

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТ

Введение

Роль средств массовой информации в наше время настолько велика, что зачастую СМИ называют «четвертой властью». Одной из древнейших форм средств массовой информации является пресса. Она занимает важное место в культурной и политической жизни страны, помогая человеку ориентироваться в окружающей действительности. неотъемлемой частью газетных публикаций является заголовок.

Словарь Даля трактует заголовок, как «выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено его название. Заголовком также называют название отдела, главы книги». Словарь Ожегова уточняет, что заголовок – это «название какого-либо произведения или отдела его частей». Большая Советская Энциклопедия дает следующее определение – «заголовок – это название литературного произведения, в той или иной степени раскрывающее его содержание» [1]. Еще со школы нам знакомо понятие публицистического стиля.

Публицистический стиль обслуживает сферу общественно-политических, общественно-экономических, социально-культурных и других общественных отношений. Основные функции публицистического стиля – информационная и воздействующая, формы функционирования – устная и письменная. Характерными особенностями этого стиля являются актуальность проблематики, образность, яркость изложения [2].

В прессе заголовок занимает самую сильную позицию. Именно на него читатель обратит свое внимание в первую очередь. Поэтому характер и оформление заголовков определяют не только имидж газеты или журнала, но уровень воздействия той или иной публикации на читателя [3].

Цель

Выявить особенности перевода заголовков английских газет на русский язык.

Материал и методы исследования

Заголовки иностранных газет на языке оригинала, их адаптированные на русский язык варианты. Метод исследования: сравнительно-сопоставительный, анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Термин «газетный или журнальный стиль» (journalistic) не несет в себе никакого отрицательного смысла, а лишь констатирует принадлежность к журналистскому стилю. Старое определение журнального и газетного стиля, данное толковым словарем Вебстера, гласит: отличительными чертами журналистики и журналистов, а также стиля являются торопливость, поверхностность, неточность фактов, обилие коллоквиализмов (разговорных слов или выражений), сенсационность и газетные штампы».

Понятие «газетный штамп» (journalese) означает лингвистическое словосочетание уничижительного, характеризующее все плохое, что существует в журнальном или газетном стиле. Однако уже в новом словаре американского английского языка (American Heritage Dictionary of the American Language) четко разграничиваются эти два понятия. «Газетный штамп» в нем определяется так: «шаблонный, избитый, поверхностный стиль, характерный для газет и журналов», а «газетный или журнальный стиль» как стиль, «ха-

рактерный для журналов и газет». Основная мысль этой книги заключается в том, что газетный или журнальный стиль не должен быть более шаблонным, избитым и поверхностным, чем любой другой стиль. Также необходимо избегать, но ни в коем случае не подражать бульварным трюкам, портящим и искажающим стиль [4].

У газетных заголовков в английском языке, как и в русском, есть основные стилистические особенности, по которым можно определить, какого характера газета перед нами. К таким особенностям относятся:

- Использование лексических единиц и синтаксических структур с целью максимального упрощения чтения материала.

В русском языке говорящие используют устойчивые выражения, передающие как отрицательную (5 %): стоять как столб, делать как попало, вертеть задом, как лисица хвостом и др., так и положительную оценку (2 %): супер ваще, человек-молоток и др. В английском языке такие выражения используются довольно редко (0,1 %) и выражают, как правило, эмоциональную положительную оценку: *as sweet as pie* [5].

Национально специфичные единицы (просторечие, аллюзия и перифраз) были выделены только в русском языке. Данный факт свидетельствует о том, что русские используют более разнообразные средства, выражающие эмоциональное и экспрессивное значение. Следовательно, эмоциональная сфера является для русского языкового сознания более релевантной, чем для языкового сознания англоговорящих.

- Разговорно-фамильярный характер английских заголовков, их экспрессивность

Различие культур обусловило отсутствие в русском языке столь привычного для англичан разговорно-фамильярного оттенка текста. Поэтому при переводе такого рода иностранных заголовков необходимо учитывать особенности русского газетно-публицистического стиля:

Say hello to intelligent pills

Разработана «интеллектуальная» пилюля

- Сжатый, отрывистый ритм заголовка

Английские заголовки, вследствие стремления к краткости и лаконичности, имеют более сжатый, отрывистый ритм, чем русские заголовки:

Русским газетным заголовкам лаконичность присуща в меньшей степени, поэтому в англо-русских переводах нередко приходится выбирать более пространственный вариант.

Obama Drastically Cuts Military; Sparks Heated Debate in Congress.

Радикальное сокращение президентом США вооруженных сил вызвало бурные прения в Конгрессе [6].

Вывод

Большой интерес представляет собой перевод газетных заголовков. Особенности развития прессы в Великобритании оказали значительное влияние на формирование газетных заголовков, перевод которых часто связан с рядом трудностей. Для выработки правильного понимания и перевода газетных заголовков английских СМИ недостаточно знать теории перевода. Для правильного и эффективного перевода газетных заголовков необходимо выделить их особенности, а также трудности, которые могут возникнуть в процессе перевода.

Этнологи определяют менталитет как «систему мировоззрения, основанную на этнической картине мира, передающуюся в процессе социализации и включающую в себя представления о приоритетах, нормах и моделях поведения в конкретных обстоятельствах». Он происходит от латинского *mens, mentis*, т. е. ум, рассудок, мышление, образ мыслей и т. д. Через данные представления возможно описание культурных традиций, присущих народу и его стилю коммуникативного поведения [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов, А. В. Психолингвистический аспект современного газетного заголовка / А. В. Иванов, О. Ф. Нескрябина. – Красноярск, 2016. – 77 с.
2. Мурина, Л. А. Русский язык: учебное пособие / Л. А. Мурина, Ф.М. Литвинко. – Минск.: Национальный институт образования, 2019.
3. Коляда, А. А. Национальный менталитет и его отражение в языке (на примере английского языка) / А. А. Коляда, А. Н. Шилов. – Санкт-Петербург, 2017. – 66 с.
4. Солганик, Г. Я. Публицистика как искусство слова / Г. Я. Солганик. – М., 2000. – 9 с.
5. Вежицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
6. Комисаров, В. Н. Пособие по переводу с английского языка на русский / В. Н. Комисаров, Я. И. Рещер, В. И. Тархов. – М.: Высшая школа, 1965. – 159 с.

УДК 811.111.373.2:391

Д. А. Маслова, В. А. Берещенко

Научный руководитель: старший преподаватель А. А. Шиханцова

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

СЛОЖНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Введение

Одежда является неотъемлемой частью человеческого быта на протяжении уже многих тысячелетий, представляет важный элемент материальной культуры многих народов и историко-культурного наследия, отражает климатические условия и ценности.

Цель

Провести сопоставительный анализ структурно-семантических характеристик сложных наименований одежды в английском языке, обозначить критерии для определения сложных слов, выявить способы образования терминов одежды.

Материал и методы исследования

С помощью аналитического метода было произведено обобщение, исследование и сравнение материала лексикографических справочников, художественной литературы (роман ‘The Devil Wears Prada’ by L. Weisberger), СМИ (‘British Vogue’, ‘Vogue’, ‘TeenVogue’).

Результаты исследования и их обсуждение

Большинство образующихся сложных терминов, обозначающих элементы гардероба, не являются новыми отдельными предметами, а представляют собой лишь их разновидность. По Н. П. Спицыной: «Сложное слово представляет собой единство двух или более основ» [1]. На данный момент ни один автор не выделяет четкие и универсальные критерии, по которым можно было бы безошибочно распознавать сложные слова. Стоит отметить, что в исследуемый нами круг лексики включены и композиты, и сложные слова с раздельным написанием. Это является характерной особенностью, которая свойственна английскому языку. Значение слов-композитов зачастую сильно отличается от значения свободных слов, составляющих данный композит. Составные части композитов могут подвергаться замене или изменению.

Запись сложных слов на письме может осуществляться в трех вариантах: слитно (restroom), через дефис (heat-spot), раздельно (hair dresser). Данное обстоятельство затрудняет распознавание сложных слов. Нами не было выявлено определенных предпосылок для выбора одного из трех вариантов написания, в большинстве случаев это