

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра

з перекладознавства на тему:

**«ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ
ФРАНЦУЗЬКИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ»**

Студентки II курсу групи Ммлф 03-21
факультету романської філології і
перекладу
заочна форма здобуття освіти
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.055 Романські мови та
літератури (переклад включно), перша –
французька
Освітньо-професійна програма Сучасні
лінгвістичні і перекладознавчі студії та
міжкультурна комунікація (французька
мова і друга іноземна мова)

Мушинської Яни Дмитрівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент Миронова Н. В.

Допущено до захисту

«___» _____ року

Завідувач кафедри

_____ *Філоненко Н. Г.*

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION ET DES SCIENCES DE L'UKRAINE
UNIVERSITÉ NATIONALE LINGUISTIQUE DE KYIV
Département de philologie romane, néogrecque et de traduction

Thèse de qualification finale du master sur le thème :
**“TRANSFORMATIONS GRAMMATICALES EN TRADUCTION
UKRAINIENNE DES TEXTES MÉDIAS FRANÇAIS”**

Étudiante de deuxième année d'étude
du groupe MLF 03-21
Faculté de philologie romane et de
traduction/interprétariat
Forme d'enseignement à temps partiel
Spécialité 035 Philologie
Spécialisation 035.055 Langues et littératures
romanes (traduction incluse), la première langue – le
français
Programme éducatif et professionnel Linguistique
moderne, traductologie et communication
interculturelle (la langue française et la deuxième
langue étrangère)
Yana MUSHYNSKA

Tuteur académique:
Ph. D en Philologie,
Professeur titulaire
Natalia MYRONOVA

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРАМАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ.....	6
1.1. Поняття граматичної трансформації.....	6
1.2. Види граматичних трансформацій.....	16
Висновки до Розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ.....	23
2.1. Медійний дискурс та його особливості.....	23
2.2. Перекладацькі стратегії відтворення граматичних особливостей медійних текстів.....	31
Висновки до Розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ГРАМАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ.....	48
3.1. Особливості перекладу французькомовних медійних текстів на українську мову.....	48
3.2. Граматичні трансформації у відтворенні французькомовних медійних текстів українською.....	63
Висновки до Розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	78
ДОДАТКИ.....	82
ДОДАТОК А.....	82
ДОДАТОК Б.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
РЕЗЮМЕ.....	91

ВСТУП

Процес перекладу – це не проста заміна одиниць однієї мови на одиниці іншої мови. Навпаки, це складний процес, який включає низку труднощів, які перекладач має подолати. Одним із прийомів, які допомагають перекладачу, є трансформації. Перекладацькі трансформації (заміни) відбуваються через неповну спільність чи відмінність між французькою та українською мовами.

Інтерес до проблеми перекладацьких трансформацій з боку лінгвістів та їх всебічне вивчення є вже традиційними в курсі теорії та практики перекладу. Широко відомі у всьому світі мовознавці такі, як А. Д. Швейцер, В. Н. Комісаров, Ж. П. Віне, Є. В. Бреус, Л. С. Бархударов та інші, присвятили свої численні статті та монографії вивченню граматичних трансформацій.

Тим не менше, проблема міжмовних трансформацій загалом і граматичних зокрема продовжує залишатися актуальною. Трансформації, як на семантичному, так і на формальному рівні, є невід’ємною частиною перекладацької діяльності. Будь-який професійно виконаний переклад включає певні види граматичних трансформацій.

Актуальність теми даної роботи визначається спрямованістю наукової та практичної роботи вчених і практиків на дослідження граматичних особливостей та важливість їх передачі в процесі перекладу, а також необхідністю створення якісних перекладів. Незважаючи на досить велику кількість праць на цю тему, це питання ще не до кінця опрацьоване з точки зору лексико-граматичних засобів передачі в українських перекладах французьких медіатекстів.

Метою дослідження є граматичні трансформації в українському перекладі французьких медійних текстів.

Для досягнення поставленої мети маємо вирішити такі завдання:

- охарактеризувати поняття граматичної трансформації;
- визначити види граматичних трансформацій;
- дослідити медійний дискурс та його особливості;

- виявити перекладацькі стратегії відтворення граматичних особливостей медійних текстів;
- проаналізувати особливості перекладу французькомовних медійних текстів на українську мову;
- проаналізувати граматичні трансформації у відтворенні французькомовних медійних текстів українською.

Об’єктом дослідження є граматичні трансформації в українському перекладі французьких медійних текстів.

Предметом дослідження є особливості перекладу граматичних трансформацій у відтворенні французькомовних медійних текстів.

Вибір методів дослідження обумовлювався поставленим завданням. Для створення корпусу фактичного матеріалу був використаний метод суцільної вибірки. Відбір і класифікація матеріалу призвели до використання лінгвістичного спостереження. Методи схематичного зображення, прагматичного аналізу та узагальнення використано для ґрунтовного вивчення граматичних трансформацій у відтворенні французькомовних медійних текстів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у ретельному аналізі граматичних трансформацій, їх значення в сучасному медійному просторі. Отримані висновки та узагальнення сприятимуть ще глибшому вивченню проблеми перекладу медіатекстів.

Практичне значення одержаних результатів. Полягає в умінні перекладача використовувати отримані результати у своїй професійній діяльності та впроваджувати їх у перекладознавчі та перекладацько-практичні курси.

Апробація результатів магістерської роботи: Апробацію результатів роботи здійснено на Міжнародній науково-практичній відеоконференції «AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ» (Київ, Україна, 25 травня 2022 р.).

Публікації. Проблематику, теоретичні і практичні результати дослідження викладено у тезах доповіді на науковій конференції.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, списку джерел довідкової літератури, додатків, резюме французькою мовою.

У першому розділі викладені теоретичні основи вивчення граматичних трансформацій у перекладі.

У другому розділі роботи викладено методологію дослідження медійних текстів.

Третій розділ присвячено аналізу граматичних трансформацій при перекладі медійних текстів з французької мови українською.

У висновках підводяться підсумки дослідження граматичних трансформацій у відтворенні французькомовних медійних текстів.

Список використаної літератури включає 79 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРАМАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ

1.1. Поняття граматичної трансформації

Вивчення видів та способів перекладацьких трансформацій займає одне із центральних місць у процесі навчання перекладу. У ХХ ст. з'являються спроби створити класифікацію відповідності. Однією з перших можемо вважати класифікацію «закономірних відповідностей», запропоновану в 1950 році перекладачем Я. І. Рецкером [47, с. 42–43]. Я. І. Рецкер розрізняє три категорії закономірних відповідностей:

- 1) еквіваленти – однозначні відповідності;
- 2) аналоги – відповідності, отримані за допомогою вибору одного із синонімів;
- 3) адекватні заміни – відповідності, обрані виходячи з цілого (художнього, ідейного, тощо).

Надалі класифікація Я. І. Рецкера неодноразово уточнювалася ним самим і, навіть, послужила базою наступних версій. Зокрема, у низці робіт дослідника, аналоги отримали назву варіантних відповідностей, а адекватні заміни стали називати трансформаціями.

Сам термін «трансформація» став тлумачитися дедалі ширше, що призвело до його неоднозначного вживання. Інше місце термін став займати в класифікаціях відповідностей. Так, Т. Р. Левицька та А. М. Фітерман ділять усі відповідності на еквіваленти та трансформації та розуміють під еквівалентами не лише лексичні, а й граматичні відповідності [34, с. 36–38].

Трансформаціями автори називають відповідності, що з'являються у перекладі у випадках, коли еквівалент відсутній; вони розмежовують граматичні, лексичні та стилістичні трансформації. В той же час, автори розглядають і сам переклад – як якусь трансформацію, підкреслюючи, що термін «трансформація» може означати як різновид

відповідності, так і його отримання. В загальному розумінні термін «переклад», визначається як діяльність, коли використовується інтерпретація сенсу тексту на мові оригіналу і створення нового тексту іншою мовою.

Якщо звернутися до академічного тлумачного словника української мови, то знайдете таке визначення: Термін «переклад» у загальному, розширеному тлумаченні, означає дію, що спрямована на передачу усної чи письмової інформації з мови оригіналу на мову перекладу. Термінопоеднання «стратегія перекладу» належить до найбільш багатозначних терміносполучень, що використовуються у перекладознавстві. Насамперед, потребує визначення саме поняття «стратегія». Якщо розглядати це слово як термін, то з'ясується, що це термін із дуже розмитою семантикою. [49, с. 165].

Метою перекладу є забезпечення взаємного спілкування та міжмовної комунікації [10, с. 196–198]. Метою перекладу є також відповідність змісту. Мови мають неоднакове територіальне поширення, тому треба бути обачними, визнаючи, яка мова побутує в тій чи іншій країні. [9, с. 12–13]. Саме для досягнення відповідності змісту використовуються перекладацькі трансформації. Перекладач – як фахівець – повинен вміти правильно застосовувати різні перекладацькі трансформації, щоб точно передати зміст вихідного тексту в тексті перекладу для широкої аудиторії читачів або слухачів.

Відповідно до функції, переклад поділяється на такі категорії:

- за спрямованістю комунікативної функції переклад буває спеціальний та суспільно-політичний;

- залежно від способу виконання поділяється на усний та письмовий, а усний переклад, своєю чергою, поділяється на послідовний, синхронний та одночасний.

Значну увагу науковці приділяють визначенню поняття «переклад» та поняття «перекладацькі трансформації». Серед даних науковців присутні добре відомі перекладачі – В. Н. Комісаров, О. В. Федоров, О. І. Білодід, О. Д. Пономарьова.

Найважливішими факторами, що впливають на переклад, є контекст, основні рівні та граматична структура мов, усні та письмові традиції, флексії, граматичні трансформації тощо. Питання вивчення мисленневої основи мовних структур та їх

мовних реалізацій розглядається в сучасній лінгвістичній та термінологічній парадигмах як один з найважливіших. [23, с. 28]. Існує два основних види перекладацької діяльності.

Перший вид – це усний переклад. Він спрямований на передачу змісту мовлення представника певної культури, носія мови на мову перекладу з урахуванням специфіки обох мов. Усний переклад поділяється на послідовний і синхронний.

Другий вид – письмовий переклад. Його основна мета – перекласти зміст вихідного тексту в письмовий текст з урахуванням особливостей, правил і норм письмової мови обох текстів.

Професійний послідовний переклад розпочався під час Паризької мирної конференції 1919–1920 рр. На Нюрнберзькому процесі, який тривав до 1 жовтня 1946 року, саме 20 листопада 1945 року – вперше в історії – застосовувався синхронний переклад.

Винахід комп'ютера сприяв розробці програм автоматизованого перекладу та електронних словників. На жаль, переклад, здійснений за допомогою цих прийомів, не передає змістовну частину мови, її емоційну складову. Однак, на сьогоднішній день, ці програми широко використовуються для технічного перекладу, особливо великими бюро перекладів. Популярні сервіси автоматичного перекладу – Google Translate.

Незважаючи на досить швидке зростання новітніх технологій, попит на послуги бюро перекладів досить високий. Адже в багатьох сферах людської діяльності є потреба в грамотному та різнобічному перекладі.

Вивчення питань наукового перекладу, технічна література відрізняється науковим стилем і часто вимагає аналізу та детальної обробки тексту, вивчення закономірностей функціонального стилю мови науки і техніки, що сприяє в оволодінню технікою адекватного перекладу [4, с. 12–13].

Переклад – на сьогоднішній день – пропонує свої послуги в таких основних сферах діяльності, як: бізнес, туризм, повсякденне життя, інженерія, подолання мовних бар'єрів спілкування.

Переклад повинен відповідати трьом важливим критеріям: точність, надійність (достовірність) і прозорість. Точність характеризується тим, наскільки точно було відтворено зміст вихідного тексту (оригінального тексту). Автентичність – точна передача змісту, інформації, без зміни порядку, зі збереженням усіх елементів змісту.

Прозорість перекладу означає, наскільки переклад сприймається як оригінал, який зберіг свої: граматичні, синтаксичні та ідіоматичні норми мови.

Переклади відрізняються залежно від точності оригіналу, теми тексту, функції та використання тексту, стилю, історичного та соціального контексту та літературних якостей.

У деяких випадках перекладач може робити дослівний переклад. Наприклад, перекладачі релігійних текстів і художньої літератури завжди дотримуються оригінального тексту.

У сучасних теоріях поняття прозорості та точності перекладу використовуються та сприймаються по-різному. Існує певне переконання, що ідеальний переклад повинен зберігати свою оригінальність, але ця ідея існує лише в певних культурах. Поняття точності та збереження оригінального змісту (прозорості) дуже важливі на Заході, але в Індії, наприклад, перекладач має більше «свободи».

Надалі зосередимо увагу на особливостях французьких медіатекстів та їх граматичних трансформацій. Як відомо, французька мова є офіційною мовою франкомовного населення Швейцарії, Канади та Бельгії. Французька мова також використовується в багатьох африканських країнах. Належить до індо-європейської мовної сім'ї, зокрема романської групи, гало-романської підгрупи, італійської гілки. Французька мова походить від народної латини. Писемність була заснована на латинському алфавіті.

Сьогодні французька мова є офіційною мовою ЮНЕСКО та ООН. Французька є мовою багатьох міжнародних організацій, мовою бізнесу та освіти.

За офіційними даними міжнародної організації «Франкофонія», кількість людей в світі, які спілкуються французькою мовою, у 2020 році становила вже майже цифру до 300 мільйонів [68].

Як вже зазначалося, основою французької мови є народна латинь, абетка якої складає основу французької писемності. Заповнення форм і документів у Франції можливе лише французькою мовою.

При перекладі французьких медіатекстів особливою умовою є врахування особливостей словотворення, унікальності, культури самої країни. Переклад з української мови на французьку пов'язаний із різними нюансами, які перекладач повинен враховувати та використовувати різні засоби для вирішення цього завдання.

Одним з таких засобів є граматична трансформація. Головною особливістю перекладу французьких медіатекстів є наявність аналітичної структури, в якій головну роль відіграють активні слова (артиклі та допоміжні дієслова). При перекладі особлива увага приділяється додатковим значенням, яких набувають іменники при вживанні в поєднанні з артиклем.

Перекладаючи французькі медіатексти, слід мати на увазі, що у Франції існують певні діалектні групи, а саме:

- центральні групи: бурбон, берійський, туренський, орлеанський, франсійській;
- західні групи: менський, гало, анжуйський;
- східні групи: шампанський, лотаринзький;
- південно-західні групи: ангулемський, пуатевінсько- сентонжські;
- південно-східні групи: франш-контійський, бургундський;
- північні групи: в цю групу входять нормандський, пікардський, валлонський.

У сучасній Франції ці діалекти використовуються досить обмежено. Всі ці діалекти мають різний ступінь збереженості, в більшості регіонів діалекти збереглися ідеально, а в інших майже повністю витіснені. Стійке використання лише діалектів північної групи – нормандського, пікардського та валлонського. Ці діалекти мають свій

правопис, на основі якого створюються художні та літературні твори, які друкуються в місцевій пресі.

Розглядаючи теоретичні аспекти перекладу французьких медіатекстів українською мовою, слід мати на увазі, що кожна мова особлива, має свою неповторність, і це важливо враховувати під час перекладу.

Щоб розкрити поняття «специфіка французької мови», слід сказати, що існують два відносно самостійних діалекти, про які йшлося вище. Це північний, або провансальський, та південний.

Вони істотно відрізняються один від одного, але носії цих діалектів можуть розуміти один одного. Певний час ці діалекти були рівноправними, але зараз провідну роль відіграє північний діалект. Ним розмовляють приблизно в 30 франкомовних країнах. На цьому діалекті друкуються газети, книги, журнали, документація. Українському перекладачу французьких медіатекстів часто доводиться мати справу з ідіомами та виразами північних і південних діалектів, які досить часто використовуються у французькій мові [52, с. 27–28].

Головне завдання перекладача – максимально точно перекласти зі збереженням змісту, стилістичного забарвлення мови чи тексту [56, с. 17–18]. Слід мати на увазі, що в українському перекладі французьких художніх і медійних творів використовуються різні мовні засоби, конструкції, лексика та поняття.

Емоційна насиченість французьких текстів вимагає особливо ретельного підбору необхідних термінів, для передачі емоційного забарвлення.

Ідіоми наповнюють французьку мову, надають їй певної родзинки. Кожен перекладач повинен враховувати цю характеристику. Точний переклад стійких виразів є показником професіоналізму перекладача.

Французькі слова мають схоже значення, і це також може викликати труднощі з перекладом. У письмовому перекладі текстів велику роль відіграють омофони – літери, які не читаються, але допомагають розрізнити слова та словоформи в письмових текстах [60, с. 185–186].

Французька мова наповнена системою дієслів, які мають заставну і часову форму. Наприклад, різні часи можна використовувати для опису певних подій у майбутньому. У французькій мові їх не три, як в українській, а чотири [59, с. 45–46].

При перекладі медіатекстів необхідно враховувати ще одну особливість французької мови – прямий порядок слів.

В українській мові порядок слів не такий чіткий і має вільний характер. Переставляючи фрази, ви можете зосередитися на окремих словах. Така перестановка іноді змінює повний зміст усього речення чи висловлювання. При перекладі на французьку мову необхідно використовувати інші мовні засоби, вживаючи неозначений та означений артиклі іменників. Який би засіб не використовувався, якість перекладу безпосередньо залежить від досвіду та професіоналізму перекладача.

Ще однією особливістю французької мови є те, що кількість складів дорівнює кількості голосних. Наголос у словах завжди падає на останній склад. Слова об'єднані в ритмічні групи.

Французький алфавіт складається з 26 латинських літер. Французьке написання є етимологічним. Тому існує велика кількість правил читання та винятків. Французька мова є однією з найпростіших для вивчення європейських мов. Читання письмового тексту спирається на послідовні правила, тоді як правильне написання складних слів вимагає запам'ятовування. Розмовна форма французької мови має свою аналітику, граматичні категорії в основному виражаються службовими словами: прикметниками, артиклями, займенниками; правильним порядком слів [15, с. 71–72].

Письмова форма, навпаки, має флективно-аналітичний характер, тобто існує прямий порядок слів: підмет-присудок-доповнення. Пряме доповнення завжди стоїть попереду непрямого: *Je donne le livre à ma mère* – я даю книгу мамі. Якщо додаток виражається займенником, використовується SOV порядок: *je ne vous connais pas* – я вас не знаю.

Питання в французькій мові створюються шляхом використання інтонації: *il vient?* – він іде? *Vin il de сюда?* Також за допомогою частки *est-ce que?* – це так? або інверсії –

voudrais-tu? – tu xomiv бу? Також одним з важливих аспектів в українському перекладі французьких медійних текстів є те, що для передачі назв французькою або неперекладних слів використовується уніфіковані правила практичної транскрипції.

Головна ідея – вказати типове поєднання букв французького письма та вказати їх українською стилістикою (передачею).

Особливість практичної транскрипції полягає у тому, щоб передати французьке зв'язування слів – «liaison», явище фонетики, яке виникає між двома словами всередині ритмічної групи: *Les-Ormes, Лез-Орм, Saint-Hilaire, Сент-Ілер та ін.* Тому, при письмовому перекладі медійних текстів, потрібно весь час звірятися з фонетичними джерелами і французькими правилами.

В передачі французьких назв, імен на українську мову перекладачеві потрібно бути дуже уважним. Багаторічний досвід перекладу вкорінив в українську мову велику кількість традиційних написань, таких як: *Paris – Париж, і аж ніяк не Парі, або Marseille – Марсель, а не Марсей, як потрібно б було прочитати за правилом.*

Коли робиться переклад назв газет, журналів, річок, артикль опускається. При перекладі французьких жіночих особистих імен, а також назв річок, що закінчуються приголосним звуком, при вимові додається закінчення – «а». Наприклад: *la Seine – Сена, Anne – Анна.* Але зараз правила дещо змінюються, при передачі сучасних імен в нехудожніх контекстах, краще залишати оригінал і не додавати закінчення «а». Ця тенденція виникла в середині ХХ століття. Імена релігійних діячів і монархів передаються використовуючи принцип етимологічної відповідності: *Louis – Людовик, а не Луї.*

Термін граматична трансформація або граматична заміна – це один з видів технічного перекладу, який змінює структуру речення, перетворюючи граматичну одиницю в оригіналі на одиницю з іншим граматичним значенням у перекладі. Переклад з однієї мови на іншу просто неможливий без граматичних трансформацій, зміни синтаксичного та морфологічного порядку. При порівнянні української та французької мов виявляються наступні явища:

- відсутність тієї чи іншої категорії в одній із мов;
- частковий збіг;
- повний збіг.

Потреба в граматичних трансформаціях виникає, звичайно, тільки в першому і другому випадках, в третьому випадку вона не потрібна.

Усі види граматичних трансформацій можна класифікувати за такими категоріями:

- зміна порядку слів;
- зміна структури речення (повністю або частково);
- заміна частин мови та окремих членів речення (функціональна заміна);
- додавання та видалення слів.

Основні часові конструкції між мовами зберігаються, але часи та форми, яких немає в українській мові, наприклад «subjonctif» або «future anreterieur», під час перекладу використовують ті часи, які найбільше відповідають французькій мові. Наприклад, «future anreterieur» перекладається минулим часом, «subjonctif» – дійсним способом – через відсутність подібного матеріалу в українській мові.

Одним з важливих аспектів розробки теорій перекладу для пари багатоструктурних мов (української та французької) є дослідження лексикограматичних і граматичних проблем перекладу з однієї мови на іншу. Тому аналіз граматичної трансформації в українському перекладі французьких медіатекстів становить особливий науковий інтерес. Крім того, адекватність перекладу передбачає не тільки передачу повного змісту матеріалу, а й максимально точну передачу його структурної форми, розташування матеріалу, порядку викладу.

Специфіка перекладу полягає в тому, що це дуже відповідальний переклад так як саме медіатексти – це одна з найпоширеніших форм мови. В наш час існує багато наукових досліджень саме у сфері всеукраїнських і регіональних медіа, а саме: преса, інтернет, радіо та телебачення, проте поза увагою гіперлокальні медіа. Саме

гіперлокальні медіа тексти впливають на розвиток культури читацької аудиторії вони доповнюють інформаційний простір.

Гіперлокальні медіа надають контент, в першу чергу – для жителів села, селища, містечка або мікрорайону. Вони мають більш точний і вузький фокус, ніж загальні медіатексти. Журналісти таких медіа звертають увагу на вирішення проблем, знайомлять з сусідами. Якщо намагатися дати більш точне визначення, з'ясується, що «гіперлокальні» – це «надмісцеві». У Франції це поширене явище. Існує близько 500 онлайн-сайтів, які надають гіперлокальний вміст інформації: «Messagiere Lyonnaise de Presse» (MLP) – «Експедиція ліонської преси», «Ron-Alpes-Diffusion» (RAD) – «Повідомлення з Руанських Альп», «Radio Blio» та ін.

Повертаючись до граматичних трансформацій, слід зазначити, що основним прийомом все ще залишається добір лексичного еквіваленту, лексична відповідність якого точно збігається зі значенням слова. Складнощі виникають в таких ситуаціях, коли вибраний еквівалент цілком не підходить. У таких ситуаціях вибирається контекстний еквівалент. Прикладом такої проблеми є французьке слово «journal», українською це журнал, французькою – це слово означає газета. Або «Marque» – знак, термін який допомагає підкреслити відмінність чого небусть. Значення цього слова в українській мові найчастіше вживається у контексті «поштова марка». Французьке слово «comédien» – актор, комедіант, має переклад рідною мовою лише в одному контексті – «комедійний актор».

Прикладом іншого слова є французьке слово «comédien» – актор, комік, в українській мові це слово має переклад – «комедіант». Як правило, такі труднощі виникають при запозиченнях з мови оригіналу.

Повертаючись до терміну граматичних трансформацій, необхідно зазначити, що серед трансформацій виділяють дві основні форми: граматичну та лексичну.

Граматичні трансформації викликані відмінностями в структурі двох мов, які проявляються в часткових або повних розбіжностях. Лексичні трансформації необхідні через лексичні розбіжності – різну семантичну структуру мов (відмінності у вживанні

слів, відсутність слів із відповідним значенням, різні відміни в мові, якою здійснюється переклад).

Як правило, трансформації поєднуються між собою, граматичне перетворення здійснюється лексичним, перестановка здійснюється заміною.

Особливість граматичних трансформацій в українському перекладі французьких медійних текстів на лексичному і граматичному рівнях створюють основу для застосування різних перекладацьких трансформацій при перекладі.

1.2. Види граматичних трансформацій

Існує багато класифікацій типів трансформації для вирішення різноманітних протиріч у галузі перекладознавства. Критеріїв відбору, певних типів граматичних трансформацій декілька, кожен з них виправданий, тому із загальної кількості вибрати лише один неможливо.

У працях А. П. Грицевої йдеться про те, що «термін граматична трансформація має багато різновидів і неможливо виділити лише один» [15, с. 177].

Сьогодні прийнято користуватися найвідомішими класифікаціями перекладу, а саме класифікаціями В. Н. Комісарова, Т. А. Казакової та Л. К. Латишева. Усі ці класифікації тісно пов'язані між собою. Знайдемо схожість та відмінність.

За Л. С. Бархударовим, перекладацька трансформація розуміється наступним чином: «Різноманітні міжмовні трансформації, які допомагають здійснити перехід від одиниць вихідної мови до одиниць цільової мови, щоб досягти його точної адекватності, незважаючи на відмінності формальної та семантичної систем мов» [6, с. 194].

В. Н. Комісаров надає таке визначення: «Перетворення, за допомогою яких можливий перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу, у наведеному значенні називаються міжмовними (перекладацькими) трансформаціями» [24, с. 123].

Міжмовні трансформації виконуються мовними одиницями, які мають чіткий план змісту, мають формально-смісловий характер, трансформують як форму так і початковий зміст оригіналу. Вони вирішують труднощі передачі як плану змісту, так і тексту перекладу. Трансформаційний метод використовується як у морфології, так і в синтаксисі. Трансформаційний метод лежить в основі граматики (la grammaire générative), що показує, як одні структури походять від інших. [14, с. 22]. Трансформації перекладу не розглядаються статично як засіб аналізу зв'язків між сутностями похідної мови та її словникових відповідників, а з точки зору динамічного розвитку – як інструменти перекладу, які перекладач може використовувати під час перекладу різними мовами. Відповідно до мовних одиниць похідної мови, міжмовні перекладацькі трансформації класифікуються на лексичні та граматичні [25, с. 128].

До класифікації також можна віднести комплексні міжмовні трансформації, в яких переклад має ефект об'єднання одразу обох одиниць оригіналу – лексичних та граматичних, або він має вигляд міжрівневого, тобто здійснює перехід від лексики до граматики і навпаки [25, с. 53].

На рис. 1.1. наведено групування міжмовних трансформацій:

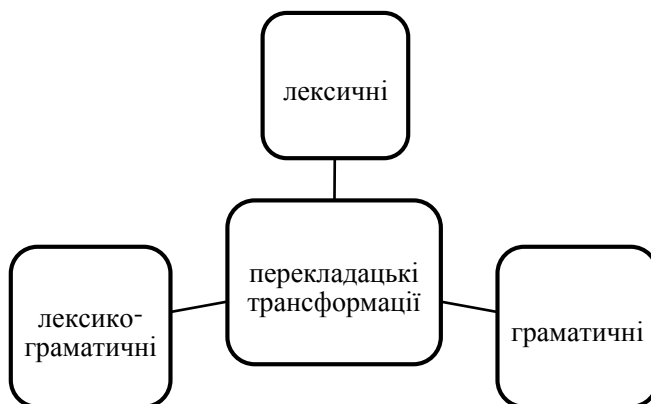


Рис1.1. Класифікація перекладацьких трансформацій за В. Н. Комісаровим

Відповідно до наведеної вище класифікації, зазначимо, що до граматичних трансформацій відносять:

– синтаксичне уподібнення (дослівний переклад);

- членування речення;
- об'єднання речень;
- граматичні заміни (форми слова, частини мови або члена речення).

До комплексних лексико-граматичних трансформацій належать:

- антонімічний переклад;
- експлікація (описовий переклад);
- компенсація.

Розглядаючи ці три групи міжмовних трансформацій, автор спирається на одиницю похідної або вихідної (різні інтерпретації) мови перекладу. В подальшому мовознавець В. Н. Комісаров розглядає міжмовні лексичні трансформації, які називає перекладацькими прийомами [24]. Класифікація прийомів наведена на рис. 1.2.

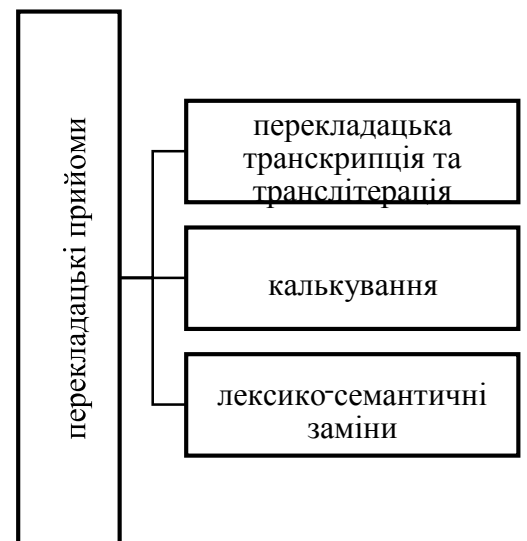


Рис. 1.2. Різновиди перекладацьких прийомів за В. Н. Комісаровим.

В свою чергу, фахівець перекладацьких трансформацій Л. К. Латишев, зазначав: «Перекладати – це, те саме, що й перефразувати; єдина відмінність полягає в тому, що це парафраз з однієї мови на іншу». Відповідно до цього висловлювання, перекладацькі трансформації є одним із двох основних типів операції, які використовуються в процесі транслінгвального перефразування перекладу. Переклад - одне із видів людської діяльності. Діяльність - психологічне поняття, що означає "специфічні процеси", які здійснюють те чи інше життєве, активне ставлення суб'єкта до дійсності. [33, с. 5].

Л. К. Латишев виокремлює чотири групи міжмовних трансформацій, що наведені на рис. 1.3.

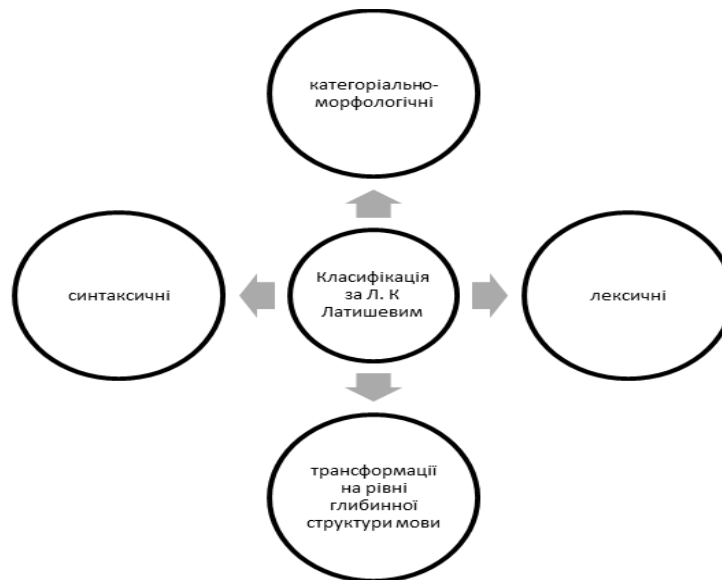


Рис. 1.3. Класифікація міжмовних трансформацій за Л. К.Латишевим.

Співставляючи обидві класифікації, бачимо, що те, що В. Н. Комісаров відніс до граматичних: членування та об'єднання речень, форми слова, частини мови або члена речення, синтаксичне уподібнення, граматичні заміни, Л. К. Латишев виокремив як синтаксичні та категоріально-морфологічні. Між тим, глибинні трансформації автор відносить до окремої категорії тому, що саме вони можуть змінити «схему думки» при перекладі [32, с. 78]. Також цей фахівець з перекладу зауважив, що так звані «специфічні» міжмовні трансформації – конверсія, адекватна заміна, ідіоматизація, деїдіоматизація, експлікація та імплікація – відносяться до «міжмовних перефразувань» [31].

Цікавий підхід до класифікації перекладацьких трансформацій пропонує професор Т. А. Казакова. Він базується на класифікації В. Н. Комісарова, проте дещо відрізняється від неї.

Т. А. Казакова відокремлює лексичні прийоми перекладу, серед них – транслітерація (перекладацька транскрипція), калькування, конкретизація значення,

розширення, емпатизація, функціональна заміна, описовий переклад [21]. Вона виділяє такі типи: повний переклад, частковий переклад, функціональна заміна, описовий переклад, нульовий переклад, конверсія, стягнення, розгортання, перестановка компонентів речення, додавання, випущення, антонімічний переклад [21].

В лексичних прийомах перекладу розглядаються будь-які перетворення на рівні лексем, у граматичних прийомах перекладу перетворення на рівні словосполучень і речень.

В окремий розділ Т. А. Казакова відносить переклад фразеологізмів та клішованих виразів. Також вона окремо розглядає стилістичні прийоми перекладу, вказуючи на особливості перекладу образних засобів мови, вважаючи їх найскладнішими для перекладу.

Як ми бачимо, всі вище наведені різні класифікації фахівців мають спільні і відмінні риси, але в будь-якому разі мають загальну рису: трансформації бувають фонетичні – на рівні звуків і букв, лексичні – на рівні лексем, граматично – синтаксичні – на рівні словосполучень і речень.

Не можна не підкреслити на комплексному поєднанні будь-яких міжмовних трансформацій, оскільки всі вище згадані підвиди трансформацій, поєднуються між собою в загальному контексті. Інколи втрачене при перекладі одне речення або абзац, або розділ, можна знайти зовсім в іншому абзаці або реченні.

Деякі способи перекладу можна віднести в окрему групу. Як наприклад трансформації, що застосовуються при перекладі клішованих і фразеологічних одиниць. До них входять: адекватна заміна, ідіоматизація, деїдіоматизація. Як згадувалось вище, за Казаковою, кліше та фразеологічні одиниці вимагають особливого підходу.

Граматичні трансформації це складний комплексний процес, який відбувається через відмінності у формах слів та їх граматичних категоріях, а відмінність у відмінюванні слів є однією з причин лексичної трансформації, оскільки слова

працюють для кожної мови в певному контексті, іншими причинами можуть бути відмінності у значенні слова або ментальний компонент носіїв кожної з мов.

Висновки до Розділу 1

Спираючись на вище досліджену інформацію, можна сказати, що трансформації перекладу є засобом вирішення протиріч, що виникають внаслідок невідповідності комунікативних навичок, властиві носіям тексту оригіналу та тексту перекладу.

Медійні тексти є невід'ємною частиною культурного життя і культурного розвитку населення.

Термін «медіатекст» сьогодні використовують як споріднений відносно серії традиційних та інноваційних позначень: публіцистичний текст, газетний текст, радіотелетекст, мережевий текст, гіпертекст, текст рекламного характеру, тощо. З латинської «*media*», «*medium*» перекладається – як засіб, спосіб, що дає змогу називати медіатекстом будь-який носій інформації.

Під час перекладу медіатекстів, особливу увагу необхідно приділяти збереженню як еквівалентності регулятивного впливу похідного тексту і тексту перекладу, так і їх семантичної та структурної подібності. Використовувати комплексні інструменти перекладу такі як: перестановка, заміна, опущення, об'єднання речень та інше. Кожний перекладач має знати, що існує певне правило адекватності перекладу і міра трансляційних перетворень.

Якщо переклад дозволяє не використовувати перекладацькі трансформації, це чудово. Краще зберігається якість перекладу та його достовірність, відсутні, так звані, «вільності, внесення свого спів авторства». Проте бувають випадки, коли неможливо обійтись без граматичних трансформацій, коли неможливо знайти точної відповідності виразів та слів, які надають тлумачні словники. Особливо часто такі ситуації зустрічаються в медіатекстах. Використання граматичних трансформацій допомагає

зробити трансформацію внутрішньої форми слова або речення або повну заміну, щоб максимально наблизити переклад до оригіналу.

Перекладач повинен уміти чітко ідентифікувати перекладацьку проблему і використати необхідний прийом. Стрімкий розвиток ЗМІ, змушує відповідально ставитись до точності перекладу який побудований на семантичних, синтетичних та морфологічних аспектах, так як цей медійний продукт споживає велика кількість читачів (слухачів).

Найчастіше в перекладацькій діяльності використовуються класифікації відомих дослідників – В. Н. Комісарова, Л. К. Латишева та Т. А. Казакової, вони є найбільш визнаними та ґрунтовними. Мають спільні і відмінні риси, але в загальному контексті всі вони переплітаються між собою. Здебільшого в медійних текстах використовуються лексико-граматичні трансформації, тобто комплексні.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ

2.1. Медійний дискурс та його особливості

Термін медійний дискурс є одним із вживаних термінів.

На сьогоднішній день засоби масової комунікації є важливим інструментом впливу на людську свідомість, з метою досягнення політичних, релігійних, економічних та соціальних цілей. Розвиток у всьому світі суспільно-політичного життя, активує дослідницьку діяльність медіа-дискурсу. Існує різноманітна кількість визначень, таких як: масово-інформаційний дискурс, засоби масової комунікації, медіа простір, медійний дискурс, мова ЗМІ, всі вони є синонімами та приймають участь у різних сферах життя людини. Поняття медійного дискурсу та його аналіз посідає важливе місце у сфері лінгвістичних досліджень.

Термін «дискурс» вперше був згаданий у працях відомого американського лінгвіста З. З. Херріса. «The Language Makers» [61]. В його працях велика увага приділялась аналізу структурних особливостей тексту, ці структурні особливості автор виділив поняттям «дискурс». В його розумінні, дискурс уявляє собою «послідовність речень, сказаних (або написаних) людиною у певній ситуації».

«Мова не реалізується в плутаних словах і пропозиціях, але у зв'язному дискурсі – від одного слова – до десятитомного роману, від монологу – до суперечки на Площі Юніон» [64]. «Дискурс, як мовленнєво-мисленнєвий процес, який приводить до формування тесксту, зв'язного мовлення, як засіб мовленнєвого моделювання образу, що породжується люською свідомістю, слугує експерементальним полем такого роду пошуків. [27, с. 7]. В даний час немає загальноприйнятого визначення терміну «дискурс», що пояснюється широким використанням цього терміну. В 1970 –х роках даний термін мав досить широке використання, спочатку – більше до значення «функціонального стилю мови». Фахівець лінгвістики Ю. С. Степанов висловлювався з

цього приводу: «Причина того, чому при живому терміні «функціональний стиль» виникла необхідність в іншому визначенню терміну «дискурс», полягала в особливостях національних лінгвістичних шкіл, а не в предметі» [50].

Найкращим тлумаченням цього терміну в 1990 роки, є визначення які запропонував В. З. Дем'янков: «Discourse – дискурс, це довільний фрагмент тексту, що складається з більш ніж однієї пропозиції або незалежної частини речення. Часто, але не завжди, концентрується навколо деякого опорного концепту; створює загальний контекст, що описує дійові особи, об'єкти, обставини, часи, вчинки тощо, визначаючись не так послідовністю пропозицій, скільки тим, загальним для творця дискурсу та його інтерпретатора світом, який «будується» по ходу розгортання дискурсу» [17, с. 29].

Останніми роками термін широко використовується в гуманітарних науках і набуває нових форм. З одного боку, з цим пов'язане часте ототожнення тексту та дискурсу, відсутністю терміну, еквівалентного французькій та англійській мовам у деяких європейських мовах – «discours(e)»; з другого боку, це поняття того, що раніше термін «дискурс» включав лише мовну практику. Оскільки аналіз дискурсу перетворився на спеціалізовану галузь дослідження, стало зрозуміло, що значення дискурсу не обмежується письмовою та усною мовою, але також позначає чужі семіотичні процеси. Основна увага при інтерпретації дискурсу зосереджена на його інтерактивній природі.

Дослідник Т. М. Ніколаєва у «Короткому словнику термінів лінгвістики тексту» підкреслювала: «Дискурс – багатозначний термін лінгвістики тексту, який вживається великою кількістю авторів в значеннях, майже омонімічних» [40, с. 467]. Найважливіші з цих значень: 1) логічно взаємопов'язаний текст; 2) збереження усної розмовної форми тексту; 3) діалог; 4) група висловлювань, пов'язаних між собою за змістом;

Можна виділити три основні способи використання терміна дискурс: 1) власне лінгвістичний, де дискурс розуміється як мовлення, вписане в комунікативну ситуацію. 2) дискурс, який використовується в журналістиці. 3) дискурс, який використовується

у лінгвістиці, яка намагається ввести елементи дискурсивних понять в арсенал генеративної граматики.

Найвідоміші тлумачення поняття дискурсу наведено на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Визначення поняття «дискурс».

Як така, що виникла в межах лінгвістики тексту, теорія дискурсу ніколи не втрачала свого первісного зв'язку з нею, натомість послідовно просувалася в напрямку розмежування предмету свого дослідження та вирізнення понять «текст» і «дискурс» у термінах форм мовної реалізації.

За визначенням В. Г. Борботька: «Дискурс – це текст, але такий, що складається з комунікативних одиниць мови – речень та їх об'єднань у більші одиниці, які перебувають у безперервному смисловому зв'язку, що дозволяє сприймати його як цілісне утворення» [7, с. 467].

На сьогодні термін «дискурс» все ще тлумачиться неоднозначно у галузі перкладознавства. На рис. 2.2 згруповані основні підходи до визначення цього терміну, які запропонувала К. А. Лазарева [30, с. 15–16].

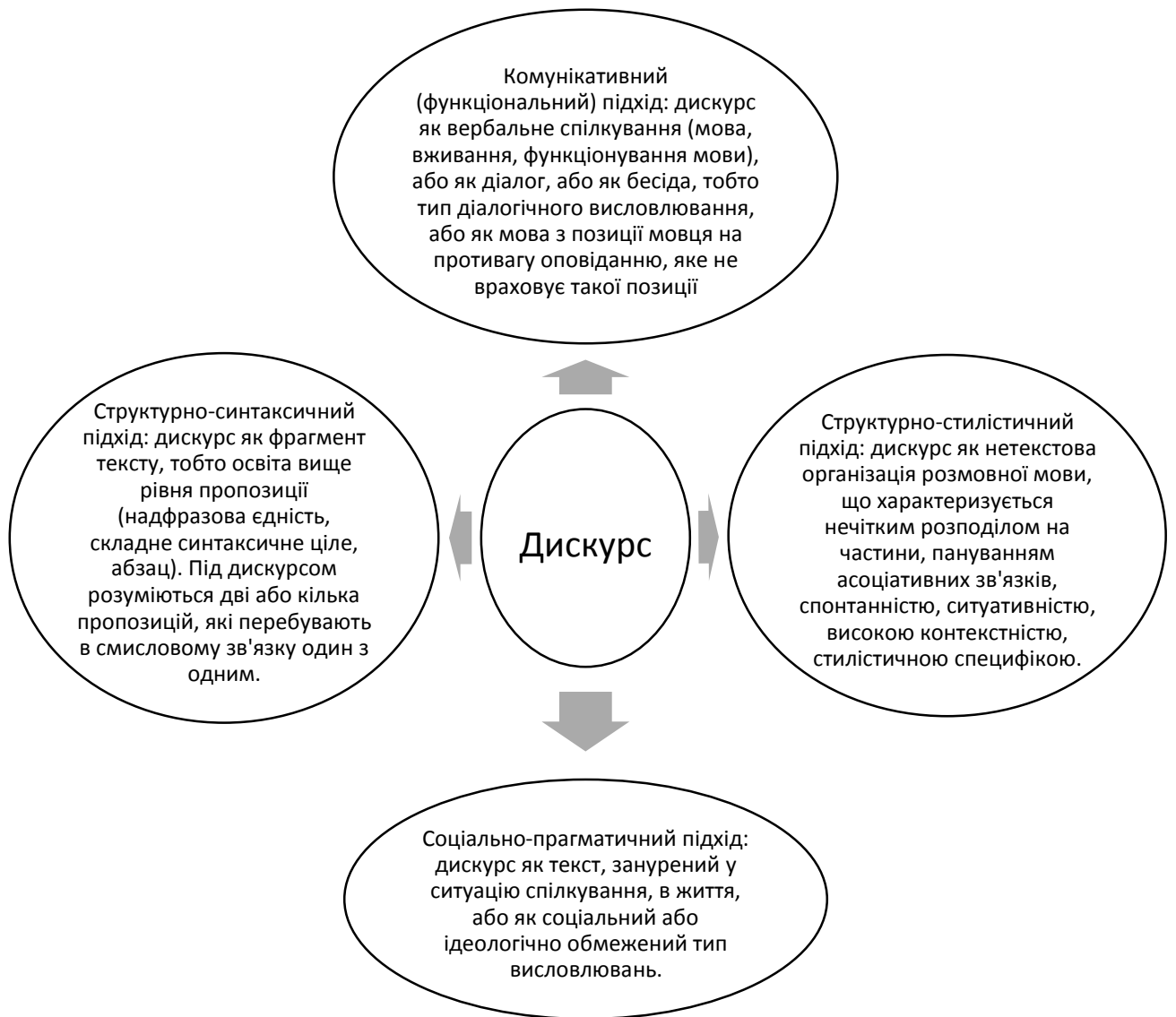


Рис. 2.2. Підходи до визначення поняття «дискурс».

Такий поділ дає змогу зрозуміти, що дискурс має потрійний характер: одна сторона спрямована на прагматику, типову комунікаційну ситуацію, інша – на процеси, що відбуваються у свідомості учасників комунікації та на маркери їхньої свідомості, третій до тексту навіть обрані підходи є частково суперечливими. Термін «дискурс» розуміється в нерозривному зв'язку з термінами мова і текст. Дискурс, як

комунікативний феномен, є проміжною ланкою між мовою – як вербальною комунікацією, знову ж таки як діяльністю, – та конкретним текстом, який охоплює процес спілкування. Дискурс слугує обґрунтуванням проблематичних претензій на значення думок та норм. [53, с. 87]. Якщо говорити простіше, дискурс слід розуміти як когнітивний процес, що включає знання про мовний продукт і текст, як кінцевий результат процесу мовної діяльності, що веде до певної завершеної форми. Це зіставлення реальної мови та її результату призводить до усвідомлення того, що текст можна інтерпретувати як дискурс лише в тому разі, якщо він дійсно був сприйнятий і введений у поточну свідомість його індивіда. Можливо провести розмежування термінів «текст» та «дискурс», включивши до цієї пари категорію «ситуація». В цьому разі «дискурс» буде мати вигляд як «текст» + «ситуація» [29, с. 34–35].

Медіадискурс – це форма людського спілкування, безпосередньо пов'язана з використанням вербальних і невербальних засобів (вербальних і іконічних текстів), у якій повідомлення передається не безпосередньо, а через канал передачі – Інтернет. Медіадискурс визначає склад учасників дискурсу – автора повідомлення та реципієнтів. Реципієнтами дискурсу можуть бути всі користувачі Інтернету, які зацікавлені в актуальній інформації на цю тему. Можна припустити, що більшість читацької аудиторії оригінального тексту становитимуть громадяни України, що суттєво вплине на процес «споживання» дискурсу.

Т. Ван Дейк стверджує, що аналіз новинних текстів має відбуватися на двох рівнях – мікроструктурному та макроструктурному. Аналіз мікроструктур включає вивчення семантичних зв'язків між реченнями, а також особливостей лексики, синтаксису та інших риторичних елементів тексту, які формують контекст новинних текстів. Проте аналіз макроструктур передбачає вивчення тематичної та тематичної структури новини та її загальної картини. Теми або невеличкі назви статей об'єднуються, щоб утворити макро-продукт. За Ван Дейком, макровисловлювання є похідними від висловлювань у процесі узагальнення, відбору та конструювання, які семантично структурують послідовність макровисловлювань на більш високому рівні [16].

Ван Дейк стверджує, що теми та макровисловлювання реалізуються в заголовках новин таким чином, представляють найвищу концентрацію інформації, вираженої в тексті. Заголовки «визначають загальну зв'язність або семантичну єдність дискурсу, а також те, яка інформація найкраще запам'ятовується читачеві. Зважаючи на те, що заголовки створюються редакторами після написання статті, заголовки публікацій функціонують як маніпулятори думкою, а тому є очевидними ключовими суб'єктами для дослідження дискурсу ЗМІ з позиції ідеології [16, с. 171].

Окрім заголовка, Ван Дейк виділяє перший абзац новинної статті як найважливіший інформаційний та ідеологічний вплив. Перший абзац містить короткий опис подій, про які йдеться у статті. Решта тексту статті вичерпано та детально «розкриває» інформацію, що міститься в першому абзаці, тому при її ретельному аналізі можна виявити найважливіші, центральні тематичні та поточні особливості тексту. Подібний зміст перших фрагментів тексту дає змогу вже на початку аналізу визначити основну ідеологічну «канву».

Виділяють п'ять типів дискурсів, які реалізуються в комунікативній дії залежно від ситуацій, а саме дискурс як:

- засоби зв'язку (нормальний обмін інформацією);
- «лікарські» засоби (наприклад, від лікаря);
- звичайний дискурс (наприклад, наукова дискусія);
- засоби ідеологічного впливу;
- нова педагогічна форма дискурсу (навчання в діалозі) [45, с. 84–91].

Засоби масової інформації є основними джерелами формування масової свідомості та коригування громадської думки, якщо вона відрізняється від загальноприйнятої. Тексти мас медіа, хоч і висвітлюють подію, враховуючи різні думки, є інструментом класового контролю, передаючи офіційну думку за допомогою «закодованої знакової системи», якою є мова преси, впроваджують певні цінності та викорінюють інші.

Звернення до медійного дискурсу є закономірним у контексті поглибленого, детального вивчення динамічних процесів у сучасній мові.

В умовах сучасного суспільства, де головною рушійною силою є інформація, ключовим дискурсом, що реалізує рух соціальної думки та формує концептуальну картину світу людини, став медійний дискурс. Виникнення медійного дискурсу обумовлено тенденціями інтернаціоналізації та глобалізації, розвитком сучасних комунікаційних технологій у світовому суспільстві.

Особливе місце медійний дискурс посідає у сучасній дискурсивній матриці. Медійний дискурс – це зв'язковий вербальний чи невербальний, усний чи письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними чинниками, виражений у вигляді засобів масової комунікації. Він узятий у подієвому аспекті, являє собою дію, бере участь у соціокультурній взаємодії та відображає механізм свідомості комунікантів.

Головне завдання масмедіа – задоволення потреб суспільства у обробці та передачі інформації широкій аудиторії, забезпечення масового, упорядкованого, регулярно-періодичного поширення соціально значущої інформації.

Різновиди медійного дискурсу відрізняються залежно від використаних комунікативно-інформаційних каналів та реалізуються за допомогою різних мовних засобів та стратегій.

Види медійного дискурсу безпосередньо пов'язані з жанрово-функціональними особливостями медіа-простору.

Типи медійного дискурсу визначаються відповідно до:

– виконуваної комунікативної функції:

а) публіцистичний дискурс;

б) PR– дискурс;

в) рекламний дискурс;

– каналу реалізації:

а) теледискурс;

- б) комп'ютерний дискурс;
- в) радіодискурс.

Типи медійного дискурсу реалізуються через комунікативні канали, якими виступають: аудіо, аудіовізуальний, візуальний канали впливу в медіапросторі.

Медіа-дискурс виступає тематично сфокусованою одиницею у медійному просторі.

За допомогою визначення терміну медіа-дискурс, можна виділити групу людей, які споживають медіа продукти, методи впливу на користувачів. О. В. Александрова наголошує: «Засоби масової інформації є тим самим дискурсом, адже вони сучасні, динамічні і мають великий вплив на учасників комунікації» [1, с. 85–86].

Головною особливістю медійного дискурсу є його орієнтація на адресата. Викликати у нього медіазалежність. Залежність від каналу передачі інформації (радіо, преса, інтернет). Це досягається шляхом поєднання різних інструментів: преса використовує поєднання різних видів шрифту, фото, кольорів, телебачення використовує різні звукові засоби, в інтернеті поєднуються всі техніки впливу.

Перш ніж донести інформацію до споживача, необхідно врахувати велику кількість чинників: соціально-культурний, гендерний, віковий, професійний. Головною метою медійного дискурсу є формування рухомої моделі світу. У роботі українського доценту в галузі мовознавства І. М. Подгайської зазначається, що принцип використання мови комунікантами в найрізноманітніших ситуаціях з урахуванням їх прагматичної компетенції здавна привертала увагу найрізноманітніших фахівців – з риторики і стилістики, типології мовлення і теорії комунікації, соціолінгвістики, психолінгвістики, теорія дискурсу та інших теорій [41, с. 45–46].

При підготовці медіа тексту автор повинен врахувати багато факторів, зокрема смаки та досвід кожного користувача. Його дії мають бути спрямовані на скорочення дистанції між собою й читачем та на задоволення інформаційного очікування адресата.

Як правило, медійні тексти здебільшого орієнтовані на широкий загаль, тому для публіцистичних матеріалів використовують регламентований набір граматичних конструкцій та лексичних оборотів.

Також до ще однієї з вагомих особливостей мовного дискурсу можна віднести реалістичність. Користувач ніби занурюється у навколишню дійсність. На відміну від інших дискурсів, які відображають дійсність, як наприклад, діловий, історичний або науковий, медійний дискурс емоційно залучує споживача інформації, впливає на нього та спонукає до певних прогнозованих дій та вчинків. Іншою важливою особливістю медійного дискурсу є залучення ептонімів (крилатих слів).

Активне використання еспресивності в медійному дискурсі – емоційність, залучення ептонімів, образність обумовлений їхньою схожістю з творами мистецтва (з точки зору інформаційного простору).

В умовах широкого використання суспільством ЗМІ, ключовим фактором відіграє мовний дискурс – як один із інструментів впливу на свідомість читача. Деякі дослідники називають суспільства «медійними» [67].

Медійний дискурс – це важливий вид діяльності. Він являє собою явище власного комунікаційного простору в сукупності з соціальними, ідеологічними, психологічними та мовними факторами. Основними ознаками якого виступають: медійна залежність, інтердискурсивність (поєднання декількох дискурсів в одному), реалістичність, мультимодальність (різні системи подачі та сприйняття інформації), спрямованість на широкий загаль, дистантність (відстань між автором та читачем) мовленевого акту, динамічність і також інтенсивна еспресивність.

2.2. Перекладацькі стратегії відтворення граматичних особливостей медійних текстів

Роль медійних текстів у сучасному суспільстві важко переоцінити. Ми стикаємося з інформаційними потоками всюди, буквально з самого ранку. Радіо, телевізор, газети,

і, звичайно, Інтернет – все це джерела, завдяки яким сучасна людина відчуває свою проінформованість про світові та місцеві події. При такому розмаїтті видань потенційний читач віддає перевагу тим, що швидше та ефективніше приверне його увагу. Така конкуренція іноземних ЗМІ і обумовлює необхідність якомога якіснішої роботи перекладача. Якісний переклад газетних статей гарантує популярність серед читачів інших країн.

Перш ніж торкатися питання використання перекладацьких стратегій в рамках газетних текстів, слід з'ясувати, які класифікації текстів існують на сьогодні. Така класифікація потрібна для попереднього перекладацького аналізу, це перший етап роботи перекладача, покликаний допомогти йому припустити особливості, які можуть зустрітися у тексті. І. Полюк наголошує, що в процесі перекладу необхідно розуміти оригінальний текст, знайти відповідні засоби передачі мовою перекладу, перевірити аспекти перекладу такі як: ступінь формальної відповідності, ступінь завантаженості контентом і прийнятність для цільової аудиторії [42, с. 8–9].

Завданням лінгвістики є зведення всіх видів тексту в одну схему, в одну типологічну систему, але досі вчені не дійшли згоди щодо релевантних ознак тексту для подібної класифікації. Одні пропонують ґрунтуватися на жанровій приналежності текстів, інші оцінюють тексти з погляду релевантності для перекладу, треті базують свою класифікацію на функціонально-стильовій приналежності твору.

Розглянемо погляди на класифікацію фразеологічних одиниць серед представників лінгвістики. А. В. Федоров – на основі стилістичних критеріїв – виділяє:

- 1) інформаційні тексти, документальні тексти торгового та ділового характеру та наукові тексти;
- 2) суспільно – політичні тексти у тому числі передові статті та мови;
- 3) художньо літературні тексти [51].

У наведеній класифікації тексти медіа належать до суспільно– політичних текстів. Е. Верліх розрізняє типи текстів залежно від початкових структур, які можна

представити у вигляді послідовних «ланцюжків» – мовних засобів або пропозицій в текст. Е. Верліх виділяє наступні типи текстів [11, с. 23–24]:

- 1) дескриптивні (описові) – тексти про явища та зміни в просторі;
- 2) наративні (оповідальні) – тексти про явища та зміни в часі;
- 3) пояснювальні – тексти про понятійні уявлення промовця;
- 4) аргументативні – тексти про концептуальний зміст висловлювання промовця;
- 5) інструктивні – наприклад тексти законів.

У зв'язку з наявністю різноманітних газетних жанрів: есе, репортаж, замітка, нарис, офіційні повідомлення, вище наведений поділ текстів дозволяє віднести їх – залежно від змісту – і до дескриптивних, і до наративних (аналітичний матеріал), і до пояснювальних (коментарі), і, навіть, до інструктивних (рецензії).

Незважаючи на значущість описаних робіт, більшість сучасних перекладачів та лінгвістів користуються класифікацією текстів відомого радянського академіка-лінгвіста – В. В. Виноградова, який зробив неоцінений внесок у розвиток науки про мову. У своїй класифікації текстів для перекладу він дотримувався поділу текстів за трьома функціями: спілкування, повідомлення та впливу. В. В. Виноградов виділяв шість типів текстів.

1. Розмовні тексти. Вони можуть поділятися на розмовно-побутові, розмовно-ділові та інші. Розмовні тексти виконують, функцію спілкування, реалізуються в усній формі і орієнтуються на взаємну комунікацію заради якихось цілей.

2. Офіційно-ділові тексти, до яких належать безліч державних, політичних, дипломатичних, комерційних, юридичних документів. У них є основна функція повідомлення. Як правило, вони існують у письмовій формі, яка у деяких видах документів буває порівняно жорстко регламентованою.

3. Суспільно-інформативні тексти. Вони містять найрізноманітнішу інформацію, що проходить каналами масової комунікації, газет, журналів, радіо та телебачення. Їхня головна функція – повідомлення. Ці тексти можуть бути тенденційними та розрахованими на певний вплив, на обробку громадської думки. Однак функція

повідомлення залишається у них основною, яка формує типологію тексту. Форма цих текстів найчастіше письмова. На радіо та телебаченні письмові тексти ретранслюються в усній формі. Щось подібне відбувається й з ораторською промовою, коли вона відтворює письмовий оригінал.

4. Наукові тексти, що мають багато підтипів, видів та підвидів, залежно від областей знань та призначення. Серед них виділяються насамперед тексти спеціальні, розраховані на професіоналів, та науково – популярні, призначені для масового читача. Всім їм властива функція повідомлення та орієнтація на логічно - послідовний, об'єктивний та доказовий виклад змісту. Наукові тексти реалізуються головним чином в письмовій формах. На конференціях, з'їздах, симпозіумах, тощо їх форма може бути усною.

5. Художні тексти, що охоплюють все жанрове розмаїття художньої літератури, літературної критики та публіцистики. У них дві основні взаємопов'язані текстоутворюючі функції: дії та естетична. У таких текстах особливого значення набуває форма викладу. У літературі втілюється не тільки раціональне, а й художнє та естетичне пізнання дійсності. Від того, як і в якій формі матеріалізується зміст, залежить естетична цінність твору та рівень емоційно–експресивної дії на читача. У художніх текстах використовуються одиниці та засоби всіх стилів, але всі ці стильові елементи включаються в особливу літературну систему та набувають нової, естетичної функції. Звісно, художні тексти слід підрозділити на види, наприклад, відповідні літературним жанрам. У кожного з видів виявиться своя художня, мовна та функціональна специфіка.

6. Релігійні твори. Їх зміст, характеристики відрізняються особливою своєрідністю. Основне місце серед них займають канонічні книги Святого Письма, Апокрифи, Життя святих, проповіді, теологічні твори. Переклади біблійних книг мають багатовікову історію. Біблійні переклади пов'язані з екзегетикою – розділом богослов'я, що трактує багатозначність деяких текстів Біблії та біблійну лексику уточненням текстів [12, с. 224]

Щодо зарубіжних вчених, то найбільшою популярністю користується серед перекладачів класифікація, зроблена наприкінці ХХ століття німецьким лінгвістом Катаріною Райс. Вона так розподілила тексти:

- по описовій функції мови – тексти, орієнтовані на зміст;
- за виразною функцією мови – тексти, орієнтовані на форму;
- за функцією звернення – тексти, орієнтовані на звернення.

Як бачимо, у поглядах основні функції текстів відповідно до класифікації двох вчених, багато спільного. Проте, на відміну від В. В. Виноградова, К. Райс виділяє і четверту групу – аудіомедіальні тексти. Йдеться про тексти, зафіксовані в письмовій формі, але які надходять до одержувача через немовне середовище в усній формі (мовної або пісенної), що сприймається ним на слух, причому допоміжні засоби по-різному сприяють реалізації змішаної літературної форми.

Вчена К. Райс до кожного виділеного її типу тексту відносить конкретні види мовної діяльності. Так, до типу текстів, орієнтованих на зміст, можуть бути віднесені: повідомлення та коментарі преси, репортажі, комерційна кореспонденція, специфікації товарів, інструкції з експлуатації технічних приладів, патентні описи, грамоти, офіційні документи, навчальна та спеціальна література всіх видів, дослідження, звіти, трактати, спеціальні тексти гуманітарних, природничих та технічних наук.

Орієнтованими на форму можуть вважатися наступні тексти:

- літературна проза – есе, життєписи, фейлетони тощо;
- художня проза – історичні анекдоти, короткі історії, новели, романи, а також усі види поезії від байок та балад до чистої лірики.

Тексти, у яких апелятивна функція є домінуючою, у яких реклама, агітація, проповідь, пропаганда, полеміка, демагогія чи сатира виступають, як основа чи мета мовного висловлювання, являються, на думку німецької дослідниці, орієнтованими на звернення.

Аудіомедіальні тексти – це тексти, що розповсюджуються радіо та телебаченням, як, наприклад, радіокоментарі та повідомлення, радіонариси та радіоп'єси. Крім того,

до цього типу слід віднести всі тексти, що утворюють єдність із музикою, – від найпростіших шлягерів та пісень до гімнів, хорів, ораторій, а також усі сценічні твори, від мюзиклу до опери, від комедії до драми та трагедії.

Як можна бачити, відмінності між підходами відрізняються не сильно, і всі сходяться на думці, що медіа тексти слід вважати текстами, орієнтованими на зміст, але які несуть певну суб'єктивну оцінку того, що відбувається [44, с. 202–228].

У найзагальніших рисах можна назвати дві великі групи газетно-публіцистичних текстів: газетно– журнальну публіцистику і соціально – політичне красномовство, співвідносні з комунікативним характером аудиторії. Слід також зазначити, що, за словами М. П. Брандеса та В. І. Проворотова, політичні тексти індивідуалізовані за групами людей: вікових, освітніх, соціальних, ідеологічних, за інтересами, тощо [8].

Науковець А. С. Мікоян виділив у медійних текстах сім особливостей, які відрізняють їхню відмінність від художніх текстів .

1. Високий ступінь стандартизації використовуваних засобів: великий відсоток стійких та клішованих виразів, різні журналістські штампи, лексикалізовані метафори, стандартні терміни та назви тощо. Ця особливість, перш за все, характерна для матеріалів новин і відображає прагнення їх авторів створити враження абсолютної об'єктивності та неупередженості.

2. Експресивність мови як спосіб привернення уваги читача, вираження ставлення до інформації, що передається, розстановки оціночних акцентів, наявність епітетів; прямих звернень до читача.

3. Насиченість найрізноманітнішими реаліями суспільного, політичного та культурного життя, алюзіями до літератури, історії, кіно та цитатами.

4. Використання розмовної, сленгової лексики, щоб викликати епатаж аудиторії або залучення певної категорії читачів.

5. Широке використання образної фразеології та ідіоматичної, у тому числі гри слів, каламбурів, прислів'їв та приказок.

6. Широке використання інших стилістичних засобів, прийомів мови - таких як гіперболи, літоти, образні порівняння, метафори, метонімія, паронімічна атракція, алегорія, евфемізми та ін.

7. Особлива риса письмових текстів ЗМІ – газетні та журнальні заголовки, побудовані на грі слів, на каламбурах, цитатах, та алюзіях [37].

Враховуючи вище наведену класифікацію текстів, визначимо надвисоку роль перекладацьких стратегій в перекладі цих текстів, а саме текстів медійного типу.

В своїх працях Г. М. Рабош зазначає: Перекладач стикається з такими проблемами перекладу, як відсутність категорій у мові перекладу (відсутністю в українській мові: *Conditionnel, Subjonctif*) та інших граматичних категорій (*Infinitif passe, proposition participe absolue, proposition infinitive*). Вживання *futur antérieur* у модальному значенні або використання *passé composé, passé simple* для відтворення тривалого часу або повторюваної дії, спеціального використання *Imparfait* у французьких реченнях і інших проблем [43, с. 43–44].

У сучасній транслятології для опису процесу перекладу часто використовується термін «стратегія перекладу». Однак це поняття є багатьом дослідникам досить розпливчастим і розуміється ними достатньо широко – як концепція перекладу взагалі чи концепція перекладу конкретного тексту.

Критичний аналіз наукової літератури показує, що при визначенні стратегії перекладу різні вчені керуються різними міркуваннями. Так, Г. Хеніг та П. Куссмауль у навчальному посібнику «Стратегія перекладу» розглядають поняття стратегії з практичної точки зору: «Щоб досягти цієї мети, нам необхідна стратегія перекладу, яка покаже оптимальний шлях вирішення перекладацьких проблем. Як і будь-яка стратегія, перекладацька стратегія має спиратися на факти. У цьому відношенні вона зіставна зі стратегією гравця в шахи, де гравець повинен орієнтуватися у фазі розвитку гри на час, який він має, і на стратегію супротивника. Те, як він послідовно здійснює обрану ним стратегію, показує розміщення їм шахових фігур, а це стає зрозумілим

лише професіоналам. Таким чином, дилетант або початківець у цій галузі потребує коментарі експерта, якщо він хоче розпізнати стратегію, що лежить в основі гри».

Спробу осмислити стратегію перекладу з теоретичних позицій одним з перших зробив Х. Крінгс. Відповідно до запропонованої ним дефініції, перекладацькі стратегії – це не що інше: « потенційно усвідомлені плани перекладача, спрямовані на вирішення конкретної перекладацької проблеми в рамках конкретного перекладацького завдання ». Х. Крінгс розрізняє дві категорії аналізу перекладацької діяльності:

- мікстратегія – способи вирішення ряду перекладацьких завдань;
- макстратегія – способи вирішення одного завдання.

В. М. Ілюхін, котрий досліджував стратегії синхронного перекладу, дав визначення стратегії, близьке до визначення стратегії Х. Крінгсом: «Стратегія в синхронному перекладі – метод виконання перекладацької задачі, що полягає в адекватній передачі з мови оригіналу, в мову перекладу, з урахуванням культурологічних та особистісних особливостей оратора, базового рівня, мовної надкатегорії та підкатегорії» [20, с. 206].

На вибір стратегії, за В. М. Ілюхіним, впливають як чисто лінгвістичні, так і екстралінгвістичні фактори, кожен з яких може зумовити використання того чи іншого методу (або кількох одночасно) на кожному відрізку перекладу.

В. Н. Комісаров у роботі «Сучасне перекладознавство» визначає стратегію в синхронному перекладі: «Своєрідне перекладацьке мислення, яке лежить в основі дій перекладача» [24, с. 424], та виділяє три групи принципів здійснення процесу перекладу, що становлять основу перекладацької стратегії.

Запропоновані вченим принципи включають всю сукупність лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів: деякі вихідні установки; вибір загального напрямку дій, яким перекладач керуватиметься, приймаючи конкретні рішення; вибір характеру та послідовності дій у процесі перекладу. І. А. Черкас виділяє також кілька факторів, які сама дослідниця називає «принципами перекладацької стратегії» [54, с. 226–232].

Вони являються більш індивідуальними порівняно з принципами, запропонованими В. Н. Комісаровим.

Перший принцип полягає в тому, що перекладач визначає у змісті перекладацького тексту найважливіші елементи сенсу. Це складає найважливіший компонент професійної майстерності перекладача.

Другий принцип передбачає врахування перекладачем індивідуальних властивостей джерела: особливостей вимови при усному перекладі, стилю, ступеня зв'язності та логічності викладеного матеріалу, специфіки викладу, пов'язаної з тим, що мова оригіналу не є рідною для даного джерела. У залежності від умов здійснення перекладу досягнення взаєморозуміння між джерелом та рецептором може виявитися більш важливим, ніж точне відтворення переваг та недоліків оригіналу.

Третій принцип полягає у поданні перекладачем майбутнього перекладу медійного тексту, відмінного від перекладу, на якого розрахований вихідний текст, оскільки рецептор перекладного тексту, належить до іншого мовного співтовариства і має інший досвід, знання і асоціацій.

У числі переваг розробленої І. А. Черкас концепції, можна відзначити звернення автора до психолінгвістичної складової перекладу, опис даного явища через призму людського мислення та свідомості як когнітивного процесу, котрий протікає у мозку перекладача.

У свою чергу, А. Д. Швейцер розглядає переклад як «процес рішення», початковим етапом якого є вироблення стратегії перекладу – так званої програми перекладацьких дій [57, с. 65, с. 215].

Поняття стратегії перекладу, особливо художнього, включає і прийняття рішення щодо тих аспектів оригіналу, які мають бути насамперед відображені у перекладі.

Вичерпно та адекватно передати всі аспекти оригіналу не завжди можливо, що призводить до деяких втрат у перекладі. Тому перекладачеві необхідно заздалегідь визначити шкалу пріоритетів, створити ієрархію цінностей, що дозволяє виділити ті риси оригіналу, які видаються провідними.

Далі перекладач, відповідно до обраної загальною стратегією перекладу, визначає конкретні способи реалізації комунікативної інтенції. А. Д. Швейцер відносить сюди «перекладацькі трансформації», що становлять технологію перекладу з врахуванням мовних та позамовних детермінантів перекладу.

Досить цікавою видається також теорія філолога Т. А. Козакової, яка пропонує власні стратегії розв'язання задач у художньому перекладі [21, с. 64–65]. Автор називає їх евристичними, протиставляючи термін «евристика» поняттю «алгоритм», оскільки для художнього перекладу не існує алгоритму як набору правил, що дозволяють чисто механічно вирішувати будь-яке конкретне завдання з класу однотипних задач. Проте існують правила чи прийоми художньо-перекладацької діяльності, що допомагають досягти успіху у вирішенні аналогічних задач, але не гарантують вірного рішення кожного наступного перекладацького завдання. Реалізація запропонованих стратегій за Т. А. Козаковою, пояснюється прагматичними відносинами, що виникають у процесі перекладу. Різноманітність цих відносин постійно змінюють умови для перекладача: «Зв'язок значення із позамовною дійсністю, експліцитний та імпліцитний мовний контекст, комунікативна установка, що пов'язує висловлювання зі змінними учасниками комунікації – суб'єктом мови та її одержувачами, фондом їх знань та думок, ситуацією, місцем та часом, у якій здійснюється мовний акт» [5, с. 4].

У перекладі французьких медіа текстів важливу роль відіграє стратегія, спрямована на досягнення еквівалентності враження « імпресивної еквівалентності ». Реалізуючи цю стратегію, перекладач робить вибір або на користь конвенційних, або на користь неконвенційних, окказіональних мовних засобів.

Наведений вище огляд основних концепцій перекладацькій стратегії, дозволяє умовно поділити їх на дві групи:

- перекладацькі стратегії – як прийоми аналізу;
- перекладацькі стратегії – як самостійний план спеціального виду діяльності.

Оскільки перекладацькі стратегії не виділяються на підставі єдиного критерію, вибудувати їх внутрішньо несуперечливу класифікацію, в даний час, не

представляється можливим, та й навряд чи це доцільно. Сам аналіз «перекладацька стратегія» є досить продуктивним внаслідок того, що переклад – як діяльність не може не здійснюватися без спеціального плану навіть у тому випадку, коли сам перекладач його не усвідомлює.

Потрібно також зазначити, що конкретна стратегія перекладача та технічні прийоми багато в чому залежать від співвідношення вихідної мови та мови перекладу і характеру перекладацького завдання. Передбачається, що у процесі перекладу розуміння оригіналу завжди передає його переклад як послідовні етапи, а й як обов'язкова умова здійснення перекладацького процесу. Існує низка принципів, яким повинен дотримуватися перекладач у ході перекладу, але один з них, що лежить в основі, повинен завжди мати першочергове значення: переклад має повністю відповідати нормам перекладу, перекладач повинен особливо уважно стежити за повноцінністю мови перекладу, уникати так званої інтерпретації мови. Перетворення, за допомогою яких можна здійснити перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу, називають перекладацькими трансформаціями. Основні типи лексичних трансформацій включають такі: транслітерацію, калькування та лексико-семантичні заміни (конкретизацію, генералізацію).

До найпоширеніших граматичних трансформацій належать: синтаксичне уподібнення, членування речення, об'єднання речень, граматичні заміни (форми слова, частини промови чи члена речення).

До комплексних лексико-граматичних трансформацій відносяться антонімічний переклад, експлікація та компенсація. Передати текст без жодної трансформації неможливо: завдяки перекладацьким стратегіям вдається точно та в повному обсязі передати думку автора.

Як відомо, стратегія перекладу є одним із дискусійних термінів сучасного перекладознавства. Вона поєднує в собі основні три форми:

1. Перехід між мовами.
2. Розв'язування задач.

3. Робочий процес (хід роботи перекладача).

Суть перекладацьких стратегій полягає в плануванні майбутньої діяльності, її підготовці щодо певних умов і відповідність до конкретної мети. Ще більше заплутує ситуацію той факт, що визначення «перекладацькі стратегії» немає у тлумачному словнику Л. Л. Нелюбіна [39, с. 10–11].

Існує досить чітка межа в термінах «перекладацькі стратегії» та «перекладацькі дії».

Під діями перекладу мається на увазі використання набору всіх можливих дій, які необхідно виконати під час перекладу з мови оригіналу. В свою чергу перекладацькі стратегії – це ціленаправлена послідовність певних дій при перекладі конкретного тексту [3, с. 58–59]. Це стосується письмового перекладу.

Вперше про концепцію стратегії перекладу заговорив Г. Крінгс. За його класифікацією стратегії перекладу поділяються на дві категорії – макростратегію та мікростратегію [65, с. 31–32].

Макростратегія – це спосіб усунення багатьох проблем перекладу, комплексний метод на вирішення мультизадач. Мікростратегія – це поєднання способів для усунення лише одної задачі.

А. Д. Швейцер розробив свою класифікацію поділу перекладу, який проходить в два етапи:

- стадія розробки перекладацьких стратегій;
- використання граматичних трансформацій або комплексних прийомів перекладу.

За теорією А. Д. Швейцера, процес перекладу – це серія відповідних виборів, внаслідок яких виникає вторинний текст, який повністю заміняє оригінал [58, с. 11–12].

На самому початковому етапі перекладу, перекладач ставить задачу вибору відповідної стратегії. Обрати стратегію дослівної передачі тексту або зробити опущення відповідно до оригіналу. На це впливає ряд чинників: зміст медійного тексту, відповідність сучасним суспільним нормам.

Д. Н. Шлєпньов визначає термін стратегія – як набір певних установок, які використовуються в перекладі, щоб передати зміст конкретного тексту, з конкретною ціллю [56, с. 77–78]. Дослідник має припущення, що кожна перекладацька стратегія має в своєму складі набір додаткових параметрів, котрі він поділяє на три групи:

1. Вид еквівалентності.

Необхідно визначити характер і ступінь співвіднесеності мовлення мови оригіналу та мови перекладу:

- призначення;
- практичний зміст;
- вичерпність;
- образ;
- тип;
- будова;
- формальні ознаки;
- професійна термінологія;
- невербальні елементи.

2. Вид редагування тексту.

Переклад має бути придатним і виконувати свої функції. Для цього необхідно правильно обрати вид обробки тексту. Редагування представлене такими видами:

- адаптація;
- зрозумілість медійного тексту читачем;
- адаптація до особливих вимог замовника;
- ступінь адаптації тексту до культури мови перекладу;
- ступінь адаптації до реципієнта;
- ступінь і тип адаптації до жанру та стилю норм культури приймаючої сторони;
- вид мовної (лінгвістичної) обробки тексту перекладу;
- допустимість і необхідність зауважень, пояснень, коментарів, опущення або надання інформації;

- адаптація до технічних вимог та обмежень;
- адаптація до законодавчих нормативів та обмежень;
- редагування тексту перекладу (наприклад, редактор);
- використання машинного перекладу;
- постредитування.

3. Інші ситуації, які пов'язані з діями перекладача, відповідно до перекладу тексту:

- послідовність дій під час перекладу;
- дотримання професійної етики;
- ступінь прозорості або непрозорості перекладача;
- ступінь відношення з іншими учасниками перекладу;
- визначити фактор необхідності пошуку інформації;
- необхідність в інших учасниках (перекладачі або редактори).

Стратегія перекладача, за В. Н. Комісаровим, будується на тому, що будь-яка частина тексту може бути явною або представляти приховані проблеми перекладу, які викликають повагу до оригіналу, неприпустимість необдуманих або поверхневих рішень [24, с. 54–55].

У середині 1990-х років американський теоретик перекладу Л. Венуті сформулював дві основні стратегії перекладу: «форенізація» та «доместикація» [66, с. 21–22].

На думку І. С. Олексієвої, стратегії перекладу – це складний комплекс конкретних дій перекладача при перекладі конкретного тексту на кожному з етапів перекладу. З цієї точки зору дослідниця виділяє три етапи перекладу:

- сприйняття тексту;
- відтворення;
- контроль готового перекладу [2, с. 45–46].

Найдосліджуванішим етапом є етап відтворення, сам переклад і конкретні засоби, за допомогою яких він здійснюється – одиниці перекладу та різновиди співвідношень мовних засобів, які виникають під час перекладу. На етапі сприйняття перекладач

осмислює оригінальний текст. Читаючи його щоб зрозуміти основний зміст, думку, для аналізу тексту відповідно до перекладацької функції.

Згадані вище терміни, також широко використовуються в українському перекладознавстві медійних текстів. Як приклад, у працях відомих українських дослідників Л. М. Коломійця та І. В. Корунця, широко використовуються та досліджуються терміни «форенізація» та «доместикація» [26, с. 78–79].

М. Л. Іваницька, у своїх працях, згадує більш адаптивні терміни, наприклад такі як «відчуження» та «одомашнення» [19, с. 9–10]. Стратегія «відчуження» – орієнтована на стратегію форми її особливостей. Стратегія «одомашнення» – це стратегія смислу, тобто адекватна та максимальна передача смислу. При виборі такої стратегії перекладач робить все можливе для точного відтворення тексту, для максимального сприйняття іншомовним реципієнтом. Форма виходить на другий план, а інколи зовсім не враховується. Так як першочерговою задачею є максимально точний переклад змісту.

В разі використання стратегії форми, ситуація складається навпаки.

Данна стратегія потребує від перекладача максимальної точності відтворення нетривіальних конструктивних особливостей оригінального тексту, якими можуть виступати як стилістичні особливості певного автора, так і характерні мовно-стильові особливості епохи. Сміслова прозорість відходить на другий план [45, с. 258–259].

О. В. Ребрій зауважує, що навіть при такій класифікації, стратегії рідко використовуються без комбінованої форми. На різних етапах перекладу використовуються то одна, то інша форма стратегії [46, с. 35–26].

Професіоналізм перекладача залежить від багатьох чинників. Насамперед кожен перекладач повинен мати свою власну стратегію.

Під час перекладу необхідно використовувати джерела додаткової інформації так як: енциклопедії, довідники. Це допомагає здійснити більш точний переклад тексту.

Перекладачі – в процесі навчання – повинні оволодіти широким спектром принципів перекладу, щоб розвинути перекладацьку компетентність і використовувати

їх регулярно. Якщо цей навик автоматизувати, то такий навик значно спростить роботу перекладача. Знання принципів перекладу є постійною і необхідною складовою компетенції перекладача і стає основою для вибору прийомів, методів, які в свою чергу співвідносяться з глобальною стратегією перекладу.

Висновки до Розділу 2

На основі розглянутого теоретичного матеріалу, можна зробити ряд висновків.

Дискурс – це складне комунікативне явище, яке являє собою зв'язну послідовність вербальних або невербальних висловлювань з метою передачі інформації. В свою чергу, медійний дискурс діє як об'єкт дослідження медіалінгвістики, характеризується як «сукупність процесів і продуктів мовленевої діяльності у сфері масової комунікації у всьому багатстві та складності їх взаємодії».

Диференціальні ознаки медіадискурсу включають медіальність, мультимодальність, аксіологічність, прагматичність, експресивність, жанр, предметність та інтерактивність. Типологічні властивості медіадискурсу, згідно дослідників представлені дискретністю, контрастністю та здатністю до проектування реальності. Універсальні функції, які реалізуються в медіадискурсі, наукове співтовариство називає комунікативною (вихідною та інформаційною) та функціями впливу. Останній включає підфункції: конативну, аргументативну, оціночну та маніпулятивну. Отже, можна зробити висновок, що медіадискурс є діалогічним за своєю структурою, оскільки передбачає участь у комунікаційному процесі як джерела інформації (веб-сайти в Інтернеті, ЗМІ), так і реципієнта інформації.

Питання щодо стратегій перекладу почали розглядати майже одночасно з розвитком лінгвістичної теорії перекладу. При цьому кожен теоретик вкладав у цей термін свій сенс, спираючись на власний досвід і погляди на предмет дослідження. В найбільш розширеному розумінні перекладацькі стратегії, це суть і порядок дій перекладача в процесі роботи з конкретним текстом. У цій ситуації доцільно

використовувати поняття «дії перекладача». Перш за все, необхідно чітко розмежувати такі поняття, як стратегія перекладу та перекладацькі дії. Під діями перекладу розуміють набір конкретних дій, які дозволяють здійснювати переклад, а під стратегією перекладу розуміється певний алгоритм дій, свідомо обраний перекладачем для перекладу одного конкретного тексту або текстів, об'єднаних у групи. Вперше про концепцію стратегії перекладу заговорив Г. Крінгс, який запропонував визначити як стратегією перекладу потенційні плани перекладача, які можуть бути використані для вирішення певних завдань перекладу. При цьому Крінгс розрізняє такі поняття, як макростратегія та мікростратегія, розуміючи під першим варіантом методи вирішення певних завдань, які ставить перед собою перекладач, тоді як мікростратегія, в його розумінні, передбачає наявність способів вирішення окремого завдання. Якщо зупинитися більш конкретно на макростратегії, то можна виділити три основні етапи: передперекладацький аналіз, прямий переклад тексту і постперекладацька обробка.

Таким чином, стратегія перекладу означає не що інше, як алгоритм дій перекладача, який він свідомо розробив. Стратегія спрямована на створення продукту, яким у даному випадку є медійний текст, при цьому необхідно враховувати професійну етику перекладача.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ГРАМАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

3.1. Особливості перекладу французькомовних медійних текстів на українську мову.

Франція – одна з найвпливовіших країн сучасного світу, і немає нічого дивного в тому, що у зв'язку з прискореним розвитком останнім часом небачених раніше засобів комунікації нові франкофонні медіа якщо й не мали очікуваного ефекту, то мають немислимий за масштабами потенціал у майбутньому. Сьогодні медійні системи, зокрема й французька, дедалі більше перетворюються. Змінилися функції ЗМІ, а саме та роль, яку вони, як частина суспільної системи, грали в суспільстві. Набули поширення видання, мета яких не політичне виховання народу, а широке інформаційне забезпечення у всіх сферах життя. Ці видання намагаються надати різноманітну інформацію, подають повідомлення без чітко вираженої ідеологічної позиції. Стали виходити періодичні видання, які взагалі намагалися оминати політичні проблеми. Це рекламні, розважальні, довідкові газети та журнали. Швидкість модифікацій наростає, несучи із собою неймовірні можливості. Хочемо ми цього чи ні, але незабаром нові надпотужні інформаційні технології кардинально змінять як медіасферу, так і все наше життя, навіть саму людину. За прогнозами сучасних французьких медіа аналітиків, настане день, коли найновішим телекомунікаційним інформаційним технологіям вдасться виправдати очікування найдосвідченішої публіки. Бурхливі дискусії народжує сьогодні концептуальна ідея глобального франкофонного телебачення. У цьому аспекті видається виключно важливим відзначити телеканал France 24, навколо якого не вщухають дебати у французькій пресі. Таким чином, науково-технічна революція у XXI столітті призведе до значної еволюції принципів медійної комунікації.

Протягом останніх кількох років мова мас-медіа стала більш розкутою, гнучкою, демократичною. Виділяється ряд інтралінгвістичних змін, що стали наслідками суспільних процесів та впливу мови ЗМІ, серед найважливіших можна назвати:

1) тенденцію до розмивання чітких стилістичних кордонів;

2) поширення розмовного стилю;

3) розмаїття норм мовної поведінки окремих соціальних груп дедалі частіше знаходить свій відбиток у мові ЗМІ, нерідко призводить до тиражування мовних помилок.

Сегмент французької мови мас медіа є особливо рухливим та динамічним.

Саме в мові ЗМІ, насамперед, відображаються соціально-ідеологічні зміни у суспільстві, фіксуються нові поняття та ідеологеми.

Засоби масової інформації є справді масовими, розпороченими у просторі та різноманітними за своїми соціальними характеристиками. Та й мова преси характеризується величезними можливостями та потужним впливом на інші сегменти літературної мови та на суспільство в цілому.

У мові ЗМІ представлена лексика практично всіх функціональних стилів:

- наукова, офіційно-ділова, розмовна,
- стилю художньої літератури, що обумовлено різноманіттям тем та жанрів;
- соціально-політична лексика та фразеологія;
- суспільно-політичні терміни;
- різноманітні неологізми (семантичні та лексичні);
- модні слова;
- гасла, які особливо актуальні у заголовках, оскільки відразу впадають у вічі та викликають інтерес у читача;
- слова іншомовного походження та запозичення, англо-американізми, які наповнюють мову і, насамперед, з'являються в газетах;
- емоційно-зabarвлена лексика.

Щодо синтаксичної сторони мови ЗМІ, варто насамперед згадати численні мовні кліше та шаблони. Наприклад, у газеті часто використовується інверсія, особливо в підзаголовках та заголовках, щоб логічно висунути на передній план необхідні слова. Наприклад: *Sur le canal d'Orléans, un système d'alerte plus efficace en cas d'inondation*, (*Le Parisien*, 30.11.2020) [69].

Еліптичні речення, особливо у підзаголовках та заголовках, також привертають увагу читача: *Taiïwan : le périlleux voyage de Nancy Pelosi*. (*Le Monde*, 04.08.2022) [78].

Емоційно-забарвленими в газеті є запитальні та окликові пропозиції:

– *Ce que l'on sait du virus «Langya » repéré en Chine»* (*Le Monde*, 11.08.2022) [76].

– *Incendies : que sont les «feux zombies», partiellement responsables des reprises en Gironde?* (*Le Monde*, 12.08. 2022) [74].

– *Dos nu, Birkenstock en plastique, espresso martini... Avez-vous été au top des tendances cet été?* (*Le Parisien*, 21.08.2022) [77].

Риторичні питання: *Oriane Jean-François, nouvelle recrue du PSG féminin : «Mon style? Je suis celle qui casse les pieds»* (*Le Parisien*, 15.08.2022) [73].

Французькі медійні тексти не тільки відтворюють зміни, що протікають у сучасній французькій письмово-літературній мові, але й істотно впливають на її формування. Аналіз мови французьких письмових ЗМІ дозволяє виявити прагнення розвитку французької мови та визначити роль письмової публіцистики. Ці знання необхідно враховувати під час перекладу, так як вони входять до певних особливостей перекладу мови оригіналу.

Французька преса відрізняється присутністю безлічі різних мовних інструментів – від суто книжкових до характерних розмовних елементів, своєрідним з'єднанням експресії та «шаблону», з'єднанням неологізмів та кліше, перевагою компресованих конструкцій, наявністю деяких схожих правил структурної організації тексту, а також варіативність мовних засобів, що використовуються в залежності від установки на ті чи інші соціальні прошарки суспільства.

Французькому газетному тексту властивий дуже низький рівень «причетності автора», тобто відмова від тих чи інших оціночних суджень та від коментарів від автора статті.

Журналістом лише висвітлюються факти [18, с. 162–170].

Матеріали друкованих видань мають значну кількість скорочень, широке вживання яких у сучасній розмовній та письмовій мові властиво французам. Наприклад: *«la dénomination «Sud de France» ne correspond pas à une zone géographique au sens réglementaire, et il n'est donc pas possible de l'intégrer dans les cahiers des charges des AOP [appellation d'origine protégée] ou IGP [indication géographique protégée]»* (Le Monde, 21.08.2022) [70].

Продукції друкованих видань властиво скорочення останніх складів слів, тому їх широке вживання в мовленні відображається й у мові публіцистики. Наприклад: *labo – laboratoire, info – information, écolo – écologique, provoc – provocateur, psy – psychique, cosméto – cosmétologue, tricot – tricotage, croco – crocodile, techno – technology, pro – professionnel, philo – philosophie, fac – faculté, pub – publicité.*

Матеріалам періодичної преси властиво широке використання молодіжного сленгу. Так, наприклад, сучасна французька молодь віддає перевагу таким неологізмам, синонімам слів *«прекрасно», «відмінно», «дуже добре», як super, prima, class, extra, cool, vachement.*

Тексти сучасних періодичних видань, особливо статті про життя молоді Франції, надають багато прикладів молодіжного сленгу: *meuf – femme, keuf – policier, foutre – faire, bosser – travailler, des bouquins – des livres, une lichette – un petit morceau, couillon – imbécile, radin – avare, a craint – c'est pas bien, c'est une vrai galère – avoir beaucoup de problèmes pour réaliser qqch, être branché – être à la mode* [60, р. 763].

Прикладом використання такого сленгу є заголовок статті французького видання «Le Monde» (03.01.2021): *Gendarmes tués dans le Puy-de-Dôme : «Je vais être un killeur de keufs»* [71]. Саме французькій молоді властиве вживання мови «навпаки», так званої «verlan», коли в словах переставляються склади таким чином, щоб зміст

висловлювання був незрозумілим для дорослих. Найбільш уживані приклади такої мови широко використовуються у друкованих виданнях: *verlan – l'envers, repe – père, reme – mère, tromé – métro, toss – sot, renoi – noir, malva – va mal, béton – tomber, laisse béton – laisse tomber* [62, p. 44].

Важливе місце у лексиці французьких мас-медіа займають запозичення, особливо з англійської. Запозичення іншомовних слів є наслідком географічних, економічних, наукових, культурних зв'язків між народами. Слова іншомовного походження є одним із шляхів збагачення лексичного складу кожної мови. Прикладом таких запозичень є: «*Nope*»: *Jordan Peele revisite les mythologies hollywoodiennes* [72]. Або «*Jeu vidéo: Sid Meier, rockstar malgré lui*» [79]. Цей приклад є запозиченням з англійської мови і, поки що, не має аналогу у французькій мові, адже вони представляють поняття, що виникли нещодавно. Часто використання іншомовних слів, навіть за наявності прямих еквівалентів, визначається тим, що вони стали звичними для широкого кола читачів.

Однією з важливих особливостей французьких медійних текстів практично всіх жанрів є поєднання елементів повідомлення і впливу. Хоча головною функцією масової комунікації прийнято вважати передачу інформації, ця передача досить рідко буває цілком нейтральною, тобто абсолютно вільною від впливу на аудиторію. У більшості випадків передача інформації супроводжується прямими або завуальованими мовними засобами та мовними прийомами, що спонукають аудиторію до певної реакції на інформацію, що передається, засобами привернення уваги до інформації або до точки зору, що виражається в повідомленні.

В даний час потік інформації з активним використанням інтернету значно зріс і дозволяє одержувати новини з усього світу. Це призводить до конкуренції різних ЗМІ, і ті агентства, які швидше та якісніше подають найсвіжішу інформацію, стають найбільш затребуваними та конкурентноздатними. В цьому випадку перекладач є сполучною ланкою між засобом масової інформації та його споживачем. Вдосконалення якості перекладу залежить багато в чому від того, наскільки різносторонньо досліджено питання вивчення мови оригіналу.

Питання, пов'язані з перекладом французькомовних медійних текстів на українську мову, викликають, безсумнівно, інтерес у лінгвістичному середовищі.

Безпосередній аналіз газетних текстів має передувати, на нашу думку, визначення статусу мови французької преси та вибір підходу у її вивченні. Це питання розглядається багатьма відомими лінгвістами. Наприклад, відомий лінгвіст В. В. Виноградов виділяє шість типів текстів публіцистичної тематики:

- 1) офіційно-ділові;
- 2) наукові;
- 3) розмовні;
- 4) художні;
- 5) суспільно-інформативні;
- 6) релігійні [12, с. 26-27].

Вчені Т. Р. Левицька та А. М. Фітерман ділять тексти на: «газетні, газетно-публіцистичні, історичні, науково-популярні та художні» [34, с. 86-57].

Визначення ніші серед багатьох інших класифікацій дозволяє вибрати відповідний підхід у здійсненні аналізу особливостей перекладу французькомовних медіа текстів на українську мову.

Першою – і найважливішою – особливістю публіцистичних текстів та періодичного друку є їх інформативність. Однак інформація подається найчастіше у вигляді конкретної точки зору людини і може містити ознаки пропагандистського чи ідеологічного характеру. У ній також міститься оцінка джерела інформації, явна або прихована. Мета такої подачі матеріалу полягає в бажанні автора донести до читача свою думку та викликати певну реакцію.

Іншою особливістю медіа текстів є експресивно-емоційне забарвлення інформації, що має на меті підвищити інтерес аудиторії та спонукати читача до активного сприйняття матеріалу. Цей ефект досягається за допомогою різного роду епітетів, порівнянь, котрий іноді безпосереднім зверненням до аудиторії.

Використання розмовної лексики, скорочених слів дозволяє зробити текст привабливим для публіки і не залишити її байдужою до проблеми, яка в ньому торкається.

Широке використання реальних подій суспільного та політичного життя, алюзій (фактів, взятих з історії, мистецтва, відомих усім подій) також має на меті залучити якнайбільше публіки.

Газетно-журнальна публіцистика відрізняється великою кількістю фразеологізмів, приказок, прислів'їв, каламбурів, використанням гри слів та інших стилістичних засобів. Особливе місце у пресі займають заголовки статей, які змагаються між собою несподіваним, неординарним характером вживання каламбурів, приказок, ідіом. Наприклад: «*Sur la laïcité, le gouvernement a mis des oeillères*». Переклад: «уряд надів намордник на мирське життя».

Крім всього вищезгаданого, в публіцистиці використовується багато стилістичних прийомів таких як: метафора, метонімії, літот, евфемізмів, порівнянь, гіпербол та великої кількості фразеологічних єдностей та ідіом. Вживання фразеологізмів у текстах преси пояснюється їхньою експресивністю, що поєднується із суворим літературним стилем.

Аналіз фразеологізмів у газетних статтях дозволяє зробити висновок про те, що там зустрічаються – нарівні з ідіомами – стійкі поєднання, фразеологічні зрощення та приховані фразеологізми або фразеологічні висловлювання, про що висвітлює лінгвіст В. В. Виноградов [13, с. 639]. Для визначення фразеологізмів звернемося до популярного словника-довідника лінгвістичних термінів Д. Е. Розенталя та М. А. Теленковой: «Ідіома (грец. *Idioma* – своєрідний вираз) – це те ж саме, що фразеологічна одиниця – по–перше, та й фразеологічне зрощення – по–друге» [48, с. 116–117].

«Фразеологічні обороти, до складу яких входять слова з вільним і фразеологічно пов'язаним значенням, причому цілісне значення впливає із значення окремих слів» [63, с.51–52].

«Фразеологічні вирази. Стійкі у своєму складі обороти, семантично поділені і складаються повністю зі слів з вільними значенням (що зближує їх з вільними словосполученнями), але, в процесі спілкування, відтворювані як готові мовні одиниці (що зближує їх із фразеологічними одиницями)» [63, с. 66–67].

Аналізуючи тексти французької медійної преси, можна зустріти всі види фразеологічних єдностей. Серед них є фразеологізми, які вказуються в словниках та оказіоналізмі, що з'явилися завдяки авторам статей і які можна вважати знахідками, що сприяють зробити мову преси більш виразною та промовистою. Серед фразеологізмів, переклад яких зустрічається у словниках, до фразеологічних виразів можна віднести наступні словосполучення: *dresser le bilan* (нідбуми підсумок); *dresser le procès-verbal* (скласти протокол). Ці різні вирази з одним загальним елементом, відрізняються один від одного, але їх значення можна вивести зі значень тих слів, присутніх у кожному з виразів. Вираз «*pour des raisons indépendantes de ma volonté*» (за незалежним від мене обставинам) можна віднести до оборотів, що складаються зі слів із вільним значенням, однак – у перекладі цього – прикладом є граматична трансформація, що виражається в заміні деяких елементів виразу.

Слово «*ma volonté*» замінено займенником та дієсловом «залежати» в негативній формі. Подібне явище простежується і в наступному прикладі: *ne pas avoir une bonne idée de qn* (бути невисокої думки про кого-небудь). Заміна вираження «*une bonne idée*» словосполученням «не висока думка» також вносить деякі корективи у переклад цього фразеологізму. У перекладі висловлювання «*ils n'exigent que leur dû*» (вони вимагають лише належного) є практично повною відповідністю форм оригіналу. Про таку ж відповідність форм оригіналу та перекладу свідчить приклад вираження «*la guerre froide*» (холодна війна).

В даній ситуації присутнє явище, коли метафоричний вираз широко використовується у різних мовах. Прикладом фразеологічних поєднань, у яких разом із вільним значенням входять слова фразеологічно пов'язані між собою, можуть бути такі фразеологізми: *heurter l'amour-propre* (зачепити самолюбство); *un sentiment d'horreur*

(відчуття огиди). У цих словосполученнях один із елементів входить із вільним значенням, а другий елемент є фразеологічно залежним. Ми зустрічаємося з тим самим явищем у прикладах: *par acquit de conscience* (для очищення совісті); *fondre sur l'ennemi* (обрушитися на ворога); *il considerait habilement les négociations* (він спритно вів переговори).

Ці приклади свідчать про те, що такі фразеологізми досить легко перекладаються українською мовою, але різниця у використанні лексики двома мовами викликає необхідність заміни деяких елементів висловлювання.

Третю групу представляють фразеологічні вирази, які часто називають ідіомами або фразеологічними зрощеннями. Серед прикладів цієї групи, які зустрічаються у пресі, можна назвати «*ça ne tient pas debout*» (це дурниця); «*L'échapper belle*» (зійшло з рук); «*il est des histoires*» (все це нісенітниця!); «*à l'impossible nul n'est tenu*» (на Нема й суду немає); «*faire du joli*» (наламати дров); «*parti pris*» (упереджена думка).

На прикладі цих зрощень можна стверджувати, що їхнє значення сьогодні неможливо визначити, виходячи з елементів їхньої будови. Тим не менш, ступінь їхнього зрощення не однакова. У прикладі: «*il est des histoires*» слово «історії» має на увазі значення «небилиці, дурниці»; а в прикладі «*l'échapper belle*» використовується вираз «зійшло з рук».

Фразеологічні вирази, до яких відносяться в першу чергу прислів'я та приказки, також часто використовуються в публіцистиці, стиль якої відрізняється стилістичним забарвленням та емоційністю. Прикладами таких виразів стали: «*à l'impossible nul n'est tenu*» (на ні і суду немає); (що посієш, те й пожнеш); «*enfermer le loup dans la bergerie*» (пустити козла на город); «*être comme un coq en pâte*» (кататися як сир в маслі). У цих висловлюваннях зустрічаються слова з вільним значенням та семантично вільні обороти, але їх використання у промові призвело до того, що вони стали стійкими і сприймаються як єдине ціле. Слід зазначити також, що в перекладі українською мовою ці прислів'я та приказки знайшли своє адекватне відображення.

Однак переклад цих стійких виразів був би неможливим без граматичних трансформацій, що виражаються в заміні лексичних та граматичних одиниць. Яскравим прикладом є прислів'я «*enfermer le loup dans la bergerie*». Його дослівний переклад був би – «*укласти вовка в кошарі*», але так як в українській мові є прислів'я, що відповідає значенню цього висловлювання з урахуванням специфіки сприйняття подій у кожній мові, вона перекладається «*пустити козла в город*». У цьому прикладі відбулася лексична трансформація, яка не порушила значення французького прислів'я.

Мова мас медіа використовує стилістично нейтральні та стилістично забарвлені фразеологізми. Перші, з часом, стають штампами у зв'язку з їх частим використанням. Наприклад: *reu à reu* (потроху); *pas à pas* (крок за кроком, поступово); *de temps en temps* (іноді, час від часу). Щодо стилістично забарвлених фразеологізмів, то вони вживаються в публіцистичних текстах для передачі експресивної оцінки. Наприклад: *se casser les dents* (обламати собі зуби); *renforcer ses marges de manoeuvre financières* (зміцнити свої позиції фінансових маневрів); *bras de fer* (тиску); *partager la même galère* (розділяти ту саму важку частку). Серед названих прикладів є фразеологізми, які легко визначити за компонентами, що входять до виразу.

Наприклад: *se casser les dents* або *bras de fer* (наручники), але у статті цей вираз набув більш виразного значення – «тиску». Інші приклади, наведені вище, є фразеологізмами, значення яких можна було зрозуміти тільки в контексті, до того ж вони були створені авторами статей і є okazionalizмами.

Фразеологізми характеризуються у своїй основі двоплановістю, яка виражається прямим і переносним значенням. Наприклад: *manier la gâchette* (володіти, вміло користуватися спусковим важелем; тобто легко керувати); *le tableau de bord* (приладова дошка), а в газетній статті означає «статистичне зведення»; *ouvrir les vannes de l'immigration* (відкрити дорогу імміграції), де слово «*les vannes*» має значення «клапани».

Метафора є основною відмінністю фразеологізмів, особливо тих, що зустрічаються у пресі. Вираз «*attraper les bons*», де слово «*les bons*» означає «талони, бонуси», у газетній статті набуває метафоричного значення «старатися».

Аналіз фразеологічних висловів дозволив зробити такі висновки:

- 1) порівняльна характеристика фразеологізмів, що входять до складу мови, та оказіоналізмів, створених авторами газетних статей, показав, що ситуативні фразеологізми чи оказіоналізми переважають над словниковими виразами тому, що останні сприймаються читачем як звичні та маловиразні поєднання, а незвичайне поєднання слів оживляє подачу інформації та викликає інтерес читача;
- 2) дослідження матеріалу показало, що фразеологізми є одним із найпродуктивніших способів виразності та образності у мові преси;
- 3) серед фразеологічних одиниць у мові публіцистики зустрічаються стійкі стилістично нейтральні поєднання, штампи та стилістично забарвлені ідіоми;
- 4) фразеологізми можна побудувати з урахуванням професійної, розмовної, термінологічної лексики, використовувати приказки та прислів'я, синонімічні та антонімічні фразеологічні звороти;
- 5) мова французької публіцистики характеризується яскравішою експресивно–оцінною лексикою.

В останні роки мова ЗМІ допускає використання розмовної лексики, сленгу, лексики, яка використовується з метою вираження певного відношення (наприклад, іронічного) автора матеріалу, для створення певного образу та стилістичного (наприклад, гумористичного) ефекту, а також для епатажу аудиторії та залучення певної категорії читачів.

Важливою особливістю перекладу залишається задача – донести до читача його зміст у найяснішій, звичній формі, тобто передати функцію мовного твору. Подібний текст відрізняє стилістична стриманість, що ріднить інформаційні тексти різних мов. Окремі моменти підвищення емоційності можливі тут лише за передачі висловлювань будь–якого політичного діяча, під час викладу точки зору. Особливості перекладу

медіа текстів найбільш чітко виявляються при передачі заголовків та структури газетно-інформаційного повідомлення, що робить необхідним їх докладніший розгляд. Заголовки статей та інформаційних повідомлень, найчастіше, служать для того, щоб привернути увагу читача, попередньо інформувати його про зміст та тональність тексту, організувати читацьке сприйняття у процесі прочитання тексту.

Заголовок – найважливіший компонент публіцистичного тексту, якому, на думку дослідників, притаманні п'ять основних функцій:

- 1) номінативна;
- 2) інформативна;
- 3) рекламна;
- 4) графічно видільна;
- 5) експресивно-апелятивна [28, с. 58–59].

Заголовок статті означає основну проблему тексту, допомагає зрозуміти задум автора, спрогнозувати розвиток і результат подій, що описуються. Дуже часто заголовки відображають політичні погляди та ідеологічні цінності газети чи журналу і, навіть, індивідуальні прагнення авторів статей. Але – все ж таки – головними завданнями заголовка є формування інтересу та емоційного ставлення до статті, спонукання читача до прочитання матеріалу. Е. А. Лазарева, говорячи про важливість заголовка публіцистичного тексту, зазначала: «Заголовок – є першим сигналом, чи читати матеріал або відкласти газету в бік» [29, с. 3–4].

У сучасних умовах постійної нестачі часу багато читачів обмежуються переглядом заголовків, що накладає на останні додаткове смислове та образне навантаження. Можна зазначити, що заголовки допомагають читачеві краще орієнтуватися у великій кількості інформації і знаходити необхідний та найбільш цікавий матеріал у пресі. Оскільки саме від заголовка залежить, чи буде прочитана стаття. В сучасних газетах і журналах так багато незвичайних, помітних, сенсаційних назв.

Використання фразеологізмів у заголовках статей – це досить зручний та практичний прийом для привернення уваги читачів до публікації. У силу своєї

образності фразеологізм відразу звертає на себе увагу, потім читач намагається інтерпретувати явний або таємний зміст фразеологічного обороту, розпізнати образ, що приховується за ним, і, нарешті, передбачити зміст всієї статті. Можна з упевненістю говорити про можливість фразеологізмів реалізовувати в публіцистичному тексті атрактивну функцію, що впливає на емоційно-оціночну сферу сприйняття.

Однак деякі дослідники цілком справедливо зазначають, що останнім часом вживання фразеологізмів у звичайній формі вже не дає потрібного ефекту по споживача масмедійного продукту, що «стійкі обороти не здатні привернути увагу читача, в такому заголовку немає новизни» [22, с. 150–151]. Життя змінюється, існуючі в мові стійкі вирази втрачають свою актуальність та гостроту. Щоб відповідати сучасному духу часу журналісти все частіше вдаються до трансформації фразеологізмів.

Поняття «трансформація фразеологізму» можна визначити як «прийом, який полягає у зміні структури чи семантики фразеологізмів з метою посилення виразності, а також для досягнення певного стилістичного ефекту» [35, с. 78–79]. Перетворення фразеологічного обороту дозволяє створити новий словесний образ і уникнути штамтів, надає зміненому фразеологізму нове виразне забарвлення та експресивність. Використання трансформованих фразеологічних зворотів у заголовках публіцистичних текстів виправдано з погляду основних вимог до назви в пресі: бути експресивним, привабливим, незвичайними.

Одним із перших, хто спробував класифікувати способи трансформації фразеологічних одиниць, був лінгвіст М. М. Шанський. Він виділив вісім різновидів авторських перетворень фразеологізмів, наприклад наповнення новим семантичним змістом; заміщення синонімом одного з компонентів фразеологізму чи розширення його складу; поєднання двох фразеологічних одиниць та ін [55, с. 46–47]. Незважаючи на деяку розрізненість і неповноту даної класифікації, вона стала базовою для всіх наступних досліджень у цій галузі.

Узагальнивши думку вищезгаданих лінгвістів і провівши дослідження способів трансформації фразеологізмів у франкомовних заголовках, доцільно зазначити, що в загальному сенсі все перетворення належить до основних мовних рівнів: синтаксичному, лексичному, семантичному, морфологічному. Матеріалом для дослідження послужили близько 115 заголовків, відібраних методом суцільної вибірки з інтернет-версій та їх аналізування французьких періодичних видань: «Le Figaro», «Le Monde», «Le Parisien» та «Liberation».

Проведений аналіз показав, що для створення експресивно-впливових заголовків французькі журналісти найчастіше вдаються до синтаксичного способу трансформації фразеологізмів.

До цього типу відносяться такі зміни фразеологічних зворотів, які призводять до подовження, укорочування або зміну синтаксичної структури сталого виразу. Цей спосіб трансформації включає в собі такі граматичні трансформації як: додавання компонентів, редукцію, зміну комунікативного типу пропозиції, контамінацію, алюзію, парцеляцію та ін. Найбільш поширеним у французькій пресі є прийом включення до фразеологізму додаткових, які уточнюють значення певних слів, які надають йому нових смислових відтінків. Наприклад: *L'argent des tyrans n'a pas d'odeur* [75], – *Гроші тиранів не мають запаху*. У цьому заголовку автор обіграє фразеологізм «*l'argent n'a pas d'odeur*» («гроші не пахнуть»).

У статті йдеться про непорядні фінансові структури, які займаються відмиванням грошей відомих диктаторів, шейхів, олігархів. У фразеологізм з негативною конотацією журналіст вклинює лексему з таким самим негативним змістом, що дозволяє йому не тільки привернути увагу до заголовка, а й позначити проблему і дати оцінку події, що описується. Непопулярність семантичного способу трансформації фразеологізмів у журналістів пов'язана –швидше всього – з тим, що з ідентифікації семантичних перетворень дуже важливий контекст, тобто текст статті, а до нього читач може і не дійти, якщо його не привабить яскравий заголовок.

Таким чином, приходимо до наступних висновків. Вживання трансформованих фразеологізмів у заголовках статей не втрачає своєї актуальності, оскільки журналістам необхідні все нові й нові мовні засоби виразності. Авторські перетворення фразеологізмів обумовлені, насамперед всього, властивостями самих назв публіцистичних текстів, головними з яких є атрактивність і експресивність. У французькій пресі найбільш уживаними видами трансформації фразеологізмів є синтаксичний (зокрема, включення додаткового компонента) та лексичний способи. Можна виділити три основні причини трансформації фразеологічних одиниць у французькій пресі:

- 1) пошук нових способів привернення уваги читацької аудиторії;
- 2) постійний пошук джерел експресії;
- 3) можливість заповнити абстрактну модель фразеологічного обороту конкретним змістом або повністю змінити її.

Крім того, трансформація фразеологізмів спрямована на показ сучасної ситуації в соціумі, вона відповідає сучасному духу часу, дає ефект переосмислення і новизни, надає заголовку свого роду ексклюзив, чого незмінно прагнуть усі публіцисти.

Трансформація фразеологічних одиниць у публіцистичному стилі – процес, що має тенденцію до подальшого розвитку. У зв'язку з цим можна позначити такі перспективи досліджень у даній галузі:

- визначення зв'язку між способом перетворення фразеологізмів та ступенем надання маніпулятивного впливу на масову свідомість;
- виявлення потенціалу морфологічного способу трансформації з погляду його емоційно-експресивної значущості;
- дослідження основних способів реалізації семантичної дефразеологізації;
- вивчення тенденцій розвитку мови окремо взятої газети або журналу, як джерела поповнення фразеологічного фонду мови.

Продовжуючи тему аналізу граматичних трансформацій перекладу, потрібно зазначити, що під час перекладу слід дотримуватись одного з важливих принципів побудови інформаційної замітки – спочатку головне, а – потім деталі.

Згідно з іншим важливим правилом побудови інформаційного повідомлення, що забороняє перенасичення вступної пропозиції інформацією, можна зробити наступний істотний висновок для перекладу: якщо вступна пропозиція в інформаційному повідомленні містить надмірно великий обсяг інформації, доцільно використання розбивки, за допомогою якої інформація розподіляється між двома або декількома пропозиціями. При цьому, перша з них, повинна містити найважливіші і суттєві компоненти інформації, що передаються. Зазначені вище особливості мають найважливіше значення для перекладу. У міру переходу до інших, менш жорстко структурованих матеріалів, правила перекладу набувають більш гнучкий характер.

3. 2. Граматичні трансформації у відтворенні французькомовних медійних текстів українською

Головною особливістю французькомовних медійних текстів майже всіх жанрів, можна назвати поєднання елементів активного впливу та надання інформації. Різні жанри медійних текстів характеризуються різним співвідношенням та втіленням елементів повідомлення та впливу, різною питомою вагою власне інформації та експресивних засобів. По-справжньому професійний перекладач повинен не просто усвідомлювати ці співвідношення в кожному тексті, що перекладається ним, але і вміти адекватно передати його в перекладі.

При перекладі будь-якої публіцистичної статті необхідно пам'ятати, що будь-яка газета або будь-який журнал мають загальний стиль, позицію автора. Завдання перекладача полягає у передачі підтексту статті у вигляді використання еквівалентних лексичних одиниць. Дослівний переклад може спотворити написане.

Стратегія та прийоми перекладача залежать від співвідношення вихідної мови та мови перекладу. Розуміння завжди передує його перекладу як обов'язкова умова процесу перекладу. Перекладач керується низкою принципів під час перекладу. Принцип, що лежить в основі, полягає в тому, що переклад має повністю відповідати нормам мови перекладу. Перетворення, за допомогою яких здійснюється перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу, називають перекладацькими трансформаціями. Граматичні трансформації полягають у перетворенні структури вихідного тексту у процесі перекладу відповідно до норм мови перекладу. Трансформація може бути повною або частковою залежно від того, наскільки змінюється структура тексту. Коли замінюються головні члени речення, відбувається повна трансформація, якщо замінюються лише другорядні – часткова. Крім заміни членів речення можуть замінюватись і частини мови. Найчастіше це відбувається одночасно. Слід враховувати всі чинники, які можуть впливати застосування граматичних трансформацій, а саме:

- синтаксичну функцію речення;
- лексичне наповнення речення;
- смислову структуру;
- контекст пропозиції;
- експресивно-стилістичну функцію.

Логічна структура перекладу може вимагати від перекладача як зміни, так і збереження іншомовної конструкції, коли це пов'язано з точністю передачі логічного наголосу. Контекстуальне оточення речення також може вимагати його граматичної трансформації у перекладі [36, с. 86–87].

Основними граматичними трансформаціями у відтворенні французьких медійних текстах є транслітерація, калькування і лексико семантичні заміни.

Серед граматичних трансформацій широкого поширення набувають синтаксичне уподібнення, членування речення, об'єднання речень, граматичні заміни. До

комплексних лексико–граматичних трансформацій можна віднести антонімічний переклад, компенсацію, експлікацію.

Завдяки використанню перекладацьких трансформацій вдається точно та в повному обсязі передати думку автора. Точність і ретельність перекладу термінів у медійному тексті, значуща для безпосереднього розвитку суспільства, оскільки перекладені політичні, культурологічні, правові терміни, виконують інформативну функцію, опосередковано оповідаючи життя інших країн. Крім цього, запозичена термінологія формує нові категорії понять, що стосуються реформування внутрішнього політичного життя країни. Специфіка перекладу таких термінів у тому, що вони характеризують поняття, сформовані у різних політичних культурах. Особлива складність у тому, що словники розглядають ці поняття як еквівалентні тоді, як вони розходяться у конотаціях і фреймах, із якими пов'язані.

Помилки при перекладі термінів, зазвичай, призводять до серйозних смислових спотворень оригіналу. Щоб уникнути подібних помилок, перекладач повинен прагнути детально вивчити ту область, де він працює. Це дасть йому можливість досягти вичерпного розуміння змісту понять, що виражаються термінами, і дозволить успішно користуватися відповідними термінологічними словниками. Для правильного розуміння та перекладу терміну необхідно знання семантичних особливостей термінів.

А. С. Мікоян у роботі «Проблеми перекладу текстів ЗМІ» вказує, що перекладач – при перекладі – повинен наступне:

- судити про сенс слова у вихідному тексті за його основним значенням або за першим значенням, виділеним у словнику;
- беззастережно довіряти двомовним словникам, особливо при перекладі іноземною мовою;
- залишати неперевіреними випадки, які викликають сумнів під час перекладу;
- перекладати буквально вирази та словосполучення, якщо їхній буквальний переклад звучить незрозуміло, незграбно або поза зв'язком з контекстом вихідного матеріалу.

Перекладачеві журналів слід розглядати будь-який текст такого роду не як ціль, а як засіб комунікації між автором та потенційним споживачем. Перекладач, окрім розуміння суті того чи іншого явища, та природно, гарного володіння мовою вихідного тексту, повинен мати здатність передбачати комунікативний ефект медійного повідомлення мовою перекладу.

Виходячи з вище сказаного, можна дійти висновку, що ефективний переклад журнальної статті пов'язані з прогнозуванням лінгво–етнічної реакції одержувача тексту мовою перекладу. Важливо спиратися на знання особливостей національної психології та відмінностей у культурно–історичних традиціях. Потрібно залучати граматичні трансформації, без використання яких важко створити адекватний текст перекладу у новому мовному просторі.

Для проведення аналізу особливостей перекладу французькомовних медійних текстів на українську мову, були використанні статті із популярної французької газети «Le Monde». «Le Monde» – одне з найвідоміших і найбільш цитованих французьких видань у світі. Це щоденна вечірня газета, яка виходить у Франції з 1946 року. У газеті «Le Monde» переважають аналітичні статті на політичні теми; на його сторінках висвітлюється широкий спектр «гарячих» тем, питань і проблем франкомовного регіону Європи та світу в цілому. У перекладі з французької мови назва газети означає «Мир». Успіх газети полягає в її грамотній внутрішній організації.

Електронна версія «Le Monde» з 1995 року пропонує своїм читачам багато додаткових розділів, яких немає в друкованій версії, такі як: наука, експертні висновки, відео, музика, планета, освіта тощо. Фірмові розділи газети «Le Monde»: Actualités – останні новини, International – огляд міжнародних подій, Politique – французька та європейська політика, Société – суспільство, Économie – економіка, ринки, фінанси, Les Décodateurs – різнопланова аналітика.

В данній роботі були відібрані для перекладу статті, присвячені реформам Національної компанії французьких залізниць – SNCF і проблемам фінансування центрів рідкісних захворювань. Вони написані в публіцистичному стилі.

Підстиль цього тексту – газетний, оскільки викладена в ньому інформація розрахована на широкий загал, зокрема людей, які цікавляться політичною та соціальною сферами життя. Мета створення цих текстів – надати читачам інформацію про зміни в Національній компанії французьких залізниць, пов’язані з прийняттям нового законопроекту, спрямованого на реформування структури SNCF, і про труднощі фінансування центрів рідкісних захворювань.

Ці тексти містять такі типи інформації – пізнавальну, емоційну, впливову. Частка емоційної інформації недостатньо велика, а когнітивна інформація є однозначною домінантою, тобто текст цієї статті носить передусім когнітивний характер. Аналізуючи статті, необхідно виділити низку проблемних ситуацій. Слід зазначити, що в них більше простих речень, ніж складних. Тексти містять уривки, які вимагають використання лексико–граматичних і граматико-синтаксичних трансформацій, таких як перестановка, транскрипція, лексичні заміни.

При перекладі були враховані та прийняті найбільш відповідні значення термінів. Незважаючи на наявність довідкової літератури на ці теми, це завдання було нелегким, оскільки визначення деяких реалій у двох культурах не збігалися за змістом. Щоб зробити обґрунтовані висновки про особливості перекладу медіатекстів, були перекладені статті з найпопулярнішої газети Франції «Le Monde».

При проведенні аналізу текстів оригіналу та перекладу, були виявлені найбільш поширені прийоми, що ілюструють характерні риси цього виду спеціального перекладу. Для виявлення лексичних і граматичних особливостей наведемо тексти перекладу.

Перший текст, що стосується реформи Національної компанії французьких залізниць.

На якому етапі перебуває реформа Національної залізничної компанії Франції?

Зміни тексту реформи, голосування в Сенаті, які стали наслідком страйкової активності залізничників. Аналіз реформи залізничного транспорту після двох місяців триваючого соціального конфлікту. Слідом за депутатами у вівторок, 5 червня, настала

черга senatorів приймати рішення щодо реформи Національної компанії французьких залізниць.

Ще одним, і не останнім, етапом для «законопроекту про новий залізничний пакт», є подальший розгляд його структури на змішаній паритетній комісії. Крім того, мобілізацію залізничників ще планують продовжити до кінця червня.

1. Як просувається ця реформа в законодавчих кабінетах?

Законопроект, внесений до Кабінету міністрів 14 березня, був вперше прийнятий у Національних зборах 17 квітня. Він також був схвалений у вівторок, 5 червня, у Сенаті, в доопрацьованому варіанті з окремих питань. Оскільки уряд розпочав прискорену процедуру щодо структури тексту, у середині червня законопроект буде безпосередньо розглянуто змішаною паритетною комісією. Якщо це не призведе до компромісного вирішення його змісту, останнє слово залишається за депутатами.

2. На якому етапі перебуває мобілізація залізничників?

Рівень участі в безперервних днях страйку знизився на кілька тижнів. Наприкінці березня – початку квітня, страйкувало понад 30% залізничників. За даними Національної компанії французьких залізниць, останнім часом у будні страйкують 15%.

Основна частина зменшення страйків спостерігалася в квітні, а мобілізація була більш сильною в травні, з помітним зростанням у «день без залізничників і поїздів» у понеділок, 14 травня. Хоча страйк втрачає оберти, він є одним із найдовших для французьких залізниць за останні двадцять років. Крім того, залишаються значні перебої в русі поїздів, хоча й рідше, ніж на початку квітня, оскільки близько половини машиністів і диспетчерів продовжують страйкувати в робочі дні. За словами керівництва національної компанії французьких залізниць, соціальний конфлікт обійшовся йому приблизно в 400 мільйонів євро з кінця березня.

3. Які основні пункти законопроекту?

Основні моменти реформи не змінилися з першої версії тексту. Це:

– скасування статусу «залізничник» для нових працівників (він залишається для працівників, які раніше уклали контракт);

– зміна статусу Національної компанії французьких залізниць на публічну компанію;

– відкриття в 2019 році для регіональних переміщень (TER, Intercités, Corail) і в грудні 2020 – для високошвидкісних поїздів (TGV).

4. Що планується зробити з боргом Національної компанії французьких залізниць?

Однією з головних проблем щодо майбутнього французької державної залізничної служби є тягар її боргу, який становить 54,5 мільярду євро (7,9 мільярду для SNCF Mobilités і 46,6 мільярду для SNCF Réseau), з яких близько 23 мільярдів припадає на вартість будівництва високошвидкісних ліній (LGV).

Після тривалої неясності щодо цього питання, уряд оголосив наприкінці травня про прийняття на себе двох третин боргу у два етапи:

- В 2020 году –25 мільярдів;
- 10 мільярдів –в 2022 році.

5. Чи виключена будь-яка приватизація в майбутньому?

Уряд завжди запевняв, що питання приватизації SNCF не піднімається. Законопроект, прийнятий депутатами у квітні, у першій статті передбачає, що "капітал національної компанії SNCF повністю належить державі".

Формулювання, яке більшість, у тому числі й міністр транспорту Елізабет Борн, вважають досить ясним, не отримало одностайного схвалення. Депутати фракції "Непокірна Франція" запропонували винести поправку до тексту, щоб уточнити, що капітал SNCF буде "не переданий другій стороні".

Відмовившись від цього формулювання в Національній асамблеї, більшість погодилася розглянути ще раз цей текст під час читання документа в Сенаті, щоб відповісти на критику. Відтепер першою статтею закону написано, що капітал SNCF «належить державі» і «не підлягає передачі». З іншого боку – неможливо гарантувати, що майбутня компанія з обмеженою відповідальністю залишатимеся в статусі

«неприватизованою» назавжди. Ніщо не заважає одному з наступних урядів змінити закон у майбутньому.

Другий текст стосується проблем фінансування центрів рідкісних захворювань.

«Центри рідкісних захворювань стурбовані фінансуванням» Керівники двадцяти трьох відділень висловлюють свої «побоювання» з приводу 89 мільйонів євро, наданих відповідним центрам. в тому числі для поповнення їх дефіцитів.

Це те, про що говорять керівники з двадцяти трьох відділень, що спеціалізуються на рідкісних захворюваннях, у заяві, опублікованій 23 лютого та підписаній двома великими організаціями – Alliance maladies rares і l'AFM-Téléthon.

У цьому тексті лікарі та організації хворих висловлюють свої «побоювання» щодо виділення 89 мільйонів євро, призначених цим центрам, яких тепер налічується 387 після нової хвилі ліцензування в 2017 році, що призводить до перерозподілу фінансування.

Вони викривають «конфіскацію» кредитів деякими госпітальними управліннями, що «ставить під загрозу довіру та ефективність» національних пілґ із захворювань, якими страждають три мільйони пацієнтів. Кажуть, що хвороба може бути кваліфікована як «рідкісна», коли вона торкається менш як однієї людини з двох тисяч людей.

«Обмеження при наборі персоналу».

«У деяких лікарнях існують обмеження прийому при наборі персоналу, незалежно від виду посади. Тому деякі нові центри не можуть наймати секретаря або лікаря, який необхідний для виконання ними відповідних обов'язків», – додає професор Гійом Жондо з національного центру синдрому Марфана (аутосомно-домінантне захворювання) у лікарні Біша в Парижі.

У листі, який цитує французьке інформаційне агентство, головне управління з надання медичної допомоги Міністерства охорони здоров'я запевнило на початку лютого, що йому відомо про те, що «деякі лікарні зазнають фінансових труднощів. І тому цілком зрозуміло, що нове фінансування вводиться в дію поступово».

Найбільш очевидними та часто зустрічаючимися перекладацькими прийомами, що відображають специфіку даного напрямку, виявилися наступні граматичні трансформації:

1. Роз'яснення абревіатур, для ясного розуміння контекстуальної інформації. Приклади: *SNCF – Société Nationale des Chemins de fer Français – Національна компанія французьких залізниць*; *TER – Transport Express Regional – Регіональні експрес поїзди*; *TGV – Train à Grande Vitesse – швидкісний потяг*; *AFP – Agence France – Presse – французьке інформаційне агентство*.

2. Міжмовна транскрипційна відповідність – використовується у разі відсутності однозначної традиційної відповідності і є найбільш частотною трансформацією, що використовується при перекладі назв та власних назв. Приклади: *Elisabeth Borne – Елізабет Борн*; *Bichat – Біша*; *Guillaume Jondeau – Гійом Жондо*.

3. Перифраз – це використання описового перекладу замість прямого визначення предмета або явища. Це відбувається через невідповідність мовних реалій. Приклад: *Où en est la réforme de la SNCF? – На якому етапі перебуває реформа Національної компанії французьких залізниць?*

Le point sur la réforme ferroviaire après plus de deux mois de conflit social – Аналіз реформи залізничного транспорту після двох місяців безперервного соціального конфлікту.

Ils n'étaient plus qu'autour de 15 % lors des dernières journées d'action en semaine, selon les chiffres communiqués par la SNCF – Згідно з даними, представленими Національною компанією французьких залізниць, останнім часом налічується 15% страйкуючих у будні дні.

Où en est la réforme dans son parcours législatif? – Як просувається ця реформа у кабінетах законодавчої влади?

4. Додавання. Перекладацький прийом, використовується у разі роз'яснення думки автора, щоб читачеві було зрозуміло, про що йдеться. Приклади:

Evolutions du texte – зміни тексту реформи.

Une étape de plus pour le « projet de loi pour un nouveau pacte ferroviaire », mais pas la dernière: le texte devra encore par la suite être examiné en commission mixte paritaire – це один етап, і не останній, для « законопроекту про новий залізничний пакт » полягає в тому, що його структура має бути додатково розглянута у змішаній паритетній комісії.

Une maladie est dite rare quand elle touche moins d'une personne sur 2000. – Кажуть, що хвороба може бути кваліфікована як « рідкісна », коли вона торкається менш як однієї людини з двох тисяч людей.

Dans certains hôpitaux, il y a des limitations aux recrutements, quel que soit le poste. – У деяких лікарнях існують обмеження на роботу, незалежно від виду посади.

«Certains nouveaux centres ne peuvent donc pas embaucher un secrétaire ou un médecin pourtant indispensable pour assurer leur mission», ajoute le Pr Guillaume Jondeau, du centre national de référence sur le syndrome de Marfan et apparentés à l'hôpital Bichat, à Paris. – «Тому деякі нові центри не можуть наймати секретаря або лікаря, який необхідний для виконання ними відповідних обов'язків», – додає професор Гійом Жондо з Національного центру синдрому Марфана (аутосомно–домінантне захворювання) у лікарні Біша в Парижі. У наведеному прикладі надається додавання роз'яснення значення медичного терміна – синдром Марфана, щоб читачеві була більш зрозуміла викладена інформація.

Après avoir refusé cette formulation à l'Assemblée nationale, la majorité a accepté de revoir sa copie lors du passage du texte au Sénat pour répondre aux critiques. – Відмовившись від цього формулювання в Національній асамблеї, більшість погодилася розглянути ще раз цей текст під час читання документа в Сенаті, щоб відповісти на критику.

5. Вид граматичних трансформацій – перестановка. Зміна порядку слів.
Приклади.

Après les députés, autour des sénateurs de se prononcer sur la réforme de la SNCF mardi 5 juin. – Слідом за депутатами, у вівторок, 5 червня, настає черга сенаторів ухвалити рішення щодо реформи Національної компанії французьких залізниць.

Une étape de plus pour le «projet de loi pour un nouveau pacte ferroviaire», mais pas la dernière: le texte devra encore par la suite être examiné en commission mixte paritaire. – Ще один етап, і не останній, для «законопроекту про новий залізничний пакт» полягає в тому, що його структура має бути додатково розглянута у змішаній паритетній комісії.

Dans un courrier cité par l'AFP, la direction générale de l'offre de soins du ministère de la santé avait assuré début février que «dans le contexte financier que connaissent certains hôpitaux». – У листі, який цитує французьке інформаційне агентство, головне управління з надання медичної допомоги Міністерства охорони здоров'я запевнило на початку лютого, що йому відомо про те, що «деякі лікарні зазнають фінансових труднощів».

Ils n'étaient plus qu'autour de 15 % lors des dernières journées d'action en semaine, selon les chiffres communiqués par la SNCF. – Згідно з даними, представленими Національною компанією французьких залізниць, останнім часом налічується 15% страйкуючих у будні дні.

Une formulation jugée suffisamment claire par la majorité et la ministre des transports, Elisabeth Borne, mais qui n'a pas fait l'unanimité. – Формулювання, яке більшість, у тому числі й міністр транспорту Елізабет Борн, вважають досить ясним, не набуло одностайного схвалення.

Bien qu'en perte de vitesse, ce mouvement est sur la durée l'un des plus suivis dans le rail français depuis vingt ans. – Незважаючи на те, що страйк втрачає імпульс, цей рух є для французьких залізниць одним із найтриваліших за останні двадцять років.

6. Конкретизація, що використовується для більш точного позначення поняття.

Приклади: *le texte* – структура; *recrutement* – прийом на роботу.

Конкретизація, що використовується у даних прикладах, показує найбільш підходящу лексичну одиницю, яка конкретизує це поняття.

7. Опущення – цей прийом перекладу застосований для усунення надмірності інформації.

При перекладі опущення піддаються найчастіше слова, які є семантично надмірними, з погляду їх змісту. Усунення семантично надлишкових елементів вихідного тексту дає перекладачеві можливість здійснювати те, що називається компресією тексту, тобто скорочення його загального обсягу. Приклад.

«Certains nouveaux centres ne peuvent donc pas embaucher un secrétaire ou un médecin pourtant indispensable pour assurer leur mission», ajoute le Pr. Guillaume Jondeau, du centre national de référence sur le syndrome de Marfan et apparentés à l'hôpital Bichat, à Paris. – Тому деякі нові центри не можуть наймати секретаря або лікаря, який необхідний для виконання ними відповідних обов'язків – додає професор Гійом Жондо з Національного центру синдрому Марфана (аутосомно-домінантне захворювання) лікарні Біша в Парижі.

Les responsables de vingt-trois filières font part de leurs «inquiétudes» sur la bonne attribution des 89 millions d'euros alloués à ces centres de référence – Керівники двадцяти трьох відділень висловлюють свої побоювання з приводу 89 мільйони євро, наданих відповідним центрам.

У цих випадках граматична трансформація опущення використовується для того, щоб зберегти звичайну норму української мови і не перевантажувати речення додатковою лексичною одиницею. Оскільки таке тлумачення фрази є найбільш звичним, більш того, воно полегшує українському читачеві сприйняття смислового навантаження речення в цілому.

Приклад: *Le conflit social en cours – соціальний конфлікт.*

Опущення також прийняте в цьому прикладі, оскільки *en cours* – дублює інформацію, отриману з попередніх речень.

25 milliards seront repris en 2020 – В 2020 году – 25 мільярдів;

10 milliards seront repris en 2022 – 10 мільярдів – в 2022 році.

8. Лексичні заміни.

Приклади: *un texte decompromis – компромісний зміст; a été adopté – затверджений.*

В даному випадку лексична заміна використовується для того, щоб уникнути повторення слів.

Présenté en conseil des ministres le 14 mars, le projet de loi a été voté une première fois à l'Assemblée nationale le 17 avril. La également été adopté mardi 5 juin au Sénat, dans une version remaniée sur certains points. Comme le gouvernement a engagé la procédure accélérée sur ce texte, il sera directement étudié par une commission mixte paritaire à la mi-juin. – Представлений в кабінеті міністрів 14 березня законопроект, був вперше прийнятий в Національному зібранні 17 квітня. Він також був затверджений у вівторок, 5 червня в Сенаті, у переглянутій версії з певних питань. Оскільки уряд ініціював прискорену процедуру за структурою тексту, законопроект буде безпосередньо вивчений змішаною паритетною комісією в середині червня.

Перекладацький прийом використовується для заміни займенника -il іменником – законопроект, до якого воно відноситься, а також для поліпшення сприйняття тексту читачами.

Débrayer – протест, заміна дієслова іменником.

9. Членування речення – прийом, при якому одна складне речення поділяється на дві частини.

Dans un courrier cité par l'AFP, la direction générale de l'offre de soins du ministère de la santé avait assuré début février que «dans le contexte financier que connaissent certains hôpitaux, il est compréhensible que le nouveau dispositif financier se mette en place progressivement».

У листі, який цитує французьке інформаційне агентство, головне управління з надання медичної допомоги Міністерства охорони здоров'я запевнило на початку лютого, що йому відомо про те, що «деякі лікарні зазнають фінансових труднощів. І тому цілком зрозуміло, що нове фінансування вводиться у дію».

Членування речення полегшує смислове навантаження одного складного речення, розділяючи його на дві частини. Необхідність застосування цієї трансформації обумовлюється труднощами перекладу складних, поширених медіа текстів з французької на українську мову.

Висновки до Розділу 3.

Переклад медіа-текстів є важливим видом діяльності в сучасному світі, беручи до уваги інтенсивність міжкультурної та міжнародної інформаційної взаємодії. Отже, еквівалентність та адекватність мають важливе значення у перекладі медіатекстів, оскільки від якості перекладу залежить інтерпретація тексту загалом. Тому необхідно приділяти особливу увагу застосуванню перекладацьких перетворень, процесу, який найчастіше є скрутним, через розбіжність лексико-граматичного ладу мов оригіналу та перекладу.

При перекладі медіатекстів з французької на українську мову застосовуються найбільш поширені трансформації, такі як: міжмовні транскрипційні відповідності, різного роду лексичні заміни, додавання, опущення, конкретизація.

Лексичні заміни мали місце у тих випадках, коли була відсутня можливість використовувати прямі словникові відповідності для передачі лексичних одиниць тексту оригіналу. Граматичні заміни стали результатом зміни під час перекладу граматичної одиниці, яка набуває у мові перекладу іншу граматичну наповненість. Опущення застосовується у тому випадку, коли необхідно усунути семантично надлишкові елементи вихідного тексту.

Конкретизація використовується для більш точного позначення поняття. Додавання, це – перекладацький прийом, який використовується нами для роз'яснення думки автора, щоб читачеві було зрозуміло, про що йдеться.

Можна зробити загальний висновок – вживання різних перекладацьких прийомів обумовлюється необхідністю точного перекладу, зміст і структура якого відповідає тексту оригіналу.

ВИСНОВКИ

Медіатекст – це особливий вид інформації, який найчастіше є способом передачі важливих подій, будь-яких фактів або просто реклами як такої. Крім того, масмедіа мають велику психологічну дію на суспільство. Вся інформація в текстах ЗМІ організована таким чином, щоб донести до адресата те, про що хотів повідомити автор.

Жанр масмедіа визначається за способом подання інформації: письмовим, аудіо або візуальним аспектом, який він приймає в основних галузях засобів масової інформації. Основними жанрами медіатекстів є: стаття, інтерв'ю, новини, репортаж, прес–реліз, опитування, звіт.

Варто зазначити, що лексична термінологія медійних текстів є важливою ланкою цього функціонального стилю. Оповідальна структура медіа тексту поділяється на історію та оповідаючий дискурс. Ця структура у свою чергу має три рівні: рівень функцій, рівень дій та рівень оповідання. Медійний текст, як продукт масової культури можна диференціювати у різний спосіб у тому числі й виходячи з традиційної жанрової організації, в якій виділяються такі базові жанри, як: драма, трагедія, комедія, детектив, мелодрама. Так чи інакше, незалежно від своїх функціональних особливостей, обидва види – текст, як продукт ЗМІ, і текст, як продукт масової культури, – безумовно, служать соціальній взаємодії, спілкуванню та діалогу.

Медійний текст, як продукт масової культури, спирається на інформаційну комунікацію.

Саме бажання привернути увагу адресата обумовлюється причиною використання емоційно–оціночної лексики, яку становлять якісно–оціночні іменники та прикметники, фразеологічні звороти, прийоми, що вживаються у різних видах медіатекстів залежно від напрямку.

Стилістичні фігури такі, як метафора, уособлення, метонімія, перифраз, іронія, літот служать передачі впливу функції, що сприяє залученню уваги читача чи слухача до змісту медіатексту.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягала у виявленні особливостей

Граматичних трансформацій в українському перекладі французьких медійних текстів. Проаналізувавши теоретичний матеріал, ми усвідомили, що елементами виділення особливостей перекладу текстів мас-медіа з французької мови на українську, є композиційно–текстова основа вихідного тексту, яка залежить від жанру медіатексту, і безпосередньо лексико–граматичні трансформації, що перетворюють змістовну і формальну структуру вихідного тексту.

Це у свою чергу сприяє збереженню комунікативної значущості елемента, що виділяється в повідомленні і прагматичній спрямованості переданої інформації. Більше того, варто відзначити, що граматичні прийоми дозволяють виражати найтонші відтінки думки, що співвідносяться з одним і тим же об'єктом, що безсумнівно надає тексту перекладу особливу стилістику.

У практичній частині наводяться переклади статей, взятих із найпопулярніших газет Франції «Le Monde», «Le Parisien». Наводяться найпоширеніші лексико-граматичні прийоми перекладу. За допомогою цих засобів, медіатекст набуває впливового та інформативного характеру і його переклад стає максимально еквівалентним твору мовою оригіналу.

Розглянувши граматичні особливості перекладу газетно-публіцистичних текстів, формулюється висновок, що граматичні особливості нерозривно пов'язані з граматичними трансформаціями, оскільки вони допомагають правильно і адекватно перекласти тексти з французької на українську мову.

Враховуючи особливості перекладу французьких медіа, перекладачеві необхідно враховувати велику кількість спеціальної лексики, особливо термінам, аббревіатурам і скороченням. Також досить великого розповсюдження має молодіжний сленг.

Таким чином, провівши аналіз граматичних трансформацій, у підсумку зрозуміло, що найчастіше при перекладі використовуються такі граматичні трансформації, як заміни та перестановки. Рідше зустрічаються опущення та доповнення тому, що при

використанні опущень або додоповнень може спотворюватися зміст вихідного тексту мови оригіналу.

Досягнення перекладацької еквівалентності, «адекватності перекладу», всупереч розбіжностям у формальних та семантичних системах двох мов, вимагає від перекладача, насамперед, уміння зробити численні та якісно різноманітні міжмовні перетворення – так звані перекладацькі трансформації – для того, щоб текст перекладу з максимально можливою повнотою передавав всю інформацію, вихідного тексту, при суворому дотриманні норм перекладу.

Існує три типи перекладацьких трансформацій: лексичні, граматичні та стилістичні. У чистому вигляді такі перетворення трапляються рідко, частіше граматичні та лексичні здійснюються одночасно. Вони або поєднують лексичні і граматичні одиниці оригіналу, або є міжрівневими, тобто здійснюють перехід від лексичних одиниць до граматичних та навпаки.

Всі види граматичних перетворень чи трансформації, здійснюваних у процесі перекладу, можна звести до чотирьох типів: перестановки, заміни, додавання і опущення, які було розглянуто докладно.

Основну роль при вирішенні граматичних питань перекладу грають, з одного боку, вимоги передачі змісту в його єдності з елементами форми, смислова роль яких визначається у зв'язку зі змістом та спрямовує вибір засобів перекладу, а з іншого боку – вимоги до перекладу.

Невідповідності в граматичній системі двох мов і неможливість формально точно передати значення тієї чи іншої граматичної форми постійно компенсується за допомогою інших граматичних засобів або засобів словникових.

В результаті проведеного дослідження, було проаналізовано – на практичному матеріалі – використання перекладачами граматичних перетворень при перекладі французького медіа тексту українською мовою, виявлено причини та закономірності використання трансформацій у різних випадках. Проведено порівняльну роботу з використання трансформацій у процесі перекладу медійних текстів французькою та

українською мовами. Встановлено основні розбіжності у використанні граматичних трансформацій.

У ході роботи було виконано всі поставлені завдання, а саме:

- охарактеризовані поняття граматичної трансформації;
- визначені види граматичних трансформацій;
- досліджено поняття медійний дискурс та його особливості;
- виявлені перекладацькі стратегії відтворення граматичних особливостей

медійних текстів;

– проаналізовані особливості перекладу французькомовних медійних текстів на українську мову;

– проаналізовані граматичні трансформації у відтворенні французькомовних медійних текстів українською.

Таким чином, можна зробити висновок, що вивчення особливостей граматичних трансформацій перекладу текстів мас-медіа з французької мови на українську представляє великий інтерес для перекладу, граматики та стилістики.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Où en est la réforme de la SNCF? Evolutions du texte, vote au Sénat, suites de la mobilisation des cheminots... Le point sur la réforme ferroviaire après plus de deux mois de conflit social. Après les députés, au tour des sénateurs de se prononcer sur la réforme de la SNCF mardi 5 juin. Une étape de plus pour le «projet de loi pour un nouveau pacte ferroviaire», mais pas la dernière : le texte devra encore par la suite être examiné en commission mixte paritaire. Par ailleurs, la mobilisation des cheminots est encore prévue pour durer jusqu'à la fin du mois de juin.

1. Où en est la réforme dans son parcours législatif? Présenté en conseil des ministres le 14 mars, le projet de loi a été voté une première fois à l'Assemblée nationale le 17 avril. Il a également été adopté mardi 5 juin au Sénat, dans une version remaniée sur certains points. Comme le gouvernement a engagé la procédure accélérée sur ce texte, il sera directement étudié par une commission mixte paritaire à la mi-juin. Si celle-ci n'aboutit pas à un texte de compromis, le dernier mot reviendra aux députés.

2. Où en est la mobilisation des cheminots? Le taux de participation aux journées de grève successives s'est effrité au fil des semaines. Fin mars et début avril, plus de 30 % des cheminots se mettaient en grève. Ils n'étaient plus qu'autour de 15 % lors des dernières journées d'action en semaine, selon les chiffres communiqués par la SNCF. Le gros de cette décreue a été observé en avril et la mobilisation a plutôt résisté en mai, avec un sursaut notable pour la «journée sans cheminot et train» le lundi 14 mai. Bien qu'en perte de vitesse, ce mouvement est sur la durée l'un des plus suivis dans le rail français depuis vingt ans. Par ailleurs, les perturbations restent notables au niveau de la circulation des trains, bien qu'inférieures à celles observées début avril, car environ la moitié des conducteurs et des contrôleurs de trains continuent de débrayer à chaque journée d'action.

Selon la direction de la SNCF, le conflit social en cours lui a coûté autour de 400 millions d'euros depuis fin mars.

3. Quelles sont les grandes lignes du projet de loi? Les principaux points de la réforme n'ont pas varié depuis la première version du texte. Ce sont:

- la disparition du statut de cheminot pour les nouvelles embauches (il est maintenu pour les agents déjà sous contrat) ;
- le changement de statut de la SNCF en une société anonyme à capitaux publics ;
- l'ouverture à la concurrence en 2019 pour les trains régionaux (TER, Intercités, Corail...) et en décembre 2020 pour les TGV.

4. Qu'est-il prévu pour la dette de la SNCF? L'une des principales craintes sur l'avenir du service public ferroviaire français porte sur le fardeau de sa dette, qui atteint 54,5 milliards d'euros (7,9 milliards pour SNCF Mobilités et 46,6 milliards pour SNCF Réseau), dont autour de 23 milliards viennent du coût de construction des lignes à grande vitesse (LGV). Après avoir longtemps entretenu le flou sur la question, le gouvernement a annoncé fin mai la reprise par l'Etat des deux tiers de l'endettement, en deux temps :

- 25 milliards seront repris en 2020;
- 10 milliards seront repris en 2022.

5. Toute privatisation future est-elle écartée ? Le gouvernement a toujours assuré qu'il n'était pas question de privatiser la SNCF. Le projet de loi tel qu'il a été adopté par les députés en avril prévoit dans son article 1 que «le capital de la société nationale SNCF est intégralement détenu par l'Etat». Une formulation jugée suffisamment claire par la majorité et la ministre des transports, Elisabeth Borne, mais qui n'a pas fait l'unanimité. Les députés de la France insoumise ont ainsi proposé un amendement complétant le texte, pour préciser que le capital de la SNCF serait «inaccessibles». Après avoir refusé cette formulation à l'Assemblée nationale, la majorité a accepté de revoir sa copie lors du passage du texte au Sénat pour répondre aux critiques. Désormais il est écrit dans l'article 1er de la loi que le capital de la SNCF est «détenu par l'Etat» et «inaccessibles». Impossible, en revanche, de garantir que la future société anonyme à capitaux publics sera «imprivatisable» à jamais. Rien n'interdit en effet à un gouvernement de modifier la loi à l'avenir.

ДОДАТОК Б

Les centres de maladies rares inquiets pour leur financement. Les responsables de vingt-trois filières font part de leurs «inquiétudes» sur la bonne attribution des 89 millions d'euros alloués à ces centres de référence. Des hôpitaux utiliseraient aujourd'hui les crédits dévolus au financement des centres de référence maladies rares et situés en leur sein pour d'autres usages, notamment combler leurs déficits. C'est ce qu'affirment les responsables des vingt-trois filières consacrées aux maladies rares dans un communiqué publié le 23 février et cosigné par deux importantes associations. Alliance maladies rares et l'AFM-Téléthon.

Dans ce texte, médecins et associations de malades font part de leurs «inquiétudes» sur la bonne attribution des 89 millions d'euros alloués à ces centres de référence, aujourd'hui au nombre de 387 après une nouvelle vague de labellisation en 2017, qui entraîne une redistribution des financements. Ils dénoncent la «confiscation» de crédits par certaines directions hospitalières, ce qui «met en péril la crédibilité et l'efficacité» de l'effort national en faveur de maladies qui concernent trois millions de patients. Une maladie est dite «rare» quand elle touche moins d'une personne sur 2 000. «Des limitations aux recrutements».

Dans certains hôpitaux, il y a des limitations aux recrutements, quel que soit le poste. «Certains nouveaux centres ne peuvent donc pas embaucher un secrétaire ou un médecin pourtant indispensable pour assurer leur mission», – ajoute le Pr Guillaume Jondeau, du centre national de référence sur le syndrome de Marfan et apparentés à l'hôpital Bichat, à Paris. Dans un courrier cité par l'AFP, la direction générale de l'offre de soins du ministère de la santé avait assuré début février que «dans le contexte financier que connaissent certains hôpitaux, il est compréhensible que le nouveau dispositif financier se mette en place progressivement».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова, О. В. (2000). *Когнитивная функция языка в свете функционального подхода к его изучению*. Рязань.
2. Алексеева, И. С. (2004). *Профессиональный тренинг переводчика*. Москва.
3. Алексеева, И. С. (2008). *Текст и перевод: вопросы теории*. Москва: Международные отношения.
4. Амеліна, С. М., Монашненко, А. М., Проценко, Н. В. (2013). *Лексико-граматичні проблеми перекладу науково-технічної літератури*. Науковий вісник НУБПУ: Серія «Філологія», № 2.
5. Арутюнова, Н. Д. (1985). *Лінгвістична прагматика*. Москва.: Вип. 16.
6. Бархударов, Л. С. (1975). *Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода*. Москва.: Международные отношения.
7. Борботько, В. Г. (2009). *Принципи формування дискурсу. Від психолінгвістики до лінгвосинергетики*. Москва: Видавництво 3.
8. Брандес, М. П., Провоторов, В. И. (2001). *Предпереводческий анализ текста*. Москва: Тезаурус.
9. Булаховський, К. А. (2019). *Цікаве мовознавство*. Вінниця: Априорі.
10. Бусел, В. Т. (Ред.). (2009). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ.
11. Верліх, Е., Гвенцадзе, М. А. (1986). *Комунікативна лінгвістика та типологія тексту*. Тбілісі.
12. Виноградов, В. В. (1972). *Російська мова*. Москва: Наука.
13. Виноградов, В. В. (1988). *Введення в перекладознавство. Загальні та лексичні питання*. Москва: Видавництво інституту загальної середньої освіти РАВ.
14. Гак, В. Г. (2000). *Теоретическая грамматика французского языка*. Москва: Добросвет.

15. Грицева, А. П. (2016). *Перекладацькі трансформації: з практики російсько-українського перекладу*. Вип. 10(1). Хмельницький.
16. Дейк ван, Т. А. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва.
17. Демьянков, В. З. (2002). *Политический дискурс как предмет политологической филологии*. Политическая наука. Москва.
18. Зененко, Н. В. (2004). *Сборник научных статей*. Тула: Известия Тульского государственного университета.
19. Іваницька, М. Л. (2011). *Мовна особистість перекладача як об'єкт лінгвістичних досліджень*. Українське мовознавство. Київ: ВПЦ "Київський університет".
20. Ілюхін, В. М. (2000). *Стратегії в синхронному перекладі*. (Дис. канд. філол. Наук). Москва: Моск. лінгв. ун-т.
21. Козакова, Т. А. (1988). *Стратегії вирішення завдань у художньому перекладі*. Москва: ІЯЗ.
22. Колодій, Б. М. (2021). *Переклад аудіовізуальних текстів фахового спрямування*. Вінниця: Центр навчальної літератури.
23. Комарова, З. И. (1979). *О сущности термина*. Горький: ГГУ.
24. Комиссаров, В. Н. (1990). *Теория перевода, лингвистические аспекты*. Москва: Наука.
25. Комиссаров, В. Н. (2000). *Современное переводоведение*. Москва: Изд-во "ЭТС".
26. Корунець, І. В. (2001). *Теорія і практика перекладу. Аспектний переклад*. Вінниця: Логос.
27. Кремзикова, С. Ю. (2010). *Словотвір та дискурс. Діяльнісні ситуації у старофранцузькій мові*. Видавництво: Дом Дмитрия Бураго. Київ.
28. *Культура мови на щодень*. (2000). Київ: Довіра.
29. Лазарева, К. А. (2003). *Рекламный дискурс: стратегии и тактики*. Екатеринбург: Бюллетень Уральского лингвистического общества.

- 30.Лазарева, К. А. (2017). *Контуры времени*. Москва: Вреус.
- 31.Латышев, Л. К. (1981). *Курс перевода. Эквивалентность и способы её достижения*. Москва: Международные отношения.
- 32.Латышев, Л. К. (1988). *Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания*. Москва: Просвещение.
- 33.Латышев, Л. К. (2003). *Перевод: теория, практика и методика преподавания*. Москва: Академия.
- 34.Левицкая, Т. Р, Фитерман, А. М. (1976). *Проблемы перевода*. Москва: Международные отношения.
- 35.Максименко, О. В. , (2008). *Усний переклад: теорія, вправи, тексти (французька мова)*. Вінниця: Нова книга.
- 36.Мирам, Г. (2000). *Професія перекладач*. Київ.
- 37.Мікоян, А. С. (2003). *Проблеми перекладу текстів ЗМІ*. Москва: МДУ.
- 38.Мушинська, Я. Д, Миронова, Н. В. (2022). *Роль граматичних трансформацій при перекладі французькомовних медійних текстів українською мовою*. Міжнародна науково – практична відеоконференція. Київ: Вид. центр КНЛУ.
- 39.Нелюбін, Л. Л. (2003). *Толковый переводоведческий словарь*. Москва: Флинта Наука.
- 40.Ніколаєва, Т. М. (1988). У «*Короткому словнику термінів лінгвістики тексту*». Москва.
- 41.Подгайская, И. М. (2019). *Лексические и грамматические проблемы перевода*. Донецьк: ДонНУ.
- 42.Полюк, І. С. (2011). *Особливості перекладу текстів різних стилів. Французька мова*. Київ: НТУУ "КПІ".
- 43.Рабош, Г. М. (2018). *Теорія і практика перекладу: французька мова*. Вінниця: Нова книга.

44. Райс, К. (1978). *Питання теорії перекладу у зарубіжній лінгвістиці*. Москва.
45. Ребрій, О. В. (2012). *Сучасні концепції творчості у перекладі*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна.
46. Ребрій, О. В., Пешкова, О. Г. (2020). *Як перекладачі грають в мовні ігри і перемагають: експериментальне дослідження*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна.
47. Рецкер, Я. И. *Перевод и переводческая практика*. (1974). Москва: Международные отношения.
48. Розенталь, Д. Э., Теленкова, М. А. (1976). *Словарь-справочник лингвистических терминов*. Москва: Просвещение.
49. Сдобников, В. В. (2011). *Стратегия перевода : общее определение*. Вестник Иркутского государственного лингвистического университета №1.
50. Степанов, Ю. С. (2007). *Концепты. Тонкая пленка цивилизации*. Москва: Языки славянских культур.
51. Федоров, А. В. (2010). *Введення у теорію перекладу*. Москва: Литература на иностранных языках.
52. *Французько-український фразеологічний словник*. (1987). Київ: Радянська школа.
53. Хабермас, Ю. (1996). *Комунікативна дія і дискурс. Першоджерела комунікативної філософії*. Київ: Либідь.
54. Черкас, І. А. (1996). *Лінгвістичні та психологічні компоненти перекладацької стратегії*. Світ на Північному Кавказі через мови, освіту та культуру. Матеріали I Міжнар. Конгресу. П'ятигірськ.
55. Шанский, Н. М., Иванов, В. В., Шанская, Т. В. (1961). *Краткий этимологический словарь русского языка*. Москва.
56. Шлепнев, Д. М. (2018). *Стратегия перевода и параметры стратегических решений*. Перспективы науки и образования. №5 (35). Москва.

- 57.Швейцер, А.Д. (1973). *Переклад і лінгвістика*. Москва.
- 58.Швейцер, А. Д. (1988). *Теорія перекладу: статус, проблеми, аспекти*. Москва: Наука.
- 59.Calvet, L–J. (1986). *Ce meç, c'est un vrai goyot*. Le français dans le monde. Paris.
- 60.Colin, J.-P., Mevel, J.-P., Leclère Ch., (1994). *Dictionnaire de l'argot*. Paris: Larousse.
- 61.Harris, R. (1973). *Synonymy and Linguistic Analysis*. Oxford: Basil Blackwell.
- 62.Harris, R. (1980). *The Language Makers*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- 63.Harris. R. (1995). *Signs of Writing*. London, New York: Routledge.
- 64.Harris, R. (2001). *Saussure and his Interpreters*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- 65.Krings, H. P. *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht*. Eine empirische Untersuchung zur Struktur des. Tübingen.
- 66.Lawrence, Michael Venuti. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. USA.
- 67.**Sherkovin, Y.A. (1973). *Psychological problems of mass information processes*. Moscow: Thought.
- 68.Francophonie Ukraine. Взято з <http://francophonie.com.ua/>
- 69.Berkovicus, Christine. (2020). Sur le canal d'Orléans, un système d'alerte plus efficace en cas d'inondation. *Leparisien*. Retrieved from <https://www.leparisien.fr>.
- 70.Devailly, Anne. (2022). «Sud», un mot porteur commercialement, mais trop confus géographiquement. *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.
- 71.Foucher de, Lorraine. (2021). Gendarmes tués dans le Puy-de-Dôme: «Je vais être un killeur de keufs». *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.

- 72.Macheret, Mathieu. (2022). «Nope»: Jordan Peele revisite les mythologies hollywoodiennes. *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.
- 73.Quarez, Benjamin. (2022). Oriane Jean-François, nouvelle recrue du PSG féminin: «Mon style? Je suis celle qui casse les pieds». *Leparisien*. Retrieved from <https://www.leparisien.fr>.
- 74.Rabanier, Yann. (2022). Incendies: que sont les «feux zombies», partiellement responsables des reprises en Gironde? *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.
- 75.Roche, Marc. (2011). L'argent des tyrans n'a pas d'odeur. *Le Monde*. Retrieved from www.lemonde.fr/idees.html
- 76.Rojouan, Lucas. (2022). Ce que l'on sait du virus «Langya» repéré en Chine. *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.
- 77.Renou, Aymeric. (2022). Dos nu, Birkenstock en plastique, espresso martini... Avez-vous été au top des tendances cet été? *Leparisien*. Retrieved from <https://www.leparisien.fr>.
- 78.Taïwan: le périlleux voyage de Nancy Pelosi. (2022). *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.
- 79.Trouvé, Pierre. (2022). Jeu vidéo: Sid Meier, rockstar malgré lui. *Le Monde*. Retrieved from <https://www.lemonde.fr>.

LE RESUME

Le travail de maîtrise est consacré à l'utilisation des transformations grammaticales dans la traduction ukrainienne de textes médiatiques français.

La recherche s'est appuyée sur des articles de magazines connus: *le Parisien, le Monde*. Le but de l'étude est l'analyse des transformations lexicales et grammaticales dans la traduction ukrainienne de textes médiatiques français. La solution cet objectif est atteint en effectuant un certain nombre de tâches, qui comprennent analyse du concept de «transformations lexico-grammaticales» en traduction études décrivant les principales transformations lexicales et grammaticales utilisées dans la traduction du français en ukrainien, indiquant les difficultés rencontrées dans la traduction unités lexico-grammaticales. Les concepts de transformation grammaticale sont caractérisés, certains types de transformations grammaticales.

Le concept de discours médiatique et ses caractéristiques ont été étudiés.

Les principales stratégies de traduction de reproduction des caractéristiques grammaticales des textes médiatiques sont révélées.

Les particularités de la traduction des textes médiatiques francophones vers l'ukrainien sont analysées.

Les transformations grammaticales dans la reproduction des textes médiatiques de langue française en ukrainien sont analysées. Les objectifs de l'étude portent sur les textes médiatiques français étudiés en comparaison avec la traduction faite par les traducteurs ukrainiens.

L'article propose une nouvelle définition du terme « transformation translationnelle ». Nous l'entendons comme une méthode de pensée logique basée sur une sémantique équivalente transformations de la structure de la langue d'origine, à condition qu'elle diffère de forme verbale, tout en maintenant sa charge fonctionnelle. Le premier chapitre de notre étude concerne les embuscades théoriques générales de l'étude du terme transformations grammaticales.

Les principales classifications sont distinguées. La définition la plus large, selon nous, classification des transformations grammaticales a donné Latyshev L. K., qui a combiné tous les types de transformations en une classification générale. Leur liste comprend:

- les transformations lexicales (remplacement d'un lexème par un synonyme);
- transformations stylistiques (transformation de la coloration stylistique du traduit les mots) ;
- transformations morphologiques (transformation d'une partie du discours en une autre ou son remplacement par plusieurs parties du discours);
- transformations syntaxiques (conversion de constructions syntaxiques (mots, locutions et phrases), changer le type des clauses subordonnées, changer le type connexion syntaxique, conversion des phrases en phrases et réorganisation des parties dans des phrases complexes);
- transformations sémantiques (évolution sémantique du concept, remplacement détails ou caractéristiques);
- transformations de la forme mixte (conversion, traduction antonymique).

Les transformations lexicales et grammaticales font partie intégrante de la traduction, un processus dans lequel le traducteur essaie d'atteindre 100% d'équivalence avec le moins de perte. Grâce à ces transformations, les unités du texte source sont transférées à des unités similaires dans le texte traduit, en essayant de maintenir la charge sémantique établie.

De telles transformations se produisent sur des unités lexicales ou grammaticales de la langue et ont caractère sémantique formel, grâce auquel la forme et le sens des unités sont préservés changement d'origine.

Les transformations grammaticales sont utilisées par le traducteur dans les cas où il est impossible de trouver un équivalent. Les transformations peuvent être divisées en complexes lexico-grammatical, où les transformations concernent à la fois lexical et grammatical unités du texte source, et au niveau interniveaux, où il y a la possibilité de compléter passage des unités lexicales aux unités grammaticales de la langue et vice versa.

Les transformations de traduction reposent sur le fait que le texte source de l'original, dans le strict respect des règles de traduction, transmet l'intégralité informations contenues dans le texte original. Les transformations de la traduction que nous avons analysées dans notre étude sont liées à des facteurs lexicaux et structures grammaticales. Au niveau lexical, nous avons considéré ce qui suit transformations : papier calque (traduction littérale), généralisation (remplacement du concept général avec privé), concrétisation (remplacement d'un concept privé par un concept général), ajout (fournissant des informations non reproduites par l'auteur dans l'original), omission (exclusion de certaines informations par le traducteur) et réaménagement (changement de position parties du discours dans une phrase).

Au niveau grammatical: transformation d'une phrase simple en une phrase complexe, articulation phrase complexe en simple, traduction d'un complexe phrases en phrases simples, combinant des phrases simples en ordre des mots complexe et changeant, compensation (reproduction du sens de la phrase dans une autre partie). Parce que le les classifications présentées dans les travaux d'un certain nombre de scientifiques diffèrent les unes des autres, nous avons décidé d'analyser les transformations de traduction les plus courantes. En pratique, toutes les transformations ci-dessus sont utilisées très rarement, le plus souvent ils sont interconnectés. Les résultats de notre analyse de ces transformations montrent que tous les transformations sont utilisées pour reproduire le texte original avec toutes les ressources possibles dans langue cible, soit en évitant les éléments intraduisibles, soit en transférant vers un endroit plus approprié. La deuxième étape de l'étude concerne la méthodologie des textes médiatiques. Traduction de médias le texte est une tâche difficile pour un traducteur.

Le but principal du texte médiatique est de transmettre des informations détaillées à ses lecteurs. La tâche du traducteur est de rendre la traduction aussi précise que possible. Économisez plus que du style l'auteur, mais surtout l'ambiance de l'intrigue. Pour atteindre ces objectifs, des stratégies de traduction ont été examinées en détail. Dans la dernière partie de l'étude, l'attention principale a été accordée à l'analyse et aux caractéristiques des transformations grammaticales.

L'analyse des articles de revues françaises et sa traduction en ukrainien ont donné les résultats suivants : au cours de l'analyse comparative effectuée dans le cadre de notre étude, nous ont constaté que les transformations grammaticales sont largement utilisées dans la traduction des textes des médias de masse. Ainsi, nous pouvons conclure que lors de la traduction de textes médiatiques français, l'utilisation de transformations lexicogrammaticales était pleinement justifiée. Également mentionné méthodes d'auto-amélioration des compétences dans le domaine de la traduction. Évaluation de l'opportunité d'utilisation transformations dans différents contextes. Les recommandations formulées à la suite de l'étude peuvent être mises en œuvre sur classes des établissements d'enseignement supérieur.

Les résultats de l'étude montrent qu'en pratique les transformations grammaticales occupent une place importante dans le système de traduction, et les principales exigences pour un traducteur sont la capacité à surmonter avec succès les difficultés rencontrées dans le processus et l'utilisation habile des transformations.

Mots clés: traduction, transformations de traduction, traduction médiatique, transformations lexicales, transformations grammaticales.