

# ФІЛОЛОГІЯ

УДК 811.111'25'42:070]=161.2=112.2

## ЛЕКСИЧНІ І ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ УКРАЇНСЬКОЮ ТА НІМЕЦЬКОЮ МОВАМИ

*С. М. Блоха, Д. Є. Ігнатенко*

*Анотація.* У статті висвітлюється низка проблем та складнощів, з якими може стикатися перекладач під час перекладу англомовних газетних заголовків українською та німецькою мовами. Визначено роль контексту під час передачі інформації іншими мовами у публіцистичному стилі. Встановлено, що найчастіше під час перекладу виникають складнощі зі способами передачі українською та німецькою мовами фразових дієслів, фразеологізмів, головних членів речення, цитат, пов'язаних з певним культурно-специфічним контекстом.

*Ключові слова:* переклад, газетний заголовок, новинний текст, алюзивність.

**Вступ.** Сучасний світ, у якому інформація поширюється надзвичайно швидко, вимагає ефективного перекладу новин та інформації насамперед з англійської мови, оскільки англійська – мова міжнародного спілкування, вона є вихідним джерелом для світових новин, аналітики, досліджень та інновацій. Оперативний переклад новин відомих інформаційних агентств дає змогу певній локальній аудиторії швидше дізнаватися про події у світі. За словами О. Чувардинського, засоби масової інформації є невід'ємною складовою громадського суспільства. Їх часто називають «четвертою владою», що наголошує на їх значущості [7, с. 455]. Тексти масмедіа, до яких належать і газетні статті, є потужним інструментом формування громадської думки. Окрім їх основної функції – інформувати суспільство про важливі події, – вони впливають на суспільну думку та формують певний настрій і поведінку громадськості. Тому точний і якісний переклад таких текстів є важливим для забезпечення об'єктивності інформаційного простору. Одним із ключових складників цього процесу є переклад газетних заголовків. Газетні заголовки відіграють важливу роль для привертання уваги читачів, а їх переклад може впливати на сприйняття тексту та його інтерпретацію. Газетні заголовки, як перший контакт читача з текстом, виконують важливу функцію залучення уваги та стимулювання подальшого читання, а саме сприяють прийняттю рішення: читати далі чи ні? Пропонована розвідка зорієнтована на з'ясування культурних відмінностей у моделюванні англомовних конструкцій газетних заголовків та їх трансформацій під час перекладу українською та німецькою мовами, де ключову роль відіграє класифікація досліджуваних мов: аналітичні англійська і німецька та синтетична українська. Аналітичні конструкції англійської мови часто використовуються в газетних заголовках для створення ефекту інтриги та залучення уваги читача. Англійські газетні заголовки характеризуються використанням складних конструкцій, непрямих запитань, алюзій та інших літературних прийомів. Синтетична українська мова, навпаки, прагне до лаконічності та чіткості викладу. У статті аналізуються заголовки статей, які стосуються тематики «Довкілля», оскільки ця тема є однією з найактуальніших у сьогоденному світі. Зміна клімату, екологічні проблеми, забруднення, глобальне потепління – це питання, які турбують мільйони людей. Важливість цієї рубрики полягає в тому, що вона формує екологічну свідомість населення і впливає на політику в галузі захисту навколишнього середовища.

*Актуальність* теми дослідження обумовлена чинником збільшення кількості англомовних видань і активним переходом на цифровий газетний формат, що забезпечує більшу кількість читачів, і відповідно – потребою перекладу цих джерел у зв'язку зі зростаючим інтересом до вказаних видань.

*Мета* дослідження полягає у виявленні системи особливостей англомовних газетних заголовків і потенціалу моделей їх перекладу українською та німецькою мовами з актуалізацією відповідних складнощів і перекладацьких трансформацій. Мета роботи зумовила постановку таких завдань: 1) з'ясувати лінгвокультурні відмінності між англійською, українською та німецькою мовами, що впливають на стратегію і тактики перекладу газетних заголовків; 2) проана-

лізувати моделі перекладу англomовних газетних заголовків українською та німецькою мовами, ідентифікуючи проблеми, що виникають під час перекладу; 3) розробити рекомендації для перекладачів та редакторів щодо успішного перекладу англomовних газетних заголовків українською та німецькою мовами.

*Об'єкт* дослідження – заголовки англomовних газет і трансформаційні моделі їх перекладу українською і німецькою мовами.

*Предмет* дослідження – лексичні і граматичні особливості англійських газетних заголовків та способи їх передачі українською і німецькою мовами. *Матеріалом* наукової розвідки виступають 210 заголовків новинних статей з тематики доквілля.

**Теоретичні засади дослідження.** Газетний заголовок – це короткий текст, що слугує своєрідною візитівкою статті, завданням якої є привернути увагу читача, здивувати, а також анонсувати основний зміст матеріалу. Заголовок виступає першою точкою контакту між текстом і його аудиторією, від нього залежить, чи зацікавиться читач подальшим читанням. Основними функціями газетного заголовка є: привернути увагу (заголовок повинен виділятися та запам'ятовуватися), надати уявлення про тему та зміст статті (коротко й лаконічно передати основну ідею статті), створити інтригу або ефект емоційної напруги (змусити читача поставити питання і шукати відповіді у тексті статті); передати тональність тексту, що може бути нейтральною, офіційною, драматичною чи навіть провокаційною [10, с. 14].

У кожній мові існують своєрідні особливості побудови заголовків, що відображають культурно-історичні та мовні аспекти конкретної лінгвокультури. Якщо звернути увагу на лінгвістичні особливості, то, наприклад, англійські заголовки характеризуються використанням багато-значних слів разом з активними дієсловами, які роблять заголовки більш цікавими та інтригуючими. До того ж в англomовних заголовках новинних текстів дозволено уникати навіть ключових граматичних конструкцій для збереження стислості та лаконічності [6, с. 158].

Українські заголовки зазвичай більш розгорнуті та емоційно забарвлені, що пов'язано з культурними особливостями сприйняття інформації. Вони можуть містити пояснення, емоційну оцінку ситуації, апелювати до почуттів читача.

Німецькі заголовки відзначаються точністю, стислістю та логічною структурою. Німецька мова з її багатокомпонентними словами дає змогу створювати чіткі, інформативні та беземоційні формулювання. Ефективність перекладу заголовків, зрозуміло, залежить від того, наскільки буде збережено інформативність, стилістичну тональність та імпаکت оригінальних заголовків, а також своєрідність лінгвокультури цільової аудиторії.

**Виклад основного матеріалу.** У новинних текстах перекладач часто стикається з численними труднощами, пов'язаними з лексичними та граматичними конструкціями. Тексти масмедіа часто містять спеціалізовану термінологію (сфери політики і права, економіки, медицини, інженерії та ін.), власні імена, географічні назви, ідіоми, фразові дієслова, також використовуються алюзії, ремінісценції та ін. прийоми.

Терміни певних галузей часто вимагають точного перекладу через їх вузьку спеціалізацію. Слова можуть змінювати своє значення відповідно до контексту та мати специфічні значення у різних культурах та мовах. Важливим аспектом перекладу є передача власних імен та географічних назв. Часто під час перекладу повинні враховуватися фонетичні і граматичні (наприклад, сталий порядок слів у реченні в англійській та німецькій мовах) особливості мов. Для успішного перекладу новинного тексту перекладач повинен зрозуміти зміст, визначити комунікативне навантаження тексту і проаналізувати його структуру. До того ж важливо володіти значним обсягом фонових знань і враховувати цільову аудиторію конкретного повідомлення.

Під час перекладу газетних статей часто виникає низка проблем та складнощів. Труднощі з перекладом можуть бути пов'язані з використанням автором різних граматичних і лексичних конструкцій для економії часу та газетного простору.

Аналіз низки проблем і складнощів під час перекладу англійських газетних заголовків, що стосуються тематики доквілля, дав змогу встановити, що найчастіше траплялися проблеми з такими лексико-граматичними елементами: фразові дієслова, фразеологізми, алюзивність, опущення головних членів речення.

Розглянемо конкретні випадки з труднощами під час перекладу.

1. Особливу складність становлять фразові дієслова. Це дієслівні конструкції в англійській мові, що складаються з дієслова і одного або кількох прийменників чи прислівників. Фразові дієслова не мають прямих еквівалентів в українській мові, оскільки вони відрізняються від прямих значень дієслів та мають ідіоматичний характер, напр.:

*Red weather warning issued for parts of Europe as Greece put on fire alert* (The Independent).

*Пожежі та сотні загиблих: Південну Європу та Близький Схід накрила пекельна спека* (Зарубіжна преса Уніан).

Цей приклад показує, що перекладач, спираючись на контекст і значення фразового дієслова, знайшов відповідний еквівалент у цільовій мові, який передає таке саме значення. Помітною є модуляція (смысловий розвиток) внаслідок перекладу: якщо в оригінальному заголовку основний акцент зроблений на попередженні про погіршення погодних умов, то в українському варіанті перекладач додав експресивності, драматизму, звертаючи увагу на наслідки пожежі. До того ж, в українському перекладі спостерігається конкретизація: *сотні загиблих* – в англійському варіанті інформації про загиблих не було; а також *Південну Європу та Близький Схід* – в англійському варіанті *parts of Europe as Greece*.

*Large patch of the Atlantic Ocean near the equator has been cooling at record speeds – and scientists can't figure out why* (Live Science).

*Велика ділянка Атлантичного океану поблизу екватора охолоджується рекордними темпами.*

У цьому прикладі перекладач взагалі пропустив частину з фразовим дієсловом. Напевно, на думку перекладача, ця частина речення не містить важливого смислового навантаження. У цьому випадку використана трансформація опущення, щоб зробити заголовок більш стислим та формальним. Варто зазначити трансформацію зміни порядку слів. Оригінальний заголовок англійською має порядок, типовий для англословної побудови речень. У перекладі, щоб забезпечити природний для української мови порядок слів, цей порядок було дещо змінено.

2. Наступним елементом виступають фразеологізми. Їх вибір, місце в тексті, порядок уже мають певну закріплену позицію. Тому ні на вибір даних, ні на їх місце в тексті перекладач вплинути не може. А от передача інших засобів вираження цілком залежить від перекладача.

Взагалі проблема перекладу фразеологізмів потребує особливої уваги, адже передача їх дослівно неможлива. Це пояснюється тим, що вони являють собою єдиний образ, єдине семантичне ціле. Буквальний їх переклад не є гарантією правильного перекладу. Зникне образ, емоційний відтінок тексту, що може зменшити інтерес читача до матеріалу.

Як вже зазначалося, перекладач повинен розглядати фразеологізми як одне семантичне ціле. Відповідно першим кроком у процесі перекладу є пошук аналогічного виразу в цільовій мові. Причому потрібно шукати відповідники навіть з тим самим експресивним забарвленням для точної передачі змісту та намірів автора. Якщо точного відповідника немає, перекладач намагається замінити його виразом з подібною семантичною єдністю, напр.:

*Europe and US could reach 'peak meat' in 2025* (The Guardian).

*Європа почне відмовлятися від м'яса з 2025 року* (Зарубіжна преса Уніан).

Значення фрази «peak meat» – момент максимального споживання м'яса перед початком його зменшення. Перекладач вжив дієслово «відмовитися», використавши смысловий розвиток, уже відомий результат дії. В українському перекладі акцент робиться тільки на Європу, тоді як в оригіналі згадуються і Європа, і США. Це приклад конкретизації, коли в перекладі зосереджено увагу на одному регіоні, оскільки в контексті української аудиторії акцент на Європі може бути більш актуальним. Водночас США з перекладу повністю виключено.

*Top scientists warn of 'ghastly future of mass extinction' and climate disruption* (The Guardian).

*Вчені віщують вимирання людства через байдужість до Землі* (Зарубіжна преса Уніан).

Значення фрази «ghastly future» – жахливе майбутнє з небажаними катастрофічними змінами. Частина з mass extinction перекладена виразом *вимирання людства*, для іншої частини використана трансформація опущення. До того ж відбувається зміщення акценту від майбутньої загрози масового вимирання різних видів до конкретного сценарію вимирання людства та «байдужості до Землі», що є суттєвою зміною, яка впливає на тон і сенс заголовка.

*Heatwaves could become 'the new normal' for Europe, study finds* (The Guardian).

*Європі загрожують «екстремальна» спека, – дослідження* (Зарубіжна преса Уніан).

Значення фрази «the new normal» – нова реальність після певних змін. Перекладач у цьому випадку використав експресивний прикметник у перекладі, що є характерним для української мовної культури.

*Climate Change: The Clock is Ticking* (The Guardian).

*Час екологічної катастрофи вже настав* (Зарубіжна преса Уніан).

Значення фрази «the clock is ticking» – наближення кінцевого терміну чогось. У цьому випадку – наближення катастрофи. Перекладач використав еквівалент відповідно до контексту.

3. Ще більша проблема у перекладі газетних текстів полягає у їх високій алюзивності. Виражається вона в тому, що журналісти у своїх текстах використовують приховане або явне цитування добре знайомих усім читачам фрагментів тексту з відомих кінофільмів, мультфільмів, популярних пісень, звукової та письмової реклами – коротко кажучи, спираються на широкий вербальний контекст усіх джерел масової інформації.

У цьому випадку перекладач має добре розуміти культурний контекст і знати джерела, на які посилається оригінальний текст. Тоді хоча б частину прихованих посилань він розшифрує і постарается відтворити або прокоментувати їх у перекладі. Перекладач не має права позбавляти читача цієї алюзивності, одної лише прямої цитати з серіалу може бути недостатньо. Напр.:

*'Doomsday glacier' won't collapse the way we thought, new study suggests* (The Independent).

*Doomsday-Gletscher wird nicht wie von Wissenschaftlern befürchtet zusammenbrechen, heißt es in einer neuen Studie* (Spiegel).

У цьому прикладі представлена відома всім відсилка на судний день. Тому перекладач не передав це слово німецькою мовою, а залишив його відомий широкому загалу англійський варіант для кращого розуміння культурного контексту.

*The poison used to eradicate a biblical mouse plague ravaging southeast Australia is having a deadly effect on native wildlife* (Insider).

*В Австралії відбувається масове нашествя мишей. Однак екологи хвилюються, що отрута проти них нашкодить природі* (Зарубіжна преса Уніан).

В оригінальному заголовку статті згадується масове нашествя гризунів з біблійних текстів, за яким слідували голод, спустошена земля, постраждали люди. Читаючи варіант перекладу українською, читач позбавлений цієї алюзивності. Спостерігається опущення слова *a biblical*.

4. Ще однією актуальною проблемою під час перекладу англійських заголовків є опущення головних членів речення. Це потребує ретельного опрацювання та розуміння змісту статті. Що в такому випадку робити перекладачеві?

Тут допустима лексична компенсація або часто з'являється необхідність змінювати граматичну конструкцію повністю, напр.:

*Ozone layer on road to recovery despite volcano eruption, UN weather body says* (Reuters).

*UN-Experten rechnen mit Erholung der Ozonschicht* (Unric).

В англійському заголовку пропущений присудок. Однак проаналізувавши структуру та зміст статті, перекладач використав трансформацію додавання слова *rechnen* для повноти перекладу.

*Long-term thermal sensitivity of Earth's tropical forests* (Science).

*Рослини більш схильні пристосовуватися до похолодання, ніж до потепління – дослідження* (Зарубіжна преса Уніан).

Заголовок вихідного новинного тексту є поширеною іменниковою фразою, що описує тропічні ліси на планеті. В оригінальному варіанті не використано жодного дієслова. Під час перекладу спостерігається лексична компенсація цього опущення дієсловом *пристосовуватися*.

**Висновки.** Дослідивши найпоширеніші труднощі під час перекладу англійських газетних заголовків українською та німецькою мовами, можна виокремити такі способи їх вирішення:

1. Фразеологізми, або стійкі вирази, є одними з найбільших складнощів у перекладі через їх культурну та мовну специфіку. Оскільки ці одиниці мають фіксоване значення, яке часто не співпадає з буквальним значенням їх компонентів, переклад фразеологізмів потребує ретель-

ного підходу. Перекладачеві необхідно обирати між буквальним перекладом, якщо він може бути зрозумілим у цільовій мові, і варіативними відповідниками, які краще передають зміст виразу. Переклад фразеологізмів в аналізованих заголовках варіативний, одиницею перекладу виступає словосполучення або речення.

2. Алюзії можуть бути запозиченнями з класичної літератури, міфології, релігійних текстів або відомих історичних подій, тому вони потребують не тільки перекладу, а й культурної адаптації. У випадках, коли культурні реалії джерела та цільової аудиторії не збігаються, переклад може потребувати додаткового пояснення в самому тексті або пояснення через виноски. Переклад прихованих цитат відбувається за допомогою варіативних відповідників або трансформацій, з коментуванням (внутрішнім або зовнішнім).

3. Опущення підмета або присудка під час перекладу відбувається за допомогою лексичної компенсації та зміни граматичних конструкцій. Такі трансформації дають змогу зберегти оригінальну ідею заголовка, водночас адаптуючи його до граматичних норм і стилістичних особливостей іншої мови. Це є особливо важливим у перекладі новин, де стислість повинна поєднуватися з точністю та зрозумілістю.

Всебічне дослідження особливостей перекладу англomовних газетних заголовків українською та німецькою мовами сприятиме вдосконаленню перекладу та підвищенню його ефективності у сфері новинних текстів для збільшення читацької аудиторії та популяризації газет.

*Abstract.* The article explores a range of challenges and problems that translators may encounter when rendering English-language newspaper headlines into Ukrainian and German. The role of context in conveying information in other languages within a journalistic style is determined. It is established that the most common difficulties during translation arise from the methods of rendering phrasal verbs, idioms, the subject and the predicate, and quotations associated with a specific cultural context into Ukrainian and German.

*Keywords:* translation, newspaper headline, news article, allusivity.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2002. 19 с.
2. Болдарьова Є. Ф. Мовна гра у заголовках публіцистичних текстів. *Мовна особистість: проблема лінгвокультурології та функціонал. семантики*. Київ, 1999. С. 45–51.
3. Бакало А. Заголовок друкованого ЗМІ: рекламний слоган. *Друкарство*. 2006. № 5. С. 36–39.
4. Банзерук А. Перекладацькі трансформації в англійськомовному медіадискурсі. *Вісник студентського наукового товариства: збірник наукових праць студентів, магістрантів і аспірантів / за заг. ред. О. В. Мельничука*. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2021. Вип. 25. С. 39–42.
5. Бойчук К. В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 135–139.
6. Пампура С. Ю. Мова англійських газетних заголовків: особливості перекладу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2019. № 41, т. 2. С. 157–159.
7. Чувардинський О. «Четверта влада» в структурі громадського суспільства. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2006. Вип. 32. С. 455–467.
8. Nachten W. A. Four Types of Newspapers. *Africa Today*. Press Freedom and African Development (Jun.–Jul., 1969). Vol. 16, № 3. P. 7–8. URL: <https://www.jstor.org/stable/4187829> (дата звернення: 04.05.2024).
9. Tiono N I. An Analysis on Syntactic and Semantic Factors Found in Newspaper Headlines. *K@ta: A Biannual Publication on the Study of Language and Literature*. 2003. Vol. 5(1). P. 49–61. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/143852-EN-an-analysis-on-syntactic-and-semantic-fa.pdf> (дата звернення: 11.08.2024).
10. Mozūraitytė R. Newspaper Style: Stylistic Features of the Headlines / Assoc. Prof. Dr. Sušinskienė. 2015. URL: <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:8740579/datastreams/MAIN/content>