

ВІДТВОРЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛОМОВНИХ НОВИН: РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

Мосієнко Олена Володимирівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Як важлива частина новин, заголовок покликаний сформулювати тему та виокремити основні ідеї новин. Якість перекладу англomовних заголовків новин українською мовою безпосередньо обумовлює зацікавленість або байдужість потенційного читача до представлених новин. Успішний заголовок новин може стимулювати інтерес читацької аудиторії до прочитання всього тексту [1].

Дослідження перекладу заголовків новин з точки зору риторики допомагає перекладачам більш точно використовувати риторичне переконання в процесі перекладу, щоб покращити якість перекладу та забезпечити точність оригінального контенту новин.

Низка закордонних досліджень була присвячена вивченню методів перекладу новин та їх заголовків. Перекладознавці наголошують на необхідності врахування комунікативної функції новин у цільовій мові в процесі перекладу [5], а також зазначають, що в процесі відтворення заголовків відбувається перетворення тексту, і перекладач може відображати свою позицію, що часто призводить до спотворення змісту новин. Деякі вчені вивчили вплив невірною перекладу новин на формування суспільної думки, з'ясувавши, що заголовки, які відтворенні з порушенням принципів еквівалентності та адекватності, вводять читачів в оману, впливаючи на їх пам'ять, мислення та наміри [3; 4].

Вивчення особливостей англо-українського перекладу заголовків новин у риторичному аспекті передбачає врахування трьох основних компонентів античної риторики, відомих як етос, пафос і логос. Етос є різновидом риторичного переконання аудиторії у вірогідності висловлення, шляхом зображення позитивних вчинків, характеру та престижу виступаючого. Люди більше схильні довіряти тим, хто має високий статус і добру репутацію у тих питаннях, які залишаються сумнівними і не мають чіткого аргументу. Цитати, як засоби етосу у заголовка новин надають сильні докази для досягнення переконання читачів. Використання фактів як аргументів робить це переконання ще сильнішим.

Пафос вказує на апеляцію до емоцій аудиторії. Емоційні звернення спонукають аудиторію до дій, впливаючи на її судження. Арістотель розглядав пафос як інструмент створення у реципієнтів правильного настрою. Використання пафосу у заголовках новин забезпечує відповідну емоційну реакцію читацької аудиторії у процесі сприйняття конкретного питання, що представлено у назві [4]. Для того, щоб вдало використовувати пафос у текстах і заголовках новин, потрібно мати певне розуміння ідентичності, цінностей та

емоційного сприйняття аудиторії, а також важливо володіти знаннями про потреби аудиторії.

У процесі перекладу новин потенційний читач є його невід'ємним учасником і кінцевим користувачем перекладу. Читацька аудиторія відіграє важливу роль у медійній комунікації, оскільки вона не тільки отримує новини, але й розповсюджує їх [1; 2]. Тому, в процесі перекладу заголовків новин перекладач повинен фокусуватися на цільовій аудиторії. Передумовою досягнення впливу на читачів через переклад заголовку є врахування культурних розбіжностей і культурного контексту описуваних подій. Нехтування останніми може призвести до неправильного розуміння заголовку.

Успішне переконання читацької аудиторії може бути реалізовано лише за допомогою чіткого мислення, розробки та доведення фактів, тобто через логос, який пов'язує з наведенням аргументів, ґрунтуючись на причинно-наслідкових зв'язках [6; 7]. Щоб ефективно переконати аудиторію, висловлення, зокрема заголовки, має базуватися на фактах, а його логічність повинна бути сильною, щоб збільшити відчуття ідентифікації з аудиторією. Оскільки факти є основою переконання, у перекладі англійських заголовків новин українською мовою, перекладачеві потрібно враховувати точність, і прагнути зробити текст лаконічним й автентичним. Новини повинні бути правдивими та об'єктивними, однак деякі заголовки містять чітко виражену позицію журналіста або редактора.

Вищерозглянуті риторичні компоненти – етос, логос і пафос – мають важливе значення для перекладу заголовків новин, оскільки вони підвищують достовірність, аргументованість та емоційний резонанс з читацькою аудиторією. Щодо етосу, апелювання до репутації, в процесі створення заголовків новин перекладач може підвищити вірогідність та точність новин, цитуючи інформацію з авторитетних творів або додаючи точки зору авторитетних осіб та платформ. Це дозволяє ефективно переконати аудиторію. Щодо пафосу, емоційного впливу, перекладач повинен орієнтуватися на читача і розуміти культурний фон та читацькі звички аудиторії. Крім того, перекладач повинен шукати спільні позиції з аудиторією та розуміти комунікативну мету заголовка, що перекладається. Щодо логосу, логічного впливу, перекладач повинен звертати увагу на покращення самої виразності заголовку. У процесі перекладу перекладач не повинен відхилятися від мови джерела та не включати власні судження у відтворену назву новин.

Таким чином, модель риторичного переконання, яка включає етос, пафос, логос, може застосовуватися при перекладі заголовків англійських новин українською мовою для збереження і досягнення ефекту переконання читацької аудиторії.

Список літератури

1. Пампура С. Ю. Мова англійських газетних заголовків: особливості перекладу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019, № 41. Т. 2. С. 157–159.

2. Федоренко Л. В. Принципи перекладу заголовків медійних текстів. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. Вип. 6 (2). С. 126-129.
3. Bielsa, E., Bassnett, S. Translation in Global News. London: Routledge, 2009. 129 pp.
4. Booth W. The Rhetoric of Rhetoric: The Quest for Effective Communication. Malden: Blackwell Publishing. 2004. 225 pp.
5. Dor D. On newspaper headlines as relevance optimizers. Journal of Pragmatics. Vol. 35(5). 2003, P. 695-721.
6. Ifantidou E. Newspaper headlines, relevance and emotive effects. Journal of Pragmatics. Vol. 218. 2023, P. 17–30.
7. Scammell C. Translation Strategies in Global News: What Sarkozy Said in the Suburbs, Guildford, UK: Palgrave Macmillan, 2018. 98 pp.