

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-106>

УДК 811.111-26

Тікан Я.Г.¹, Потапенко К.В.Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

Анотація. Робота присвячена актуальним проблемам функціонування та перекладу експресивної лексики у медійних текстах сучасної англomовної преси. У статті встановлено, що значну частину специфічної лексики в англomовних медіа складає експресивна лексика. У дослідженні розглянуто поняття експресивної лексики та її прагматичні функції у англomовному медіатексті. Результати аналізу дають змогу зробити висновки, що експресивна лексика є досить поширеною у газетних текстах, створюючи у кожній з них свій стилістичний ефект. Відзначено, що серед розглянутих нами перекладацьких трансформацій можна виділити такі найчастотніші засоби: конкретизація, генералізація, емпатизація й нейтралізація, експлікація, антонімічний переклад, заміни, перестановки, членування речення та зміна його структури.

Ключові слова: засоби експресії, експресивність, переклад, медіа, медіатекст.

Tikan Yana, Potapenko Kateryna

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»**PRAGMALINGUISTIC FEATURES OF REPRODUCTION OF LANGUAGE MEANS OF EXPRESSION IN MODERN ENGLISH MEDIA TEXTS IN UKRAINIAN**

Summary. The work is devoted to topical problems of functioning and translation of expressive vocabulary in media texts of modern English-language press. The study defines the concept of "media text". Stylistic features of English – language media texts are characterized. It is noted that the language of English-language media texts has certain features and directions for certain categories of readers. The analysis of English-language media proved the direct relationship between the degree of complexity of the selected language tools and socio-cultural specific features of the target audience. Linguistic practice of mass media determines the main tendencies of development of lexical-semantic, word-forming and syntactic structures of language. The language of the media is singled out as a separate background in journalism, which has its own genre and language features. Expressiveness is a property of language units to reinforce the logical and emotional meaning of what is said. Expression is a set of semantic and stylistic features of speech expressiveness, such as quality, due to which stylistic marking (emotionality) is achieved. The concepts of expression and expressiveness are different: expression serves to increase and enhance expressiveness, and expressiveness is that expressiveness. Expressive vocabulary is constantly updated and supplemented with new lexical and semantic variants. It is emphasized that a significant part of the specific vocabulary in the English-language media is expressive vocabulary. The concepts of expressive vocabulary and their functionality in media text are considered. The results of the analysis allow us to conclude that expressive vocabulary is quite common in newspaper texts, which is reflected in articles on various topics (economic, business, entertainment, youth newspapers, etc.), creating a stylistic effect in each of them. It is noted that the transfer of expressive English vocabulary in the Ukrainian language is carried out with the involvement of such translation methods as assimilation, descriptive translation, tracing, transcription, transliteration.

Keywords: vocabulary, expressiveness, translation, media, media text.

Постановка проблеми. Наразі засоби масової інформації є своєрідним генератором суспільних думок і задовольняють одну з головних суспільних потреб людини. У процесі свого розвитку вони стали використовувати різні засоби впливу на думку суспільства. Аналіз мовних засобів вираження експресії та маніпулятивного впливу в текстах мас-медіа дозволяє визначити, до яких прийомів вдаються автори даного стилю для здійснення впливу на суспільну думку. Актуальність підкріплюється також тим, що сучасні ЗМІ стрімко розвиваються, і серед лінгвістів не існує одної думки стосовно прийомів, що використовують автори ЗМІ для здійснення впливу на аудиторію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження мови ЗМІ неодноразово ставало об'єктом наукових студій, з-поміж яких слід ви-

ділити роботи Т. Г. Добросклонської [2]. Питання перекладу медіатекстів представлено у працях В. Н. Комісарова [6], Л. К. Латишева [7]. Експресивні в текстах сучасних медіа розглядали такі дослідники, як Л. П. Дядечко [4, с. 106–116], О. Н. Дорофеева [3, с. 110–114].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Від самого початку розвитку ЗМІ однією з визначальних характеристик медіа стала можливість формування суспільної думки. Залучаючи громадян до інформаційних відносин, ЗМІ справляють безпосередній вплив на чинну модель соціуму. Таким чином, окрім надання інформації, потрібної сучасній людині для обізнаності та прийняття життєво важливих рішень, сучасні засоби масової інформації водночас починають із усе більшою інтенсивністю використовувати різні маніпулятивні прийоми

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4142-1704>

впливу на свідомість індивідів для досягнення власних цілей.

Для досягнення цієї мети засоби масової інформації починають вдаватися до застосування різноманітних технологій прихованого тиску на емоційну складову масової свідомості. Таким чином відбувається управління поведінкою людей шляхом нав'язування їм ідей, дій, установок, мотивів, стереотипів поведінки, які є вигідними суб'єкту впливу.

Тож, сьогодні, коли якість інформаційних технологій та їх використання постійно зростає і вони дедалі більшою мірою визначають характер життя суспільства, питання про прийоми впливу на свідомість суспільства, які застосовують автори, набуває особливого значення. Проблема маніпуляції свідомості мас стає все більш актуальною. Вона потребує подальшого детального дослідження, яке в подальшому дасть змогу уникнути негативного впливу на громадську думку, який наразі тільки зростає.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – охарактеризувати закономірності функціонування та перекладу експресивної лексики у текстах сучасних англомовних медіа.

Матеріалом дослідження стали тексти новинних повідомлень на сайті одного з найбільших міжнародних англомовних ЗМІ – BBC [8], що містять експресивні мовні одиниці.

У роботі застосовано: загальнонаукові (аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення) та власне лінгвістичні методи. Описовий метод дозволив здійснити таксономію та інтерпретацію засобів творення експресивності. Контекстуальний метод допоміг у визначенні лінгвальних і позалінгвальних особливостей мовних одиниць; кількісний аналіз – у встановленні частотності вживання експресивної лексики в медіатекстах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом лінгвісти розглядають мову ЗМІ як основний чинник, що сприяє динамічному розвитку лексико-семантичних словотворчих процесів. Також мовознавець С. Єрмоленко визначає мовну практику ЗМІ як таку, що відіграє визначальну роль у визначенні мовного стандарту, формуванні мовних смаків, моди на слововживання [5, с. 53].

У пресі зі стилістичної точки зору використовується найбільш неоднорідна лексика. Лексика повинна бути спрямована на загальне розуміння. У мові ЗМІ можливості письмової розмовної мови пов'язані зі спеціальною лексикою окремих галузей науки. У рекламних оголошеннях використовуються стилістично різноманітні лексичні одиниці як, наприклад, неологізми, іншомовні слова, засоби виразності, емоційна й експресивна лексика, для того щоб привернути увагу читачів і утримати їх інтерес [1, с. 19].

На сучасному етапі розвитку мовлення мова ЗМІ досить часто використовує експресивну лексику. Таким чином засоби масової інформації відіграють значну роль у мовотворенні, адже потім дуже часто такі мовні засоби втрачають свою експресивність, стають поширеними і можуть стати частиною літературного стандарту [5, с. 68]. Особливо актуальною така лексика є у заголовках, оскільки вони виконують свої основну функцію – відразу кидається в очі і викликає інтерес у читача.

Поняття мовної експресії доволі широке. За визначенням це сукупність семантико-стилістичних ознак одиниці мови, які забезпечують її здатність виступати в комунікативному акті засобом суб'єктивного вираження ставлення мовця до змісту чи адресата мовлення, водночас експресивність може бути властивою одиницям усіх рівнів мови [1, с. 20].

У сучасній лінгвістиці актуальності набуває системне дослідження емоційно експресивних засобів у медійних текстах культурної тематики. У теоретичних дослідженнях поряд із поняттям експресивності нерідко фігурує поняття експресії, що в перекладі з латини (*expressio*) позначає «вираження, виразність» [1, с. 20]. Її кваліфікують як особливо виокремлений, підкреслений спосіб вираження думок і почуттів. С. Я. Єрмоленко пропонує таке визначення експресивності: «властивість мовної одиниці підсилювати логічний та емоційний зміст висловленого, виступати засобом інтенсифікації виразності мовного знака, засобом суб'єктивного увиразнення мови. Через експресивність виражальних засобів мовець передає своє ставлення і до повідомлення, і до адресата» [5, с. 68]. Дослідниця наголошує, що для семантико-стилістичної категорії експресивності наявний зв'язок із такими категоріями, як емоційність, стилістичне значення, оцінка, проте не слід ототожнювати її з цими поняттями, адже емоційні явища в мові завжди є експресивними, проте не кожне експресивне мовне явище є емоційним. До експресії зазвичай зараховують своєрідні значеннєві відтінки, які додають до основних значень слів і висловів. Експресія належить до стилістичної категорії лінгвістики.

Також мові ЗМІ характерне використання розмовних і просторічних елементів мови. Завдяки цьому у мові ЗМІ межа між розмовно- побутовою мовою та художньою є досить розмитою.

Емоційно-забарвленими у мові преси можуть бути також і питальні та окличні речення, особливо риторичні питання. Опущення артиклів і допоміжних дієслів можна пояснити економією мовних засобів, що дуже важливо для мови газети [1, с. 73].

Серед власне мовних і стилістичних особливостей мови ЗМІ, що включає використання словотвору і створення індивідуального стилю автора, можна назвати:

1) високий відсоток стійких і клішованих виразів, журналістські штампи, стандартні терміни і назви (*nucleartension; restricted information; negotiations are expected to begin*);

2) наявність оціночних епітетів, прямих звернень до читача (*their politeness was extraordinary; So do not be surprised to hear*);

3) насиченість реаліями суспільно-політичного і культурного життя, алюзіями і цитатами (*new universities; the Oxbridge colleges*);

4) використання ідіоматичної лексики, гри слів, каламбурів, прислів'їв і приказок (*the human face of globalization*) [8].

Практика показує, що в цілому англомовним ЗМІ властива певною мірою толерантність англомовної культури і прагнення до табloidності, евфемізації та політкоректності. В основі мовної коректності лежить бажання не образити, не

зачепити почуття людей, зберегти їх гідність, здоров'я та життя. Таким чином ЗМІ намагаються віднайти інші слова та словосполучення замість тих, що обмежують права людини щодо расової та статевий приналежності, віку, здоров'я, соціального статусу тощо (*Negro – coloured – African; American/Afro-American; invalid – handicapped – disabled – differently-abled; physically challenged; foreigners – newcomers; foreign languages – modern languages*). Обумовленість високим рівнем соціальної культури і традиціями суспільної поведінки є специфікою англомовних ЗМІ.

Мова ЗМІ постійно підвищує рівень доступності викладу інформації, за рахунок використання синтаксичних конструкцій, що властиві розмовному стилю, а також за рахунок застосування лексичних одиниць, що також належать до розмовного стилю мовлення та містять сленг. Також в мові ЗМІ часто використовуються стилістичні прийоми, що забезпечують художню виразність тексту за рахунок лексичних засобів.

Розглянемо приклади використання перекладацьких трансформацій при передачі емоційно-експресивної лексики на матеріалі онлайн-видання BBC і його перекладних аналогів:

1) *The recently-concluded, drawn out court battle in the United Kingdom between rival oligarchs Boris Berezovsky and Roman Abramovich highlights how difficult it can be to get to the "bottom of things" in Russia's very murky business and political climate – a point that Justice Gloster noted in her judgment* [8].

Завершена нещодавно у Британії напружена судова баталія між ворогуючими олігархами Борисом Березовським і Романом Абрамовичем показала, наскільки важко в таких справах «дістатися до суті» – особливо коли йдеться про загадковий і похмурий світ російського бізнесу і політики, що й зазначила суддя Глостер в своїй заяві.

Як видно із прикладу, при перекладі прикметника *murky* перекладач послуговувався прийомом додавання шляхом застосування означень «загадковий і похмурий», які не є синонімами. Запропонований переклад лексичної одиниці є не зовсім вдалим, оскільки слово *murky* означає «темний, похмурий» або ж «неясний, нечистий, сумнівний (*obscure or morally questionable*)» і не має в собі значення «загадковий». Ймовірно, що друге слово-означення введено перекладачем до тексту свого перекладу для того, аби передати семантику підсилювального прислівника *very*, з метою позначення емоційного забарвлення слова, але в результаті подане слово внесло в текст семантику «загадковості». На нашу думку, найбільш доречним варіантом для використання в перекладі було б слово «незбагнений». Обраний перекладачем вид перекладацької трансформації призвів до підвищення емоційності тексту.

2) *Perhaps this how the cold war really ends: not with a bang, but a series of petty policy disputes that savage individual lives and leave both countries looking sordid* [8].

Напевно, саме так закінчується холодна війна: не гуркотом салюту, а низкою дрібних суперечок, що руйнують життя людей, на тлі яких обидві країни виглядають жалюгідно і огидно.

При перекладі цієї статті перекладач удався до додавання для підвищення експресивності висловлювання. Так, слово *sordid* (*involving immoral*

or dishonourable actions and motives; arousing moral distaste and contempt) було перекладене з використанням лексичних одиниць жалюгідно й огидно. Обидва ці значення містяться в вихідному слові *sordid*, хоча, можливо, більш доречним рішенням тут було б: і обидві країни поведуться ганебно. Очевидно, прийом емпатизації був застосований перекладачем неусвідомлено через наявність особистого ставлення до проблеми.

3) *The international adoption trade is a shady business – the perfect micro-example of how America's concept of itself as a benevolent superpower is so often at odds with reality* [8].

Усиновлення дітей в міжнародному масштабі – це сумнівний і нечистий бізнес, ідеальний приклад того, що уявлення Америки про себе саму як про доброзичливу і великодушну наддержаву дуже часто не відповідає дійсності.

У наведеному прикладі можна розглянути використання трансформації шляхом додавання при перекладі лексичної одиниці *benevolent superpower* за допомогою слів *доброзичливий і великодушний*. Тут використовуються значення, що входять до складу семантики лексичної одиниці *benevolent* (*well-meaning and kindly*), хоча переклад зазначеної лексичної одиниці більше тяжіє до значення *доброзичливий*, ніж *великодушний*. В результаті переклад підсилює експресивність і позитивну оцінку, що суперечить нейтральному стилю вихідного тексту. Дане рішення, ймовірно, зумовлене бажанням перекладача привернути увагу читача.

4) *If it really cares about its kids, all Russia needs to do is to sign the Hague convention and work with other nations that have done the same to ensure its directives are followed and, where necessary, tightened* [8].

Якщо Росія дійсно думає і дбає про своїх дітей, їй достатньо підписати Гаазьку конвенцію і почати співпрацювати з іншими країнами-учасницями цього договору, забезпечуючи виконання своїх директив, а якщо необхідно, посилюючи їх.

У наступному прикладі шляхом додавання слово *cares* перекладається, як *думає і дбає*. В цьому випадку лексична одиниця *думати* (в значенні турбуватися) і піклуватися також передають лексико-семантичне значення дієслова *to care* (*look after and provide for the needs of*) і в перекладі використовуються для надання більшої експресивності, хоча по суті, таке подвоєння носить характер лексичної надмірності. Отже, аналізована трансформація привносить додатковий відтінок значення, який не міститься в тексті оригіналу, що в підсумку може вплинути на сприйняття тексту реципієнтом.

5) *Not as big an election as we think* [8].

Не такі вже й важливі вибори.

У перекладі заголовка статті шляхом додавання частки *уже* перекладач знизив нейтральний стиль тексту оригіналу і в перекладі наблизив його до розмовного стилю. У перекладі заголовка статті створюється відчуття певної зневаги до виборів, якого ми не бачимо в тексті.

6) *That is, will it mark a momentous change in U.S. foreign policy and attitudes toward the world – or will its result make no difference at all?* [8].

Чи призведуть вони до доленосних змін у зовнішній політиці США і відношення цієї країни до всього світу? Або вони нічого не змінять?

У статті про значимість виборів у США для перекладу слова *momentous* (визначення: *of great importance or significance, especially in having a bearing on future events*) використовується слово доленосний. Слід відзначити, що слово *momentous* є звичайним словом, що не містить в своєму значенні належності до високого стилю і в значенні не має вказівки на визначення долі народу, в той час як слово доленосний належить до високої книжної лексики. Такий переклад призводить до підвищення експресивності перекладного тексту, хоча у вихідному тексті стиль є нейтральним.

Проведене дослідження в черговий раз підтвердило, що не існує універсального рішення або єдиного способу перекладу для певного мовного явища. Особливо це стосується перекладу тексту, де перекладачеві необхідно здійснити міжмовну комунікацію. На розглянутих прикладах, що належать до мови медіа, видно, що перекладачі успішно застосовують найрізноманітніші перекладацькі трансформації.

Зокрема, крім транскрипції, переклад був здійснений за допомогою заміни реалії іноземної мови на реалію мови, якою здійснюється переклад, що суперечить чинним рекомендаціям щодо перекладу мови медіатекстів. Проте, ми вважаємо такий переклад припустимим, перш за все, зважаючи на специфіку тексту. Крім того, більшість таких реалій нерелевантні для широкого контексту і тому не завдають значної шкоди національному колориту перекладного тексту. Хоча в цілому, найбільш уживаною трансформацією традиційно для перекладу медіатексту залиша-

ється додавання, оскільки реципієнт не завжди володіє тим рівнем знань етнокультури мови перекладу, який достатній для повного розуміння іншомовного медіатексту, в деяких випадках перекладачі не вдаються до нього, адже значення багатьох реалій можна зрозуміти з контексту.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку. Таким чином, серед розглянутих нами перекладацьких трансформацій, що використовуються при перекладі емоційно-експресивної лексики в новинних медіатекстах, можна виділити такі найчастотніші засоби: конкретизація, генералізація, емпатизація й нейтралізація, експлікація, антонімічний переклад, заміни, перестановки, членування речення та зміна його структури. Перекладач повинен враховувати, що мовні засоби, за допомогою яких відтворюється емоційно-експресивна лексика тексту оригіналу, при перекладі не можна просто замінювати однотипними мовними засобами мови перекладу, тому що при цьому не вийде адекватно відтворити прагматичний потенціал тексту оригіналу. Важлива не тільки адекватна передача лексичного значення використовуваних мовних засобів, але також передача їх синтаксичного значення і стилістичного забарвлення оригіналу. Щоб справити відповідний комунікативний ефект на реципієнтів, необхідно брати до уваги і стиль, і особливості мовних виразів, і імпліцитну оцінку автора, і лінгвокультурологічні особливості. Таким чином, для передачі прагматичного аспекту при перекладі необхідним постає врахування цілого комплексу компонентів.

Список літератури:

1. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти. Ніжин : Видавництво "Аспект-Поліграф", 2005. 552 с.
2. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации. Москва : КДУ, 2008. 116 с.
3. Дорофеева Е. Н. Экспрессивная лексика как средство речевого воздействия в языке СМИ. *Русский язык и литература: проблемы изучения и преподавания*. Выпуск 8. Киев, 2014. С. 110–114.
4. Дядечко Л. П. Современный масс-медийный дискурс: экспрессия – воздействие – манипуляция. *Czlowiek. Swiadomosc. Komunikacja. Internet*. Warszawa : Uniwersytet Warszawski, 2004. С. 106–116.
5. Ермоленко С. Нариси з української словесності: стилістика та культура мови. Київ, 1999. 250 с.
6. Комиссаров В. Н. Лингвистика перевода. Москва : Librokom, 2009. 176 с.
7. Латышев Л. К. Технология перевода. Москва : Академия, 2007. 320 с.
8. BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news> (дата звернення: 01.11.2020).

References:

1. Boyko N. (2005). *Ukrayins'ka ekspresywna leksyka: semantychnyy, leksykohrafichnyy i funktsional'nyy aspekty* [Ukrainian expressive vocabulary: semantic, lexicographic and functional aspects]. Nizhyn: Vydavnytstvo "Aspect-Poligraph". (in Ukrainian)
2. Dobrosklonskaya T. (2008). *Yazyk sredstv massovoy informatsiyi* [Language of media]. Moscow: KDU. (in Russian)
3. Dorofeyeva Ye. (2014). *Ekspressivnaya leksika kak sredstvo rechevogo vozdeystviya v yazyke SMI* [Expressive vocabulary as a form of speech influence in the language of media]. *Russkiy yazyk i literatura: problemy izucheniya i prepodavaniya* [Russian language and literature: problems of studying and teaching], vol. 8. Kyiv, pp. 110-114. (in Russian)
4. Dyadachko L. (2004). *Sovremennyy mass-mediynyy diskurs: ekspressiya – vozdeystviye – manipulyatsiya* [Modern discourse of mass-media: expression – influence – manipulation]. *Czlowiek. Swiadomosc. Komunikacja. Internet* [Man. Mind. Communication. Internet]. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, pp. 106–116. (in Russian)
5. Yermolenko S. (1999). *Narysy z ukrayins'koyi slovesnosti: stylistyka ta kul'tura movy* [Essays about Ukrainian language: stylistic and linguistic culture]. Kyiv. (in Ukrainian)
6. Komissarov V. (2009). *Lingvistika perevoda* [Linguistic of translation]. Moscow: Librokom. (in Russian)
7. Latyshev L. (2007). *Tekhnologiya perevoda* [Technology of translation]. Moscow: Akademiya. (in Russian)