

*Карпенко Н. А.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри філології перекладу та стратегічних комунікацій  
Національної академії Національної гвардії України*

## ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ЗАГОЛОВКІВ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА В АНГЛО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

**Анотація.** Статтю присвячено особливостям перекладу заголовків статей інтернет-видань британських ЗМІ, що є ключовими та визначальними для формування колективної свідомості та суспільної думки громадян. Увагу сфокусовано на відтворенні прагматики мовних засобів, що забезпечують досягнення інтенцій адресанта, та на їх прагматичній адаптації в англо-українському перекладі.

Дослідження відповідає сучасними тенденціями розвитку перекладознавства та є актуальним, зважаючи на недостатню кількість вичерпних розвідок, сфокусованих на перекладі мовних одиниць, що забезпечують прагматику заголовків, а саме фразеологізмів, стилістично маркованих слів, емоційно забарвленої лексики та ін.

У статті визначено функції та характеристики заголовка, його сутність та мовні засоби, що забезпечують його лаконічність, яскравість та виразність. Заголовок визначається як основний елемент статті, що знаходиться в сильній позиції та скеровує читача в конкретному напрямку, дозволяє реалізувати прагматичну мету. Саме він виконує функцію привертання уваги, а відповідно й охоплення якомога більшої аудиторії. Особливу увагу приділено конверсії як компоненту заголовків, що вживається з метою економії мовних засобів та досягнення інтенцій автора. Фразеологічні одиниці, семантичні конструкції також розглядаються як складові, що роблять заголовки виразними і потребують уваги в процесі перекладу.

Визначено та схарактеризовано найбільш доцільні способи перекладу, що забезпечують прагматичну адаптацію оригіналу. Використання конкретних способів перекладу проілюстровано прикладами заголовків британського інтернет-видання *the Guardian*. Також в аспекті перекладу проаналізовано випадки функціонування фразеологізмів, конверсивів та граматичних конструкцій, що є типовими для заголовків статей.

**Ключові слова:** заголовок, конверсія, способи перекладу, прагматичний потенціал, прагматична адаптація.

**Постановка проблеми.** Формування колективної думки значною мірою визначається засобами масової інформації (ЗМІ), які здебільшого перейшли в інтернет-формат та завдяки швидкості оновлення та доступності формату стали основним джерелом інформації у порівнянні з їх паперовими варіантами. Зміст та форма продукту, що його пропонують читачеві, мають відповідати нормам, що висуваються для такого формату повідомлень. Одним із структурних елементів публіцистичного дискурсу є заголовок статті, він знаходиться в сильній позиції, що робить його визначальним, саме від нього залежить, чи почне читач знайомитися зі змістом статті. Тому заголовок має відповідати конкретним критеріям, бути стислим та водночас яскравим, щоб охопити якомога більшу аудиторію. З точки зору

лінгвістики заголовки є вартісним об'єктом для досліджень, оскільки вони демонструють потенційні можливості мови, що втілюються в лаконічні форми та виявляють нові відтінки значень, дистрибутивних відношень та ін. Мовні одиниці, що забезпечують досягнення відповідної мети, становлять науковий інтерес як для лінгвістів загалом, так і для перекладачів зокрема.

Серед сучасних українських мовознавців, що присвятили свої праці дослідженню заголовків та мові ЗМІ варто відзначити таких учених, як М.М. Антонович, В. Красавіна, Р. Савчук, О.Д. Пискач, В.В. Різун, В.Е. Шевченко та ін.

**Мета статті** – виявити особливості прагматичної адаптації мовних одиниць у сучасних заголовках статей та виявити способи перекладу, що забезпечують відтворення їх прагматики в англо-українському перекладі.

Визначена мета передбачає розв'язання таких завдань: схарактеризувати заголовки як ключові одиниці статті; визначити мовні одиниці, що забезпечують їх прагматику; виокремити способи перекладу, що забезпечують відтворення прагматики оригіналу та обґрунтувати доцільність їх використання.

Проблема відтворення прагматики заголовків в англо-українському перекладі є **актуальною**, оскільки відповідає потребам сучасного перекладознавства, що полягають у визначенні та використанні способів перекладу заголовків, що уможливають відтворення їх прагматики в перекладі, а також у потребі вивчення мовних одиниць, що забезпечують ефективність матеріалу, який публікується та спрямований на привертання уваги адресата та забезпечення прагматичного впливу на нього.

Матеріалом дослідження слугували заголовки інтернет-видання *The Guardian*, що відображають сучасні події. Зазначимо, що більшість статей висвітлювали події російсько-української війни та були присвячені подіям в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зважаючи на функції заголовків, їх автори використовують мовні засоби, що здатні забезпечити досягнення прагматичної мети, зокрема емоційно-експресивну лексику, тропи та фігури, мовну гру, фразеологізми. Граматичний рівень також є таким, що дозволяє реалізувати інтенції автора. Так в англійських заголовках простежуються конкретні правила, що здебільшого орієнтовані на забезпечення лаконічності та чіткості, що робить їх цікавими об'єктами дослідження з лінгвістичної точки зору.

Про важливість заголовків свідчать дослідження згідно з якими 60–80% користувачів не читають усього тексту статті, а отримують необхідну інформацію лише із заголовків [1]. Тому їх зміст та форма є умовою для досягнення прагматичної мети, що полягає у привертанні уваги цільової аудиторії, роз-

ширенні її та збільшенні переглядів матеріалу. Заголовок акумулює зміст статті, є тим елементом, що скеровує та виокремлює головне, саме його першим бачить потенційний читач. Цей структурний елемент маркує текст і ідентифікує його як товар, що на нього варто звернути увагу [2]. Відповідно виокремлюють такі функції заголовків: 1) інформування – потенційний читач може зрозуміти, про що йдеться у статті; 2) зацікавлення – автор намагається привернути увагу нестандартним заголовком; 3) структурування – за допомогою заголовків тексти виокремлюються в самостійні інформаційні блоки [3].

Мовні засоби уможливають реалізацію вищезазначених функцій, тому, при створенні заголовків автори орієнтуються на них та добирають необхідні лексичні одиниці та синтаксичні конструкції. Так в англійській мові частотним є використання еліптичних конструкцій, теперішнього неозначеного часу, інфінітива у ролі присудка для вираження планів та намірів, конверсивів, вилучення дієслова *to be*, артиклів та ін. Поширеними також є емоційно-експресивна лексика, тропи та фігури, мовна гра, фразеологізми та ін. Для забезпечення ритму та балансу заголовків автори використовують паралелізм, алітерацію. Також простежується використання риторичних питань, використання цитат. Варто зауважити, що в межах публіцистичного стилю мовні засоби варіюються, що зумовлено тематикою статей за рубриками, на які їх поділяють у межах одного видання.

Завдання перекладача – прагматична адаптація заголовків та повна реалізація їх функцій. Саме він має забезпечити ту реакцію реципієнта, яка передбачена оригіналом, тут ідеться про адекватний переклад – переклад, що викликає у іншомовного отримувача реакцію, яка відповідає комунікативній установці відправника [4, с. 18]. Така адекватність можлива за умов адаптації тексту до лінгвокультурних стереотипів реципієнта» [4, с. 17], що досягається вдалим застосуванням наявних способів перекладу.

Деякі лексеми є властивими заголовкам і трапляються значно частіше за інші, наприклад, приєменник *amid* є одним із найпоширеніших: *China hospitals 'extremely busy' amid surging wave of Covid infections – Лікарні Китаю переповнені на фоні нової хвилі ковідних інфекцій; Taiwan extends compulsory military service amid mounting tensions with China – Тайвань продовжує обов'язкову військову службу на фоні посилення напруженості з Китаєм* [5]. Для перекладу використано лексичну заміну, *amid* перекладено за допомогою словосполучення *на фоні*, оскільки наявні приєменники в українській мові не є вдалими для забезпечення повноцінного адекватного перекладу.

Варто звернути увагу на функціонування конверсивів у заголовках ЗМІ. Конверсія є одним із продуктивних способів словотвору та характерною рисою англійської мови, що зумовлено її історичним розвитком. У заголовках конверсиви відіграють важливу роль, дозволяючи досягти необхідних інтенцій автора, що стає можливим завдяки економії та компресії, що є ключовими для заголовків. Внутрішня та зовнішня форма таких лексем дозволяє зробити заголовок яскравим та коротким, наприклад: *Volodymyr Zelenskiy channels Churchill to briefly unite a polarised US Congress – По слідах Черчилля: Володимир Зеленський намагається об'єднати поляризований конгрес США*. Дієслово *channel* ужито в значення *to look or sound like a famous person, especially someone who is dead* [6], в українській мові не знаходимо еквівалента дієслову, тому уважаємо

за можливе використати фразеологізм *по слідах* у значенні – *продовжувати діяльність, спосіб життя тощо кого-небудь із попередників, дотримуючись його ідей, поглядів і т. ін.* [7], що дозволяє відтворити зміст повідомлення та зберегти виразність оригінального тексту. Разом із тим структуру речення перебудовано з урахуванням вимог до газетних заголовків, а саме використано складне речення, що марковано двокрапкою із другою частиною, що розкриває першу. Використання таких речень є властивим заголовкам ЗМІ.

Фразеологізми є ще однією передумовою створення ефективного заголовку: *Symbols of Ukraine war cast shadow over Russia's festive celebrations – Символи української війни кидать тінь на російські святкові урочистості* [5]. У цьому випадку використовуємо фразеологічний переклад, оскільки в українській мові виявляємо еквівалент *кидати тінь на щось – негативно впливати на що-небудь, затмарювати щось* [7], що дозволяє повністю відтворити прагматику повідомлення.

Як зазначалося, властивим заголовкам є використання складних речень з узагальненою частиною, порівн.: *Russia-Ukraine war live: Putin said Russia 'ready to negotiate' over Ukraine as Zelenskiy gives defiant Christmas message – Російсько-українська війна наживо: Путін сказав, що росія готова до переговорів щодо України, тоді як Зеленський непохитний у Різдвяному посланні; The revenge of history in Ukraine: year of war has shaken up world order – Помста історії: рік війни похитнув світовий порядок* [5]. Окрім частин речень, зміст яких розкривається у другій частині, у першому випадку виявляємо також протиставлення, що також відіграє важливу роль у творенні яскравих заголовків. У другому випадку використовується фразеологізм *to shake up world order – похитнути світовий порядок* [7]. Для перекладу використано фразеологічний переклад та український еквівалент *похитнути світовий порядок*. Окрім того для перекладу першого заголовку використано граматичні трансформації (*Zelenskiy gives defiant Christmas message – Зеленський непохитний у Різдвяному посланні*).

Інфінітив також часто уживається в заголовках газетних статей. Зазначимо, що таке функціонування форми дієслова властиве саме заголовкам, де вона дозволяє стисло та чітко повідомити основну ідею, наприклад: *China to drop quarantine requirement for overseas visitors – Китай планує зняти карантинні обмеження для іноземних відвідувачів* [5]. Через відсутність подібної конструкції в українській мові у перекладі використано додавання. Іменника *requirement* у цьому випадку перекладено як *обмеження* та використовуємо модуляцію.

**Висновки та перспективи дослідження.** Отже, мовні засоби, що використовуються для створення заголовків є вартісним матеріалом для лінгвістичних досліджень, а відтворення прагматики заголовків сучасних мас-медіа в перекладі є перспективним та актуальним напрямком перекладознавства, оскільки ці функційні одиниці демонструють потенційні можливості мови та є важливим інструментом для інформаційного впливу. У цьому дослідженні проаналізовано такі мовні засоби на граматичному, лексичному та фразеологічному рівнях та запропоновано способи перекладу, що відтворюють прагматику оригінальних повідомлень.

Перспектива подальших розвідок полягає в розробці теоретичного інструментарію дослідження заголовків мас-медіа в аспекті англо-українського перекладу.

*Література:*

1. Красавіна В. В. (2020). Фразаологізми-трансформери в заголовках електронних ЗМІ (на матеріалі Інтернет-видання «Український тиждень»). *Література та культура Полісся*, № 98, 257–262.
2. Різун В. В. Лінгвістика впливу: Київський університет, 2005. 148 с.
3. Демченко Н. С. Мовні засоби вираження в англійських газетних заголовках (на матеріалі «The Economist»). *Закарпатські філологічні студії*, № 22, 2022. С. 101–105.
4. Демещька В. В. . Теорія адаптації в перекладі: кросс-культурні та перекладознавчі проблеми. Херсон: МЧП “Норд”, 2006. 378 с.
5. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com>.
6. Longman Dictionary of Contemporary English. Retrieved from <https://www.ldoceonline.com/>
7. Словник української мови: Академічний тлумачний словник. Режим доступу: <http://sum.in.ua/>

**Karpenko N. Pragmatic adaptation of headlines in modern mass media**

**Summary.** The article is focused on the translation of British mass media headlines in the internet media, which is performing a crucial role in shaping collective consciousness. The attention is paid to rendering the pragmatics of linguistic units into English-Ukrainian translation. Key role of headlines in the internet media and their potential to draw attention of the reader are highlighted. The main characteristics and functions of headlines are outlined. The attention is also paid to the usage of conversion and its role in headlines in terms of speech economy and expressive charge.

The relevance of the research is brought up by modern tendencies of the development of translation theory and lack of comprehensive studies focused on the translation of linguistic units, providing the pragmatics of headlines, such as phraseological units, stylistic means, lexemes with emotional charge etc. The research also highlights the problem of translation of phraseological units.

The aim of the article is to define features of pragmatic adaptation of linguistic units in modern headlines and identify ways of translation providing rendering their pragmatics into Ukrainian.

The aim of the research implies solving the following tasks: to characterise headlines as the key element of any article; to characterise the pragmatics of linguistic units in headlines; to identify the ways of translation rendering the pragmatics of these units into English-Ukrainian translation.

Special attention is paid to conversion as an element of headlined that ensures speech economy and helps to achieve the intentions by the writer. Phraseological units, semantic patterns are also seen as the units that make headlines stand out and need special attention in the process of translation.

The most effective ways of translation rendering the pragmatic potential and providing the pragmatic adaptation of the original are defined and illustrated through the examples from the Guardian daily newspaper.

**Key words:** headlines, conversion, phraseological units, pragmatic adaptation, pragmatic potential, ways of translation.