

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Комиссаров В.Н.* Современное переводоведенье. – М., 2001.
2. *Швейцер А.Д.* Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М., 1988.
3. *Бархударов Л.С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М., 1975.
4. *Черноватий Л.М., Карабан В.І., Іванко Ю.П.* Переклад англomовної юридичної літератури. – Вінниця, 2002.
5. *Бесараб Т.П.* Труднощі перекладу термінології в галузі юриспруденції // Вісник Харківського нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна, № 798. Серія Філологія. – 2008. – Вип. 53.
6. *Шаблій О.А.* Стандарти якості у перекладі юридичних текстів // Під ред. О. І. Чередниченка. Мовні і концептуальні картини світу, 2009.
7. *Гамзатов М.Г.* Техника і специфіка юридического переклада / Гамзатов М.Г. – СПб., 2004.

Стаття надійшла до редакції 18.10.12

Э. Андриевская, канд. филол. наук, доц.
КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

К проблеме адекватности автоматического перевода юридических текстов

Анализируются особенности отображения юридических текстов автоматической онлайн-системой Google Translate при переводе с французского языка на украинский.

Ключевые слова: машинный перевод, французко-украинский перевод, адекватность, юридические термины.

Е. Andriievska, PhD in Philology, associate prof.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Regarding the problem of the adequacy of automatic translation of legal texts

The article deals with features of the automatic representation of legal texts with Google Translate system during translation from French into Ukrainian.

Keywords: machine translation, French-Ukrainian translation, adequacy, legal terms.

УДК 81'25=134.2=161.2

З. Антоненко, асист.
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ СТАТЕЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ІСПАНСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

У статті розглядаються основні проблеми перекладу газетних заголовків, аналізуються їхній лексичний склад та перекладацькі трансформації, необхідні для досягнення еквівалентності та адекватності перекладу,

обґрунтовується важливість екстралінгвального чинника, як складової мовної та концептуальної картини світу.

Ключові слова: *адекватність, еквівалентність, екстралінгвальний чинник, заголовок, ксенізм, метафора, перекладацькі трансформації.*

На нинішньому етапі розвитку людства, етапі поглиблення кооперації, інтенсифікації контактів між людьми та організаціями, етапі глобалізаційних процесів в світовій економіці особливого значення набуває перекладацька діяльність. Переклад є важливим засобом спілкування між індивідами, що належать до різних лінгвокультурних ареалів і уособлює комунікацію в широкому сенсі цього слова і не лише міжособистісну, метою якої є встановлення порозуміння між людьми, а й міжкультурну, тобто взаємодію носіїв різних мов та різних культур. Бурхливий розвиток засобів масової інформації, поява нових газет, аналітичних журналів, численних інтернет-видань, інакше кажучи широка пропозиція на ринку публіцистики, призвела до того, що якість, обґрунтованість, об'єктивність та зрозумілість мови викладу стали основними чинниками під час вибору видання. Ще одним фактором, який впливає на вибір видання, є поважна репутація, розрекламованість, доступність, а також яскравість обкладинки та влучність заголовків на перших шпальтах. Безпосередній зв'язок з перекладом полягає в тому, що багато газет та журналів виходять в редакції різними мовами, а деякі українські видання публікують аналітичні статті, написані закордонними експертами іноземною мовою. Більшість авторитетних світових видань виходять англійською мовою, а оскільки вони висвітлюють нагальні проблеми політичного, соціально-економічного, культурного життя, то доволі часто перекладаються на інші мови. Саме проблеми та труднощі перекладу заголовків статей економічного спрямування стають предметом дослідження цієї статті.

Заголовок статті – це її візитівка, яка звертає на себе увагу, це обрамлення змісту статті, яка має заохотити прочитати її. Визначають такі критерії ефективності заголовків: він має бути помітним, має зацікавити, повинен викликати емоції в читача, бути зрозумілим. На цьому етапі з'являється нова роль, яку грає перекладач, оскільки для всебічного та збалансованого сприйняття навколишнього світу і подій, які в ньому відбуваються,

необхідно отримувати інформацію з різних джерел, як вітчизняних, так іноземних, в останньому випадку на перешкоді може стати мовний бар'єр, який має бути успішно подоланий за допомогою еквівалентного та адекватного перекладу. Прагнення привернути увагу до опублікованого матеріалу і в той же час викласти в короткій формі його зміст призводить до того, що заголовки в газетах бувають багатоступінчастими. Як правило, вони складаються з "шапки" (власне *título*), що набирається повністю або частково, і підзаголовка. "Шапка" має підкреслювати найяскравішу думку статті, а часто навіть окрему, найбільш виразну, таку, що б'є в очі або допомагає запам'ятати окрему фразу. Здебільшого вона має рекламно-сенсаційне призначення, тому в більшості випадків вона недостатньо повно розкриває зміст статті, а іноді навіть буває дуже мало з ним пов'язана. Функцію розкриття змісту статті виконує підзаголовок, який є певного роду переказом статті, її узагальненням. Довга стаття або повідомлення розбиваються на окремі частини, вставлені в текст додатковими заголовками, які служать для того, щоб максимально зацікавити читача, не допустити того, щоб він, пробігши очима перші рядки, кинув її читати. У більшості випадків ці врізані в повідомлення додаткові заголовки мало пов'язані з наступним за ними матеріалом і є вирваними з тексту яскравими, помітними словами або виразами. Аналіз періодики показав, що, зазвичай, статтям україномовних видань це не властиво, проте ситуація поволі змінюється.

О. І. Чередниченко стверджує і ми з ним погоджуємось, що двомовна перекладацька комунікація встановлює складні взаємозв'язки, опосередковані комунікативним ланцюгом, який складається з блоків автора оригіналу, перекладача та одержувача тексту [2, 170]. Блок автора – відправника вихідної інформації, – охоплює позамовну (реальну або уявну) дійсність, репрезентовану в тексті мовою оригіналу (затекст), а також культурну традицію (контекст), до якої належить автор. Саме вона значною мірою зумовлює авторське світобачення та стилістику першотвору. Блок перекладача – першого одержувача вихідної інформації, – має, на думку автора, три основні складові: 1) зорове сприйняття та розуміння оригіналу шляхом його

де вербалізації; 2) перекодування девербалізованого змісту; 3) редагування перекладеного тексту з метою якнайточнішого відтворення затексту, стилістики оригіналу та забезпечення сприйняття кінцевим одержувачем [2, 168]. У третьому блоці комунікативного ланцюга реалізується мета перекладу, як виду комунікації. Одержувач перекладеного повідомлення може бути як індивідуальним, так і колективним, маючи власну культурну традицію, мову та перебуваючи в характерних для нього соціокультурних умовах. Перекладач повинен зважати на ці аспекти, намагаючись адаптувати текст перекладу для сприйняття одержувачем – носієм певної мови і культури [Чередниченко 2007, 164]. Проаналізовані статті соціально-політичної тематики дозволяють виокремити декілька груп, докладний розгляд яких доводить необхідність не лише застосування перекладацьких трансформації, але й важливість екстралінгвального чинника в процесі перекладу. Наша наукова розвідка виявила, що метафори, сленгізми, неологізми та ксенізми поряд з грою слів є найпоширенішими засобами, до яких вдаються автори газетних статей. Почнемо з метафори, тобто розкриття сутності певного явища чи предмету через інший, за схожістю та подібністю або контрастністю. Аналіз останніх досліджень свідчить про те, що вивченню метафори в різноманітних аспектах присвячено праці багатьох вчених: В. Телії, Н. Арутюнової, В. Гака, Г. Їжакевич, М. Кочергана, Л. Кудрявцевої, Лаккоффа і Джонсона та ін. Проте питання про метафоричне значення розглянуто недостатньо. Якщо традиційне дослідження метафори сприяло поясненню одного з найважливіших семантичних процесів розвитку лексики – виникнення переносних значень (В. Гак, Ю. Караулов, С. Гусев, Р. Фрумкіна, Л. Кудрявцева), то когнітивна лінгвістика дає можливість зрозуміти процеси засвоєння, переробки та трансформації знань про навколишній світ, пояснює основні способи створення нових ідей про нього, а також механізм утворення нового значення (О. Кубрякова, А. Вежбицька, К. Жоль, М. Кочерган, О. Селіванова, С. Денисова). Залежно від властивостей і функцій метафори виділяють такі класифікації цього тропа: – за мовним рівнем (лексичні, фразеологічні та граматичні метафори); – за стилістичним рів-

нем (індивідуально-стильові та загальностильові); – за структурою (прості та розгорнуті); – за подібністю (місце розташування, колір, зовнішній вигляд; фізіологічні та психологічні враження; подібність бажана, неіснуюча); – за напрямками розвитку, тематикою (від живого до неживого і навпаки – від неживого до живого; зооморфізми, антропоморфізми, перехід від конкретного до абстрактного); – за функціональним рівнем; – за граматичними характеристиками (частини мови та синтаксичні особливості) [7, 89].

В статті ми розглянемо класифікацію метафор за подібністю та за тематикою і об'єднаємо їх в певні групи за ознаками носія образу:

- медичні: *передвиборча лихоманка, гострий напад каяття, економічний інсульт; elecciones de sangre en México (криваві вибори в Мексиці), la esquizofrenia Italiana (Італійська шизофренія)*.

- спортивні: *естафета неплатежів (continuidad de falta de pago), рекордні показники виробництва (los volúmenes récord de la producción), гра в одні ворота (calle con el sentido único)*, спортивна метафора з'явилася в українському перекладі, *la baja de triple A enfadó al presidente (зниження рейтингу засмутило президента Франції); Francia, en segunda división (Франція у другому дивізіоні)*, метафора порівняння з футбольною першістю, де до другого дивізіону переходять слабкі команди. *La rebaja por parte de Standard & Poor's de la nota financiera de Francia el 13 de enero ha tenido dos consecuencias importantes: Nicolas Sarkozy y sus competidores en las elecciones presidenciales se encuentran aún más sometidos a la presión de los mercados y el Norte y el Sur de Europa están ahora más divididos que nunca. Зниження 13 січня кредитного рейтингу Франції агенцією Standard & Poor's мало серйозні наслідки: Ніколя Саркозі та його суперники в гонимві за президентське крісло будуть відчувати ще більший тиск з боку ринків, а Північна і Південна Європа зараз є такою розрізною як ніколи. Una patada en el trasero (Їм дали копняка)*.

- соціально-політична: *el efecto Carla (ефект Карли Бруні), Berlin y la UE: amores que matan (Берлін та Євросоюз: кохання до смерті)*.

- військові: *передвиборні баталії, продовольча війна, економічний прорив; la disputa por ocupar la Casa Blanca (Суперечка за хазяйнування в Білому домі), Empieza la batalla por el Elíseo*

(Починається битва за Єлисейський палац). *El gorila que destruye el sistema. Contra gorila, la revolución de los plátanos.* (Горила нищить систему. Проти горили – бананова революція). Вищенаведений приклад є цікавим з точки зору метафоричного уособлення руйнування соціально-політичної системи словацьким політиком на прізвище Горила, яке призвело до появи численних анекдотів та історій, а як наслідок слугувало влучним та цікавим заголовком до однієї зі статей.

- людичні: *політична рулетка, Sarlozy apuesta en solitario por la tasa Tobin (una tasa sobre las transacciones financieras para luchar contra la especulación). El peligroso póquer griego (Грецький покер. Або пан, або пропав).* Український варіант розвиває людичну метафору, вдаючись до трансформації додавання, яке виражене фразеологізмом, що влучно підкреслює інтенцію повідомлення.

- біологічні: *політичні нологу, la crisis ha muerto.*

- технічні: *palanca de mando del gobierno (конкретизація).*

Ще одним продуктивним мовним засобом, до якого вдаються автори статей задля написання заголовків, є сленгізми. Їхнє вживання в авторитетних виданнях не лише не знижує реєстр мовлення, але навпаки збагачує лексичний контекст дискурсу. *Representa la France forte, soy el candidato de la gente normal, les aseguro a sus compatriotas el pequeño Napoleón infatuado de bellos amoríos, lujos, petulancia y horterismo de bling bling.* "Bling bling" – термін, що походить з американської хіп-хоп культури, зазвичай вживається на позначення стильних елементів одягу, дорогих аксесуарів, інкрустованих дорогоцінним камінням, які одягаються з метою справити враження на оточуючих (має дещо негативну конотацію, оскільки певною мірою підкреслює відсутність смаку). Хоча автор перекладеного з англійської мови заголовку вирішив залишити ксенізм, транслітерувавши його, дослідження іспаномовної публіцистики довело вживання іменника "blinblineo" на позначення цього поняття. Поява останнього терміну завдячує широкому розповсюдженню *спанглішу*, як мови міжособистісного спілкування народів Північної Америки та розповсюдженню хіп-хоп культури (іспанський відповідник "*reguetón*"). Переклад вищенаведеного поняття становить певні труднощі, оскільки через велику відстань, міжкультурні зв'язки,

а отже повсякденний міжособистісний контакт майже унеможливлені. Проте інтернет-ресурси сприяють розширенню міжкультурних зв'язків, тому феномен, що уособлює це поняття, добре відомий українському читачеві. Варто зазначити лише, що, як правило, такі сленгізми-ксенізми відтворюються описово або за допомогою аналога. *Він уособлює Сильну Францію. Я кандидат від народу, запевняє своїх співвітчизників цей "маленький Наполеон", який має погану славу через любовні зв'язки, свою самовпевненість та понтовитість (публічну демонстрацію розкішного життя, яке він веде).*

Los italianos no quieren volver a los pasados de telenovela y bunga bunga de la era de Berlusconi con sus gags de galanterías horteras. Переклад цього заголовку потребує контекстуального аналізу: по-перше, сленгізми, які вживаються в ньому, становлять неабияку проблему, по-друге, адекватний переклад можливий лише з урахуванням реалій італійського життя, а отже, виводить на перше місце екстралінгвальний чинник. Аналіз італійської періодики дозволив дійти висновку, що *bunga bunga* – це ніщо інше, як різновид підпільної оргії, де оголений господар перебуває в оточенні оголених жінок у своїй ванні чи в басейні. Як правило, вищенаведений сленгізм вживається для характеристики діячів з найближчого оточення Сільвіо Берлусконі (*berlusconianos*). *Gags de galanterías horteras*. Лексема *gag* не має точного відповідника в українській мові, проте аналіз англійської преси дозволяє зробити висновок, що ця вокабула вживається переважно в коміксах, або в описаннях гумористичних картинок. Іменник *galantería* має наступні значення: *люб'язність, галантність, ввічливість, чемність, витонченість, шляхетність*, а отже якимось чином зі змістом речення, тому під час підбору відповідника ми керувались його вживаністю в розмовній мові, тому віднайшли ще одне значення *донжуанство*. Український переклад звучатиме таким чином: *Італійці не хочуть повертатися до перегляду безкінечної мильної опери з елементами еротики та спостерігати за непристойним донжуанством Берлусконі*. Ми вважаємо адекватним та еквівалентним вживання словосполучення *безкінечна мильна опера з елементами еротики* для відтворення імпліцитної інформації, яку несе в собі іспанський варіант *de telenovela y bunga bunga*, а синтагма *спостерігати за непристойним донжуанством*

Берлусконі дозволяє передати інтенцію автора, відтворивши іменники *gag* за допомогою дієслова, семантика якого, як раз передає відсутність тексту та звуків, натомість робить акцент на зоровому сприйнятті, як у випадку з коміксами.

Як відомо, нові лексичні одиниці можуть утворюватися шляхом розширення словника або набуття нових значень старими лексемами – семантичні неологізми. Умисне створення неологізмів – це продукт чистішої-небудь творчості, винахідливості, наслідування. В написанні заголовків найбільш широко використовуються такі способи продуктивного словотворення, як основоскладання, афіксація та конверсія. [1, 84]. Прикладом першого варто відзначити *Los Merkozy (Меркозі)*: неологізм, який виник внаслідок злиття перших трьох літер прізвища канцлера Німеччини Ангели Меркель та останніх трьох, прізвища французького президента Ніколя Саркозі (контамінація (апроксимальна телескопія) – це результат свідомого творення слів шляхом злиття фрагментів декількох слів. *Técnicos de Hacienda advierten de que Eurovegas será un "paraíso fiscal". Expertos del Ministerio de Finanzas aseguran que Eurovegas será un "paraíso fiscal".* *Expertos del Ministerio de Finanzas aseguran que Eurovegas será un "paraíso fiscal". Crónicas de "Spainlandia".* *Хроніки Іспаноландії.*

Афіксація також використовується авторами газетних заголовків задля привернення уваги читачів: *Hollande cuestiona la filosofía bruxelense y merkeliana (Олланд ставить під сумнів філософію, яку сповідують брусельські послідовники Меркель).* Неологізм, утворений шляхом додавання суфіксу до прізвища німецького канцлера та до назви столиці Бельгії та Євросоюзу, не було відтворено в українському перекладі. Проте, на нашу думку, цілком припустимо відтворити авторський неологізм, враховуючи традиції української мови у номінації економічних вчень. Тому за аналогією: Кейнс – кейнсіанство, Меркель – Меркеліанство (оскільки філософія економії та аскетичного ставлення до ведення господарства цілком природно може вважатися окремим економічним вченням, яке ще науково не оформлене). У випадку з прикметником *bruxelense* ситуація дещо інша, в українській традиції відсутні приклади номінації вчення від назви міста, а прикметник *брусельський (-а)*, не відобразить тієї повноти значення, оскільки він вказує здебільшого на приналежність до географічної місцини, тому ми пропонуємо наступний

переклад: *Олланд ставить під сумнів меркеліанську філософію, яку радо сприймають у Брюсселі*. Цей переклад є адекватним і доводить важливість екстралінгвального чинника в перекладі тому що: аналіз європейської економічної та соціально-політичної періодики дозволяє зробити висновок, що Німеччина є рушійною силою європейської економіки, без її попереднього схвалення не розглядаються жодні ініціативи з питань виходу з кризи, виділення коштів до стабілізаційного фонду ЄС тощо, тому "брюсельська" філософія є нічим іншим, як мовчазною згодою на проведення політики "меркеліанства".

Приклади семантичного розширення, тобто появи нових значень вже існуючих слів у певній мові є результатом впливу наступних чинників: – зміни в соціальному житті суспільства; – термінологічного використання слів людьми різних професійних груп, де слова модифікуються, набуваючи нового змісту; – адаптації із спеціальною метою.

Los "jardineros guerrilleros" toman las "urbanizaciones fantasma" de la burbuja.

Садівники-волонтери взяли за наведення ладу на територіях недобудов.

Адекватний переклад вищенаведеного заголовку потребує ретельного прочитання статті та екстралінгвальної інформації. В газетній статті розповідається про бум на ринку нерухомості в Ірландії, який після кризи залишив по собі велику кількість недобудов, які псують зовнішній вигляд міст острова, тому місцеві мешканці виявили бажання допомогти впорядкувати прибудинкові території.

Rehabilitar el parque inmobiliario para reducir la emisión de gases invernadero.

Змінити підхід до будівництва нерухомості задля зменшення викидів парникових газів. Дієслово *rehabilitar*, яке зазвичай вживається по відношенню до істот, набуває нового значення в сполученні з синтагмою *parque inmobiliario*. Проте в українському перекладі дієслово було відтворено аналітичною конструкцією *змінити підхід*.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що найпоширенішими трансформаціями, які застосовуються в перекладі газетних заголовків є: додавання слова для забезпечення лексичної сполучуваності, вилучення іменників для уникнення повторів, конкретизація значення, гіперонімічне перейменування.

Наведемо приклад гіперонімічного перейменування, тобто виду перекладу реалій, пов'язаного із категоризацією денотата, визнанням ізоморфізму частини й цілого, генералізацією. [Зорівчак 1989, 47]. *Charlotte dice "no" a todos los candidatos. Французькі діти не підтримали жодного кандидата.* При гіперонімічному перейменуванні, по суті, відбувається дереалізація реалій, тому що часто конкретне поняття передається лексемою надзвичайно широкої, розпливчатої референції. При такому виді перекладу стилістична роль реалій незначна.

Grèves, récession, déficit: l'Espagne devient le grand souci de l'Europe. Іспанія стає найбільшою проблемою Європи.

Трансформація випущення елементів французького речення (страйк, спад та дефіцит) не змінили основної думки газетного заголовку, тому переклад можна вважати адекватним та еквівалентним.

Entre la Guerra de 82 y el Petroleo de 2016.

Між військовим конфліктом 1982 року та війною за нафту 2016.

Трансформація додавання слова під час відтворення іменника *Guerra de 82* оскільки власне лексема *війна 1982 року* для українського читача аж ніяк не асоціюється з військовим протистоянням між Аргентиною та Великою Британією.

Оскільки багато видань друкуються англійською мовою, то варто виокремити особливості властиві перекладу заголовків англійських статей іспанською мовою. Англійська мова є компактнішою за іспанську (як наслідок й українську) і тому доводиться вдаватися до перифрази або навіть давати "коротке пояснення". **Tokio nerve gas attack kills 6**, можна було б перекласти як: *"Un atentado con gas nervioso en Tokio mata a 6 personas"*. В цьому випадку в іспанському варіанті завдяки трансформації додавання з'явилася лексема 'personas', "Нервово-паралітичним газом вбито шістьох людей в Токіо". В українському варіанті відбулася граматична трансформація активного стану в пасивний та не була відтворена персоніфікація, оскільки вона не властива українській мові.

На підставі проведеного дослідження перекладів заголовків ми можемо сформулювати низку рекомендацій для перекладачів:

1. Переклавши текст, необхідно перечитати його, звернути особливу увагу на узгоджуваність та сполучуваність слів в мові перекладу. 2. Пам'ятати, що слово набуває значення тільки у контексті.

ті, а тому: а) зустрівши невідоме, або вже відоме слово, варто ще раз перевірити всі його значення в одномовному та двомовному словниках, б) ґрунтуючись на інваріантному значенні, виходячи з контексту, знайти еквівалент. 3. Переклад заголовку робиться лише після того, як було перекладено весь текст та усвідомлено його комунікативну інтенцію. 4. Прочитати власний переклад, перевірити, чи не можна для уточнення смислу висловлювання застосувати один з прийомів досягнення адекватності: зміну причинно-наслідкових зв'язків, уподібнення понять, їхнє розширення або звуження, адекватну заміну або компенсацію. 5. Для забезпечення однакового комунікативного ефекту перекладу й оригінал, варто враховувати стратифікацію стилістично маркованої лексики. Отже, варто пам'ятати, що різні народи мають різні уявлення про навколишню дійсність, а як наслідок концептуальну картину. Перекладач має справу не з реальною дійсністю, а з висловлюваннями, тобто певною інтерпретацією, здійснену відправником інформації, який будує своє висловлювання під впливом різних факторів комунікативного завдання (зовнішня ситуація, емоційний стан, орієнтація на реципієнта тощо) і враховує різноманітні структурні та системні зв'язки між елементами мови (етимологія, ритміка, інтонація). Проте найважливішою та найсерйознішою перепоною на шляху перекладача є екстралінгвальне середовище, яке, у випадку з іспанською, французькою та українською мовами суттєво відрізняється.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад / Р.П. Зорівчак. – Львів, 1989.
2. Чердниченко О.І. Про мову і переклад / О.І. Чердниченко. – К.: Либідь, 2007.
3. Швейцер О.Д. Эквивалентность и адекватность /Тетради переводчика/: Вып. 23 / О.Д. Швейцер. – М., 1989.
4. Шмігер, Історія українського перекладознавства ХХ сторіччя / Тарас Шмігер. – К., 2009.
5. Cuenca M.J., Hilferty J. Introducción a la lingüística cognitiva. / M.J. Cuenca, J. Hilferty. – Barcelona. 65–94.
6. Lvóvskaya Zinaida. Problemas actuales de la traducción / Zinaida Lvovskaya. – Publicado por Método Ediciones Calle Colegios 3, 18001 Granada.
7. Lakoff G, Johnson M., Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago. 1980.
8. Shiskova T.N., Popok J.-C.L. La estilística de la lengua española / T.N. Shiskova, J.-C. L. Popok. – М., 1989.
9. Diccionario de Real Academia Española [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.rae.es/rae.html> (дата звернення: 30.09.2012).

10. El tiempo de hoy [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.tiempodehoy.com/economia/los-merkozy-escriben-el-guion-europeo/> (дата звернення: 22.09.2012).

11. El economista [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/3792821/03/12/3/Espana-un-pais-de-poco-fiar.html/> (дата звернення: 27.09.2012).

12. ABC [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.abc.es/internacional/20130513/abci-berlusconi-cuenta-verdad-fiestas-201305131221.html/> (дата звернення: 27.09.2012).

13. BBCMundo [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/05/120504_francia_elecciones_sarkozy_hollande_candidatos.shtml/ (дата звернення: 27.09.2012).

14. [www.presseurop.eu.](http://www.presseurop.eu/) [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.presseurop.eu/es/content/article/1128421-el-peligroso-poquer-griego/> (дата звернення: 28.09.2012).

Стаття надійшла до редакції 18.10.12

З. Антоненко, асистент
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

**Особенности перевода газетных заголовков статей
социально-экономической и политической тематики
(на материале испанского и украинского языков)**

В статье рассматриваются основные проблемы перевода газетных заголовков, анализируются их лексический состав и переводческие трансформации, необходимые для достижения эквивалентности и адекватности перевода, обосновывается важность экстралингвистического фактора, как составляющей части языковой и концептуальной картины мира.

Ключевые слова: адекватность, заголовок, метафора, ксенизм, переводческие трансформации, эквивалентность, экстралингвистический фактор.

Z. Antonenko, assistant prof.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**The peculiarities of translation of newspaper headings
with social and economic subject matter
(on basis of Spanish and Ukrainian)**

The article investigates the peculiarities of translation of headlines, analyses their lexical structure and translation transformations required to reach the goal of equivalence and adequacy of translation, proves the importance of extralinguistic information as component of linguistic and conceptual picture of the world.

Key words: adequacy, equivalence, extralinguistic information, headline, metaphor, translations transformations, xenism.