*Пампура С. Ю.,**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри іноземних мов**ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»*

МОВА АНГЛІЙСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ: ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

Анотація. Статтю присвячено проблемі перекладу англійських заголовків статей газет і журналів на українську мову. Заголовок в англійських газетах відіграє важливу роль. Його первинним завданням є привернення уваги читача, бажання зацікавити і навіть уразити його і лише в другу чергу заголовку відводиться інформаційно-роз'яснювальна функція – донесення до читача короткого змісту статті.

Англійська мова унікальна своїми фразеологізмами, ідіомами, каламбурами, а також володіє складною граматичною будовою, що під час перекладу викликає певні труднощі. У статті пропонується аналіз специфіки перекладу заголовків англійських статей. Визначено структурно-граматичні та лексичні особливості газетних заголовків. Запропоновано переклад заголовків на фактичному матеріалі американських та британських газетних статей. Зауважено на необхідність збереження дохідливості та зрозумілості інформації та використанні аналогічних мовних засобів при перекладі. Специфічними рисами англійських газетних заголовків є компресія мовних одиниць на всіх рівнях, використання багатозначних слів, цитат, ідіом, каламбуру, гри слів і так далі.

Назви англійських медіа текстів є компресією форми і виразною ємністю змісту. Їх переклад – це тонка гра із читачем, якого необхідно переконати і захопити, що відповідає завданням стилю масової комунікації. Труднощі розуміння газетних заголовків можуть бути пов'язаними, перш за все, із порушеннями мовних норм; по-друге, із недостатньо повними знаннями реалій і культури країни, а також фразеології. Зазначено, що для здійснення вдалого адекватного перекладу необхідно усвідомлювати суть, зміст, комунікативну функцію та стилістичний ефект особливостей тексту, із умінням розпізнавати метафори, алюзії, іронію, каламбур, мати необхідні знання та уявлення про реальність, якій присвячений текст.

Ключові слова: публіцистичний стиль, мова засобів масової комунікації, медійні тексти, газетні заголовки, особливості перекладу.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації мають великий вплив на різні сфери людської діяльності, на свідомість та уявлення людей, на розвиток національних мов і культур. Тому проблема перекладу текстів ЗМІ є надзвичайно актуальною.

Об'єктом пильної уваги лінгвістів в останні роки є публіцистичний текст, особливий матеріал, зорієнтований на максимальний вплив на аудиторію за допомогою засобів масової інформації. Однією з важливих особливостей медійних текстів є сукупність у них елементів повідомлення й впливу. Незважаючи на те, що головною функцією масової комунікації прийнято вважати донесення інформації, таке донесення рідко

носить нейтральний характер. В абсолютній більшості випадків основним завданням газетно-інформаційного стилю є донесення певної інформації з певних позицій із метою досягнення жаданого впливу на читача [1, с. 113]. Зазвичай подача інформації супроводжується прямим або завуальованим вираженням оцінки подій, мовними засобами та мовленнєвими прийомами, які викликають певну реакцію. Тому професійний перекладач має вміти помічати й адекватно передавати співвідношення саме інформації та експресивних засобів при перекладі.

Адекватний переклад будь-якого тексту ЗМІ передбачає точну передачу засобами іншої мови не тільки інформативного змісту тексту, але і його комунікативної або функціональної направленості. Іншими словами, комунікативно-функціональна еквівалентність перекладу текстів ЗМІ не менш важлива, ніж його семантична еквівалентність.

Для кожного функціонального стилю характерними є певні особливості, які мають вплив на процес перекладу. Газетний стиль продовжує займати особливе місце в списку засобів масової інформації, адже засоби друку відображають сучасний стан мови. Важливу роль у газетно-інформаційному стилі відіграє наявність політичних термінів, імен та назв, використання газетних кліше, наявність елементів розмовного стилю, жаргонізмів.

Актуальність проблеми пов'язана з високою культурно-соціальною значущістю заголовку. Дослідженням газетного стилю приділяли увагу багато лінгвістів (Н.М. Белова, В.І. Коньков, Е.О. Лазарева, Е.Н. Малюга, А.С. Микоян, О.К. Денисова, Л.П. Позняк та інші).

Метою дослідження є намагання проаналізувати стилістичні та лінгвістичні особливості газетних заголовків на основі фактичного матеріалу англійської преси та особливості їх перекладу на українську мову.

Виклад основного матеріалу. Різноманітні друковані видання намагаються привернути увагу аудиторії. Перш за все, читач звертає увагу на заголовок. Отже, не можна заперечувати важливу роль заголовку, який надає читачеві загальну картину новин і впливає на його бажання прочитати всю статтю. Заголовки – це спеціальні засоби, які допомагають побудувати тематичну структуру тексту й показують найбільш важливу текстову інформацію, допомагають скласти перший загальний прогноз про його зміст. Авжеж, автори намагаються привернути увагу своєї аудиторії до заголовку й сприяти розумінню всього тексту [6, с. 159].

Із певними труднощами пов'язаний переклад газетних заголовків. Особливості структури й лексичного наповнення англійських заголовків зумовлені змістом цілісного тексту. Завдання заголовку полягає в тому, щоб своєю короткомовні-

стю й графічною оригінальністю привернути увагу читача до допису [6, с. 60]. Отже, перед перекладачем постає нелегке завдання – адаптувати текст для читача – представника культури мови перекладу.

Деякі мовознавці виокремлюють *доперекладацький етап* і *етап безпосереднього перекладу* заголовків. На першому визначається актуальний зміст заголовку у зв'язку зі змістом тексту статті, його функціональної направленості, ролі в організації тексту. На другому етапі відбувається повна передача або часткова компенсація особливостей заголовку.

Для коректного професійного перекладу газетних заголовків слід зважати на деякі особливості таких текстів. Перш за все, це **дохідливість і розумілість інформації**, від чого залежить безпосередня реакція читача. Результат досягається за допомогою використання специфічних кліше та журналістських штампів, стандартних термінів і назв: *tangible results* – *відчутні результати*, *nuclear tension* – *ядерна напруга*, *the discussions are still in their early stages* – *переговори все ще на ранніх стадіях*, *UN Security Council* – *Рада Безпеки ООН*. Якщо у тексті використані клішовані сполучення нейтрального характеру, то в перекладі слід використовувати **аналогічні мовні засоби**: *a significant event* – *визначна подія*; *restricted information* – *інформація для службового використання /засекречена інформація*, *Trump's Dirty Tricks* – *брудні трюки Трампа*, *Oligarch's Return Raises Alarm in Ukraine* – *Повернення Коломойського – сигнал тривоги для України та інших*. У випадках, коли «готових» відповідей на мовному рівні не існує, сенс висловлення слід передавати іншими засобами, не порушуючи при цьому жанрового, стилістичного та комунікативного характеру тексту.

Широко вживаються в газетних заголовках односкладні речення. Наявність одного головного члена є характерною ознакою односкладних речень, які для повноти і своєрідного характеру своєї синтаксичної будови та об'єктивно-суб'єктивного змісту не потребують доповнення їх іншим головним членом [3, с. 34].

Наступною специфічною рисою англійських газетних заголовків є **компресія мовних одиниць всіх рівнів**. Наприклад, еліпсис як прийом синтаксичної компресії: *Protester Jailed* – *Протестанта ув'язнено*, *Contract Signed* – *Контракт підписано*; невикористання артиклів, допоміжних дієслів та іншого – *US set to free Israel spy Pollard* – *Єврейського агента звільнено у США*; *Kuwait arrests group over IS links* – *У Кувейті заарештовано групу з промислових ланок управління*.

Широке використання еліптичних речень у заголовках газетних статей пояснюється закладеною в них здатністю виражати думку в максимально стислій формі та створювати інтригу. Еліптичність заголовків, по-перше, відповідає основній із вимог до заголовків – лаконічності. По-друге, вона дозволяє концентрувати увагу на найголовнішому в повідомленні, звільняючи його від другорядного, що дозволяє підсилити дієвість такого повідомлення і полегшує його сприйняття [3, с. 45].

Події, що сталися в недалекому минулому, виражаються за допомогою Present Simple: *Influenza Kills 200 in India*. Вживання теперішнього часу наближає події до читача, робить його ніби учасником цих подій і тим самим підсилює інтерес до опублікованого матеріалу. Форми майбутнього часу заміняють інфінітивом, наприклад: *They to Meet in Minsk* – *Вони мають зустрітись в Мінську*; *Laundry Workers to Vote on New Contract* –

Робітники пральні голосуватимуть за новий контракт. При свійний відмінок вживається з неживими іменниками замість прийменникового звороту з of: *Price Control's Effect Discussed* – *Обговорено ефективність контролю за цінами* [2, с. 3].

На лексичному рівні – **використання багатозначних слів**, які набувають більш широкого значення в умовах газети *Sunday Night Anxiety? Here's how to conquer the back-to-work blues* – *Як подолати тривоги ночі перед початком нового робочого тижня*. Йдеться про так звану «газетну лексику – headline vocabulary», яка формує своєрідний жаргон заголовків із односкладних багатозначних слів із динамічною семантикою, насичених стилістично: *ban, boss, claim, crash, rush, head, stimulate, move, riddle, threat, інших*. Особливістю такої «заголовної лексики» є не лише частота її вжитку, але й універсальний характер її семантики. Слово *pact* у заголовку може означати не лише «пакт», але й «договір», «угоду», «операцію» тощо. Дієслово *hit* може бути вжито у зв'язку з будь-яким критичним виступом. *Red* може означати і «комуністичний», і «соціалістичний», і «прогресивний»; *bid* має на увазі «заклик», «запрошення», «спробу досягти певної мети» [7, с. 130].

Односкладна структура таких слів дозволяє легко модифікувати їх значення та функції. Така лексика часто досить тонко обігрується: *A wet open air concert in London by opera singer Luciano Pavarotti* (*Концерт оперного співака Лучіано Паваротті під дощем*) подається як *Torrential Rain in Most Arias* (*Проливний дощ у більшості арій*). Речення малює багаторівневу гру слів і звуків: *Torrential Rain, Arias – Areas* [6, с. 61]. Для надання емоційного забарвлення до загальноновживаної лексики додають жаргонізми, неологізми, діалектизми, поетизми, сленг, наприклад: *Cop Shoots a Man* – *Поліцейський застрелив чоловіка* [2, с. 3].

У газетних заголовках допускаються образні елементи мови, які надають заголовку жвавості та виділяють їх з-поміж інших «сухих» заголовків [6, с. 130]: *Heir to the Dear Leader Appears From the Shadows*; *Showtime for Volodymyr Zelensky, Ukraine's Spoof President*.

Ще одна характерна риса письмових текстів ЗМІ, яка створює особливу проблему для перекладача, це газетні заголовки на основі **гри слів, каламбуру, цитат, ідіом** тощо: *Blinking Sphinx, Stone Alone, A Knight to Remember, Where the Grass is Greener, Much Ado About Nothing, etc.* Очевидно, що такі заголовки не слід перекладати буквально. В ідеалі, у якості перекладацької «відповіді» на каламбур хотілося б бачити значний каламбур у тексті перекладу. Якщо такого рішення проблеми знайти не вдається, краще замінити заголовок повністю, зробити його нейтральним, але зрозумілим і пов'язаним із темою статті [8].

Висновки. Таким чином, назви англійських медіа текстів є компресією форми і мають виразну ємність змісту. Їх переклад – це тонка гра із читачем, якого необхідно переконати і захопити, що відповідає завданням стилю масової комунікації. Заголовок в англійських газетах відіграє важливу роль. Його первинним завданням є привернення уваги читача, бажання зацікавити і навіть уразити його і лише в другу чергу заголовку відводиться інформаційно-роз'яснювальна функція – донесення до читача короткого змісту статті.

Труднощі розуміння газетних заголовків можуть бути пов'язаними, перш за все, із порушеннями мовних норм;

по-друге, із недостатньо повними знаннями реалій і культури країни, а також фразеології. Готових рецептів та універсальних прийомів для перекладу газетних заголовків не існує. Основне правило перекладача у таких випадках – перекладати їх на основі інформації, контексту і повного тексту статті, враховуючи прийоми психологічної дії, засновані на стереотипах аудиторії. Якщо перекладач заздалегідь готовий до таких проблем, якщо він усвідомлює суть, зміст, комунікативну функцію та стилістичний ефект особливостей тексту, із умінням розпізнавати метафори, алюзії, іронію, каламбур тощо, маючи необхідні знання та уявлення про реальність, якій присвячений текст, є сподівання, що його переклад буде достатньо адекватним.

Література:

1. Белова Н.М. Методические рекомендации по работе над переводом газетно-информационного материала. М., 1995. 304 с.
2. Зененко Н.В. Лексико-грамматическая специфика газетно-публицистического стиля речи : автореф. дис. канд. фил. наук. Москва, 2004. 16 с.
3. Коваленко А.М. Заголовок англоязычного журнального микротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика : дис. канд. філол. наук: Київськ. нац. лінгв. ун-т. Київ, 2002. 187 с.
4. Коньков В.И. Речевая структура газетного текста. СПб., 1995. 158 с.
5. Кубашичева С.К., Читаю Л.Р. Особенности перевода заголовков современных английских СМИ. *Вестник АГУ*. 2015. Вып. 2. С. 59–62.
6. Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/23880/1/iurp-2006-40-18.pdf>.
7. Малуя Е.Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе. *Язык, сознание, коммуникация*. Москва, 2005. № 21. С. 129–138.
8. Микоян А.С. Проблемы перевода текстов СМИ. *Язык средств массовой информации* : учебное пособие для вузов под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 443–455.

Pampura S. English newspaper headlines' language: specifics of translation

Summary. The article has been devoted to the issue of translating headlines of English newspapers and journals into Ukrainian. Headlines in American and British newspapers plays an important role. Its prior purpose is to attract readers' attention, to arouse interest and even provoke excitement. Informative and explanatory functions, that is presenting the subject of the whole article, is only its secondary purpose.

The English language is characterized by abandoning use of phraseological units, idioms, puns as well as a complicated grammatical structure which cause some serious problems while translating. The article presents an analysis of fundamental aspects of translation of English newspaper headlines, defines their structural-grammatical and lexical features, suggests translations of some headlines on the actual material of American and British newspaper articles.

The author claims the importance to preserve the intelligible and coherent character of information and to use equivalent language means while translating. Characteristic features of English newspaper headlines are compression of language units of all the levels, use of polysemantic words, quotations, phraseological units, idioms, puns, etc. Headings of English media texts implement a compression of the form and expressive capacity of the content. Such a translation is a fine game with the reader to convince and entertain him / her which perfectly meets the challenges of the mass communication styles.

Certain difficulties in understanding of newspaper headlines can be connected, first of all, with violation of language norms, secondly, with lack of profound knowledge of the national reality and culture and with irrelevant translation of phraseological units. It is distinguished that to perform a relevant adequate translation it is important to understand the essential information, the content, the communicative function and stylistic effect of the specific features of the text. It is also necessary to distinguish metaphors, allusions, irony, puns and other stylistic devices and obtain profound knowledge about the reality the text is devoted to.

Key words: publicistic style, mass media language, media texts, newspaper headlines, specifics of translation.