

УДК 81'25:81'42:004.8

Д.В. КОЗЛОВСКИЙ, Н.В. МЕШКОВА
(Москва)

АКТУАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАЗАГОЛОВКАХ И ЕЕ ПЕРЕДАЧА ПРИ НЕЙРОСЕТЕВОМ ПЕРЕВОДЕ

Рассматриваются средства выражения категоричности в англоязычных медиазаголовках и особенности ее передачи в переводах YandexGPT, Google Translate и DeepL. Показано, что синтаксически устойчивые формы обычно сохраняются, тогда как при передаче оценочных и конфликтных маркеров чаще меняется уровень категоричности.

Ключевые слова: медиадискурс, категоричность, медиазаголовок, прагматическое воздействие, нейросетевой перевод, YandexGPT, Google Translate, DeepL.

DMITRIY KOZLOVSKY, NADEZHDA MESHKOVA
(Moscow)

THE ACTUALIZATION OF CATEGORY IN THE ENGLISH MEDIA TITLES AND ITS TRANSFER IN NEURAL NETWORK TRANSLATION

The expressive means of category in the English media titles and the peculiarities of its transfer in the translations of YandexGPT, Google Translate and DeepL are considered. It is demonstrated that the syntactically stable forms are usually saved whereas the level of category is often changed during the transfer of evaluative and conflict markers.

Keywords: media discourse, category, media title, pragmatic impact, neural translation, YandexGPT, Google Translate, DeepL.

Введение

Категоричность занимает важное место в медиадискурсе, поскольку позволяет представить сведения в определенной интерпретационной рамке. Особенно отчетливо это проявляется в медиазаголовках. Заголовок дает читателю первое представление о публикации и задает направление дальнейшего восприятия текста [2, с. 794]. Уже в заголовочной позиции автор отбирает лексические и синтаксические средства, с помощью которых событие может быть представлено как значимое, конфликтное, исключительное или не вызывающее сомнения.

В медиадискурсе такая роль заголовка особенно важна. Средства массовой информации не только сообщают сведения, но и участвуют в их отборе, оценке и интерпретации, тем самым влияя на формирование общественного мнения [1, с. 325]. В этом контексте категоричность становится одним из способов речевого воздействия. Она позволяет сделать сообщение более выразительным, усилить оценку, подчеркнуть конфликтность описываемой ситуации или представить авторскую позицию как очевидную для адресата.

В настоящей статье категоричность понимается как самостоятельная модусно-прагматическая характеристика медиазаголовка. Она проявляется в безапелляционной подаче информации, высокой степени уверенности, оценочности или директивности высказывания. Эти признаки важны не только для формы заголовка, но и для его прагматического эффекта: они помогают привлечь внимание читателя и направить восприятие описываемого события [4, 11].

Актуальность исследования определяется активным использованием нейросетевых систем при переводе медиатекстов. В контексте медиазаголовков проблема возникает не только на уровне передачи их фактического содержания, но и на прагматическом уровне: перевод может сохранять, ослаблять или, напротив, усиливать исходную категоричность. В этой связи цель исследования состоит в выявлении средств выражения категоричности в англоязычных медиазаголовках и определении

особенностей их передачи в русскоязычных вариантах, полученных с помощью *YandexGPT*, *Google Translate* и *DeepL*.

Теоретические основания исследования

Категоричность традиционно рассматривается как модусно-прагматическая характеристика высказывания, связанная с уверенной и оценочной подачей информации [3, с. 984; 7, с. 121]. В медиазаголовке она приобретает особое значение, поскольку не только обозначает событие, но и задает способ его восприятия читателем.

С опорой на теорию речевых актов Дж. Остина и Дж. Серла [9, 10] категоричность может рассматриваться как средство усиления прагматической силы высказывания. В медиазаголовках она актуализируется через лексику, синтаксические модели, оценочные маркеры и формы обращения к читателю. В соответствии с этим в статье разграничиваются два уровня категоричности: эпистемико-аксиологический и дискурсивно-прагматический.

Результаты исследования

Материал исследования составили 600 англоязычных медиазаголовков и их русскоязычные варианты, полученные с помощью нейросетевых переводческих систем. Анализ показал, что категоричность в заголовках реализуется по-разному. В одних случаях она связана с уверенным предъявлением информации как достоверной, в других – с оценкой, конфликтной подачей события или прямым обращением к читателю. С учетом этих различий в работе выделяются два уровня категоричности: эпистемико-аксиологический и дискурсивно-прагматический. Каждый из них рассматривается далее на конкретных примерах.

А. Эпистемико-аксиологический уровень категоричности

1. Эпистемическая категоричность

Эпистемическая категоричность направлена на убеждение читателя в том, что сообщаемые факты являются достоверными и не подлежат сомнению. Подобная стратегия формирует у адресата представление о безусловной истинности передаваемой информации. Прагматическое воздействие осуществляется посредством языковых маркеров эпистемической категоричности, включающих синтаксические конструкции (*this is ... / это ...; here are 10 main... / вот 10 главных...*), модальные глаголы (*will / будет; must / должен, несомненно; cannot / не может*), выражающие уверенность автора в прогнозируемом развитии событий или их результате, а также лексико-синтаксические средства прямого утверждения (*yes, really / да, действительно; here are the facts / вот факты*) и риторические вопросы (*why is / are...? / почему...?; what happens next? / что произойдет далее?*). Рассмотрим реализацию данного типа категоричности на примере медиазаголовка (1) и его переводных эквивалентов:

(1) *Millennials are outspending everyone on home projects. Here are the reasons* [18].

YandexGPT: Миллениалы тратят больше всех на домашние проекты. Вот причины этого.

Google: Поколение миллениалов тратит на обустройство дома больше, чем все остальные. Вот причины.

DeepL: Представители поколения миллениалов тратят на ремонт и обустройство дома больше всех. Вот почему.

Особый интерес в данном случае представляет конструкция *Here are the reasons / Вот причины*. Она актуализирует эпистемическую категоричность и задает установку на восприятие последующей информации как достоверного и исчерпывающего объяснения. Предполагается, что обозначенные причины универсальны и полностью объясняют наблюдаемую тенденцию превышения расходов миллениалов на домашние проекты по сравнению с другими группами. Все три системы передают конструкцию схожим образом, однако стилистическое оформление варьируется. Перевод *YandexGPT* (*Вот причины этого*) характеризуется разговорной окраской, вариант *Google Translate* (*Вот причины*) является нейтральным, тогда как вариант *DeepL* (*Вот почему*) в наибольшей степени соответствует публицистической норме медиазаголовков.

Таким образом, нейросетевые системы устойчиво передают эпистемическую категоричность и корректно воспроизводят типовые структуры, репрезентирующие данный тип прагматического воздействия на адресата медиасообщения. Коммуникативный эффект в целом сохраняется, несмотря на стилистическую вариативность переводных решений.

2. Аксиологическая категоричность

Аксиологическая категоричность направлена на убеждение читателя в безусловной истинности представленной оценки событий или объектов. В данном случае субъективная интерпретация информации подается как единственно возможная. Прагматический эффект воздействия обеспечивается совокупностью маркеров, включающих оценочную лексику с выраженной экспрессивной семантикой (*awesome / потрясающий, spectacular / впечатляющий, breathtaking / захватывающий дух и др.*), а также формами превосходной степени (*most popular / самый популярный, oldest / старейший, the best / лучший*), создающими эффект исключительности и формирующими представление о безальтернативности описываемого явления. Рассмотрим специфику актуализации аксиологической категоричности на примере медиазаголовка (2) и его переводов:

(2) *Fusing the Personal and the Political, With Monumental Results* [14]

YandexGPT: Объединение личного и политического – с впечатляющими результатами.

Google: Сочетание личного и политического – с монументальными результатами.

DeepL: Слияние личного и политического, приведшее к грандиозным результатам.

Лексема *monumental* / монументальный в данном контексте служит средством выражения аксиологической категоричности, актуализируя высокую оценку результата. Согласно данным Oxford Learner's Dictionaries [17], *monumental* характеризует объект как исключительно значимый и обладающий долговременной ценностью. В контексте анализируемого заголовка данная единица формирует интерпретацию результата как культурно значимого и выходящего за рамки частного опыта.

Переводные решения варьируются по степени сохранения оценочного потенциала исходной единицы. Вариант *YandexGPT* (*впечатляющие*) смягчает оценку, поскольку не в полной мере передает компонент значимости. Перевод *Google Translate* (*монументальные*) максимально приближен к исходному значению и сохраняет заданный уровень категоричности. Вариант *DeepL* (*грандиозные*), напротив, интенсифицирует оценку, акцентируя масштаб результата. Одновременно в переводах *YandexGPT* и *Google Translate* прослеживается ориентация на структурную близость оригиналу, что сближает их с калькирующей стратегией.

Таким образом, в передаче аксиологической категоричности наблюдается неустойчивость, проявляющаяся в колебаниях степени выраженности оценочного компонента. Подобные сдвиги отражаются на интерпретации сообщения и влияют на формирование оценочного восприятия адресата.

Б. Дискурсивно-прагматический уровень категоричности

3. Конфликтно-эскалационная категоричность

Конфликтно-эскалационная категоричность связана с представлением описываемой ситуации как напряженной и конфликтной. В подобных заголовках отношения между субъектами событий конструируются как конфронтационные, а действия интерпретируются через семантику давления, угрозы или принуждения. Данный тип категоричности преимущественно характерен для политического медиадискурса и направлен на усиление эмоционального восприятия событий аудиторией. Его реализация обеспечивается языковыми маркерами, прежде всего глаголами с семантикой давления или резкой оценки (*threaten / угрожать, insist / настаивать, order / приказывать, slam / жестко критиковать, condemn / порицать*). Обратимся к анализу реализации данного типа категоричности на примере медиазаголовка (3):

(3) *German and Polish leaders clash over WWII reparations* [15]

YandexGPT: Лидеры Германии и Польши конфликтуют из-за репараций за Вторую мировую войну.

Google: Лидеры Германии и Польши столкнулись во мнениях по поводу репараций времен Второй мировой войны.

DeepL: Лидеры Германии и Польши спорят по поводу репараций за Вторую мировую войну.

В заголовке (3) основным маркером категоричности является глагол *clash*. Глагол *clash* задает в исходном заголовке конфликтный способ интерпретации события. Речь идет не о простом несовпадении мнений, а о столкновении сторон по политически значимому вопросу. Согласно данным Oxford Learner's Dictionaries [17], *clash* обозначает противоборство, возникающее из-за серьезных расхождений во взглядах. Таким образом, обсуждение репараций в исходном заголовке представлено как напряженное политическое взаимодействие, а не как нейтральный обмен позициями.

Переводные варианты по-разному передают этот уровень напряженности. *YandexGPT* использует глагол *конфликтуют*, который сохраняет значение противостояния и достаточно близко передает исходный уровень категоричности. *Google Translate* предлагает вариант *столкнулись во мнениях*: конфликтный компонент здесь также присутствует, однако сама формулировка выглядит несколько тягеловесной для русского медиазаголовка. *DeepL* выбирает глагол *спорят*, и в этом случае исходная конфликтность заметно ослабляется, поскольку спор может обозначать обычное разногласие без выраженной эскалации.

Таким образом, конфликтно-эскалационная категоричность зависит от выбора глагольного эквивалента, задающего степень конфликтности события и определяющего, будет ли исходный заголовок воспринят как сообщение о споре, столкновении или открытом противостоянии.

4. Адресатно-ориентированная категоричность

Адресатно-ориентированная категоричность предполагает непосредственное обращение к читателю. Задача такого заголовка состоит не только в передаче информации, но и в привлечении внимания адресата, а также стремлении вызвать определенную реакцию на сообщение. В этой связи в подобных заголовках используются вопросительные конструкции, обращения, а также графически выделенные элементы, усиливающие ощущение исключительности транслируемых сведений.

К числу маркеров адресатно-ориентированной категоричности относятся такие конструкции, как *You won't believe... / Вы не поверите...*, *Did you know...? / Знаете ли вы...?*, а также выделенные элементы *BEST / ЛУЧШИЙ*, *ONLY / ЕДИНСТВЕННЫЙ*, *UNIQUE / УНИКАЛЬНЫЙ*. Данные средства не столько добавляют новую информацию, сколько задают способ ее восприятия – читателю предлагается увидеть в сообщении не обычный факт, а нечто важное, неожиданное, заслуживающее особого внимания. Рассмотрим данный тип категоричности на примере медиазаголовка (4) и его переводов:

(4) *Did you know that Peter the Great forbade building bridges in St. Petersburg?* [13]

YandexGPT: Знаете ли вы, что Петр Великий запрещал строить мосты в Санкт-Петербурге?

Google: А вы знали, что Петр Великий запретил строить мосты в Санкт-Петербурге?

DeepL: Знаете ли вы, что Петр Великий запретил строить мосты в Санкт-Петербурге?

В заголовке (4) адресатная направленность задается вопросительной формулой *Did you know*. В данном контексте она выполняет не собственно вопросительную, а вовлекающую функцию: читателю предлагается обратить внимание на факт, который подается как новый и интересный. Категоричность здесь связана не с оценочной или конфликтной лексикой, а с уверенным предъявлением информации как значимой для адресата.

YandexGPT и *DeepL* передают эту модель с помощью конструкции *Знаете ли вы*. Оба варианта сохраняют прямое обращение к читателю и нейтральный регистр. *Google Translate* использует вариант *А вы знали*, который звучит более разговорно и ближе к формату популярного интернет-заголовка. За счет этого перевод становится более непосредственным, но одновременно меняется тональность исходного сообщения.

Таким образом, адресатно-ориентированная категоричность, как правило, сохраняется при переводе, однако может менять стилистический регистр обращения к читателю. В данном случае ней-

тральные варианты *YandexGPT* и *DeepL* противопоставлены более разговорному варианту *Google Translate*, что влияет на характер контакта с адресатом.

Заключение

Проведенное исследование показало, что категоричность является значимым параметром медиазаголовка, поскольку участвует в формировании его прагматического эффекта. Она проявляется в степени уверенности, оценочности, конфликтности и обращенности к адресату – т. е. в тех признаках, которые задают способ восприятия сообщения читателем.

Сопоставление вариантов, полученных с помощью *YandexGPT*, *Google Translate* и *DeepL*, показало, что эпистемическая и адресатно-ориентированная категоричность передаются более устойчиво, т. к. обычно выражаются повторяющимися синтаксическими конструкциями. Аксиологическая и конфликтно-эскалационная категоричность чаще подвергаются изменениям, поскольку зависят от выбора лексического эквивалента, его оценочной силы и контекстных оттенков.

В ходе анализа были выявлены три основных направления передачи категоричности: сохранение исходного уровня – 260 случаев, смягчение – 190 случаев, усиление – 150 случаев. Полученные данные демонстрируют, что нейросетевой перевод может не только воспроизводить исходную прагматическую силу медиазаголовка, но и трансформировать ее. Следовательно, оценка перевода должна учитывать не только точность передачи содержания, но и сохранение воздействующего потенциала исходного высказывания.

Литература

1. Бабаян В.Н., Мельникова К.А. Определение лингвопрагматических особенностей заголовка в англоязычном медиадискурсе // Вестник Удмуртского университета. Сер.: История и филология. 2024. Т. 34. № 2. С. 324–336.
2. Белова Ю.А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации // Вестник Башкирск. ун-та. 2013. Т. 18. № 3. С. 794–796.
3. Гущина Г.И. Категория категоричности / некатегоричности высказывания в системе норм речевой коммуникации (на материале русских и английских диалогов) // Вестник Башкирск. ун-та. 2008. Т. 13. № 4. С. 982–985.
4. Козловский Д.В. Картина мира как субъективный образ объективной реальности в сознании человека // Язык и мир изучаемого языка. 2015. № 6. С. 49–51.
5. Козловский Д.В., Спиридонова Т.А. Эвиденциальность как ресурс убеждения в новостном медиадискурсе // Языки и культуры: междисциплинарные исследования: сб. ст. II Междунар. конф. (г. Санкт-Петербург, 25–26 сент. 2020 г.). СПб.: Изд-во Санкт-Петербур. гос. ун-та, 2021. С. 392–402.
6. Леонтович О.А. Метод дискурс-анализа // Дискурс-Пи. 2015. № 2(19). С. 185–187.
7. Малышкин К.Ю. Семантико-прагматический подход к изучению категоричности высказывания // Омский науч. вестник. 2013. № 4(121). С. 121–123.
8. Мальцев Н.Д. Генеративные нейросети для создания новостного и рекламного контента: анализ развития технологии // Российская школа связей с общественностью. 2025. № 37. С. 75–90.
9. Остин Дж. Л. Слово как действие. // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. Вып. XVII. М.: Прогресс, 1986. С. 22–130.
10. Серл Дж. Р. Что такое речевой акт? Косвенные речевые акты. Классификация речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 151–222.
11. Слышкин Г.Г., Борботько Л. А. Коммуникативное пространство театра: digital-эволюция и перспективы // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. № 4(32). С. 126–133.
12. DeepL Translate: [сайт]. URL: <https://www.deepl.com/en/translator>.
13. Did you know that Peter the Great forbade building bridges in St. Petersburg? // Gateway to Russia. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gw2ru.com/history/211190-building-bridges-petersburg> (дата обращения: 23.12.2025).
14. Fusing the Personal and the Political, With Monumental Results // The New York Times. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2026/03/04/arts/design/doron-landberg-deitch-projects-landscapes.html> (дата обращения: 12.03.2026).
15. German and Polish leaders clash over WWII reparations // Russia Today. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/628859-poland-dermany-world-war-reparations/> (дата обращения: 05.12.2025).
16. Google Translate: [сайт]. URL: <https://translate.google.com/?sl=en&tl=ru&op=translate>.
17. Oxford Learner's Dictionaries: [сайт]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
18. Why Are We Spending So Much Money on Home Renovations? // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2026/03/05/realestate/why-are-we-spending-so-much-money-on-home-renovations.html> (дата обращения: 17.03.2026).
19. YandexGPT: [сайт]. URL: <https://alice.yandex.ru>.