уровне, структурно подобны и состоят из равного количества иероглифов, т.е. соблюдается количественный, грамматический и лексический параллелизм.

Такой прием используется в целях создания экспрессии: каждая из частей усиливает содержание другой части, увеличивая эмоциональное воздействие в целом. Надзаголовок в сжатой, но достаточно образной форме описывает критичность обстановки. Из лексических средств выразительности можно отметить *чэньюй 苦不堪言 kǔbikānyan – невыразимо страдать*, он имеет эмоционально-оценочное значение, выражающее субъективно-негативное отношение автора к происходящим событиям. В главной части заголовок присутствует игра слов, построенная на созвучии и схожести написания слова *乱子 luanzi – беда, беспорядки* и словосочетания *乱字 luanzi* (букв. иероглиф «乱») – слово «беспорядки», фразу *怎一个乱子了得 zěn yīge luanzi liǎode* можно понять как *справиться с одной бедой*, в то время как *怎一个乱字了得 zěn yīge luanzi liǎode* буквально означает, что *одного иероглифа 乱 luan мало, чтобы выразить весь хаос происходящего*, что находит отражение и в структуре самой статьи – она разделена на три части, которые носят название *第一乱, 第二乱, 第三乱 diyī luan, dier luan, disān luan* (букв. *первая беда, вторая, третья беда*), где по отдельности в каждой части освещаются события, произошедшие в одной из трех стран. Как и все многокомпонентные заголовки, данный заголовок сложно отнести к определенному виду: это информационный заголовок, называющий событие и имеющий комментирующий характер. При переводе важно не потерять комментирующий элемент заголовка.

Параллельная структура надзаголовка – частое явление в китайских газетах: *巴林国王感谢邻国支持担心 加剧教派冲突海湾国家帮忙, 巴林更复杂 bālīnguowang gǎnxiè línguó zhīchí wāimeī dānxīn jiājū jìāojiāo pínfā chōngtū hǎiwān guójiā bāngmang bālin geng fūza* (*Король Бахрейна поблагодарил соседние страны за поддержку. Мировые СМИ опасаются обострения религиозных конфликтов. Помощь стран Персидского залива усложнила ситуацию в Бахрейне*)<sup>4</sup>.

*丑闻频发形象受损征兵艰难民调悲观俄近1/3民众不信任军队 chǒuwen pínfā xíngxiàng shòusǔn zhēngbīng jiānnán mǐndiào bēiguān ē jìn 1/3 mǐnzhong bu xìnren jūnduì* (*Частые скандалы идут во вред имиджу. Армия не в силах*

<sup>4</sup> 中国国防报. 2011年2月19日. 2页。

противостоять общественному пессимизму. *Почти треть россиян не верит в российскую армию*)<sup>5</sup>.

Как можно заметить, синтаксический параллелизм надзаголовков часто сопровождается причинно-следственной связью. Здесь можно проследить не столько номинативно-информативную функцию, сколько воздействующую: таким образом автор статьи заранее подталкивает читателя к определенным выводам, задавая свой угол зрения на подаваемую информацию. При переводе желательно хотя бы частично сохранить параллельность структуры надзаголовка.

Например, *用能源搞作显友好被称为拉日本压中国 俄邀请日本开发远东天然气* *yong nengyuan gǎozuo xiǎn yǒuhǎo bei chēngwei lā rìběn yā zhōngguó è yǎoqǐng rìběn kāifā yuǎndōng tiānránqì* (Энергия как инструмент для укрепления дружественного сотрудничества. Улучшение отношений с Японией как тревожный знак для Китая. Россия предложила Японии совместную разработку месторождений природного газа на Дальнем Востоке)<sup>6</sup>.

Если же это невозможно, тогда целесообразно объединить предложения и добавить союз: *最暴力一幕突现中东卡扎菲在哪成为谜题利比亚面临“血腥内战”* *zuì baoli yī mù tūxiàn zhōngdōngkǎzhāfēi zainǎ chéngwéi mítí libīya miánlín xièxīngnèizhàn* (Пока обстановка на Среднем Востоке накаляется до предела, местонахождение Каддафи остается загадкой. Ливия на пороге гражданской войны)<sup>7</sup>.

Приведем еще несколько примеров подобных составных заголовков. *媒体无端臆测日本添油加醋朝媒污中国向朝鲜派兵* *meitǐ wúduān yìcè rìběn tiānyóujiācù chāomei wū zhōngguó xiàng chāoxiǎn pàibīng* (Мировые СМИ строят домыслы. Япония подливает масло в огонь. Южно-корейские СМИ порочат Китай, объявляя о намерениях Пекина направить войска в КНДР)<sup>8</sup>.

В статье дается оценка событиям, когда в одном из южнокорейских влиятельных изданий была дана ложная информация о том, что Китай намерен дислоцировать войска в одном из северокорейских городов. Надзаголовок интересен употреблением изобразительно-выразительного фразеологизма *添油加醋* *tiānyóujiācù* (букв. подливать масло, добавлять уксус). Это чэньюй параллельной конструкции, где сопоставляются синонимичные по смыслу

<sup>5</sup> 中国国防报. 2011 年 2 月 19 日. 2 页.

<sup>6</sup> 环球事. 2011 年 3 月 30 日. 3 页

<sup>7</sup> 环球事. 2011 年 3 月 30 日. 3 页

<sup>8</sup> 中国国防报. 2011 年 2 月 19 日.

понятия. Русское выражение *подливать масло в огонь* может быть употреблено в качестве его эквивалента. В основном заголовке присутствует слово 污 *загрязнять, пачкать*, используемое не в прямом, а в переносном значении *очернять*. Трудности во время перевода может вызвать словосочетание 朝媒 *chaomei*, в котором можно не сразу вычленить сокращение от 朝鲜媒体 *chaoxiān meiti* – *южнокорейские СМИ*. Надо иметь в виду, что сокращения такого типа довольно часто появляются в заголовках, например 美媒 *měimei* – *американские СМИ* или 俄媒 *emei* – *российские СМИ*.

Вышеперечисленные примеры подтверждают, что структурные преобразования при переводе с китайского языка на русский многокомпонентных газетных заголовков достаточно частотны: допустимо объединение разных частей в одну, опущение некоторых элементов по причине отсутствия подобного рода заголовков в русских газетах.

В заголовках современной китайской прессы проявляются общие и специфические черты текстов публицистического стиля, соответственно, при переводе мы можем прибегать к общим приемам перевода публицистики.

Для достижения адекватности перевода газетного заголовка необходимо ориентироваться именно на его функциональную доминанту, следовательно, при переводе газетных заголовков переводчику необходимо проводить анализ соотношения функций в оригинальном заголовке. В каждом конкретном заголовке это соотношение может варьироваться, так, например, в некоторых заголовках рекламная функция превосходит информативную функцию. Задача переводчика заключается в максимальном сохранении такого функционального соотношения в переводе. Для переводчика важно, прежде чем обратиться к глубокому анализу заголовка, зафиксировать впечатление от первого знакомства с заголовком, которое было запрограммировано автором материала. Здесь необходим анализ заголовка в масштабе дискурса СМИ: нейтрален или экспрессивен заголовок, насколько данная языковая форма заголовка характерна для такого типа текстов. Чтобы сохранить экспрессивность и лаконичность заголовка, переводчику приходится обращаться к переводческим трансформациям различного вида, под которыми подразумеваются межъязыковые преобразования с целью достижения переводческой эквивалентности, выполняемые переводчиком для максимально возможной полноты передачи информации текста исходного языка при соблюдении норм языка перевода.

Вышесказанное позволяет заключить, что политическая коммуникация в целом и «язык газеты», газетный заголовок в частности обладают определенным «арсеналом» средств воздействия на читателя, привлечения его внимания и формирования у него определенной позиции. Для китайских и

русских газетных заголовков характерны разные тенденции в использовании языковых средств с целью достижения прагматического эффекта. Немалая доля трудностей в процессе перевода определяется тем фактом, что китайский язык как язык изолирующий является типологически далеким по отношению к русскому языку и отличается особенностями грамматического строя, выделяется иероглифической письменностью и определяется как один из самых сложных языков для освоения. Многоаспектный анализ и перевод китайских газетных заголовков позволяет объективно вскрыть многие существенные черты языковой картины мира китайского этноса, а также выявить оценочные коннотации по тем или иным событиям или явлениям действительности. Основной задачей переводчика является адекватная передача особенностей того или иного китайского заголовка, что означает передать не только содержание, но и форму заголовка, не нарушая, конечно, при этом стилистических норм русского языка. Ключевым является воспроизведение доминантной функции оригинала в соответствии с коммуникативной интенцией автора исходного текста для оказания необходимого воздействия на получателя перевода, т.е. речь идет о воссоздании прагматического эффекта оригинала.

#### Литература

1. **Добросклонская Т. Г.** Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М.: Едиториал УРСС, 2010. 228 с.
2. **Долгирева А. Э.** Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2002. 25 с.
3. **Никитина Т. Н.** Грамматика китайского публицистического текста: учеб. пособие. СПб.: КАРО, 2007. 224 с.
4. 环球事. 2011年3月30日. 3页。
5. 中国国防报. 2011年2月19日. 2页。
6. 国际先驱导报. 2011年2月18日. 2页