

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ С ЗАГОЛОВКАМИ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Т. М. Писакова

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Беларусь, pitami.en@gmail.com*

В данной статье подчеркивается эффективность использования аутентичного неадаптированного материала, рассматривается роль средств массовой информации при обучении иностранному языку, трудности и особенности перевода газетных заголовков и подзаголовков с английского языка на русский, определяются их характерные черты, представлены примеры упражнений, направленных на снятие трудностей понимания и перевода.

Ключевые слова: средства массовой информации; аутентичный материал; языковая и речевая компетенция, перевод газетных заголовков и подзаголовков.

SPECIFICS OF DEALING WITH ENGLISH-LANGUAGE PRESS TEXT HEADLINES

T. M. Pisakova

*Belarusian State University,
Nezaležnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus, pitami.en@gmail.com*

This article emphasises the effectiveness of using authentic non-adapted material, considers the role of mass media in teaching a foreign language, the difficulties and peculiarities of translating newspaper headlines and subheadings from English into Russian, defines their characteristic features, presents examples of exercises aimed at relieving the difficulties of understanding and translation.

Keywords: mass media; authentic material; language and speech competence, translation of newspaper headlines and subheadings.

Средства массовой информации играют немаловажную роль в процессе обучения и воспитания, они помогают формировать личность, изменяют наше восприятие и понимание мира, преобразуют общество, иллюстрируют актуальность многих понятий, мотивируют интерес к предмету.

Любая статья газет и журналов в электронной и бумажной версии начинается с заглавия, некоторые для разъяснения темы публикуемого материала используют подзаголовки, в совокупности они являются стратегическим инструментом, притягивают аудиторию, информируют. Д. Огилви писал: «В среднем, заголовок читают в пять раз чаще, чем текст. Большинство людей, как известно, читают только заголовки. Отсю-

да следует, что если вы не заявили о товаре в заголовке, вы потеряли 80 % своих денег» [1, с. 13—14]. Таким образом заглавие определяет будет ли прочитана статья журналиста.

В данной статье мы ставим задачу выявить трудности и особенности перевода газетных заголовков и подзаголовков с английского языка на русский, определить их характерные черты и представляем примеры упражнений, направленных на снятие трудностей понимания и перевода. При подготовке данной статьи были использованы заглавия из “*The Guardian*” [2].

Итак, для англоязычных заголовков характерны:

1. Краткость и емкость:

Snack attack: how the west exported unhealthy eating to Africa and Asia.

Атака на закуску: как Запад экспортировал нездоровую пищу в Африку и Азию.

2. Экспрессивность:

Stunning Photos That Capture the Beauty of Nature. Потрясающие фото, запечатлевшие красоту природы.

The fly that can't fly: entomologists make fascinating discovery in Lesotho. Муха, которая не умеет летать: энтомологи сделали удивительное открытие в Лесото.

3. Игра Слов:

Sizzling Summer Sales: Score Big on Savings! Горячие летние распродажи: Большая экономия!

4. Вопросительная Форма:

Is Social Media Changing the Way We Communicate? Изменяют ли социальные сети способ нашего общения?»

Does the UK government still have an offshore wind strategy? Есть ли еще у правительства Великобритании стратегия развития прибрежной ветроэнергетики?

5. Четкое выражение главной идеи:

New Study Reveals Link Between Sleep and Productivity. Новое исследование выявило связь между сном и продуктивностью.

6. Эмоциональное Воздействие:

Heartwarming Stories of Strangers Helping Each Other. Трогательные истории о незнакомцах, помогающих друг другу.

7. Подзаголовки:

The Future of Space Travel: Bold Plans to Colonize Mars.

Exploring Ambitious Projects and Technological Breakthroughs.

Будущее космических путешествий: смелые планы по колонизации Марса. Изучение амбициозных проектов и технологических прорывов.

8. Прямая Речь и Цитаты:

Climate Activist's Call to Action: 'We Must Save Our Planet'. Призыв активиста климатического движения к действию: ‘Мы должны спасти нашу планету’.

9. Внимание к актуальности:

Navigating Cybersecurity Challenges in the Digital Age. «Преодоление вызовов кибербезопасности в цифровую эпоху.

10. Взаимодействие с читателем:

Unlock Your Full Potential: A Guide to Personal Growth. Раскройте свой потенциал полностью: руководство по личному росту.

Проблемы перевода и понимания заголовков могут быть вызваны следующими факторами:

1. Особенности Грамматики: Использование настоящего неопределенного времени, когда речь идет о событиях, происшедших в недавнем прошлом, передача будущего действия с помощью инфинитива, опущение глагола-связки *to be* в пассиве, опущение артикля, опущение сказуемого или подлежащего.

2. Сокращения и Аббревиатуры: Заголовки часто используют сокращения и аббревиатуры, которые могут быть неочевидными для читателей, не знакомых с соответствующими терминами.

3. Игра слов и аллитерация: Игра слов, аллитерация и другие стилистические приемы могут быть труднопереводимыми, так как они завязаны на звуковом и семантическом уровне языка.

4. Использование идиом, фразеологизмов, клише, различных устойчивых сочетаний: Фразы, которые не переводятся буквально.

5. Специализированная лексика: В заголовках, связанных с определенными темами (наука, технологии, медицина и т. д.), может использоваться специализированная лексика, которая требует специальных знаний для понимания.

6. Полисемия и многозначность: Многие слова в английском языке имеют несколько значений. Заголовок может “играть” на этой полисемии, создавая двусмысленность, которую будет сложно передать при переводе.

7. Использование специфических лексических единиц, зачастую с целью экономии газетного места: *germs (jewels), quit (leave), vow (promise), etc.*

Преподаватель может предложить следующие упражнения для снятия трудностей понимания заголовков англоязычной прессы.

1. *Explain what these headlines mean in spoken English*

1. *Rishi Sunak challenges premier Li after ‘spying for China’ arrests*

2. *Coco Gauff battles back to stun Aryna Sabalenka and claim US Open title.*

3. *Medvedev brings simmering rivalry with Djokovic to the boil again in final.*

4. *The Observer view: Modi boosted his image, but the G20 summit looks set to achieve little else.*

5. *A ban on used clothing imports isn't the answer — Uganda must find homegrown solutionsGo-ahead for water curbs.*

В данном упражнении студенты объясняют специфическую газетную лексику, используя общелитературный язык, также можно предложить дать варианты перевода заглавий статей на русский язык.

II. Следующее упражнение основано на соотнесении заголовков и темы новостей.

1. *Barnaby Joyce-backed push to strike net zero emissions target from Nationals policy fails*

2. *Power imbalance: how Australia's visa system leaves migrants beholden to their employers*

3. *'Hardcore science' or just a sticker*

4. *TikTok food tourists leave a bitter taste in Amsterdam.*

a) *Climate crisis*

b) *Proposal to start negotiations*

c) *Do anti-anxiety patches actually work?*

d) *Aussie asylum seekers. Migrants on work sponsorships cannot apply for permanent residence without their employer.*

e) *Shop owners and residents are not taking kindly to 'flash crowds' who come to pose and eat fast food.*

III. *Would following headlines make you read the whole article? Why (why not)?*

1. *Covid's back, you say? As disabled and vulnerable people know all too well, it never went away.*

2. *Brits have a rich swearing heritage. Let's follow Gillian Keegan's lead, FFS.*

3. *In forcing a U-turn on Horizon, scientists are showing that the flaws of Brexit can be overcome.*

4. *How misusing words can even change their dictionary definitions.*

5. *All I want is a job with a decent number of hours — why is that so hard to find?*

Это упражнение нацелено на развитие навыков говорения, умения аргументировать свое высказывание. Преподаватель также может попросить пролистать новостную ленту и выбрать интересующие студентов заголовки и прокомментировать свой выбор или не выбор той или иной статьи.

Понимание и перевод заголовков — это процесс, требующий от переводчика глубокого знания языка, культуры, специфики темы статьи. Преодоление трудностей путем сохранения смысла, эмоций и стилистики является ключом к успешному переводу, который действительно передаст суть и привлечет аудиторию читателей.

Библиографические ссылки

1. Огилви, Д. Тайны рекламного двора — советы старого рекламиста // Д. Огилви. — М. : Ассоциация работников рекламы, 2005 — 61 с.

2. The Guardian [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.theguardian.com/uk/commentisfree>. — Date of access: 10.09.2023.