

*Андрій Романюк, Ірина Шахновська  
м. Київ, Україна*

**Відтворення прагматичного потенціалу паратекстуальних елементів  
медіа-дискурсу в перекладі**

***Abstract.** The article attempts to provide an overview of pragmatic aspects and common translating strategies of the paratext in the media discourse. An analysis of English-Ukrainian and Ukrainian-English translations of online media was conducted. The study has confirmed that paratextual elements affect the recipient's perspective and vary in their function and level of pragmatic influence, in some cases requiring translator's creativity and comprehensive transformations.*

***Keywords:** media discourse, media text, paratextuality, pragmatics, translation.*

Останнім часом спостерігається зростання наукового інтересу лінгвістів до проблематики вивчення медіа-дискурсу. Зокрема, актуальності набуває аналіз жанрових різновидів медіатексту, його складників, структури та прагматичного аспекту. Одним із інструментів дослідження медіатексту є паратекст. Дослідженням паратексту займалися Ж. Женетт, Р. Барт, М. Галич, М. Сокол, А. Потапенко. Перекладацький аспект паратексту висвітлювали у своїх роботах К. Батчелор, А. Бардаї, О. Остроушко, Р. Довганчина та інші.

За визначенням Жерара Женетта, першодослідника паратексту, паратекст – це все, що супроводжує основний текст. Літературний твір рідко подається в «неприкрашеному» вигляді, йому передує та за ним слідує певна кількість вербальних та невербальних компонентів, таких як ім'я автора, назва, передмова, ілюстрації [1, с. 1].

Функції паратексту різноманітні в залежності від його виду та ознак. Ж. Женетт відзначив, що паратекст є посередником між читачем і текстом подібно порогу або вестибюлю, що веде читача до тексту [1, с. 2]. А тому, мета паратексту – інформувати читача про тему, автора, мету та значення тексту, щоб сприйняти його повноцінно, не випустивши важливих деталей.

Медіа-дискурс існує в рамках медіапростору і є системою мовленнєвої і технічної взаємодії [2, с. 4]. Важливими для цього дискурсу є не тільки його мовленнєві особливості, але й канал між адресатом та адресантом, що реалізується технічними засобами, оскільки це впливає на форму текстів, їхнє функціонування та переклад.

Принциповою розмежувальною особливістю медіатексту, що вирізняє його поміж текстів інших дискурсів, є прагматична функція. Тексти медіа виділяються наявністю аксіологічної оцінки, що умовно розміщує описані явища тексту на шкалу «добре-погано» та «цінність-антицінність». Аксіологічна оцінка виражається за допомогою лексичних, граматико-категоріальних і виразно-стилістичних мовних засобів [3, с. 58].

Автори медіатекстів часто вдаються до стилістичних засобів поміж загальноприйнятих кліше. Засобами аксіологічної оцінки є стилістичні тропейні та аранжувальні прийоми, номінативні речення з експліцитним та імпліцитним оцінним значенням та лексичні одиниці з оцінним значенням.

Об'єктом нашого дослідження були паратекстуальні елементи статей, розміщених у онлайн версіях періодичних англomовних та україномовних видань. До регулярних паратекстуальних елементів відносимо дату, гіперпосилання на інші статті, зображення та підпис під ним, заголовок, лід та ім'я автора. Усі ці елементи крім заголовку, ліда та підпису не перекладаються за відсутності необхідності. Останній елемент може оминатися, оскільки зображення в оригіналі статті та перекладі часто є різними. Виділені цитати (англ. *Pull quote*) також були вилучені в перекладі статей, оскільки такі елементи є дизайнерським ходом редакції.

Найбільш значущим паратекстуальним елементом медіатексту є заголовок, оскільки він є невід'ємною його частиною. Заголовок займає в композиційній структурі перше місце і є візуально відділеним від основного тексту за допомогою параграфемних засобів (розмір шрифту, товщина шрифту, відстань від основного тексту тощо). А тому, заголовок (інколи разом із фото, розміщеним поруч) є тим, на що в першу чергу читач зверне увагу. Головною метою заголовку є привернення уваги та зацікавлення читача в матеріалі [4, с. 363].

І. Кочан пропонує класифікацію заголовків ЗМІ за типом інформації, за якою заголовки поділяються на змістово-фактуальні (повідомлення про події, факти тощо), змістово-концептуальні (вираження авторського ставлення до тексту) та змістово-підтекстові (створення конотативних та асоціативних значень). Останні два типи є поширеними та виражаються низкою мовних засобів, такими як: метафори, стійкі вислови, стилістично марковані слова, антоніми, синоніми, термінологічна лексика [5, с. 94-95]. Застосування таких засобів утворює художні та креативні заголовки, які не тільки інформують читача, а й мають потужний прагматичний потенціал формування інтересу та певного ставлення читачем до теми.

Розглянемо приклад перекладу змістово-фактуального заголовку:

«В Брюсселі відбувся круглий стіл щодо наслідків війни в Україні: **в групі Аурум розказали про бізнес і плани**» [6].

*“A round table was held in Brussels on the consequences of the war in Ukraine: **the Aurum group spoke about business and plans**”* [7].

Вжиті граматичні трансформації, а саме транспозиція членів речення та перетворення безособового підмета і обставини українського речення в агентивний неживий підмет. Подібні синтаксичні трансформації є доволі поширеними. Відсутність значних граматичних та лексичних трансформацій пояснюється стилістичною сухістю, що часто притаманна такому типу заголовків, а тому прагматичний аспект у перекладі не становить перекладацьких проблем [8, с. 89].

«*Why Won't the West Let Ukraine Win Against Russia?*» [9].

«*Чому Захід не дає Україні перемоги Росію – Wall Street Journal*» [10].

Оригінальний англомовний змістово-концептуальний заголовок містить питання, що наштовхує на пошук актуальної та релевантної для читача проблеми, коли переклад додатково містить назву видання, якому належить оригінальна публікація. Таке додавання можна пояснити двома причинами: 1) автори перекладу бажали показати, що викладені думки не належать редакції сайту, знявши з себе відповідальність; 2) автори перекладу побажали продемонструвати достовірність перекладеної статті, оскільки читачі вірять всесвітньовідомим ЗМІ більше ніж локальним.

На противагу цим прикладам, наступний змістово-концептуальний заголовок несе у собі багатий прагматичний потенціал та стилістичне багатство, яке необхідно проаналізувати та передати:

«*Germany revives **dirty coal** amid **Russian gas** war*» [11].

«*Брудне вугілля замість російського газу*» [12].

Оригінальний заголовок англійською коректно віднести до змістово-концептуальної групи, оскільки він подає фактичну інформацію з аксіологічною оцінкою. Зокрема, бачимо таку конотативну лексику як *dirty coal*, *gas war*. Прагматичний потенціал заголовку втілюється у можливості інтерпретації та, часто, відвертій негативній конотації, що спонукає читача негативно сприймати згаданих в статті осіб чи події. Перекладач відкинув інформативну складову, залишивши концептуальну для заохочення асоціацій у читачів. Такий хід викреслює всі сторони та події, залишаючи тільки загальні поняття. Також варто зазначити, що перекладена стаття є суттєво скороченою та поданою у формі відео, що зайвий раз підкреслює мультимедійність медіа-дискурсу в мережі Інтернет.

Недоліком таких концептуальних трансформацій може бути нерозуміння читачем сенсу, що було б очікувано від іноземців, однак у випадку перекладу українською такий паратекстуальний елемент як категорія «Німеччина» на сайті агенції Deutsche Welle вказує на країну походження новини, а слово «war» є зайвим, оскільки українцям є зрозумілим контекст подій у світі безпосередньо. Тобто, перекладач жертвує інформативністю на користь прагматичного впливу, оскільки ця інформація не втрачається за рахунок фонових знань аудиторії та інших паратекстуальних елементів сайту.

Передмова – це наступний елемент паратексту, який реципієнт побачить після заголовку. Передмова налаштовує зв'язок автора та читача, задаючи правильну прагматичну установку. Передмова в медіатексті є часто невід'ємною частиною, однак в медіадискурсі та серед журналістів і авторів такий елемент паратексту зветься лідом (також «вріз»). Євграфова А. О. зазначає, що лід має різні функції залежно від мети та бажання автора, зокрема, узагальнення, орієнтири стосовно певної події чи ситуації, стисле повідомлення тощо [13, с. 196].

Розглянемо лід зі статті онлайн-видання газети *The Guardian*, яка в українському варіанті виглядає так: «Думки у виданні *The Guardian* української письменниці Катерини Міщенко» [14]. Ця стаття виділяється поміж інших тим, що оригінальну передмову було вилучено – вона була замінена на посилання на оригінал, оскільки містила неоднозначні слова, які, вірогідно, додала редакція, а не авторка. А саме: «**Putin's genocidal war is turning my country into a graveyard. For our sake and for its own future, Europe must defend the revolution he is trying to crush**» [15]. В українському суспільстві неприпустимо називати війну «путінською», оскільки загальновідомим є факт агресії росії проти України та інших держав, коли вона мала інших лідерів, що применшує відповідальність громадян росії та військових. Тому, вірогідно, перекладачі вирішили видалити цей фрагмент, а не зробити його частиною основного тексту або продовженням передмови. Через культурні відмінності така передмова задавала б неправильний тон та настрої статті.

Передмова з іншої статті в перекладі була вилучена та замінена на фразу із статті: “*Its defense would be more effective if it didn't have to fight with one hand behind its back*” [9].

«Байден хоче, щоб Росія «програла», але, схоже, боїться, що Україна насправді «виграє» – екс-радник президента США з національної безпеки» [10].

Переклад оригіналу містить метафору, яку можна було б перекласти наступним чином: «Її захист був би ефективнішим, якби їй розв'язали руки» або буквально «Її захист був би ефективнішим, якби їй не треба було б боротися з однією рукою за спиною». У будь-якому випадку, такий переклад не матиме еквівалентного впливу, оскільки оригінал базується на ідіомі “*someone could do smth. with one arm/hand tied behind one's back*”, що означає зробити щось з легкістю [16]. Тому перекладач вирішив не слідувати буквальному перекладу та не шукати подібних ідіом в українській, а віднайти речення, що підсумовує статтю і є сенсаційним та несподіваним.

Висновки. Найбільш значущими паратекстуальними елементами медіатексту, які підлягають перекладу, є заголовки та ліди. Було виявлено закономірність між типом заголовку та тяжінням до буквального або вільного перекладу. Спосіб перекладу залежить від типу інформації та бажання перекладача посилити або зменшити інтенсивність оцінного аспекту тексту. Перекладач в праві вирішувати, чи варто вдаватися до значних стилістичних трансформацій чи ні. Змістово-концептуальний заголовок вимагає виникнення асоціацій у читача, які не передати буквально перекладом, в результаті чого необхідно вживати повтори, аналогії, сталі вирази чи будь-які інші можливі стилістичні засоби. Переклад передмови належить до тієї ж стратегії, а також стандартів редакції, що може її не використовувати або писати свою замість перекладу наявної.

**Література**

1. Genette G. Paratext. Thresholds of Interpretation. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 427 p.
2. Мірошніченко, І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Вінниця, 2016 р.
3. Ротон Н. Структурно-функціональні особливості текстів засобів масової комунікації. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2017. Вип. 36. С. 56-61.
4. Петренко І. Паратекстуальність сучасного англomовного медіа тексту. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського*. Серія : Філологія (мовознавство). 2013. Вип. 18. С. 362-366.
5. Кочан І. М. Специфіка заголовків «Українського тижня» в аспекті відображення текстової інформації. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. С. 93–96.
6. Троянов І. В Брюсселі відбувся круглий стіл щодо наслідків війни в Україні: в групі Аурум розказали про бізнес і плани. <https://apostrophe.ua/ua/news/business/2023-03-16/v-bryussele-sostoyalsya-kruglyj-stol-po-povodu-posledstvij-vojniy-v-ukraine-v-gruppe-aurum-rasskazali-o-biznese-i-planah/293063>.
7. Troyanov I. A round table was held in Brussels on the consequences of the war in Ukraine: the Aurum group spoke about business and plans. *Apostrophe*. 2023. <https://apostrophe.ua/en/news/business/2023-03-16/v-bryussele-sostoyalsya-kruglyj-stol-po-povodu-posledstvij-vojniy-v-ukraine-v-gruppe-aurum-rasskazali-o-biznese-i-planah/293063>.
8. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури : Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
9. Bolton J. Why Won't the West Let Ukraine Win Against Russia? <https://www.wsj.com/articles/why-wont-the-west-let-ukraine-win-nord-stream-deterrence-putin-munitions-stockpiles-bluff-objective-a70d956c>.
10. Коваль О. Чому Захід не дає Україні перемоги Росію – Wall Street Journal. «Дзеркало тижня». 2023. <https://zn.ua/ukr/POLITICS/chomu-zakhid-ne-daje-ukrajini-peremohti-rosiju-wall-street-journal-.html>.
11. Wrede I. Germany revives dirty coal amid Russian gas war. <https://www.dw.com/en/why-germany-is-reviving-dirty-coal-to-counter-russian-gas-cut/a-62195008>.
12. Брудне вугілля замість російського газу. Deutsche Welle. – 2022. – <https://www.dw.com/uk/brudne-vuhillia-zamist-rosiiskoho-hazu/video-62221129>.
13. Євграфова А. Заголовок як актуалізатор текстової інформації. *Стиль і текст*. 2003. № 4. С. 141–149.
14. Міщенко К. "Європа хоче бачити українців живими партнерами чи мертвими героями?" [https://gazeta.ua/articles/world-life/\\_evropa-hoche-bachiti-ukrayinciv-zhivimi-partnerami-chi-mertvimi-geroyami-katerina-mischenko/1135379](https://gazeta.ua/articles/world-life/_evropa-hoche-bachiti-ukrayinciv-zhivimi-partnerami-chi-mertvimi-geroyami-katerina-mischenko/1135379).
15. Mishchenko K. Does Europe want Ukrainians as living partners or dead heroes? <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/02/europe-ukrainians-dead-heroes-putin>.
16. Someone could do something with one arm/hand tied behind his/her back: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/could-do-with-one-arm-hand-tied-behind-back>.