

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО. ПОРІВНЯЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

УДК 811.111'25:070

Н. А. Карпенко

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСЬКИХ ЗМІ

У статті розглянуто проблему перекладу мовних засобів, що забезпечують вираження емоційно-оцінних значень у заголовках сучасних британських таблоїдів. Схарактеризовано заголовок як ключовий елемент статті, визначено його прагматичний потенціал, виявлено основні його функції. Особливу увагу приділено емоційно-оцінній лексиці, що реалізує прагматику заголовків, забезпечує досягнення інтенцій автора та здійснює необхідний прагматичний вплив. Виявлено способи перекладу, які забезпечують прагматичну адаптацію та адекватне відтворення конкретних мовних одиниць.

Ключові слова: заголовок, прагматичний вплив, прагматична адаптація, емоційно-оцінний складник.

Karpenko N. Features of Translating Emotional and Evaluative Vocabulary in the Headlines of British Mass Media. *The article deals with the problem of translating emotional and evaluative vocabulary in the tabloid headlines into the Ukrainian language. The term “headline” is defined, its role and pragmatic goal are characterised. Headlines are viewed as multifunctional units that aim to attract recipient’s attention, making them read the article and promoting particular ideas. Particular attention is paid to emotional and evaluative functions of the headlines and linguistic units that provide this function in the headlines.*

The aim of the research is to highlight the features of English-Ukrainian translation of the language units providing emotional and evaluative charge of the headlines in modern British tabloids.

The relevance of the problem is due to the unprecedented role of the mass media in shaping human consciousness, its role as a tool capable of persuading people, changing opinions and, overall, transforming collective consciousness of both individual and nation. The article focuses on the language of tabloids which is rich in various stylistic devices, emotional, evaluative and expressive vocabulary, phraseological units etc. Therefore, the problems of English-Ukrainian translation of British tabloid headlines, rendering their pragmatics and the choice of appropriate ways of translation, are the ones that require close attention of linguists, taking into account the catchy and riveting vocabulary with stylistic, emotional, evaluative connotations which make it more difficult to translate and reach the pragmatic goal of the original.

The language units that provide emotional and evaluative charge of the headlines are identified and analysed in terms of translation. Moreover, the main ways of translation, providing pragmatic adaptation and influence, are pointed out.

Key words: headline, pragmatic influence, pragmatic adaptation, emotional and evaluative vocabulary.

Вступ

Сьогодні, коли якість інформаційних технологій та їх використання дедалі більше визначають характер життя суспільства, питання про реалізацію в ньому засобів масової інформації (далі – ЗМІ) набуває особливого значення. ЗМІ як важливий складник масової комунікації виконують соціально значущу роль, формуючи суспільну думку та впливаючи на світобачення реципієнта.

Важливу роль у сприйнятті газетних публіцистичних текстів відіграють заголовки, адже вони є специфічними структурними одиницями будь-якої публікації, знаходяться в сильній позиції та формують перше враження, що є визначальним. Заголовок є першим елементом, який бачить читач, він концентрує та в стислій формі подає зміст повідомлення і саме від нього залежить, чи матиме реципієнт бажання ознайомитися зі змістом твору чи статті.

Заголовки творів різних жанрів завжди привертала увагу науковців. У вітчизняній лінгвістиці вони були об'єктом дослідження таких учених, як М. Антонович (1992), Г. Вакуленко (2020), А. Коваленко (2002), Р. Савчук (2020), О. Фадеева (2017), Л. Юлдашева (2015) та інші.

Дослідження особливостей функціонування мовних засобів у сучасних ЗМІ є актуальним у сучасній лінгвістиці загалом та медіалінгвістиці зокрема. Сьогодні роль і значення ЗМІ в суспільстві є надзвичайно важливими, зважаючи на той безпрецедентний вплив, який вони можуть мати на людську свідомість, а також наслідки, до яких такі “майстерні” маніпуляції можуть призвести. Тому дослідження мовних засобів сучасних ЗМІ є, безперечно, нагальним питанням та таким, що його актуальність лише посилюється та потребує подальшої уваги мовознавців, психологів та фахівців у галузях інших міждисциплінарних наук.

Об'єкт дослідження – заголовки сучасних британських таблоїдів. Предмет – особливості перекладу мовних засобів, що забезпечують вираження емоційно-оцінних значень у заголовках сучасних британських таблоїдів.

Мета дослідження – виявити особливості англо-українського перекладу мовних засобів, що забезпечують вираження емоційно-оцінних значень у заголовках сучасних британських таблоїдів. Поставлена мета зумовлює виконання таких завдань: 1) визначити сутність поняття “заголовок” та його прагматичну функцію; 2) схарактеризувати роль емоційно-оцінної лексики у функціонуванні заголовків; 3) виокремити мовні одиниці, що забезпечують прагматику заголовків; 4) виявити способи перекладу, що відтворюють прагматику оригіналу в перекладі українською.

Методи дослідження

Для досягнення визначеної мети використано такі методи дослідження: метод *узагальнення та систематизації теоретичного матеріалу*; *описовий* метод (для інтерпретації мовних засобів, що забезпечують прагматику заголовків); метод *перекладацького аналізу* (для з'ясування характеру способів перекладу слоганів); *контекстуальний аналіз* (для визначення значення конкретних одиниць з огляду на їх дистрибутивні відношення).

Виклад основного матеріалу

Заголовок є невід'ємною частиною газетних публікацій та першим, на що звертає увагу цільова аудиторія. Читач передусім оцінює заголовок статті й тільки після цього вирішує, читати її чи ні, тому він має відповідати конкретним вимогам для досягнення прагматичної мети, що полягає в приверненні уваги читача та подальшому впливі на його свідомість, інформуванні, донесенні певної інформації.

За «Словником сучасної лінгвістики понять і термінів» заголовок – компонент тексту, назва якого (або його частини) пишеться на титульній сторінці рукопису, машинопису, видання або над текстом (Загнітко, 2012: 290). Варто зазначити, що газетний заголовок має свою специфіку, власні характерні особливості, тому його визначення різняться залежно від жанру. Різноманітність дефініцій також можна пов'язати з подвійною природою заголовка. З одного боку, це мовна структура, яка випереджає текст, оскільки стоїть перед ним. Через це заголовок може сприйматися як мовний елемент, що знаходиться поза текстом, і характеризується певною самостійністю. З іншого боку, заголовок – це повноцінна частина тексту, що становить

єдиною й неподільною з ним системою та містить основну ідею повідомлення.

Для втілення власних, характерних тільки для нього особливостей автор газетного заголовка має у своєму арсеналі лексичні, граматичні, пунктуаційні й графічні засоби виразності. Так виникають експресивні заголовки з використанням прислів'їв і приказок, фразеологізмів, слів у переносному значенні, мовної гри засобами різних мовних рівнів та ін. Тому відповідні мовні одиниці є умовою створення назви, у якій реалізовано прагматичну мету повною мірою. Р. Савчук зазначає: «Влучне оформлення назви – це насамперед уміння автора виявити свій інтелектуально-креативний потенціал, завуалювавши різнорівневими мовними знаками (унікальною сполучуваністю лінгвоодиниць) стратегічні ходи й тактики, рекомендаційні формулювання, прагматичні інтенції» (Савчук, 2020: 161). Тож для забезпечення прагматичної мети повідомлення журналісти залучають увесь спектр емоційно-експресивної лексики, стилістичних засобів, що є ефективним способом привернення уваги реципієнта та «своєрідними вербальними “мотиваторами”, покликаними стимулювати інтерес адресата до прочитання публіцистичних матеріалів» (Савчук, 2020: 161).

Газетні заголовки є поліфункційними й можуть виконувати декілька функцій: інформативну, оцінну, спонукальну та інтригуючу (Коваленко, 2002). Зазвичай одна з функцій превалює в конкретному вживанні, взаємодіючи з іншими та забезпечуючи досягнення прагматичного впливу.

У цьому дослідженні зосереджуємо увагу на оцінно-експресивній функції заголовка, яка полягає в тому, що матеріал, висвітлений у тексті публікації, має переконати читача в певних концепціях, вселити йому ті чи ті установки, апелюючи до емоцій та почуттів. Саме ця функція повною мірою зреалізовується завдяки емоційно-експресивній лексиці, стилістичним засобам.

Звернемо увагу на заголовки двох найбільш популярних британських таблоїдів The Sun та The Daily Mail, що протиставляються “якісній” пресі (broadsheets) та водночас рясніють заголовками з емоційно-оцінною, розмовною лексикою та конотативно маркованими сленгізмами, фразеологізмами, стилістично маркованими одиницями.

Звертаємо увагу на використання фразового дієслова в такому прикладі: *How to scrub yourself off the internet – Видали себе з Інтернету!* (The Daily Mail). Тут ужито фразове дієслово *to scrub off* – *to remove something from the surface of an object by rubbing it hard with a brush, etc* (Cambridge Dictionary). Дієслово використано в переносному значення та є дієслівною метафорою, що слугує посиленню виразності змісту повідомлення. Для його перекладу використано генералізацію, значення дієслова *видаляти* в українській мові є ширшим. У запропонованому перекладі простежуємо використання граматичної заміни – зміна способу дієслова із дійного на наказовий, що слугує більшій експресії та відображає зміст статті про шкідливий вплив мережі. Зазначимо, що імперативні речення є поширеними серед заголовків, їх визначають як заголовки-директиви, що завуальовують зміст повідомлення (Фадеева, 2017: 136). Водночас таке використання наказового способу компенсує часткову втрату змісту, що забезпечувалася конотативним значенням фразового дієслова *to scrub off*.

У наступному прикладі звертаємо увагу на вживання дієслова *to milk*: *SPILLING SECRETS: Harry accuses Paul Burrell of ‘milking’ Diana’s death for money and butler hits back at ‘privileged’ prince – РОЗКРИВАЮЧИ ТАЄМНИЦІ: Принц Гаррі звинувачує Пола Баррелла в тому, що він розкручував смерть принцеси Діани заради грошей, а дворецький відповідає “привілейованому” принцу* (The Sun). Дієслово *to milk* ужито в метафоричному значенні – *to get as much money or information out of someone or something as possible, often in an unfair or dishonest way* (Cambridge Dictionary). Для його перекладу вживаємо аналог *розкручувати* – ‘розпочинати якусь справу, розвивати якусь діяльність і т. ін.’ (Словник української мови), що марковане як розмовне та вжите в переносному значенні. Це дає можливість відтворити прагматику конверсива, зважаючи на його конотативне значення. Зазначимо, що вживання дієслів-конверсивів у заголовках англійською мовою є їх характерною рисою, що зумовлено стислістю назв статей та прагматикою цих одиниць, а також природою англійської мови із властивими їй конверсивами.

Звертаємо увагу на такий заголовок у виданні The Sun: *KINGDOM OF DUST. Putin could be killed & Russia may break up into nuke-armed mini-states in Balkans-esque bloodbath, says ex-CIA analyst – Попіл імперії: Путіна можуть убити, а росія може розпастися на ядерні*

міні-держави за кривавим балканським сценарієм: каже колишній аналітик ЦРУ (The Sun). Ужиту в заголовку метафору *kingdom of dust*, уважаємо, доречно перекласти як *попіл імперії*, оскільки для українського читача словосполучення *російська імперія* є звичним, що є прикладом прагматичної адаптації тексту, який перекладається, та лексичної заміни. Також тут використано додавання *in Balkansesque bloodbath* – за кривавим балканський **сценарієм**. Цікавим є вираження оцінності та експресії на морфологічному рівні: використано оказіоналізм *Balkansesque*, який утворено за допомогою суфікса *-esque*, що вказує на схожість та сприяє посиленню оцінності.

Мовна гра є ще одним із засобів створення яскравих та виразних заголовків, порівн.: **WILL POWER: How Prince William's touching bond with George is worlds apart from rocky childhood with Charles – ВОЛЯ ВІЛЬЯМА: Як зворушливий зв'язок принца Вільяма з Джорджем відрізняється від хитких стосунків із Чарльзом** (The Sun). У наведеному прикладі звертаємо увагу на використання мовної гри *Will power*, де обігрується власна назва – ім'я *Will* (ідеться про принца Вільяма) та ідіома *will power* – сила волі. Статтю присвячено непростим стосункам принца й короля Чарльза та тому, як Вільяму вдається володіти собою і своїми емоціями, незважаючи на складне дитинство, чвари в королівській родині, обов'язки, які, попри його волю, він мав виконувати. Для перекладу пропонуємо заголовок *Воля Вільяма*, що також реалізує мовну гру, яка ґрунтується на співзвучності власної і загальної назв та відображає зміст повідомлення.

Висновки

Таблоїди є одним з основних типів британських газет, що спрямовані на менш освічену аудиторію, апелюють до емоцій і часто висвітлюють сенсації та мають виразні заголовки. Така специфіка цього виду газети зумовлює більш яскраве та емоційне мовне оформлення, а отже, і використання низки мовних одиниць, що є цікавим матеріалом для лінгвістичного аналізу. Під час перекладу прагматика цих мовних одиниць має бути збережена, що ускладнює роботу перекладача, який має володіти не лише винятковим знанням іноземної мови та усім перекладацьким інструментарієм, але й широкими фоновими знаннями.

Для перекладу заголовків перекладацької трансформації, як правило, використовуються в комплексі. Наприклад, перестановка супроводжується заміною, а лексична трансформація може супроводжуватися граматичною. Варто зазначити, що виявлення та аналіз особливостей перекладу газетних заголовків є надзвичайно актуальним у наші дні, зважаючи на інтенсивність впливу ЗМІ на колективну свідомість людства.

Перспективу досліджень убачаємо в розробці термінологічного інструментарію досліджень у галузі медіалінгвістики та перекладознавства із фокусом на використання та переклад емоційно-оцінної лексики, стилістичних засобів у заголовках ЗМІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Антонович, М. М.** (1992). Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN. *Іноземна філологія*, 103, 103–110.
2. **Вакуленко, Г. М., & Серга, Н. М.** (2020). Еліптичні речення в ролі заголовків газетних статей. *Література та культура Полісся*. Серія «Філологічні науки», 98, 249–256.
3. **Загнітко, А.** (2012). *Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни*. (Т. 1.). Донецьк: ДонНУ.
4. **Коваленко, А. М.** (2002). Поліфункціональний характер заголовка журнального мікротексту-повідомлення (на матеріалі тижневика Newsweek). *Філологічні науки* (с. 168–175). Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка.
5. **Савчук, Р.** (2020). Стилістичні засоби у заголовках сучасних медіатекстів. Психолінгвістичний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук* (с. 161–169). Дрогобич: Вид. дім «Гельветика».
6. **8. Словник української мови.** Узято з <http://sum.in.ua/>.
6. **Фадєєва, О. В.** (2017). Функції та засоби прагматизації газетних заголовків. *Наук. вісн. Міжнар. гуманіт. ун-ту*. Серія «Філологія», 27 (2), 135–139.
9. **Юлдашева, Л. П.** (2015). Лексико-семантичні особливості заголовків сучасної літератури. *Вісн. Донец. нац. ун-ту*. Серія «Гуманітарні науки», 1–2, 327–332.
10. **Cambridge Dictionary.** Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/>.
11. **The Daily Mail.** Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk>.
12. **Oxford Learner's Dictionaries.** Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
13. **The Sun.** Retrieved from <https://www.thesun.co.uk>.

REFERENCES

1. **Antonovych, M. M.** (1992). Funktsii hazetnykh zaholovkiv, vyrazhenykh spoluchenniam typu NNN [The functions of newspaper headlines expressed by the combination of NNN]. *Inozemna filolohiia – Foreign philology*, 103, 103–110 [in Ukrainian].
2. **Vakulenko, H. M., & Serha, N. M.** (2020). Eliptychni rechennia v roli zaholovkiv hazetnykh statei [Elliptical sentences as headlines of newspaper articles]. *Literatura ta kultura Polissia*. Seriiia «Filolohichni nauky» – *Literature and culture of Polissia*. Series «Philological Sciences», 98, 249–256 [in Ukrainian].
3. **Zahnitko, A.** (2012). *Slovnnyk suchasnoyi lnhvistyky: poniattia i terminy* [The dictionary of modern linguistics: concepts and terms]. (Vol. 1). Donetsk: DonNU [in Ukrainian].
4. **Kovalenko A. M.** (2002). Polifunktsionalnyi kharakter zaholovka zhurnalnoho mikrotekstu-povidomlennia (na materialii tyzhnevyyka

Newsweek) [The multifunctional nature of the headline of a magazine microtext-message (based on the material of "Newsweek")]. *Filolohichni nauky – Philological studies* (pp. 168–175). Sumy: SumDPU im. A. S. Makarenka [in Ukrainian]. 5. **Savchuk R.** (2020). Stylistychni zasoby u zaholovkakh suchasnykh mediatekstiv. *Psycholinhvistychnyi aspekt [Stylistic means in the headlines of modern media texts. Psycholinguistic aspect]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current issues of the humanities* (pp. 161–169). Drohobych: Vyd. dim «Helvetyka» [in Ukrainian]. 8. **Slovnyk** ukraïnskoi movy [Dictionary of the Ukrainian language]. Retrieved from <http://sum.in.ua/> [in Ukrainian]. 6. **Fadieieva O. V.** (2017). Funktsii ta zasoby prahmatyzatsii hazetnykh zaholovkiv [Functions and means of pragmatizing newspaper headlines]. *Nauk. visn. Mizhnar. humanit. un-tu. Seriia «Filolohiia» – Scientific Journal of the International Humanitarian University. Series «Philology»*, 27 (2), 135–139 [in Ukrainian]. 7. **Yuldasheva L. P.** (2015). Leksyko-semantychni osoblyvosti zaholovkiv suchasnoi literatury [Lexical and semantical features of the headlines of modern literature]. *Visn. Donets. nats. un-tu. Seriia «Humanitarni nauky» – The journal of Donetsk national university. Series «Humanities»*, 1–2, 327–332 [in Ukrainian]. 9. **Cambridge** Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/> [in English]. 10. **The Daily Mail**. Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk> [in English]. 11. **Oxford** Learner's Dictionaries. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> [in English]. 12. **The Sun**. Retrieved from <https://www.thesun.co.uk> [in English].

Карпенко Наталія Анатоліївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри філології, перекладу та мовної комунікації, Національна академія Національної гвардії України; майдан Захисників України, 3, Харків, 61001, Україна.

Tel.: +38-098-445-17-24

E-mail: karpenko_nataliya08@ukr.net

<http://orcid.org/0000-0003-2922-0384>

Karpenko Nataliia Anatoliivna – Candidate of Philological Sciences (Ph.D.), Docent, Associate Professor at the Department of Philology, Translation and Lingual Communication, National Academy of the National Guard of Ukraine; 3 Zakhysnykiv Ukrainy square, Kharkiv, 61001, Ukraine.

Надійшла до редакції 02 березня 2023 року

CITATION

ДСТУ 8302:2015: Карпенко Н. А. Особливості перекладу емоційно-оцінної лексики в заголовках британських ЗМІ. *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. пр. Харк. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди / гол. ред. О. В. Халіман. Харків, 2023. Вип. 58. С. 306–313. DOI: <https://doi.org/10.34142/23127546.2023.58.23>

APA: Карпенко, Н. А. (2023). Особливості перекладу емоційно-оцінної лексики в заголовках британських ЗМІ. *Лінгвістичні дослідження*, 58, 306–313. DOI: <https://doi.org/10.34142/23127546.2023.58.23>