

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота
з перекладознавства на тему:

ПЕРЕКЛАД ІТАЛІЙСЬКИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ В
УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ: СТИЛІСТИЧНИЙ І
ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

Студентки групи МПіт 57-18
денної форми навчання
факультету романської філології
спеціальності 035 Філологія,
спеціалізації 035.052 Романські мови
та літератури (переклад включно),
перша – італійська.
Освітньо-професійна програма:
Переклад і міжкультурна комунікація
(італійська мова і друга іноземна).
Кривопиши Аліси Міланівни

Допущена до захисту

«_____» _____ 2019 року

Завідувач кафедри

_____ доц. Філоненко Н.Г.

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук,
доцент Гулей М.Д.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ЄКТС _____

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

DEPARTMENT OF ROMANESQUE AND GREEK PHILOLOGY AND
TRANSLATION

Master Diploma Paper in Translation Studies

TRANSLATION OF ITALIAN MEDIA TEXTS IN THE CONDITIONS
OF THE INFORMATION WAR: STYLISTIC AND PRAGMATIC
ASPECTS

Group MPit 57-18
Faculty of Romanesque philology
Full-time student
Majoring 035 Philology,
specialization 035.052 Romance languages
and literature (translation inclusive),
the first is Italian.
Educational and professional program:
Translation and Intercultural Communication
(Italian and a second foreign language).
Alisa M. Kryvopysha

Research supervisor:
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor
Guley M.D.

Kyiv – 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ.	
1.1. Роль перекладу в сучасному світі.....	8
1.2. Функціональні та жанрово-стилістичні особливості публіцистичних текстів.....	15
1.3. Проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу публіцистичних текстів.....	22
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2	
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.	
2.1. Методи лінгвістичного аналізу в медійних текстах.....	28
2.2. Стратегії та тактики відтворення медійних текстів.....	38
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3	
СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ: СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ.	
3.1. Основні труднощі адекватного перекладу в умовах інформаційної війни.....	47
3.1.1. Відтворення власних назв.....	49
3.1.2. Відтворення національних реалій.....	53
3.1.3. Відтворення неологізмів.....	58
3.1.4. Відтворення тропів.....	61
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	78
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	78
RIASSUNTO.....	80
ДОДАТКИ.....	83
Додаток А. Італійсько-український глосарій лексики.....	83
Додаток Б. Італійські та українські медіа меми.....	92

ВСТУП

Лексична система мови засобів масової інформації – найдинамічніша система сучасної літературної мови. Загальновідомо, що у царині ЗМІ найрізноманітніше та найсильніше виявляються процеси, які характеризують саме життя мовного організму; тут найбільше зосереджені інновації. І це природно, адже однією з основних функцій засобів масової інформації є інформативність, новизна.

Мова сучасних мас-медіа привертає до себе увагу багатьох лінгвістів, бо вона – багатюще джерело для дослідження новітніх тенденцій у розвитку сучасної літературної мови. Одним із найпомітніших процесів, є процес активного поповнення лексики. Цьому сприяє розкутий мовний стиль сучасних журналістів, зростання рівня освіченості, досконале володіння іноземними мовами. На сьогоднішній день це є головною проблемою сучасних досліджень.

Якщо переглянути історію, то у часи великих, докорінних перетворень у житті того чи іншого народу з'являється багато нових слів та понять. Потреба в нових словах зумовлюється насамперед позамовними чинниками, зокрема політичними змінами в суспільстві.

В Україні політична зміна в суспільстві перетворилася на Всеукраїнський протестний рух під назвою Революція гідності, який розпочався в листопаді 2013 з Євромайдану і переріс у збройну боротьбу проти режиму В. Януковича, став одним з найпотужніших протестних рухів останніх десятиліть в Україні. Майдан спалахнув не тільки через зупинку євроінтеграції. Чорне крило неучтва і невігластва, повсюдного здирництва, казнокрадства, сваволі «правоохоронних» органів, узурпації влади та диктатури нависло над Україною. Тому люди повстали.

Революція на Майдані й наступні за нею події в Криму та на Донбасі ввели в ужиток українців цілий ряд нових слів і понять. Прихильники й противники Майдану, автори-журналісти, відомі політологи та громадські діячі не скупилися на креатив і винахідливість протягом цих процесів, завдяки чому

події, що розділили історію країни на «до» і «після», отримали й власні мовні визначення. Вплив потужної розмовної стихії, яку називають «кузнею» лексики, найбільше охопив сферу ЗМІ. Провідні видання висвітлювали події Майдану з максимальною достовірністю, добираючи найяскравіші лексичні новації.

Темою роботи є «Переклад італійських медійних текстів в умовах інформаційної війни: стилістичний та прагматичний аспекти».

Актуальність дослідження обумовлена потребою ретельного вивчення специфіки відображення життя суспільства вітчизняними та закордонними ЗМІ в умовах інформаційної війни.

Мета магістерської роботи: дослідити особливості вживання термінологіки в італійській та українській публіцистиці та проаналізувати стратегії її відтворення в перекладах.

Завдання: - визначити роль перекладу в сучасному світі;

- встановити функціональні та жанрово-стилістичні особливості публіцистичних текстів;
- розглянути проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу;
- дослідити основні труднощі адекватного перекладу лексики Євромайдану італійської книги Мауро Воерціо «Янголи Майдану» українською мовою, відтворення адекватного перекладу сучасних неологізмів та шляхи їх подолання;
- проаналізувати особливості відтворення українською мовою власних назв, національних реалій, неологізмів італійської книги Мауро Воерціо «Янголи Майдану».

Об'єкт дослідження: лексична система мови засобів масової інформації італійської та української мов.

Предмет дослідження: стратегії відтворення лексики сучасної італійської публіцистики українською мовою.

Матеріал дослідження: італійська книга Мауро Воерціо «Янголи Майдану» та її український переклад, статті з італійських медіа: La Repubblica.

Методи дослідження обумовлені поставленими завданнями і мають комплексний характер: дескриптивно-емпіричний, лексико-семантичний, компонентний, порівняльно-зіставний аналіз.

Теоретичну і методологічну основу роботи складають праці вітчизняних та іноземних дослідників: Чередниченка О.І., Смущинської І.В., Кияка Т.Р., Свиридюка Л. А., Белової А. Д., Зорівчак Р. П., Білозерської Л. П., Умберто Еко, Бархударова Л. С., Комісарова Н.В., Виноградова В. С., Швейцера А. Д., Стефано Ардуїні та Убальдо Стекконі, Бруно Озімо, Сара Бані, Пітера Еншалла та Девіда Інграма.

Наукова новизна роботи полягає у поглибленні вивчення специфіки мови публіцистичних текстів. Зокрема у роботі вперше було проаналізовано лексичні особливості італійської книги Мауро Воєрціо «Янголи Майдану» та стратегії їх відтворення в українському перекладі.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання у практичній перекладацькій діяльності, у викладанні курсів з теорії та практики перекладу, порівняльної лексикології, граматики, стилістики італійської та української мов, на практичних заняттях з італійської мови, перекладу та редагування тощо.

Апробація результатів дослідження. Під час дослідження було прийнято участь у Міжнародній науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мову.» у 20-22 березні 2019.

Структура роботи: дослідження дипломної роботи складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, двох додатків та резюме.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ.

1.1 Роль перекладу в сучасному світі.

Україна почала жити в умовах війни, причому війни не стільки класичної, скільки війни четвертого покоління, в якій на перший план виходить інформаційна складова. В ситуації, коли агресором здійснюються інформаційні спецоперації, ведеться явна і прихована пропаганда через ЗМІ, свідомістю населення маніпулюють, а жителі України у стресовому стані очікують від телебачення, радіо, Internet-джерел нової оперативної інформації, значення перекладу в діяльності засобів масової комунікації стає надто важливим. Адже в медіа постійно цитують висловлювання з приводу ситуації в Україні високопосадовців різних країн, представників міжнародних організацій, повідомляють про хід переговорів, транслують засідання міжнародних структур, в прямому ефірі беруть інтерв'ю в учасників міжнародного посередництва тощо. Відтак переклад в медіапросторі стає знаряддям у веденні інформаційної війни, він покликаний не тільки доносити точну інформацію, але і запобігти дезорієнтації та дезінформації населення, піднесенню його морального духу, опірності до засобів маніпулювання свідомістю.

Інформаційна війна є боротьбою нового типу, об'єктом якої є свідомість людей. Вона базована на можливості управління і маніпулюванні суспільною свідомістю, підпорядкуванні волі людини [57]. Інформаційна війна дозволяє чинити інтенсивний вплив на різні процеси практично на всіх рівнях державного і суспільного устрою в будь-якій країні або регіоні. Її суть — вплинути на суспільну думку, щоб люди діяли проти своїх інтересів. На сьогоднішній день універсальних прийомів щодо інформаційного впливу не увиразнено, недосліджено достатньо. Чимало дослідників намагалися виділити прийоми впливу на реципієнтів, та найбільш вдало це зробити вдалося І. М. Панаріну [23].

З усього різноманіття акцій, заходів та операцій він виділяє такі прийоми інформаційних воєн:

1. *«Приклеювання або навішування ярликів»*. Прийом полягає у використуванні образливих епітетів, жаргонів, аргонів, метафор, назв, імен, так званих «ярликів», для маркування, іменування людини, організації, ідеї, будь-якого соціального явища. Ці «ярлики» викликають емоційно негативне ставлення, асоціюються з ганебними вчинками і, таким чином, використовуються для того, щоб зганьбити особистість або соціальну групу.

Цей прийом яскраво відображається у російських ЗМІ щодо поширення українських подій. Львів у більшості неосвідчених росіян чітко асоціюється з фашизмом, нацистами та бандерівцями.

2. *«Посилання на авторитет»*. Цей прийом полягає у наведенні висловлювань особистостей, які користуються великим авторитетом або ж навпаки, таких, які викликають негативну реакцію у категорії людей, на яких спрямовується маніпулятивний вплив. Мета полягає у встановленні довірливих відносин з аудиторією. Такими групами впливу можуть бути відомі політичні діячі, діячі культури, відомі актори, керівники підприємств, викладачі вищих і середніх навчальних закладів і т.д. Ми спостерігаємо картину, коли перед виборами в кожній країні та чи інша популярна особистість підтримує кандидата на пост президента чи партію, яка може набрати монобільшість.

3. *«Підтасування карт»*. Зміст цього прийому полягає у підборі та демонстрації тільки позитивних або тільки негативних фактів і доведень при одночасному замовчуванні протилежних фактів. Його основна мета, використовуючи однобічну подачу свідчень, доведень, фактів — показати привабливість або навпаки неприйнятність будь-якої точки зору, програми, ідеї.

4. *«Загальний вагон»*. При використанні цього прийому здійснюється підбір одноманітних та однакових суджень, висловлювань, фраз, що створюють враження, ніби так роблять усі.

Ця технологія найчастіше застосовувалася при висвітленні інформації про східні терени України. Неодноразово в інформаційних новинах каналу «24» показували російськомовних мешканців Криму, які стверджували, що Крим «ісконно руская земля» і що «Крим нужно отдать Росії».

5. *«Зворотний ефект»*. Відбувається викид великої кількості негативної інформації на адресу якогось діяча, що ця інформація досягає прямо протилежного ефекту, і замість засудження діяч починає викликає жалість.

6. *«Принцип контрасту»*. Одна інформація подається на фоні іншої.

7. *«Правда наполовину»*. Публіці подається тільки частина достовірної інформації. Як правило, за законодавством можна домогтися покарання за поширення недокінця повної інформації, або змусити журналістів чи авторів статей доповнити свої статті.

8. *«Висміювання»*. При використанні цього прийому висміюванню можуть піддаватися як конкретні особи, так і погляди, ідеї, програми, організації та їх діяльність, різні об'єднання людей, проти яких ведеться боротьба. Вибір об'єкта висміювання здійснюється залежно від цілей і конкретної інформаційно-комунікативної ситуації. Це дозволяє досягти і посилити ефект інформаційно-психологічного впливу на цільові аудиторії. Під час Майдану, у проросійських журналістів був популярним вислів «майданутіє»: Майдан та всіх його прихильників висміювали у ЗМІ, а згодом почали арештовувати.

9. *Поширення чуток є також методом інформаційної боротьби*. Існують передумови соціально-психологічного характеру, що сприяють поширенню чуток серед людей. Ефект від використання неправдивої інформації носить короточасний характер, в основному в той період, поки пропагандистський вплив здійснюється в умовах дефіциту інформації.

Така технологія широко застосовувалася в нових медіах. Соціальні мережі під час ЄвроМайдану рясніли неперевіреною інформацією, чутки поширювалися з неймовірною швидкістю.

10. *Провокації як технології інформаційної війни*. При відсутності або недостатності подій, які можуть служити потрібними інформаційними приводами, їх створюють цілеспрямовано. Журналісти російських телеканалів у своїх інформаційних новинах повідомляли про неймовірну цинічність українських майданівців, які жорстоко б'ють беркутівців.

Під час деяких прямих ефірів російських журналістів про події на Майдані, українськи протестувальники вигукували «Ганьба!», «Досить займатися брехнею!» або «Кажіть правду!», що дуже «псувало» ефіри російських пропагандистам і їм доводилося внушати своїм телеглядачам, що їх змушують «бандерівці» повірити в інше, називаючи це «пропагандою».

11. *«Захоплення медіапростору»*. Цей прийом полягає в тому, що псевдо організація (або організація, яка працює на правлячу політичну силу) працює зі всілякими ЗМІ і при цьому не дає діяти в інформаційному полі іншим організаціям. Таким чином, споживач отримує інформацію тільки від цієї організації і вважає її єдино правильною.

Саме тому під час анексії Криму для Росії було надзвичайно важливо перекрити на півострів доступ українських телеканалів і змусити кримчам перейти повністю на російські ЗМІ.

12. *«Стверджувальні заяви»*. Поширення різних тверджень, які представлені як факт, при цьому мається на увазі, що ці заяви самоочевидні і не вимагають доказів. Ці твердження можуть бути як достовірними, так і брехливими.

13. *«Вимушена пропаганда»*. Використання слів і висловів, які мають спонукальний характер. Наприклад, у виборчих кампаніях часто використовуються листівки з гаслом: «Голосуй за» і «Вибери».

14. *«Громадська несхвалення»*. Використовується для створення ілюзії несхвалення тих або інших дій з боку громадської думки. Основне завдання методу — створення негативного образу якого-небудь кандидата або групи. Часто реалізується шляхом підбору різних висловів груп впливу, представників різних верств населення, різних соціологічних опитувань.

15. *«Пряме спростування»*. Метод полягає в прямому спростуванні всіх елементів пропаганди іншої сторони.

16. *«Порушення логічних і часових зв'язків між подіями»*. Використовується для зниження ефекту «дії» іншої сторони, а також створення ілюзії тих або інших тенденцій і ситуацій.

17. *«Заміна джерела повідомлення»*. Метод полягає в заміні джерела повідомлення для збільшення або зменшення довіри до повідомлення. Наприклад, для зменшення довіри до того чи іншого факту наводиться джерело, яке не викликає довіри. Навпаки, для того щоб уникнути припущень в «ангажованості» і, таким чином, збільшити довіру до повідомлення — виробляється «дистанціювання» і наводиться «незалежне джерело».

18. *«Формування оточення»*. Метод полягає в спеціальному формуванні інформаційного оточення навколо того чи іншого факту для зниження або, навпаки, збільшення його ефекту або ступеня довіри до нього. Наприклад, якщо факт правдивий — він подається в оточення неправдивої інформації, це призводить до зниження довіри. Також за допомогою цього прийому перекручуються факти, які казали на винність «непотрібних» людей.

19. *«Зменшення значущості теми»*. Метод базовано на перенесенні акцентів на елементи події або теми, які мають менш негативне забарвлення, використовуються нейтральні або суперечливі коментарі.

Згадані прийоми є найпоширенішими при веденні інформаційної війни. Майже усі вони використовувалися російським засобами масової інформації при висвітленні й поширенні інформації про Україну. Основною небезпекою цих прийомів є відсутність чітких ознак руйнівного впливу на реципієнтів.

В інформаційних повідомленнях такі моменти подаються приховано, як наслідок — населення не усвідомлює, що піддається негативному впливу і отримує дезінформацію.

Завдяки ЗМІ формується громадська думка пересічного громадянина. Як не прикро, але засоби масової інформації давно стали третьою стороною чи не кожного конфлікту, і залежно від того, яку сторону підтримують медіа — значною мірою залежить результат конфлікту

Переклад медійних текстів є одним із видів прагматичного (спеціального) перекладу. Фахівці вже говорять про існування “медійного перекладу”, “медіа перекладу”, “медіаперевода”, “traduction journalistique” (фр.), “media traduzione” (італ.), “media translation” (англ.), “press translation” (англ.).

Особливості медіаперекладу досліджують не лише перекладознавці, але й спеціалісти з медіалінгвістики, медієзнавства, медіології. В умовах очевидного сплеску значущості медійного перекладу для України в стані війни, виникають передусім два питання: хто здійснює нині такий переклад і наскільки якість його відповідає викликам, які нам кидає сьогодні.

Раніше вважалося, що перекладачі, які працюють для медій, найчастіше мають справу з двома видами текстів – комюніке та статтями. Перекладачеві важливо мати і компетенцію перекладача, і талант журналіста, дослуховуючись завжди до правил, якими керуються журналісти. Досить часто журналістам властиво драматизувати, аби зацікавити читача чи глядача, натомість перекладачеві необхідно зберігати нейтральність. Звичайно, в першу чергу до перекладу звертаються у друкованих виданнях, які виходять кількома мовами (National Geographic Magazine, Deutschland, VOGUE та ін.). Але останніми роками попит на переклад текстів ЗМІ надзвичайно зріс внаслідок розповсюдження аудіовізуальних каналів міжнародної інформації (Euronews, RFI, AFP, BBC, DW, France 24, Al – Jazira; в Україні з'явилися татарськомовні випуски новин на «АТР», звукова доріжка російською на “24 каналі” і т.п.).

Всі ці ЗМІ мають двомовні чи багатомовні сайти. Знані газети теж мають свої Internet портали двома або більше мовами. Переклади в солідних редакціях здійснюються штатними перекладачами, яким, очевидно, доводиться одночасно виступати і у якості журналістів, створюючи свій текст відповідно до засад редакційної політики каналу чи видання.

В Україні об'єктом медійного перекладу стали передусім не статті та комюніке, а новинні повідомлення. Щодо перекладу текстів новин, то маємо характеризувати його по суті таким собі “квазіперекладом”, адже кожною мовною редакцією створюється свій “новинний продукт” на основі однієї і тієї ж події з урахуванням ідеологічної позиції та філософії, закладених до редакційної політики певного ЗМІ.

У новинарів застосовуються такі методи створення новинних текстів, як копіпейст (copypaste), коли новина виготовляється (з використанням

комп'ютерних технологій) перенесенням частини чужого тексту, механічним комбінуванням уривків з кількох джерел, та рерайт (rewrite), коли вся новина переказується іншими словами. Причому ці технології часто супроводжуються одночасним перекладом українською російськомовних текстів.

Сучасна ж ситуація вимагає вкрай відповідального ставлення до створення новин. Тим більше, коли йдеться про переклад в новинах з іноземних мов заяв, висловлювань політиків, виступів представників міжнародних організацій тощо. Виконувати такий переклад мали б фахові перекладачі, адже саме розуміння значення перекладу в сьогоденних умовах, належне знання мов і володіння прийомами перекладу дозволяє уникнути смислових і стилістичних втрат, помітити в тексті сугестивні технології, досягти адекватності перекладу, в тому числі і в ідеологічному плані.

Для України надзвичайно важливо, щоби революційні події на Майдані були представлені в світових медіа правдивим чином (про російські ЗМІ не йдеться) [25].

Впродовж цих місяців, як це завжди буває у переламні моменти історії, виникло чимало неологізмів, в тому числі і семантичних. Відтворення іншомовними ЗМІ цих неологізмів-реалій, які вже стали прецедентними феноменами, є досить проблемним і потребує точних і детальних пояснень. В італомовних медіа "I Titusk" – «тітушки», «Samooborona» – «Самооборона», «Anti Maidan» – «антимайдан» передається як запозичення з мови оригіналу шляхом транслітерації та дається пояснювальний коментар.

Таким чином, сьогодні перед медійним перекладом постало чимало викликів. Ставлення до перекладу новин має відповідати розумінню ролі новинних повідомлень в інформаційній війні. В такій ситуації від перекладу для друкованих та електронних ЗМІ виступів чи висловлювань політичних діячів, представників міжнародних структур вимагається особлива точність, ретельна вивіреність смислу з контекстом, ідеологічна адекватність.

Отож, підсумуємо вищесказане: переклад – це відтворення оригіналу засобами іншої мови із збереження єдності змісту і форми. Ця єдність

досягається цілісним відтворенням ідейного змісту оригіналу в характерній для нього стилістичній своєрідності на іншій мовній основі. Шлях до досягнення такої єдності не лежить через встановлення формальних відповідників. Співставлення засобів різних мов, навіть найбільш віддалених, можливе лише шляхом співставлення функцій, які виконують різні мовні засоби. Отже, точність перекладу полягає у функціональній, а не формальній відповідності оригіналу.

1.2 ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТА ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Публіцистичний стиль представлений багатьма різноманітними підстилями, кожен з яких має свій арсенал мовленнєвих засобів. Цей стиль різножанровий: текст газетної статті, репортаж, мовлення радіо, телебачення, інтерв'ю, фейлетону, реклами тощо – мають різне мовленнєве оформлення.

Публіцистичне мовлення вважається всеохопним, бо в ньому можуть використовуватися всі слова, словосполучення і речення, які наявні в мовному вжитку етноспільноти на певному етапі її розвитку. Добираючи мовні засоби для реалізації комунікативної мети, публіцист досягає майстерності за умови доброго володіння загальномовним багатством, наявності мовного чуття і навичок стилістичної диференціації. Публіцистичне мовлення характеризується трафаретними висловлюваннями, які переходять з тексту в текст, як в усному, так і в писемному вираженні. Це специфічні стилетворні засоби – лексичні, фразеологічні, граматичні.

Публіцистичний стиль широко послуговується передусім суспільно-політичною лексикою, а також економічною, юридичною. У залежності від теми висловлювання лексичне наповнення публіцистичного тексту може бути різним – від суто технічної лексики до культурно-мистецької.

Детальніше зупинимося на жанровій палітрі ЗМІ. Слід мати на увазі, що поділ журналістських матеріалів на жанри до певної міри умовний, має скоріше не практичний, а теоретичний характер. Жанрові особливості на практиці

певною мірою розмиваються. Але все-таки журналістські матеріали класифікуються за жанрами, а самі жанри за типологічними особливостями поділяються на кілька основних груп. З теоретичної точки зору це питання глибоко розроблено у світовому та вітчизняному журналістикознавстві. І хоч дослідники не виробили єдиної класифікації жанрів, але підходи щодо їх поділу на типологічні групи практично однакові: вони визначаються задумом, змістом, завданням, масштабом журналістських матеріалів, способом відображення в них дійсності. Так, сучасна українська школа теорії і методики журналістської майстерності, представниками якої є професори В. Здоровега, В. Карпенко, В. Шкляр дотримується усталеного поділу жанрів на три групи [13, ст. 142–158; 15, ст. 205–225; 13, ст. 98–103]:

– інформаційні – це жанри, завданням яких є повідомлення про подію чи явище. До цієї групи зазвичай відносять замітку, репортаж, звіт, інтерв'ю. Ці жанри характеризуються оперативністю, стислістю, точністю і ясністю подачі інформації. Вони не потребують аналізу чи коментаря, мають бути представлені об'єктивно і точно;

– аналітичні – це жанри, що дають широке та докладне висвітлення фактів з їхньою оцінкою, узагальненням, коментуванням. До них відносять: рецензію, огляд, коментарі, кореспонденцію, статтю, розслідування. Предметом журналістського розслідування зазвичай є якесь велике негативне явище. Мета розслідування — виявити причини цього явища;

– художньо-публіцистичні – це жанри, які представляють авторські враження про події чи явища, думки, роздуми стосовно тих чи інших проблем. До цих жанрів належать есе, нарис, фейлетон, памфлет.

На тлі загального різноманіття існуючих підходів до можливостей функціонально-жанрового опису текстів масової інформації класифікація, розроблена в рамках теорії медіалінгвістики, дозволяє гнучко поєднувати типології різних теоретичних шкіл. Ця класифікація виділяє чотири основні типи медіатекстів [9, ст. 32]:

– новини;

- інформаційна аналітика і коментар;
- текст-нарис (або будь-які тематичні матеріали, які можна позначити англійським терміном "features");
- реклама.

Універсальний характер класифікації зумовлений такими чинниками. По-перше, будучи заснованою на функціонально-стилістичній диференціації мови, що ґрунтується на вченні академіка В. В. Виноградова про стилі мови і мовлення, вона дозволяє достовірно відображати реальну комбінаторику функцій повідомлення і впливу в тому або іншому типі медіатекстів. Так, новини – це тексти, що найповніше реалізують одну з головних функцій мови – повідомлення і одну з головних функцій масової комунікації – інформативну. Медіааналітика, або коментар, поєднує реалізацію функції повідомлення з посиленням компоненту впливу за рахунок висловлення думки і оцінки. Публіцистика, або тексти групи "features", до яких відноситься широкий діапазон тематичних матеріалів, представлених у ЗМІ, характеризується подальшим посиленням впливу в художньо-естетичному варіанті. І нарешті, реклама поєднує в собі функцію дії як функцію мови, що реалізовується за допомогою багатого арсеналу мовностилістичних засобів виразності, і функцію впливу як функцію масової комунікації, що реалізовується за допомогою особливих медіатехнологій, властивих тому або іншому засобу масової інформації. По-друге, описові можливості цієї класифікації надзвичайно широкі, оскільки вона дозволяє охарактеризувати практично будь-який текст масової інформації як з погляду основних форматних ознак, так і щодо особливостей реалізації в ньому мовних і медійних функцій.

Для третьої групи текстів, а саме текстів-нарисів, основним завданням є, звісно, передача загального настрою (тону) оригіналу. Тому перекладачеві потрібно звернути увагу на таке:

- характер термінології і номенклатури (назви установ, органів влади, посад, назви партій тощо). Перекладач повинен враховувати те, як прийнято

передавати ці елементи газетного тексту в матеріалах тієї мови, на яку він перекладає текст;

– наявність образних висловів, розмовно-побутових зворотів, емоційно забарвлених місць, які не можна згладжувати, оскільки все це надає текстові яскравого, живого забарвлення;

– чіткість синтаксису, особливо, коли йдеться про довгі, складні речення, при перекладі яких особливо ймовірні непорозуміння і плутанина. У цьому випадку можливе і членування довгого речення, якщо воно не має функціонального навантаження.

Також при перекладі текстів-нарисів можливе відмежування від прямого словникового змісту низки слів і образного змісту, що зберігається в них, відповідно до норм газетного стилю української мови [23].

Загальною характеристикою публіцистичних текстів А. Федоров вважає властиве їм поєднання елементів наукової (використання термінології) і художньої мови (використання риторичних фігур, метафор тощо). Неабияке значення автор надає засобам синтаксису, хоч речення у таких текстах зорієнтовані на книжну мову. Публіцистичні тексти мають бути віднесені або до прагматичних – у тих випадках, коли на першому плані є передача інформації, або до літературно-художніх текстів, коли за допомогою художніх засобів мови досягається певний естетичний вплив, що, природно, має бути збережений у перекладі. Довести з достатньою переконливістю наявність власних закономірностей у перекладі текстів суспільно-політичного типу А. Федорову не вдалося. Цю групу варто вважати не самостійним типом текстів, а принаймні формою, що є наслідком переплетення різних видів текстів.

Незалежно від теми висловлювання журналісти у своїх текстах вдаються до експресивної, емоційно забарвленої лексики, яка засвідчує їх небайдужість до порушеної теми. Крім того, журналістські тексти не можуть також обійтися без слів іншомовного походження, бо вони входять до складу словосполучень, які виражають ключові поняття суспільного життя. Суспільно-політична

лексика в журналістській практиці завжди є інтернаціональною. Але слід пам'ятати про те, що журналіст має також актуалізувати і культивувати у своїх текстах лексичні одиниці національної мови, ретельно добираючи із скарбниці загальнонародної мови найвиразніші і найдоцільніші в межах стилю лексичні одиниці для позначення поняття і передачі думки чи експресивного їх забарвлення.

У газетному, більшою мірою публіцистичному тексті залежно від жанру для увиразнення висловлювання можуть використовуватися образні засоби мови – епітети, метафори, порівняння.

Щодо фразеологізмів у публіцистичному мовленні, то вони також можуть вживатися як виразні ідейно-структурні елементи організації тексту, а саме: у вигляді красномовного заголовка газетної статті з метою привернути увагу читача до публікації, у вигляді вичерпного завершального висновку статті або для підтвердження висловленої думки. Адже фразеологізми – це такі мовні одиниці лексичного рівня, які завдяки згущеності змісту, який вони несуть в собі, стають для автора надзвичайно економними засобами виразової експресії. Але при вживанні фразеологізмів у публіцистичному тексті слід уникати стильового дисонансу.

Стосовно граматичних особливостей публіцистичного стилю мовлення слід зазначити, що тут немає якихось обмежень на словотвірні засоби – префікси, суфікси, а також використання паралельних форм слова.

У текстах публіцистичного стилю закономірна наявність речень різноманітної структури, які не порушують правил побудови синтаксичних конструкцій і граматичної узгодженості членів речення, а також їх стилістичної вмотивованості.

На думку багатьох мовознавців, публіцистичне мовлення і є синонімом назви мовлення ЗМІ, тобто мовленням засобів масової інформації. Публіцистичне мовлення в усіх жанрах усної і писемної форми є інформативно насиченим і комунікативно спрямованим. Воно також неодмінно характеризується новизною проблематики та її суспільною актуальністю.

Мовлення газет і журналів суспільно-політичного змісту яскраво презентує стилетворні засоби публіцистики в писемній формі. Радіомовлення і мовлення телебачення є також різновидами публіцистичного стилю з притаманними йому ознаками і особливостями творення текстів для усної комунікації через засоби масової інформації. Публіцистичне мовлення виразно комунікативно зорієнтоване, тому для журналіста важливо дотримуватися точності висловлювань, посилювати вплив на читача і слухача залученням образності і висвітлювати суспільно важливі актуальні теми.

Сучасна публіцистика розвивається і вдосконалюється мовотворчістю журналістів, у тому числі італійських й українських. У глобалізованому світі журналісти відображають усі прояви життя як своїх співвітчизників, так і події суспільно-політичного, культурного та економічного життя інших держав.

Визначальною функціональною ознакою публіцистичного мовлення усної і писемної форм є його інформативність. У будь-якому тексті джерелом інформації може бути або сам автор, або якась інша особа, на яку посилається автор. Авторська інформація передається від першої особи (*я, ми*), а також може передаватися від третьої особи як авторизована або об'єктивована. Авторизована інформація подається не лише як сама інформація. Вона вибудовується за допомогою таких вставних конструкцій, як *необхідно підкреслити, повертає увагу той факт, слід додати, очевидно, безсумнівно* тощо. Вони вказують на те, що джерелом інформації є сам автор.

Публіцистичний стиль є одночасно консервативним і рухливим. З одного боку, в публіцистичній мові присутня достатня кількість штамів, суспільно-політичних та інших термінів. З іншого боку, прагнення до переконання читачів вимагає все нових мовних засобів, щоб чинити на них вплив [12].

Лексика публіцистичного стилю – це сплав елементів наукового, офіційно-ділового та художнього стилів, вона має яскраво виражене емоційно-експресивне забарвлення, квічує в себе розмовні, просторічні та навіть жаргонні елементи. Тут використовуються такі лексико-фразеологічні одиниці і словосполучення, які об'єднують в собі функціональне та експресивно-оцінне

забарвлення. Для публіцистичного стилю характерне широке використання суспільно-політичних, соціально-економічних, наукових, технічних та виробничих термінів та метафоричне використання медичних та спортивних термінів, точних найменувань (подій, дат, місцевості, учасників), емоційно-оцінних слів та словосполучень, перифраз, багатозначної образної лексики, що має оцінну спрямованість, та художніх засобів – троп і фігур [13, ст. 227]. Деякі слова набувають публіцистичного забарвлення в тому випадку, якщо вони вживаються в переносному значенні. Публіцистичний стиль активно використовує іншомовні слова та елементи слі, поповнюючи словниковий склад мови.

Синтаксис публіцистичного стилю мови теж має свої особливості, пов'язані з активним вживанням емоційної експресивно забарвлених конструкцій: окличних речень різного значення, питальних речень, речень зі звертаннями, риторичних питань, повторів, розчленованих конструкцій з розмовним забарвленням: речень з частками, вигуками, речень фразеологічного характеру, інверсій, безсполучникових речень, еліптичних конструкцій, паралелізму та ін [12]. Прийоми контамінації, зіткнення смислів, оновлення стійких словосполучень, звичних мовних формул мають жанрово-композиційну обумовленість і роблять мову виразною, активно впливаючи цим самим на читача. Все це пов'язано із загальною експресивною спрямованістю стилю.

Об'єктивована ж інформація, на відміну від авторизованої, має нульові засоби, тобто зовсім їх не має. Інформація передається без вказівки на її авторський характер. В інформації, одержаній від третіх осіб, вставні слова, словосполучення і речення вказують на джерело думки (*як повідомили очевидці, на думку очільника, як повідомляє агентство*). Така інформація може передаватися також у формі прямої чи непрямой мови. Тут є небезпека маніпуляції такими видами інформації. Неправда може бути подана як об'єктивована інформація.

Отож, підсумуємо вищесказане: публіцистичний стиль має свій арсенал мовленнєвих засобів. Цей стиль різножанровий: публіцистичні жанри

поділяються на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні і кожен з них має різне мовленнєве оформлення. Публіцистичне мовлення вважається всеохопним, бо в ньому можуть використовуватися всі слова, словосполучення і речення, які наявні в мовному вжитку етноспільноти на певному етапі її розвитку: метафори, фразеологізми, іншомовні слова, емоційно забарвлена лексика, неологізми, експресивна лексика, суспільно-політична лексика.

1.3 Проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу публіцистичних текстів

Кожен журналістський матеріал створюється з певною метою, яка реалізується у процесі комунікації через текст. Коли ж ми маємо справу з перекладними журналістськими текстами, виникає необхідність подбати про те, щоб у процесі комунікації вторинний текст зберігав ту ж функцію, що й оригінал, незалежно від того, чи учасники комунікації є носіями однієї мови, чи різних мов. Текст оригіналу і перекладу мають справляти на одержувачів однаковий або максимально близький вплив – повідомляти їм один і той же обсяг інформації, викликати однакові або принаймні однотипні емоційні реакції, спонукати до однакових дій тощо.

Говорячи про проблеми адекватності перекладу, перш за все, слід визначити мету та об'єкт перекладу. Мета перекладу – якнайближче познайомити читача або слухача, неволодіючого іноземною мовою, з певним текстом або змістом усного мовлення [30, ст. 135].

Я.І. Рецкер надав перекладу таке визначення: “Переклад – це точне відтворення оригіналу засобами іншої мови зі збереженням єдності змісту та стилю. Цим переклад відрізняється від переказу, в якому можна передавати зміст іншомовного оригіналу, опускаючи другорядні деталі та не дотримуючись стилю оригіналу. Єдність змісту та стилю відтворюється в перекладі на іншій мовній основі та вже тому буде новою єдністю, яка властива тільки мові перекладу” [30, ст. 143-146].

Об'єктом перекладу виступає конкретний мовний твір (текст оригіналу), на основі якого створюється інший мовний твір іншою мовою (текст

перекладу). При перекладі необхідно зрозуміти значення вихідного тексту та виразити те саме значення, а точніше систему значень, засобами іншої мови. При цьому семантичні втрати неминучі. Необхідно зробити так, щоб ці втрати були мінімальними, тобто забезпечити максимальний рівень еквівалентності вихідного тексту та тексту перекладу.

Тож тепер ми можемо визначити поняття адекватного перекладу. Адекватний переклад – це переклад, який забезпечує прагматичні задачі перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї мети рівні еквівалентності, не дозволяючи порушення норм та узусу мови перекладу, дотримуючись жанрово-стилістичних вимог до текстів даного типу та конвенційної норми перекладу [31]. У вільному вживанні адекватний переклад – це вірний переклад.

У теорії та практиці перекладу оперують такими вихідними поняттями, як еквівалентність, адекватність та тотожність. У широкому плані еквівалентність розуміють, як щось рівноцінне, рівнозначне чомусь, адекватність – як щось достатньо рівне, а тотожність – як дещо повністю співпадаюче, схоже з чимось. Менша категоричність поняття еквівалентності надало йому переваг та більшої вживаності у сучасному перекладознавстві [21, ст. 263]. Хоча, звичайно, поняття адекватності, тотожності, повноцінності та навіть аналогічності залишаються в тому ж семантичному полі, що і термін еквівалентність, а іноді й дублюють одне одного.

Можна наперед стверджувати, що будь-який переклад не буде абсолютно ідентичним канонічному тексту або одиниці оригіналу. Еквівалентність перекладу відносно оригіналу – це завжди поняття відносне. Але і рівень відносності різниться. Ступінь наближення до оригіналу залежить від багатьох факторів: від майстерності перекладача, від особливостей мов та культур, часу написання оригіналу та перекладу, характеру текстів, що перекладаються тощо.

На наш погляд, еквівалентність у теорії перекладу слід розуміти, як збереження відносної рівноцінності змістовної, значеннєвої, семантичної, стилістичної та функціонально-комунікативної інформації, що вміщують

оригінал та переклад. Слід зазначити, що еквівалентність оригіналу та перекладу – це перш за все спільність розуміння інформації, що міститься у тексті, включаючи й ту, що впливає не тільки на розум, але і на почуття реципієнта. Ми не випадково згадали інформацію, що містить текст, а не одна окрема одиниця, тому що неологізми, які ми використовуємо та перекладаємо, зустрічаються у певному оточенні, тобто у тексті та контексті, яке безпосередньо впливає на значеннєві відтінки неологізму, а значить і на його перекладний еквівалент. Тобто говорячи про еквівалентність та адекватність перекладу неологізму, ми також говоримо про еквівалентність та адекватність тексту, в якому він був ужитий [31].

Суб'єктивно-об'єктивна діяльність перекладача як посередника у двомовній комунікації є фактором множинності перекладів, ступінь якої залежить від жанру тексту, його часових та просторових характеристик, розвиненості перекладацької традиції та рецептивних можливостей цільової мови і культури. Попри той факт, що переклад як вид комунікативної діяльності завжди програє у часі одномовній комунікації, його масштаби не зменшуються, позаяк засвоєння складної естетичної та наукової інформації у вторинній культурі можливе лише шляхом її письмової фіксації засобами цільової мови. Якщо синтезувати відомі моделі двомовної перекладацької комунікації, подані у працях О. Каде, А. Поповича, П. Ньюмарка та ін., то можна зробити висновок, що між текстами оригіналу і перекладу встановлюються складні взаємозв'язки, опосередковані комунікативним ланцюгом, який складається з блоків автора оригіналу, перекладача та одержувача перекладу.

Перекладач — перший одержувач вихідної інформації, має три основні складові: 1) зорове сприйняття та розуміння оригіналу шляхом його девербалізації, тобто вилучення змісту з первинної мовної форми; 2) перекодування девербалізованого змісту, тобто його вкладення у вторинну мовну форму; 3) редагування перекладеного тексту з метою якнайточнішого відтворення затексту, стилістики оригіналу та забезпечення їхнього сприйняття

кінцевим одержувачем. Саме на цьому етапі виробляється норма перекладу як компроміс між первинними і вторинними мовними та культурними нормами. Норма перекладу може бути більш-менш наближеною до норми оригіналу або віддаленою від неї, залежно від жанру перекладу та інтерпретаційної позиції перекладача. Повного збігу між нормами оригіналу і перекладу бути не може, так само як його практично не буває між нормою перекладу, скажімо художнього, і нормою цільової мови, адже дуже часто переклад у мовному плані виступає як засіб інновацій.

Мета перекладу як виду комунікації реалізується у третьому блоці комунікативного ланцюга — блоці одержувача. Останній може бути як індивідуальним, так і колективним, маючи власну культурну традицію, мову та перебуваючи в характерних для нього соціокультурних умовах. Перекладач зважає на ці аспекти, намагаючись адаптувати текст перекладу для сприйняття одержувачем-носієм певної мови і культури. Звідси ймовірність розширення тексту перекладу порівняно з оригіналом, поява описових (перифрастичних) відповідників, синонімічні та гіперонімічні заміни, антонімічний переклад, різноманітні граматичні та стилістичні трансформації тощо. Однак прагматична адаптація перекладу має свої межі, які стоять на заваді руйнації смислової цілісності та стилістичної своєрідності оригіналу. За будь-яких умов адаптація перекладу до норм цільової мови і культури не повинна спричинити спотворення концептуального змісту та жанрово-стилістичної домінанти оригіналу [43, ст. 164-165].

Перекладацька стратегія як «загальний план дій перекладача, спрямований на переклад конкретного тексту, обумовлений конкретною метою перекладу, розроблений з урахуванням лінгвістичних й екстралінгвістичних характеристик конкретної перекладацької ситуації» [49, ст. 35]. У зв'язку з цим перекладацька стратегія є загальним планом дій перекладача, що обумовлений комплексом його принципів установок, спрямованих на досягнення цілей, які свідомо або несвідомо ставить перед собою перекладач [49, ст.56].

Висновки до розділу 1

Отже, підсумуємо вищесказане: роль перекладу має велике значення для сьогодення, адже він несе в собі велику відповідальність за правильне відтворення інформації для забезпечення взаєморозуміння народів між собою. В часи інформаційної війни перекладач має зберігати свою нейтральність та точність відтворення подій.

Дослідження сучасної інформаційної пропаганди в просторі ЗМІ — це спроба теоретичного і емпіричного аналізу можливостей та методів пропаганди у досягненні маніпулятивних цілей. Інформаційна війна як складник збройного конфлікту не є новим явищем, проте сучасні інформаційні канали досі не захищені від зовнішнього впливу та через брак ресурсів, часто-густо стають найвпливовішою зброєю в руках пропагандистів. Оскільки для задоволення власних інтересів та досягнення конкретних цілей інформаційна війна кооперувалася із методами психологічного маніпулювання, її можна вважати глобальним явищем, яке безпосередньо впливає не тільки на хід і результати воєнних дій, але і на їх сприйняття та трактування. Від пропагандистських методів періоду світових війн до сучасного їх застосування можна провести не тільки паралель, а й упевнитись у тому, що удосконалення, загальні «цінності» пропагандистів залишаються тими самими — спотворюючи факти, намагатися інтерпретувати події та інформацію на свою користь. На жаль, ми стаємо свідками, коли журналісти виконують місію пропагандистів, а отже порушують етику та норми журналістики. Сучасний український інформаційний простір демонструє незахищеність перед зовнішнім впливом військової пропаганди.

Публіцистичний стиль характеризується: порушенням важливих тем та проблем, в текстах публіцистичного стилю аналізуються й оцінюються можливі шляхи їх вирішення, формулюються узагальнення й висновки, матеріал розміщується у строгій логічній послідовності, використовується загальнонаукова термінологія. Для публіцистичного стилю мовлення притаманні логічність, емоційність, образність, оцінність (спонукальність), а

також відповідні мовні засоби. У текстах широко вживається суспільно-політична лексика, різноманітні види синтаксичних конструкцій.

Мову ЗМІ традиційно розглядають як окремий підстиль публіцистичного стилю, хоча існує тенденція до виділення її у окремий функціональний стиль. Визначальною ознакою засобів масової інформації є вдале поєднання логалізації викладу із емоційно-експресивним забарвленням, тому мова ЗМІ характеризується доступністю, полемічного викладу, образністю, експресивністю та афористичністю. Мові ЗМІ притаманні стилістичні риси художнього, офіційно-ділового та наукового стилів. До лексичного фонду ЗМІ входить нейтральна, а також стилістично і функціонально забарвлена лексика, яка вживається з певною метою або для посилення стилістичного ефекту.

Адекватність перекладу – результат сукупності дій правильно відібраних лексичних, граматичних та стилістичних факторів. Саме тому врахування контексту та прагматико-комунікативного аспекту висловлювання є основою точного і правильного перекладу. Поняття еквівалентності та адекватності перекладу є взаємозалежними: переклад може бути еквівалентним на системному рівні (спиратися на міжмовні відповідники), але може не бути адекватним, якщо формальний відповідник не передає функцію тексту оригіналу – комунікативну мету. В ієрархії параметрів якості перекладу варто адекватність поставити на вищій щабель порівняно із формальною еквівалентністю. Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – правильне сприйняття змісту оригіналу, донесення до отримувача перекладу емоційного впливу тексту оригіналу.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.

2.1 Методи лінгвістичного аналізу в медійних текстах.

Однією з ключових проблем загального мовознавства є проблема методології, тобто методів дослідження мови. Відомо, що будь-яка галузь людського пізнання повинна мати поряд з об'єктом і предметом вивчення певні дослідницькі методи. Лінгвістика протягом історії свого розвитку створила власні (спеціальні) методи. Як правило, зміна наукової парадигми супроводжується відкриттям нового методу дослідження. *Кожен метод виділяє такий аспект мови у якості об'єкта дослідження, який визначається найважливішим у цій теорії мови.*

Методами лінгвістичних досліджень займались багато відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: І. О. Бодуен де Куртене, К. Бругман, В. Вундт, О. О. Потебня, П. Ф. Фортунатов, А. Шлейхер та ін.

Метод (від грец. *methodos* «шлях дослідження, пізнання») – система правил і прийомів підходу до вивчення явищ і закономірностей природи, суспільства і мислення. Термін «метод» неоднозначний: його використовують у загальнонауковому, філософському значенні, у спеціально-науковому (що стосується окремої галузі науки – фізики, хімії, математики, історії, літературознавства, мовознавства тощо) і у значенні, яке збігається зі значенням терміна методика [65, ст. 516]. На думку Б. М. Головіна, метод – це шлях, який прокладають до істини, а методика – інструменти, потрібні для розчищення цього шляху.

Методи диференціюються на *загальні* (спостереження, індукція, дедукція, гіпотеза, аналіз, синтез, порівняння, ідеалізація, експеримент, формалізація, моделювання тощо) і *спеціальні* (порівняльно-історичний, типологічний, зіставний, структурний, функціональний, конструктивний, дискурс-аналізу).

Спільними для всіх наук є вихідні підходи до дослідження явищ – індукція й дедукція, їх часто називають методами.

Індукція і дедукція. Здавна відоме логічне протиставлення індуктивного і дедуктивного методів дослідження.

Дедукція (від лат. deductio "виведення") – метод дослідження, згідно з яким на основі загальних положень (аксіом, постулатів, гіпотез) роблять висновки про окремі факти. Ґрунтується на аксіомі: якщо посилення є істинними, то і висновок є істинним [65, ст. 213]. Протиставлений інтуїції і пов'язаний з іншими загальнонауковими методами, як-то: синтезом, аналізом, формалізацією і індукцією – адже загальні положення можуть бути отримані індуктивним шляхом.

Індукція (від лат. inductio "наведення") – метод дослідження, згідно з яким на підставі знання про окреме роблять висновок про загальне, тобто полягає у переході від окремих конкретних спостережень до загального умовиводу [65, ст. 403]. Індуктивний висновок ґрунтується на емпіричних способах пізнання і є істинним, якщо він спрацьовує для всіх без виключення предметів класу, щодо якого проведено узагальнення.

Іншими словами, індукція – це логічний умовивід від окремого до загального, а дедукція – від загального до окремого.

В емпіричних науках, до яких відноситься і лінгвістика, це протиставлення пов'язане з протиріччям між природою досліджуваного об'єкта (сутністю) і наявним у розпорядженні дослідника емпіричним матеріалом (фактами).

Дедуктивний метод передбачає певні припущення щодо досліджуваного об'єкта і перевірку реальності цих припущень, їх відповідності (або невідповідності) досліджуваним фактам. Так, ми *дедуктивно* припускаємо, що зміна комунікативних ролей є категорією, тобто найважливішою ознакою усного діалогічного дискурсу, а вже аналізуючи спонтанне діалогічне мовлення (емпіричний матеріал) ми бачимо, яким чином ця зміна ролей впливає на розгортання дискурсу, як пропонування, ідентифікація, підтвердження, спростування ролі, впровадження нової ролі спрямовує хід інтеракції і ходи інтерактантів. Так, на прикладі новин з італійських та українських мас медіа,

ми бачимо розбіжності у розумінні та в структурі подання інформації. Українське медіа-видання опублікувало новину про «групу депутатів Верховної Ради України, які підготували звернення до Голови СБУ Василя Грицака в якому просять «прийняти відповідні рішення щодо заборони в'їзду на територію України Сальваторе Кутуньйо». Депутати його називають «агентом підтримки війни Росії в Україні» [68]. Тобто, ми спостерігаємо, інформація подана коротко та без жодних детальних пояснень. В той час як в італійських ЗМІ опублікували статтю, що Україна вже має намір заборонити в'їзд та не дає їхнім артистам проводити концерти через підтримку політики російського президента В.Путіна. Стаття написана більш детально, ніж українська, аби донести до італійського читача всю суть проблеми щодо заборони італійських артистів, які відкрито підтримують політику В. Путіна та порушують українські закони та українську політику. при перекладі втрачається

«Lasciatemi cantare con la chitarra in mano», ma l'Ucraina gli dice no. Dopo Al Bano, anche Toto Cutugno finisce nella lista nera del ministero della cultura ucraino. Secondo uno dei parlamentari che hanno avanzato la richiesta, Viktor Romanyuk, il cantante «fa parte dell'associazione Amici di Putin e ha sostenuto l'annessione della Crimea». D'altronde, Toto Cutugno non ha nascosto il suo legame con la Russia: recentemente ha infatti dichiarato a un giornalista del settimanale Tv Sorrisi e Canzoni che gli chiedeva se «le piacerebbe un suo show celebrativo in tv»: «L'ho già fatto. In Russia, però. A Mosca la tv ha ripreso due serate in cui 24 grandi cantanti russi hanno cantato in italiano i miei successi» [69]. Переклад: «Дозвольте мені заспівати», але Україна каже йому ні. Після Аль Бано, також Тото Кутуньйо опинеться в чорному списку Міністерства культури України. На думку одного з депутатів, які просують запит Віктора Романюка, співак «є один з наближених друзів Путіна та підтримує анексію Крима». З іншого боку, Тото Кутуньйо не приховував свій зв'язок з Росією – заявив він у нещодавньому інтерв'ю журналісту щотижневого ТБ Сорріді е Канцоні, де його запитали, «Вам би сподобалося мати Ваше відоме шоу на ТБ»: «Я вже його мав.

Але в Росії. В Москві 2 дні підряд показували по телебаченню програму, в якій прийняли участь 24 відовим російських співаків, які виконували кавер на мої відомі пісні».

Метод гіпотез. Перехід від конкретних індуктивних спостережень до загального дедуктивного зазвичай відбувається шляхом гіпотез, подальшого їхнього підтвердження або спростування і висунення нових. Отже, метод гіпотез полягає в побудові припущення щодо ознак певного явища, чинників, закономірностей, способів існування певного явища. Гіпотеза – це варіант можливого розв’язання проблеми, висувається апріорно і потребує перевірки і підтвердження. Подальший аналіз або підтверджує гіпотезу, перетворюючи її на наукову теорію, або спростовує її. Так, досі непідтвердженими, хоч і не спростованими, залишаються гіпотези вродженої універсальної бази мовних знань Н.Хомського, ностратична гіпотеза походження мови тощо. Вивчаючи порівняльно-історичне мовознавство, ми бачили, як спростовувалася гіпотеза щодо статусу санскриту як індоєвропейської прамови.

Аналіз і синтез – як загальнонаукові методи являються собою діалектичну єдність протилежностей; перший передбачає розділення цілого на частини і опис кожної з частин і зав’язків між ними, другий – поєднання частин у цілісну систему.

Спостереження – цілеспрямоване сприйняття, зумовлене завданням дослідження, головною умовою якого є максимальна об’єктивність, що контролюється повторним спостереженням або застосуванням інших методів. Одним із видів спостереження є інтроспекція – самоспостереження. Її недоліком є суб’єктивність, можливість канонізації власної гіпотези і підгонки під неї матеріалу. Результати як спостереження, так і інтроспекції підлягають верифікації, що здійснюється на етапі фіксації мовних фактів. Зокрема, перевіряється регулярність парадигматичних відносин мовного факту з іншими фактами, відповідність граматичним гіпотезам, відповідність даним відомих досліднику споріднених мов тощо. Формою спостереження вважається

інтерв'ювання, в якому воно поєднується з опитуванням різних носіїв мови та статистичною оцінкою їх відповідей, так як вони можуть часто розходитися між собою і з оцінкою самого дослідника. Розрізняють включене і невключене спостереження: перше передбачає участь дослідника, друге – відсторонення з метою уникнути впливу на результат. Приклад: дослідження звукового мовлення конверсаційним аналізом.

Ідеалізація – інший загальнонауковий метод, що полягає у мисленнєвому творенні ідеалізованого об'єкта на підставі припущення умовної тотожності ідеальної моделі і реального зразка. Прикладом використання методу ідеалізації можуть бути моделі семіозису, тобто моделі знаків, зокрема комунікативних знаків, що ми розглядали на практичних з лінгвосеміотики, моделі перекладу, дискурсу тощо. Так, ми можемо припустити, що ідеалізована модель комунікативної ситуації, що відбувається зараз, буде включати: нас з вами, тобто мене, адресанта, і вас, узагальненого адресата, мою інтенцію донести до вас інформацію про методи, мій код, тобто вербальні, прагматичні, паралінгвістичні засоби задля реалізації моєї інтенції, вашу інтерпретацію, тобто вашу варіацію мого тексту як комунікативного знаку і, нарешті, всі когнітивні контексти – ситуативний, міжособистісний, наукових фонових знань, соціокультурний тощо, що впливають на вашу інтерпретацію мого знаку. Проте ця модель буде, безумовно, ідеалізованою – адже вона не здатна відтворити когнітивні відмінності кожного з вас, що впливають на інтерпретацію мого мовлення.

Як видно з наведеного прикладу, ідеалізація співвідноситься з двома іншими загальнонауковими методами: моделюванням і формалізацією. Моделювання є сукупністю способів ідеалізації, абстрагування, аналізу і синтезу з метою ідеалізованого і спрощеного представлення об'єктів дослідження й вивчення на підставі цих моделей відповідних явищ, ознак, процесів. Наприклад, жанрове моделювання – спрощене представлення елементів, що складають жанр (образи автора і адресата; тематична складова, вербальні засоби, комунікативне минуле і майбутнє жанру, жанрова інтенція

тощо) і того, як ці складові корелюють поміж себе. Формалізація – встановлення відповідності досліджуваних об’єктів до доступних матеріальних конструкцій, можливих для ототожнення. Формалізація передбачає використання метамови опису: пропозиційної, фреймової, концептуальних графів тощо. Наприклад, якщо ідеалізовану модель комунікації, яку я представила вище, описати в форматі існуючих вже моделей або як фрейм, що показує логіку взаємодії його складових, ми отримуємо таку метамову опису комунікативної ситуації: агенс-адресант діє на адресата (бенефіціанта) і об’єкт (його концептосистему) для (інтенція) за допомогою (інструмент, код) тощо.

Порівняння – базу порівняльно-історичного, типологічного і зіставного методів.

Порівняльно-історичний метод – сукупність процедур реконструкції походження мов від прамов, встановлення еволюційних змін і закономірностей розвитку споріднених мов шляхом їхнього порівняння на різних етапах формування, доведення генетичної близькості мов. Тобто об’єктом є споріднені мови, які мають спільного предка. Порівняльно-історичний метод виступає як основний інструмент дослідження при відтворенні моделей прамовних станів окремих родин і груп споріднених мов світу, їх подальшого розвитку та членування на самостійні мови, а також використовується з метою побудови порівняльно-історичних описів мов, які входять в ту чи іншу генетичну спільність.

До складу його головних прийомів входять: визначення генетичної приналежності мовних даних; встановлення системи відповідностей і аномалій на різних рівнях в порівнюваних мовах; моделювання вихідних прамовних форм (архетипів); реконструкція первинних і проміжних мовних станів; хронологічна і просторова локалізація мовних явищ; генеалогічна класифікація мов. Головними прийомами методу є зовнішня і внутрішня реконструкції. Перша залучає матеріали споріднених мов, друга співвідносить явища однієї мови, представлені на різних етапах її розвитку. Застосовуються методики лінгвогеографії, лінгвостатистики.

Порівняльно-історичний метод ґрунтується на наукових прийомах відтворення (реконструкції) незафіксованих писемністю наявних у минулому мовних фактів шляхом планомірного порівняння відповідних пізніших фактів двох чи більше конкретних мов, відомих за писемними пам'ятками або безпосередньо за їх уживанням у мовленні. Порівняльно-історичному методові відповідає певна теорія мови, основний зміст якої зводиться до таких чотирьох положень: 1) порівняння мов виявляє їх спорідненість, тобто походження від одного джерела – мови-основи (прамови); 2) за рівнем спорідненості мови об'єднуються в сім'ї, групи і підгрупи; 3) відмінності споріднених мов можуть бути пояснені тільки безперервним їх розвитком; 4) зміни звуків у споріднених мовах мають чіткий закономірний характер, через що корені та флексії є стійкими впродовж тисячоліть, що дає можливість встановити (реконструювати) архетипи. Порівняльно-історичний метод був і залишається найважливішим інструментом установалення спорідненості мов і пізнання їх історії. Найважливішою процедурою порівняльно-історичного методу є реконструкція звуків і морфологічних архетипів, яка здійснюється за допомогою встановлення відповідників на всіх рівнях мови.

Типологічний метод – метод мовознавчих досліджень, спрямований на виділення загальних ознак і закономірностей мов світу і їхню класифікацію залежно від таких ознак. Головним принципом методу є порівняння як установалення схожості і розбіжності між мовами. Метою методу є виділення мовного типу як сукупності відповідних ознак мов (універсалій) або сукупності мов, що їх мають. На відміну від порівняльно-історичного методу, здійснюється аналіз синхронічного стану мов незалежно від їх спорідненості чи віддаленості. На відміну від контрастивного (зіставного) методу, не обмежується зіставленням двох споріднених мов, а простежує типологічні особливості багатьох мов і має метою створення типологічної класифікації мов світу. Традиційна типологічна класифікація мов здійснена В фон Гумбольдтом, який спирався на розробку мовної типології братів А. і Ф. Шлегелів. Вона ґрунтується на загальних принципах граматикизації мов світу (на базових

ознаках: понятті слова і морфемі, їх співвідношення, способу вираження граматичного значення, характеру морфем, об'єднаних у слові, способу їх об'єднання та позиція словотвірної або словозмінної морфемі відносно кореневої. Усі мови світу він поділяє на чотири морфологічних типи: 1) мови аморфні (кореневі, ізолюючі); 2) аглютинативні; 3) інкорпоруючі (полісинтетичні); 4) флективні (фузійні) (перший, другий і четвертий типи було виділено до нього А. Шлегелем, а інкорпоруючий уперше виокремив Гумбольдт). Ізолюючі мови – це безафіксні мови чистих коренів, не мають словозміни, складаються з корневих морфем, граматичне значення виражається переважно за допомогою порядку слів, службових слів і зв'язку смислового прилягання). У чистому вигляді трапляються рідко, хоч деякі мови мають потужну тенденцію до цього типу (в'єтнамська, еве). Аглютинативні мови передають граматичне значення регулярними однозначними словозмінними афіксами, що приєднуються до кореня або основи за характером звучання кореня і сполучаються з ним аглютинацією. Словозмінні афікси є тут єдиними виразниками граматичного значення (тюрські, уральські): okul (школа), okullar (школи), okularimiz наші школи), okularimizda (в наших школах). Флективні – граматичні значення виражаються здебільшого системою флексій, корінь може виступати в кількох варіантах, а словозмінні афікси сполучаються з коренем фузійно; одне значення може виражатися різними афіксами (усі славянські, германські, балтійські та інші індоєвропейські мови, мови афразійської родини). Інкорпоруючі мови характеризуються поєднанням у висловленні аморфних основ-коренів у складні комплекси із використанням певних службових елементів. Такі утворення є водночас і словами, і реченнями, компоненти яких передають зміст головних і другорядних членів речення (частина палеоазіатських мов та індіанські мови Америки). Я прийшов, щоб дати їй це – inialudam, де і – минулий час, n – займенник першої особи Я, i – займенник «це» и т.п.

Дж. Гринбергом запропоновані типологічні індекси для перевірки різних типологічних класифікацій. Це статистичні підрахунки мовних ознак у порівнюваних мовах.

Типологічний метод застосовує поняття мови-еталона як метамови опису систем порівнюваних мов. Еталон – це об'єкт, що представляє всі мови світу в одній мові (Ю. Рождественський). Успенський принципами побудови структурної типології вважає метамову та трансформації переходу від неї до конкретних мов і навпаки. Дослідники вважають, що мовою-еталоном можуть бути різні системи: спеціальна штучна мова зі штучними правилами, конкретна мова з гарно розробленою системою, лінгвістична категорія, граматичні правила, семантичне поле, фонетичні, морфологічні і синтаксичні моделі тощо.

Зіставний метод – головний метод контрастивної лінгвістики, спрямований на вияв спільних і специфічних рис зіставляваних мов на всіх їх рівнях, а також в мовленні і у тексті. Його об'єктом є вивчення різних мов – споріднених і неспоріднених.

Мета застосування: шляхом зіставлення виявити спільні, однакові (ізоморфні) й відмінні, специфічні (аломорфні) риси зіставляваних мов у звуковій, словниковій і граматичній системах; поглиблення знань про одну з мов на тлі другої, встановлення характерологічних рис сімей і груп мов, прогнозування інтерференції мов, визначення особливостей взаємодії мов в процесі оволодіння другою іноземною мовою.

Головною процедурою є порівняння. На відміну від порівняльно-історичного і типологічного методів, орієнтовний на зіставлення двох (трьох) мов на синхронному зрізі їх розвитку і не має результатом установа типологічних рис цих мов. Зіставний аналіз передбачає визначення критерію, еталона зіставлення *tertium comparationis*, вибір якого залежить від мовного рівня обраних об'єктом одиниць. Так, на словотворчому рівні пропонуються критерії словотвірних типів, ономаціологічної структури, внутрішньої форми. На лексичному рівні – компонентний склад значень порівнювальних еквівалентів.

Так, наприклад, зіставлення дієслова в українській і італійській мовах виявить наявність в українській мові категорії виду (доконаного і недоконаного) і відсутність її в італійській мові, а зіставлення іменника – наявність в італійській мові категорії означеності (виражається артиклями *il, la, l', i, gli, le*) і неозначеності (виражається артиклями *un, una, un', uno, dei, degli, delle*), якої немає в українській мові. Практичне застосування зіставний метод знайшов у теорії та практиці перекладу і в методиці викладання іноземних мов. На його основі створюють зіставні граматики мов, порівняльні типології мов та двомовні перекладні й диференційні словники.

Отже, підсумуємо вищесказане – у сучасній лінгвістиці виділяють такі методи лінгвістичних досліджень: описовий, порівняльно-історичний, дистрибутивний, трансформаційний, структурний, лінгвістичний, комплексно-процесуальний, індукція і дедукція, пояснювальний опис, формалізація лінгвістичних описів. Одні з них використовуються широко, інші – знаходяться на етапі розвитку, або навпаки, залишаються історією. Пропонування, ідентифікація, підтвердження, спростування ролі, впровадження нової ролі спрямовує хід інтеракції, задає її тематичну складову, ходи інтерактантів і відповідає за решту визначальних ознак розмовного дискурсу. І цей висновок є вже індуктивним – від конкретних фактів застосування ролей до їх функції у розгортанні інтеракції в цілому.

У реальній лінгвістичній практиці застосування індуктивного чи дедуктивного методу в чистому вигляді неможливе, хоча певна перевага того чи іншого методу в конкретних наукових школах спостерігається нерідко (приклад: конверсаційний аналіз і критичний дискурс-аналіз). Методи лінгвістичних досліджень допомагають дослідити різні аспекти мови, прийти до певних висновків, що є основною метою будь-якого дослідження.

2.2 Стратегії та тактики відтворення медійних текстів

В умовах сучасного суспільства, де головною рушійною силою є інформація, ключовим видом дискурсу, що реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, є мас-медійний дискурс, який ще називають медіадискурсом. Його визначають як “сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому їх різноманітті та складності їх взаємодії” [12, с. 21].

У порівнянні з багатьма попередніми століттями наше сьогодення – це вимір розвинених технологій, нових ідей та комунікацій, які були недоступними ще 50 років тому. Одним із важелів, що активно провокує розвиток таких комунікацій, постають міжнародні об'єднання, холдинги та компанії, що все частіше з'являються на арені міжнародних економічних, політичних, культурних зв'язків. Важливу нішу у такого роду утвореннях займає міжнародна та міжкультурна публіцистика, яка не тільки представляє світові гіганти з високим рівнем економічного потенціалу, але й виступає як носій культури, адже саме така медіа продукція дозволяє інтерпретувати соціокультурні та ідеологічні тенденції зіставних лінгвокультур. Одним із важливих елементів медіа світу є міжнародні видання, які мають представництва у багатьох країнах світу на різних континентах, у різних культурних групах.

Майже для всіх такого роду видань характерною виявляється наявність тої чи іншої рубрики, яка відображає спосіб життя особистості, нації, культури. Для популярних видань зазвичай вони представлені свого роду інтерв'ю з медійною персоною міжнародного рівня.

Під час перекладознавчого аналізу оригіналу та перекладу в основному використовувалась класифікація способів та прийомів перекладу, запропонована В.Н. Комісаровим [19, с. 172-186]. Зокрема В.Н. Комісаров виділив перекладацькі трансформації як перетворення, за допомогою яких можна здійснити перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу у

вказаному смислі. Залежно від характеру одиниць оригіналу перекладацькі трансформації було розділено на лексичні, граматичні та комплексні. До основних типів лексичних трансформацій В.Н. Комісаров відніс такі перекладацькі прийоми, як транскрибування, транслітерацію, калькування, лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація, модуляція). До граматичних трансформацій відносяться синтаксичне уподібнення (дослівний переклад), членування речень, об'єднання речень, граматичні заміни. З комплексними лексико-граматичними трансформаціями співвідносяться антонімічний переклад, експлікація та компенсація.

Загалом можна вважати, що оригінал було репродуковано для цільової аудиторії, оскільки частина тексту була транс кодована в еквівалентній версії на рівні семантики, синтаксису та граматики. Так, у тексті наявні приклади калькування: *a furor di popolo* [70] - *народний фурор* [71]; буквального перекладу: *L'ex comico* [70] – *колишній комік* [71]; синтаксичного уподібнення, або дослівного перекладу: «*L'Ucraina? È in Europa*» [70] - *Україна й надалі триматиме курс на повноправне членство в НАТО та ЄС* [71].

Подібні перекладацькі прийоми демонструють якнайближчий переклад до оригінального тексту на формальному рівні, що однак не обов'язково означає тотальне зближення на рівні семантики. Найяскравіше розбіжності спостерігаються на лексичному рівні, зокрема у прикладах використання таких перекладацьких трансформацій як генералізація та конкретизація.

Одним з ключових слів українського революційного дискурсу є “самооборона” (італ. “*Samoborona*”), яке після подій у Криму і на Сході України отримало не тільки позитивні (з позицій революціонерів) конотації, але і негативні: “самооборона Майдану” та “самооборона Криму” (Донбасу). Італійська преса відтворює цей прояв певної енантіосемії різними словосполученнями: *Nazionalismo “Pericoloso”* («небезпечний» націоналізм, говорячи про самооборону Майдану) та “*milizia di Crimea*” (кримське ополчення), що не передає, звісно, всіх смислових нюансів і політичних акцентів (адже поняття “народне ополчення” асоціювалося завжди з

патріотизмом і героїзмом, а не з сепаратистськими діями і перевдягненими чужоземцями). Тому відтворення в перекладі подібних українських найсучасніших реалій, які вже стали прецедентними феноменами, потребує супроводу більш точних і детальних пояснень.

У контексті медійного перекладу особливого значення в сьогоднішній ситуації набув усний, передусім синхронний переклад промов, інтерв'ю, виступів під час зібрань, пресс-конференцій. В центрі уваги опинилися трансляції наживо засідань Ради Безпеки ООН, Парламентських Асамблей Ради Європи та НАТО і т.п. Останнім часом в режимі реального часу транслюють подібні події майже всі провідні українські телеканали. І для того, щоби мета такого показу була досягнута, необхідно, щоби синхронний переклад здійснювався належно. На жаль, якість перекладу часто не була забезпечена.

Скажімо, дуже важливе для України засідання Генеральної Асамблеї ООН 27 березня 2014 року транслювалося “5 каналом” із синхронним перекладом українською мовою. Відчувалося, що перекладач має досвід, але слухати його було важко навіть тим, хто не знається на тонкощах синхронного перекладу. Перекладач не володів українською мовою на прийнятному рівні, постійно припускався помилок у відтворенні власних назв, політичних термінів тощо. До прикладу: Пане голова! (Пане голово!); підтримувати всі потуги, конструктивні потуги (зусилля); всі боки конфлікту, звертаємося до усіх боків, всі частини кризи (сторони); Пан Кі Мун (Пан Гі Мун); Хартія ООН (Статут ООН) та ін. В той же час “24 канал” надавав офіційну on line трансляцію, яка здійснюється відповідними службами ООН і за якою можна слідкувати через Internet. Це був переклад російською штатними перекладачами ООН. Він, звичайно, був фаховим, але, певною мірою, відбувався через призму сприйняття ситуації перекладу і змісту виступів перекладачами-росіянами, що виявлялося і на лексичному, та просодичному рівнях (“українский”, “на Украине” і т.п.), і на рівні зміщення деяких смислових акцентів.

Таким чином, глядач, перемикаючись з каналу на канал, бачив, що україномовний медійний продукт значно програє російськомовному. На жаль,

той же український перекладач “попрацював” і під час прямих трансляцій кількох наступних надважливих засідань міжнародних організацій. Потому “5 канал” почав убезпечуватися від неякісного перекладу. Починаючи, наскільки нам відомо, із засідання ПАРЄ 9 квітня 2014 синхронний переклад українського здійснюється висококомпетентним синхроністом, який володіє до того ж дуже багатого і соковитою українською мовою: належать до розсуду України, а не Росії; Крим повернеться під оруду України і т.ін.

Зрозуміло, що здійснювати так званий “віддалений” усний переклад (“remote interpreting”), тобто такий, коли перекладач сидить перед монітором, а не перебуває в кабіні у місці здійснення заходу, набагато важче. Але в Києві є україномовні і дуже професійні синхроністи, які можуть це робити і забезпечувати створення гідного України перекладу. Відповідальність за результати лежить тут на редакторах каналів, які запрошують перекладачів.

Вище йшлося про усні переклади, які надавали фахові перекладачі. Але з появою телеканалів (в Україні, зокрема, це Hromadske.tv, Espresso.tv), які безперервно надають наживо важливі для країни події, і в українських журналістів виникла потреба активно перекладати. В прямому ефірі вони перекладають з російської новинні повідомлення з Internet, цитати з висловлювань політиків тощо, не залучаючи, звичайно, до такої оперативної роботи перекладачів, а спираючись на свою двомовність. Що ж стосується перекладу з англійської та інших європейських мов, то часто у журналістів таких медіа або немає часу запросити (скажімо, на інтерв’ю) перекладача, або немає для цього фінансових ресурсів. Або ж деякі журналісти настільки добре володіють, англійською, що беруть на себе і послідовний чи синхронний переклад. Приміром, 26 березня 2014 року на hromadske.tv здібна й фахова журналістка каналу Наталя Гуменюк синхронно перекладала досить довгий виступ Барака Обами стосовно санкцій США щодо Росії, виступ, на який чекали українці і кожна фраза якого мала політичну вагу і несла важливі месиджі. На жаль, переклад не вийшов. Журналістка то говорила від першої особи, як і належить, то все частіше, після довгих пауз, переходила на короткий

узагальнений переклад: “Обама сказав, що ...”. Грішив переклад і постійною дослівністю, на кшталт, “Україна не була дуже розумна, щоби винести свої проблеми на розсуд,...” і т.п. Вини журналістки в такому перекладі немає, адже синхронний переклад вимагає особливого вишколу і професійного досвіду. Редакціям варто все ж залучати перекладачів-синхроністів, причому багато з них допомогли б і на волонтерських засадах.

Таким чином, сьогодні перед медійним перекладом постало чимало викликів. Ставлення до перекладу новин має відповідати розумінню ролі новинних повідомлень в інформаційній війні. В такій ситуації від перекладу для друкованих та електронних ЗМІ виступів чи висловлювань політичних діячів, представників міжнародних структур вимагається особлива точність, ретельна вивіреність смислу з контекстом, ідеологічна адекватність. Усний переклад в ЗМІ резонансних і важливих для долі країни виступів має здійснюватися українською мовою із залученням фахових перекладачів, а перед викладачами вишів, які готують майбутніх перекладачів, постало нагальне завдання оптимізувати викладання медіаперекладу, в тому числі усного медійного перекладу. Про актуальність такого підходу до сучасних професійних компетенцій перекладача свідчить і те, що в численних університетах Італії курс практики художнього перекладу замінюється на переклад медіатекстів. Проблема перекладу для ЗМІ є і в центрі уваги перекладознавців. Нещодавно один із випусків відомого фахового журналу “Meta” було присвячено саме взаємозв’язкам і взаємовпливу перекладу і журналістики [Meta, 2012]. До того ж, і в Україні вже спостерігаємо виникнення таких професійних (на межі перекладу і журналістики) діяльностей, як “orologio multimediale”, “media analisi”, що передбачають моніторинг найрізноманітніших різномовних ЗМІ і переклад чи переклад-реферування повідомлень з метою створення аналітичного звіту або огляду на замовлення певного клієнта (компанії, організації тощо). Належна підготовка з медійного перекладу важлива для забезпечення потреб в ньому України в умовах воєнних дій і в мирній перспективі.

Розгляньмо приклади конкретизації: *A Vladimir Putin, che non gli ha ancora fatto le congratulazioni per l'elezione plebiscitaria (73% dei voti)* [70] – *Президент РФ Володимир Путін не планує вітати Володимира Зеленського після його вступу на пост президента України* [72]; та генералізації: *Una situazione ben diversa da quella immaginata dalla serie televisiva – Ситуація гарно відрізняється від того, що було зображено в телесеріалі* [72].

Як бачимо, окремі репліки, що зазнали тотального буквального перекладу не відповідають у своїй послідовності тексту оригіналу, тобто власне порядок постановки питань загалом змінений. У такий спосіб змінюється не тільки формальне оздоблення рубрики, але й напрямок, у якому ведеться бесіда, зміщені її змістові центри, смислові акценти. Для італійських ЗМІ важливо передати повну картину дій на території України, так як вони живуть далеко, а для українських перекладачів та ЗМІ допустимо не розписувати більш детально інформацію, яка є на слуху у кожного українця.

За останніми інтернет тенденціями та новітніми технологіями, в Україні та в Європі з'явилися так звані «ботоферми», фейкові аккаунти та тролі, які відносяться до діджитал технології, які сьогодні успішно спрацьовують, і в розумінні багатьох ці технології обмежуються Фейсбуком, Телеграмом та іншими соціальними мережами. Вони поширюють неправдиву, частіше проплачену пропагандиву інформацію від імені «звичайний та справжніх» людей залишаючи їхні «власні» думки.

Соціальні мережі – це, звісно, величезний шматок, однак для зростання кількості фоловерів і лояльної аудиторії одних соціальних мереж абсолютно недостатньо для впливу навіть в Інтернеті на аудиторію виборців.

Самі нетривіальні завдання по роботі з аудиторією потрібно вирішувати вже з новим поколінням технологій. Загальна назва такого виду алгоритмічних закупівель – *programmatic*.

Якщо коротко, то це алгоритмічна закупівля реклами, яка полягає у роботі одночасно декількох методів закупівлі інтернет-реклами з

використанням автоматизованих систем на основі даних про цільових користувачів.

Що стосується видів закупівель, то це може бути: покупка на відкритій біржі, приватний майданчик, краща угода (з майже стовідсотковим влучанням у цільову аудиторію), автоматичні прямі закупівлі.

Особливість використання таких закупівель полягає в тому, що насамперед робота машинних алгоритмів дозволяє знаходити аудиторію в мережі, що «схожа» з тією, яка вже прокомунікувала з повідомленням від певної кампанії і зробила відгук у вигляді переходу на сторінку. Тобто аудиторія масштабується і певні компанії чи політичні сили мають ще більше потенційних клієнтів чи то виборців. Це абсолютно легальний алгоритм, це не ботоферми, а реальні люди, користувачі мережі, які переходять з різних джерел і яких можна зацікавити.

Інше питання – як зацікавити, бо в потоці постійної реклами, клікабельних найменувань та гасел треба бути максимально оригінальним і підкупати щирістю, правдоподібністю, мінімалізмом і словами, які будуть близькі чи не кожному.

І інколи створюється враження, ніби алгоритм має знати про користувача все, аби реально зацікавити його, привернути увагу та зробити все, аби зробити з нього лояльного клієнта чи виборця.

Звісно, автоматизовані платформи працюють як зі своєю базою даних, так і з даними зовнішніх постачальників. Доступними для таргетингу є наступні характеристики: стать, вік, геолокація, відвідувана сторінка сайту, браузер, пристрій, з якого він заходить.

Але інколи алгоритм, аналізуючи інші показники, може дістатись до найбільш важливіших маркерів аудиторії: це можуть бути хобі, інтереси, наміри про покупки або поведінку, інтереси в різних сферах, включаючи відвідування інформаційних ресурсів, читання політичних новин, інтерес до економічних питань.

Це цінний скарб, який алгоритм може отримати про кожного. І від цієї інформації залежить політика компанії чи політичної сили з потенційним електоратом. І саме programmatic дозволяє працювати з такими індивідуальними і неповторними характеристиками кожного потенційного виборця і при цьому будувати мільйонні охоплення аудиторії.

Але якщо ви думаєте, що це все, то ні. Бо технології пішли ще далі. І сьогодні різні канали комунікації вже можна використовувати одночасно, синхронно, посилюючи один одного. Наприклад, технологія TV Sync дозволяє робити синхронний вихід реклами на телебаченні або на радіо з виходом реклами в Інтернеті.

Наприклад, як тільки вийшов рекламний ролик на ТБ або в ефірі радіо в цей же час, різницею в секунду відбувається показ реклами кандидата в Youtube, Facebook, пошуку або на тих сайтах, куди пішла під час рекламного блоку аудиторія. Це одна з останніх технологій, досить цікава за своїми ефектів сприйняття і можливостям. Причому працювати в синхроні можна не тільки з матеріалами вашої компанії, а і з конкурентами, що дозволяє продовжувати будувати сценарії за вагою запам'ятовування останнього меседжу.

Сьогодні все розвивається дуже стрімко, тож треба бути максимально допитливим та уважним, аби не пропустити щось важливе. Особливо, коли це стосується перекладу, а також це кидає нам, перекладачам, нові виклики до їх вирішення та подолання. Сьогодні ми мушимо навчитися не тільки якісно перекладати, але також бачити головні фрази/слова кліше та вміти їх правильно перекладати. У найближчому майбутньому ця проблематика буде більш актуальнішою та матиме більш розв'язуваних теорій до її вирішення.

Висновки до розділу 2

Отже можна зробити висновок, що у перекладі обраного нами тексту наявні різні підходи та загальні стратегії від буквального та репродуктивного перекладу до різноманітних трансформацій та навіть адаптацій. Такі трансформації досить часто призводять як до спотворення семантичної

складової в окремих сегментах тексту, так і до зміни модальності, модуляції його оцінного аспекту та, як результат, прагматики. Серед цих трансформацій найчастіше використовуються лексичні, зокрема генералізація, конкретизація та модуляція, а також комплексні, як, наприклад, антонімічний переклад та прийом коментування (згідно з термінологією Комісарова В.Н. [19, с. 172-186]). Усі ці трансформації, що використовуються необґрунтовано, всупереч жанрово-стилістичним ознакам, призводять до спотворення, яке, на нашу думку, є невиправданими у перекладі, адже таким чином не знаходить свого відображення основна мета, поставлена перед обраною нами рубрикою, а саме не цілком точно переданий характер персонажу та реалії іншомовної культури.

Перспективність дослідження інтерв'ю ми вбачаємо у подальшому аналізі інтерв'ю як типу тексту масмедійної публіцистики з подальшим встановленням магістральних тактик та стратегій, що використовуються при відтворенні загального образу персонажу оригіналу в перекладі.

РОЗДІЛ III. СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЛЕКСИКИ ЄВРОМАЙДАНУ ІТАЛІЙСЬКОЇ КНИГИ МАУРО ВОЕРЦІО «ЯНГОЛИ МАЙДАНУ» УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.

3.1. Основні труднощі адекватного перекладу лексики Євромайдану італійської книги Мауро Воерціо «Янголи Майдану» українською мовою та шляхи їх подолання

Сучасні реалії примушують нас уважніше ставитися до перекладу публіцистичних текстів, зважаючи на їх психологічний вплив на масову аудиторію. При перекладі публіцистичних текстів перекладач повинен враховувати: мету тексту, характер споживача, мовні якості тексту оригіналу, культурні й індивідуальні можливості мови в культурному аспекті споживача і багато що інше. Переклад публіцистичних текстів при зміні словесної форми повинен не лише точно передавати зміст оригіналу, а й відтворювати його комунікативне завдання.

Також у зв'язку з розвитком новітніх технологій з'явилися так звані ботоферми і перекладачеві, який працює на фірмі/ підприємстві/ агенції та підтримує інтернет сторінки треба знати конструкції фраз або коментарів так званих «справжніх/ щирих користувачів». Звісно, що з плином часу та різних подій, конструкції написання коментарів можуть змінюватися, але їхня сама суть залишається незмінною – впливати або змінювати настрої та думки суспільства. Також ще є інший популярний метод сатири передавання новинної інформації – інтернет-меми або так звані фотожаби. Це явище спонтанного розповсюдження певної інформації інтернетом усіма можливими способами (електронною поштою, в месенджерах, форумах, блогах тощо), почало використовуватись у середині першого десятиліття XXI століття або з стрімким розвитком та поширенням інтернету та соціальних мереж.

На сьогоднішній день, на законодавчому рівні існують низка законів про поширення новин засобами масової інформації, про дотримання авторських прав та поширення достовірної інформації, але на жаль, на українському та на

італійському законодавствах важко досягти кримінальної/ адміністративної відповідальності за наклеп або поширення неправдивої інформації. В законодавствах існують свої так звані «дірки» за допомогою яких можна уникнути відповідальності. Також, про поширення недостовірної інформації за допомогою перекладу, перекладачеві теж можуть ініціювати кримінальну відповідальність за умисне поширення недостовірної інформації. Останнім часом ми спостерігаємо, що тільки зараз можна досягти справедливого рішення за розповсюдження фейкових нових через судові рішення. Але, на жаль, під час бурних подій, коли кожна інформація на вазі золота і наклеп не перевіряється, а багато хто його підтримує та поширює, не винайдено юридичних механізм щодо кримінальної відповідальності або адміністративного правопорушення. Цей виклик сьогодення повинен розроблятися спільно з юристами, журналістами та перекладачами в цій сфері діяльності.

Задля боротьби проти дезінформації населення пишуться щоденники подій, аби відтворити все те, що було насправді задля поширення правдивої інформації. Розглянемо на прикладі Вступу книги Мауро Воерціо – «Янголи Майдану»

Il mio unico obiettivo è quello di fissare dei momenti, delle emozioni che con il tempo possono andare persi nelle pieghe della memoria. Vorrei che tra qualche anno un ragazzo facesse una ricerca di testi di cosa fu il Maidan in Ucraina e ritrovasse in queste poche righe le ragioni che hanno portato un popolo intero a ribellarsi ad un regime, ne comprendesse le motivazioni ed avesse una descrizione chiara degli avvenimenti proposta da chi ha vissuto realmente sulle barricate di Kiev l'epopea [69]. – Моя єдина мета полягає в тому, щоб зафіксувати моменти, емоції, які з плином часу можуть бути втрачені в нашій пам'яті. Я хотів би, щоб через декілька років хтось зайнявся пошуком матеріалу про те, що сталося на Майдані в Україні і знайшов в цих декількох рядках причини, які привели весь народ до повстання режиму, щоб зрозумів причини і мав чіткий опис подій тими, хто насправді прожив цю епопею на берикадах Києва [68].

Розглянемо детальніше основні труднощі, з якими зіткнувся перекладач при відтворенні українською мовою італійської книги Мауро Воерціо «Янголи Майдану».

3.1.1. Відтворення власних назв

Швидкий розвиток суспільства та розширення міжкультурних зв'язків суттєво впливають на всі сфери людської діяльності, за таких умов необхідним стає постійний обмін інформацією, разом з цим зростають і вимоги до перекладу та особливо до його якості. Багато перекладачів, редакторів та вчених зустрічаються з проблемою перекладу власних назв. Для будь-якого перекладача дана проблема, перш за все, є цікавим викликом до її вирішення, а також важкою та відповідальною працею, оскільки недостатнє знання культури, історії, політичного життя може стати причиною неадекватного перекладу, який в результаті буде сприйматись неправильно або ж не сприйматись взагалі.

Перш за все, варто з'ясувати, які саме власні назви існують. Власні назви, на відміну від загальних, служать для виділення названого ними об'єкта з низки подібних для його індивідуалізації та ідентифікації. Кочерган М.П. пропонує наступну класифікацію власних назв: антропоніми – імена людей; топоніми – географічні назви; ергоніми – назви об'єднань людей: товариства, організації тощо; гідроніми – назви водоймищ (річки, озера, ставки, моря, болота) тощо [22, ст.187].

В традиційному перекладознавстві описані перекладацькі тактики і прийоми, які застосовуються при перекладі власних імен з італійської на українську мову. В більшості випадків такі процеси складно назвати перекладом як таким, оскільки, як правило, власні імена транскрибуються або транслітеруються [8, ст.209].

В аналізованому тексті книги Мауро Воерціо «Янголи Майдану» виділяємо такі способи відтворення власних назв за класифікацією В. О. Горпинич:

- **Транслітерація.** При транслітерації кількість неоднозначностей менша ніж при транскрипції, оскільки слово перекладається побуквенно згідно з таблицею відповідностей символів, але побуквенне транскодування далеко не завжди відповідає реальному звучанню слова в мові оригіналу, крім того, його результат не завжди зручний для носіїв української мови. Транслітерації застосовують тоді, коли мови користуються різними графічними системами (наприклад, англійська, італійська, українська, грецька, вірменська, грузинська), але літери (чи графічні одиниці) цих мов можна поставити в певну відповідність одна одній, і згідно з цими відповідностями відбувається міжмовна передача власних назв. Оскільки, наприклад, латиниця, грецький алфавіт і кирилиця мають загальну основу, то більшість букв цих алфавітів можуть бути поставлені у відповідність одна одній з урахуванням тих звуків, які вони регулярно позначають. Наприклад: *La grivna – гривня; Pravi Sektor – Правий Сектор; Samooborona – Самооборона; Anti Maidan – анти майдан*; та інші.

- **Транскрипція.** При транскрипції слово записується буквами кирилиці, при цьому перекладач орієнтується на точну відповідність звучанню слова мовою оригіналу. Через відмінності деяких звуків в українській та італійській мовах, як правило, існує декілька варіантів транскрипції. Приживаються зазвичай ті варіанти, які ближчі природі української мови.

Хоча власна назва покликана ідентифікувати предмет в будь-якій ситуації і будь-якому мовному колективі, вона в переважній більшості випадків має національно-мовну приналежність. Власна назва завжди є реалією. У мові вона називає дійсно існуючий або вигаданий об'єкт думки, особу або місце, які єдині і неповторні у своєму роді. У кожному такому імені зазвичай знаходиться інформація про локальну і національну приналежність об'єкту.

Транскрибовані імена поряд з іншими реаліями є тими небагатьма елементами перекладу, які зберігають певну національну своєрідність у своїй словесній звуковій формі (*Yanukovic, Janukovyč – Янукович; Yushchenko, Viktor Juščenko – Віктор Ющенко; Julija Tymošenko – Юлія Тимошенко; Tetiana*

Chornovol, Tatiyana Cernovol – Тетяна Чорновол; *Arsenij Jacenjuk* – Арсеній Яценюк). За італійськими морфологічними правилами граматики, звук [ч] позначається літерою *č*, [ш] як *š*, [щ] як *šč*, [я] як *ja*, [ю] як *ju*.

А от з *Mikheil Saakashvili* – *Михаїл Саакашвілі* вийшло досить цікаве явище. Український перекладач використав стратегію «одомашнення» імені *Mikheil* – *Михаїл*, бо прізвище *Saakashvili* – *Саакашвілі* було відтворено шляхом транслітерування. Хоча в українських ЗМІ його називають *Михеїл Саакашвілі*, відповідно до грузинської граматики та звичаїв, використовуючи транскрипцію. За допомогою транслітерації також передаються деякі антропоніми, ергоніми та топоніми. З поширенням популярності англійської мови, все частіше мовці використовують загальноприйнятту траслітерацію за англійською граматикою і в аналізованому тексті Мауро Воерціо також використав такий підхід. Наприклад: *Viktor Yanukovich* – *Віктор Янукович*, *Viktor Yushenko* – *Віктор Ющенко*, *Mykola Azarov* – *Микола Азаров*, *Yulia Tymoshenko* – *Юлія Тимошенко*, *Tatyana Chornovol* – *Тетяна Чорновол*, *Arseniy Yatseniuk* – *Арсеній Яценюк*, *Vitaliy Zakharchenko* – *Віталій Захарченко*, *Taras Shevchenko* – *Тарас Шевченко*. Відтворення ергонімів, наприклад: *Milizia* – *Міліція*; *Mistetska Sotnya* – *Мистецька Сотня*; *Esercito Insurrezionale Ucraino (UPA)* – *Українська Повстанська Армія*; *Organizzazione dei nazionalisti ucraini (OUN)* – *Організація українських націоналістів* тощо. Також під час дослідження було виявлено ряд назв-запозичень з англійської мови: *Il Deep and Comprehensive Free Trade Agreement* – *Зона вільної торгівлі*; *Il vertice della Eastern Partnership* – *саміт Східного партнерства*. Відтворення топонімів, наприклад: *Staryi Uhniv* – *Старий Угнів*; *Ternopil* – *Тернопіль*; *La residenza del Presidente a Mezhyhirya* – *резиденція Президента в Межигір'ї*; *Kiev* – *Київ*; *Maidan Nezhalessnosti* – *Майдан Незалежності* тощо.

Калькування – це засіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин (морфем або слів) їх лексичними відповідниками у мові перекладу. Калькування як перекладацький прийом послужило основою для великого числа різного роду запозичень при міжкультурній комунікації у

тих випадках, коли транслітерація була неприйнятна з естетичних, смислових або інших міркувань. Калькуванню зазвичай піддаються терміни, широко вживані слова і словосполучення: *La sede dei sindacati* – Будинок профспілок; *Il comune di Kiev* – Київська міська державна адміністрація; *Rivoluzione arancione* – Помаранчева революція; “*Leggi anti-protesta*” – «закони спрямовані проти протесту», «Закони 16го січня»; *Jaroslav I il Saggio* – Ярослав Мудрий; *Il monastero di San Michele* – монастир Святого Михайла. Якщо ж до назви входять слова, значення яких забуте або з певних причин не може бути перекладене, вживається змішаний спосіб, коли частина назви передається транскрипцією, проте в цілому зберігається принцип калькування: *Marinsky Park*, *Parco Marinsky* – Маріїнський парк; *Piazza Indipendenza*, *Piazza dell'Indipendenza* – Майдан Незалежності; *Via Lypska* – вулиця Липська; *Via Instituska* – вулиця Інститутська; *La Maidan Europeiska*, *piazza Europa* – Європейська площа.

Отже, аналіз італомовної книги дозволив виокремити найбільш уживані способи перекладу сучасних українських власних назв, а саме: транслітерація; транскрипція та калькування. Варто зазначити, що переклад аналізованого тексту вимагає від перекладача прогнозування можливої реакції одержувача повідомлення, врахування особливостей національної психології, а також значного обсягу лінгвістичних та екстралінгвістичних знань. Вибір тієї або іншої можливості передачі власних імен, що зберегли певну семантику, зумовлюється традицією, з якою не можуть не рахуватися перекладачі навіть у тих випадках, коли вони зустрічаються з іменами. Що стосується власних імен, що не мають своєї семантики в сучасній мові, то по відношенню до них питання про переклад, природно, не постає, і аналогія з формами передачі реалій тут припиняється. Але у будь-якому випадку саме перекладач приймає остаточне рішення стосовно того, який спосіб перекладу використати, залежно від багатьох чинників, таких як встановлена традиція перекладу, комунікативна та прагматична мета використання власних назв, співвіднесеність фонетичних, графічних та морфологічних норм мов, між якими здійснюється переклад тощо.

В аналізованому тексті, найчастіше превалювала стратегія транслітерації та калькування власних назв, бо вони відповідають нашим мовним реаліям, що дозволило перекладачеві вірно передати всю атмосферу і настрій книги. Також варто враховувати, що доволі часто власні назви є реаліями, а тому необхідно, щоб перекладач володів певними фоновими знаннями для їх адекватного відтворення.

3.1.2. Відтворення національних реалій

За визначенням видатних болгарських перекладачів і перекладознавців С. І. Влахова і С. П. Флоріна, "реалії – це слова (словосполучення), що називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального та історичного розвитку) одного народу і чужі для іншого; як носії національного та/або історичного колориту, вони, як правило, не мають точних еквівалентів в інших мовах, і, відповідно, не підлягають перекладу "на загальних підставах", а потребують особливого підходу" [8, ст. 47]. Українська дослідниця Р. П. Зорівчак дає своє визначення цього мовного явища: "Реалії – це моно- і полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача" [14, ст. 58]. Дослідниця наголошує, що реалію як перекладознавчу одиницю слід розглядати лише у царині двох конкретних мов, оскільки вона є змінною, відносною категорією, що "виступає чітко при бінарному контрастивному зіставленні конкретних мов (і культур), і обсяг реалії мови-джерела постійно змінюється залежно від словникового складу цільової мови, особливостей матеріальної і духовної культури-сприймача, від інтенсивності культурних і етнічних контактів відповідних мовних колективів" [14, ст. 58].

Дослідниця пропонує історико-семантичну та структурну класифікації, релевантні з точки зору перекладознавства. Розглянемо їх детальніше:

Історико-семантична:

- 1) власне реалії (при існуючих референтах);

Наприклад: *Dom Ucraina* – Український дім; *FSB russa* – ФСБ Росії; *Mistetska Sotnya* – Мистецька Сотня; *Le Sotnie di Leopoli* – Львівські Сотні; *La Sotnia di Ternopil* – Тернопільська Сотня; *Pravi Sektor* – Правий Сектор.

2) історичні реалії – семантичні архаїзми, які внаслідок зникнення референтів входять до історично дистантної лексики. Вони вміщують фонові знання культурної спадщини. Крім національного, їм характерний хронологічний колорит. Наприклад: *Atamano cosacco* – козак-отаман; *Aziende di stato (Sovchoz)* – Совхоз; *Campo di concentramento sovietico* – Радянський концентраційний табір; *Collettivizzazione* – колективізація; *Cooperative agricole (Kolchoz)* – Колхоз; *Cosacchi di Sich* – Січові козаки; *Dekulakizzazione* – розкуркулення; *Esercito Insurrezionale Ucraino (UPA)* – Українська Повстанська Армія; *Gulag* – ГУЛАГ; *Hetman* – гетьман; *Holodomor* – Голодомор; *Il grande Comtur* – Великий Комту; *Il nastro della Legge* – Стрічка Закону; *Kireya* – Курея; *Organizzazione dei nazionalisti ucraini (OUN)* – Організація українських націоналістів; *Perestroika* – Перестройка; *Ucrainizzazione* – українізація; *Viskova Rada* – Військова Рада; «УВО» (*L'Organizzazione Militare Ucraina*) – «УВО» Українська Військова Організація; *Rivoluzione ucraina* – Українська національно-визвольна революція.

Як бачимо, перекладач використав власні реалії, які притаманні українській культурі, про які довго описував і пояснював сам автор. Оскільки реалія несе в собі не лише денотативну, а й конотативну, зокрема національно-культурну, локальну інформацію, вона композиційно задана в ситуативному контексті та виконує певні семантико-стилістичні функції, її відтворення у тексті перекладу є однією з умов його адекватності. Крім того, певні слова, які до сьогодні вважалися історизмами, набули трансформованого значення і ввійшли до ряду неологізмів, як наприклад, «бандерівці» - «*Banderiste*», при чому їх переклад не створив жодних труднощів.

Структурна:

1) реалії-одночлени (*Testamento* – Заповіт; *Kobzar* – Кобзар);

2) реалії- полічлени номінативного характеру (*Piccolo ricciolo* – оселедець);

3) реалії-фразеологізми («*Gli eroi non muoiono!*» - «Герої не вмирають!»; *A tutti i costi* – за всяку ціну; *Lottate – e vincerete! Dio è con voi!* – Борітеся – поборете! Вам Бог помагає!)

У книзі був наведений прямий еквівалент української реалії-фразеологізм, який показує активну роль жінки в українському суспільстві.

«*L'uomo è la testa ma la donna è il collo.*» [67]. – «Чоловік – це голова, а жінка – шия.» [66].

Такий фразеологізм-прислів'я існує лише в українській мові, автор використав його як засіб передачі подій, описуючи роль жінок під час Революції Гідності. Маємо припущення, що під час революції автору перекладач або людина, яка володіє італійською мовою переклав буквально це прислів'я, пояснивши його значення. І воно йому сподобалося настільки, що він вирішив включити це в свою книгу, аби ознайомити більш детально італомовного читача з українськими реаліями, а також щоб дати можливість українському народові побачити революцію Майдану очима іноземця.

Однією з останніх найпоширеніших тенденцій передачі національних реалій та геополітики стали так звані інтернет-меми або фотожаби, які користуються великою популярністю серед інтернет-користувачів. Термін «інтернет-мем» стосується діяльності, простої ідеї або концепції (своєрідна комплексна ідея), коронної фрази (особлива фраза певної людини, наприклад М.Азарова (колишній прем'єр-міністр України) зі своєю коронним словом «Кровосісі», або італійський міністр внутрішніх справ Маттео Сальвіні «Італія для італійців» або інша версія цього виразу «Спочатку італійці...»), або частки засобів масової інформації, що часто поширюється як мімікрія в явищі спонтанного розповсюдження певної інформації, або для гумористичних цілей, всіма можливими способами через комунікаційні засоби інтернету: електронною поштою, в месенджерах, на форумах, блогах тощо.

Явище набуло поширення у середині першого десятиліття ХХІ століття. Застосовуються як у розважальних цілях з одного боку, чи у цілях відволікання уваги, а з іншого, — може використовуватись у наданні готових шаблонів для сприймання нової інформації, створювати своєрідне рекламне тло нової інформації (як провідник до інформаційної сфери). Меми можуть застосовуватися як чинник формування громадської думки. Вони можуть мати стосунок до різних існуючих веб-культур або субкультур, і вони часто створюються або поширюються в таких місцях, як 4chan, Reddit, 9gag, на дошках Usenet та багатьох інших об'єктах інтернет-комунікації.

Інтернет-мем може мати форму зображення (як правило, макрозображення як мотиваційний плакат, на пострадянських теренах відоме під назвою «демотиватор»), гіперпосилання, відео (часто на Vine чи соуб), веб-сайту або хеш-тегу.

Інтернет-меми використовуються для поширення різних ідей серед членів якоїсь спільноти, і тому, через багатоаспектність явища мають місце різні підходи до розуміння цього феномену. Залежно від підходу в класифікації, можна виділяти:

- меми як гумористична картинка, в якій знакові елементи співіснують з текстовими елементами;

- як мем-жанр в онлайн-вираженні, коли графічне повідомлення побудоване на основі схеми побудови з використанням стилізованих і задалегідь визначених елементів, якісно пов'язані з культурою та історією Інтернету;

- меми з ідіоматичним вираженням.

До спонтанного розповсюдження від одного інтернет-користувача до іншого обирається не будь-яка інформація, а насамперед та, що яким-небудь чином залишає користувачів небайдужими до неї. Традиційно так само розповсюджували анекдоти, жарти й посилання на медіа-об'єкти розважального характеру (спочатку малюнки, потім флеш-ролики, звукозаписи, відеозаписи), проте спеціальну увагу на явище, назване потім «інтернет-мемами», звернули

тоді, коли за тим самим принципом стали широко розповсюджувати речі, що, на думку деяких користувачів, на традиційні жарти й розваги не були схожими. Також в Інтернеті набули поширення американські мотиватори та демотиватори, проте явище «мемів» сьогодні далеко не обмежене виключно такою формою їх творчого представлення.

«Візитка Яроша» — інтернет-мем, який виник в інтернеті у відповідь на позначення пред'явлень російської пропаганди, котра подавала візитку Яроша як доказ у новинах, які насправді були оцінені аудиторією як підроблені новини чи фейкові докази [ст. 99].

В 2014 році в українські ЗМІ, представлені у мережі Інтернет, а також інформація оригінальних новин і статей у популярних соціальних мережах «ВКонтакте», Facebook, Twitter, LiveJournal рясніли від активного використання російською пропагандою інтернет-мемів: мем «рос. вежливые люди» — кліше російської пропаганди для позначення окупаційних військ, які висадилися в Криму без розпізнавальних знаків,[13] запроваджених в медіа-простір понять «народний мер», «народний губернатор», прибравши таким чином прикмети незаконності самопроголошених лідерів сепаратистів, а легальну українську владу російські ЗМІ подавали не інакше як «хунта» і «самопроголошена кийвська влада».[12]

Вірусним поширенням на італійських інтернет ресурсах стала заборона в'їзду до України популярного італійського співака Аль Бано, який не приховує свою симпатію та дружбу з російським президентом В. Путіним, що автоматично означає, що він підтримує будь які агресивні дії чинного президента. У другому додатку, ми можемо детальніше розглянути про створення фотожаб, таких як твітери, застосування картинок, як один з наймогутніших зброй в Росії [ст. 93],або мем, де у ролі міністра культури України виступає колишня дружина Аль Бано – Рамона [ст. 90], і т.д. Також ми можемо спостерігати, що подібні фотожаби впливають на думки та погляди суспільства, відтворюючи примітивні ситуації за допомогою картинок та короткого і конструктивного змісту речень.

Отже, при відтворенні реалій може втрачатися характерне забарвлення мови, носіями якої вони є: зникати частина національного або історичного колориту. Втім, в аналізованому тексті переклад реалій не викликав жодних труднощів, адже перекладач працював з текстом про українську дійсність та був добре обізнаний з українською історією та всіма подробицями Революції Гідності. Так само ми бачимо, що сучасному перекладачеві треба бути в курсі усіх останніх новин, а також читати та перекладати усі фотожаби для розуміння сучасної інформаційної ситуації.

3.1.3. Відтворення неологізмів

Неологізми – складний і неоднорідний масив лексики. У сучасній лінгвістиці існують різні тлумачення науковців щодо лексичних інновацій. О. Д. Швейцер визначає неологізми як «слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazіоналізми (індивідуально-авторські новації), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті. Новизну цих номінацій усвідомлюють мовці» [49, с. 46].

У ході аналізу книги, яка пов'язана з подіями Євромайдану, ми виокремили групи неологізмів за спільною тематикою: 1) власне неологізми Майдану; 2) новоутворення політичного характеру. У кожній із цих груп прослідковуються власні превалюючі тенденції перекладу нових реалій сучасного українського лексичного складу мови [11].

Для зарахування нової лексеми до розряду неологізмів варто враховувати комплекс критеріїв, зокрема: 1) хронологічний, або просторово-часовий критерій, який підтверджує виникнення та функціонування неологізму мови в конкретний період розвитку суспільства, на певному етапі розвитку мови в тій чи іншій мовній сфері й відсутність його в попередній період; 2) психолінгвістичний критерій, що підкреслює відчуття носіями мови новизни

слова, нестандартності форми та словотворення; 3) функціональний критерій, який виявляє слова, створені для позначення нового, невідомого раніше поняття, реалії чи значення; 4) соціолінгвістичний критерій, що відштовхується від соціальної детермінованості виникнення нового слова, суспільної ролі позначуваного; 5) лексикографічний критерій, який передбачає відсутність слова або його значення в сучасних словниках і подальшу фіксацію в неографічних джерелах; 6) статистичний критерій, що враховує частотність уживання нового слова [11].

На основі аналізу італійської книги та її перекладу українською мовою до прикладів перекладу неологізмів, що виникли під впливом подій на Майдані, відносимо:

Tutti a Maidan! – Всі на Майдан!

До Революції Гідності, Майдан означав центральну площу міста та асоціювався з місцем зустрічей, проведення концертів та парадів на державні свята або з прогулянкою по центральному місці столиці. Після Революції Гідності, Майдан став асоціацією боротьби проти корупції та «режиму В. Януковича». Найчастіше ця фраза лунала в найзапекліші дні, коли проливалася кров і закликали людей ставати на захист майбутнього України. Таким чином, слово Майдан отримало нову конотацію і стало позначати місце боротьби.

Dedicato a tutti i ragazzi di Maidan che il destino ha voluto che incontrassi in quei defficili mesi dell'inverno 2013-14. In particolare lo dedico agli Angeli di Maidan affinché la loro memoria non sia sporcata dai propagandisti di professione e che il loro sacrificio sia di esempio alle generazioni future, siano di esempio per chi non accetta che la dignità di un essere possa essere calpestata, per chi aspira la bene primario di ogni essere umano, LA LIBERTA' [67]. – Присвячується всім тим майданівцям, з якими мене звела доля у ті важкі зимові місяці 2013-2014 років. Зокрема, я присвячую цю книгу Янголам Майдану, щоб їх пам'ять не запускудили професійні пропагандисти і щоб їх жертва була прикладом для майбутніх поколінь, щоб вони були прикладом для тих, хто не згоден, що

можна наступити на гідність людини, для тих, хто прагне основного блага кожної людини – свободи [66].

Утворення слова *i ragazzi di Maidan* – *майданівці* для позначення прихильників Євромайдану використовується спосіб додавання іменників зі сполучником.

Найсумнішим неологізмом Євромайдану є *Angeli di Maidan* – *Янголи Майдану*. Перекладач використав буквальний переклад терміну «Янголи Майдану», хоча в українській мові існує відповідник «Небесна сотня». Це словосполучення використовується на позначення загиблих учасників акцій протесту в Україні в грудні 2013 — лютому 2014 р. До цього списку входять мирні громадяни України, які були прихильниками ідеї та сподвижниками акцій Євромайдану. 21 лютого 2014 р. офіційна влада України юридично визнала жертвами знищених мітингувальників Євромайдану. Цього дня на Майдані відбулося прощання із загиблими повстанцями, яких у жалобних промовах назвали «Небесною сотнею». Під час прощання лунала жалобна пісня «Гей, пливе кача...» у виконанні колективу «Пікардійська терція» [28]. Автор описував події не лише загиблих людей, але й тих, хто досі живий (медики, студенти, активісти, волонтери і т.д.), тому використання відповідника «Небесна сотня» буде некоректним.

Un'ulteriore inasprimento della lotta del Governo di Yanukovich contro automaidan fu l'utilizzo dei Tituski che metodicamente durante la notte incendiavano le auto degli attivisti parcheggiate in strada [67]. – Подальше посилення боротьби уряду Януковича проти *автомайдану* полягало у залученні *Тітушок*, які методично серед ночі підпалювали автомобілі активістів, припарковані на вулиці [66].

Як бачимо, італійський автор залишив термін шляхом транскрипції від прізвища спортсмена Вадима Тітушка і додав артикль на позначення молодиків спортивної тілобудови, які за гроші приймали участь у демонстраціях. Термін *АвтоМайдан* був утворений шляхом поєднання двох слів: автомобіль+майдан. Автомайдан був спонтанним рухом, який народився в Києві, в основному

займався організацією автомобільних протестів, але незабаром вони отримали завдання доставляти продукти харчування, одяг, ліки для протестуючих на Майдані, а в деяких випадках своїми автомобілями вони перегороджували барикади.

Отже, при перекладі неологізмів, пов'язаних з подіями на Майдані, найчастіше вживаються такі способи: 1) уведення відповідника, або транслітерація (*I Tituski, Automaidan, Maidan*); 2) калькування (*i ragazzi di Maidan, gli Angeli di Maidan*); 3) описовий переклад (при поясненні понять: *Автомайдан, Янголи Майдану*). При цьому при перекладі слова «Майдан» у значенні місця подій, використовується відповідник-аналог – *Piazza Indipendenza*.

Проведений аналіз продемонстрував, що всі ці способи використовуються перекладачем для того, щоб передати різноманіття лексичних новоутворень Євромайдану, не порушуючи правил еквівалентності й адекватності при перекладі специфічних лакун та реалій.

3.1.4. Відтворення тропів

У сучасному глобалізованому суспільстві 21 століття на фоні процесів уніфікації та інформаційної експансії, на противагу простежуються тенденції боротьби за збереження унікальності традицій і зміни тактик поведінки та впливу на окремі сфери соціуму. Масмедійні ресурси також зазнають докорінних модифікацій у плані засобів, способів та мети передачі інформації. Це і відео трансляції наживо, миттєві фото, PR - технології дизайну, креативна реклама, креолізовані тексти, залучення впливових критиків, популярних блогерів і т. д. Що стосується безпосередньо тексту медіа (статті, блоги, ревію, інтерв'ю, скрипти програм), то беззаперечним засобом привернення уваги читачів, досягнення експресивності та формування бажаного висновку після прочитаного/побаченого є саме мовні засоби.

Переклад стилістичних прийомів часто викликає труднощі у перекладачів через національні особливості стилістичних систем різних мов. Лінгвісти

підкреслюють необхідність збереження образу оригіналу в перекладі, справедливо вважаючи, що, перш за все, перекладач має прагнути відтворити функцію прийому, а не сам прийом. Саме стилістичний аспект мови несе на собі відповідальність не тільки за відтворення тексту мови оригіналу мовою перекладу, але й майстерність перекладача.

Посилення виразності мовлення досягається різними засобами, у першу чергу, використанням тропів. В основі тропа лежить зіставлення поняття, представленого в традиційному вживанні лексичної одиниці, і поняття, переданого цією ж одиницею в художньому мовленні під час виконання спеціальної стилістичної функції. Тропеїзовані лексичні одиниці – це субститути денотативних чи дескриптивних лексем для досягнення більше ніж інформативної функції висловлення, а також функції скеровуючої та орієнтованої на певний потрібний для мовця результат комунікації.

Метод суцільної вибірки під час перекладацького аналізу книги «Янголи Майдану» Мауро Воерціо показав, що найчастіше зустрічаються такі види тропів: метафора, метонімія, перифраз та образне порівняння, що потребують певної уваги перекладача.

Метафора, як вважають лінгвісти, є найбільш використовуваною, тому що вона застосовується у порівнянні двох відмінних явищ за певною ознакою схожості. У зв'язку із цим фактом будь-який семантичний зсув інколи зводять до метафоричного. Метафора вживається в усіх емоційно забарвлених стилях мови. Збереження оригінальної метафори в творі має обов'язковий характер. Переклад метафори значною мірою залежить від того, наскільки близькі одна до одної культурно-мовні традиції вихідної мови та мови перекладу. Метафоричну семантику становлять кілька взаємопов'язаних елементів: початкове значення слова, образ, який створюється в результаті зіставлення, та новий постійний зміст, нова номінація, яка виникає в результаті осмислення метафори. Спосіб відтворення метафори часто використовують калькування, наприклад: *La grivna crolla ai minimi storici* – Гривня падає до рекордно низького

рівня; Una notte di scontri – ніч боїв; Una pozza di sangue – море крові; Ospedale a cielo – лікарня посеред неба.

Свого часу класифікації метафори розробляли різні вчені. Дж. Лакофф та М. Джонсон запропонували такий поділ:

1) онтологічні метафори, які дозволяють бачити події, емоції, дії як певну істоту, субстанцію;

L'Ucraina non è un'isola in mezzo ad un oceano, siamo al centro dell'Europa. L'europa non è solo un territorio ma uno spazio dei valori spirituali e culturali. Qui si stanno svolgendo avvenimenti fondamentali per il futuro dell'Europa, abbiamo bisogno del sostegno e della solidarietà degli altri paesi democratici e l'Europa non dovrebbe rimanere indifferente [67]. – Україна – це не острів посеред океану, ми знаходимося в центрі Європи. Європа – це не тільки територія, але і простір духовних і культурних цінностей. Тут розгортаються ключові події для майбутнього Європи, нам потрібна підтримка і солідарність інших демократичних країн і Європа не повинна залишатися байдужою [66].

2) орієнтуючі метафори, які не визначають один концепт у межах іншого, а організують всю систему концептів по відношенню один до одного, оскільки мають справу з просторовою орієнтацією;

Sei pronto ad arrivare sino in fondo per la tua idea? [67] – А ти готовий торкнутися дна заради своєї ідеї?[66]

Л. А. Ліпініна подає класифікацію за схожістю зовнішнього вигляду, розмірів, форми, розташування, консистенції і т. д. [10]. Г. М. Складєвська розрізняє мотивовану (на основі однієї спільної семі для порівняння), синкретичну (на основі схрещення відчуттів *Sul fiorente regno della Rus' – квітуче князівство Русі*) та асоціативну метафору (*Cortina di ferro – залізна завіса*) [10]. Інші мовознавці доповнюють класифікацію метафори персоніфікацією перенесення дії із неживої природи на живу, алегорією – метафора на рівні тексту [10].

Метонімію досліджують дотично до метафори, проте механізм асоціювання дещо інший при метонімії не порівнюються два якісно відмінні

концепти, а ті, що існують у зв'язку суміжності. Передача метонімії також становить перекладацьку проблему, адже у разі використання метонімії спостерігаються значні розходження в італійській та українській мовах. Основною проблемою передачі метонімії під час перекладу є відмінність як у способах метонімізації, так і в ступені її поширеності у вихідній мові та мові перекладу. Ця відмінність часто супроводжується і пояснюється різними традиціями метонімічного слововживання у вихідній мові та мові перекладу. Спосіб відтворення метонімії часто використовують калькування, наприклад, *Bottiglie Molotov – коктейлі Молотова; Il Governo di Yanukovich – Уряд Януковича; Leggere Shevchenko – читати Шевченка.*

У наведених прикладах, автор використовує змішане калькування з транслітерацією, які є доцільними у цьому виді тексту.

Перифраз – стилістичний троп, який базується на основі заміни назви предмета дескриптивним шляхом, іноді у формі вільного словосполучення чи складної синтаксичної структури, з урахуванням його характерних ознак. Це метамовна операція, яка заключається в тому, щоб у межах контексту створити дискурсивну одиницю, семантичний еквівалент іншій, раніше створеній лексичній одиниці [10]. Наприклад, *La madre delle città russe – Мати міст руських; "Il fratello maggiore" – старший брат (Росія до України); La "discoteca di Maidan" – «дисотека на Майдані»; Ex presidente in fuga – "екс-президент-втікач"; Il Re del cioccolato – По"Roshen"ко, шоколадний президент; Pianista Estremista – піаніст екстреміст; Impero Sovietico – Імперія Зла.*

Особливу увагу звертаємо на *Il Re del cioccolato – По"Roshen"ко, шоколадний президент*, де перекладач використав гру слів у вузькому контексті. Мова йдеться про п'ятого президента України Петра Олексійовича Порошенка, який є власником кондитерської корпорації Рошен (Roshen) і якого в народі називають шоколадним президентом. Автор використав слово *il Re – король (замість президента)*, але перекладач зупиняється на тому, що дозволить відтворити його найбільш адекватно та разом з тим незалежно від використаних в оригіналі засоба. Коренева гра перекладача з прізвищем та

назвою кондитерською корпорацією *По"Roshen"ко* дозволяє уникнути семантичних втрат та зберегти точне значення слів.

Образне порівняння належить до художніх тропів і ґрунтується на відображенні деяких властивостей описуваного предмета чи явища шляхом порівняння цих ознак з іншими, спираючись на те, як їх бачать або сприймає оточення або сам автор. Порівняння, як й інші художньо значущі елементи твору, – явище складного інформативного характеру, що вимагає максимально повного збереження під час перекладу. Переклад порівнянь залежить від ряду чинників, що визначають рішення перекладача у кожному конкретному випадку.

У процесі дослідження було виявлено, що автор часто звертається до поетичних порівнянь. Більшість з них притаманні самотньому стилю автора й іноді вимагають роздумів та зусиль під час їх відтворення.

«In generale, tutto ciò che si può vedere e capire tra la gente di Maidan è che più vengono attaccati e peggio vengono picchiati, più sono determinati a riprendere la lotta.» [67] - «Загалом, все те, що можна побачити і зрозуміти між людьми на Майдані – чим більше їх атакують і б'ють, тим більше у них рішучості продовжувати боротьбу.» [66].

Використання калькування, як прийом виправдано тоді, коли інформація, що передається порівнянням, еквівалентна на семантичному, емоційному, стилістичному рівнях.

C'era una barzelletta che circolava tra la gente durante il Maidan che dice che un uomo Ucraino ci mette due settimane per montare una mensola a casa ma ci mette due ore a creare una barricata alta due metri. – Серед людей під час Майдану часто жартували, що український чоловік витратить два тижні, щоб змонтувати полицю у себе вдома, проте дві години, щоб побудувати барикаду два метри заввишки.

Використання прямого перекладу виправдано тоді, коли зміст та стиль не скальковані.

Отже, підсумуємо вищесказане: масмедійний дискурс – яскраво виражений медіатор-контекст для простеження проаналізованих мовних явищ, оскільки журналісти та публічні люди на даному етапі активно використовують експресивні мовні засоби задля захоплення уваги читачів та впливу на формування їхніх суджень не лише сюжетом дискурсу, а й манерою та мовою висловлення. Метафора є вторинною номінативною одиницею, яка породжує нові відтінки значення, створює нові поняття та образи, надає предмету експресивної оцінки. Завдяки своїм функціональним характеристикам метафора має значний прагматичний вплив на адресата повідомлення. Перекладні відповідники є цілком адекватними, бо належать до того ж стильового реєстру, що й оригінал, тому сприймаються природно і невимушено, що значно полегшує читацьку рецепцію. Аналіз продемонстрував, що метафори передаються калькуванням або додавання/опущенням; метонімії відтворюються калькуванням; перифраз – калькуванням, порівняння – калькуванням та опущенням.

Висновки до розділу 3

Аналіз книги Мауро Воєрціо «Янголи Майдану» дозволив виокремити найбільш уживані способи перекладу сучасних українських тропів, неологізмів, власних назв та національних реалій, а саме: транслітерація та транскрипція; калькування та описовий переклад (можливе безпосереднє пояснення транслітерованого, транскрибованого чи ж калькованого поняття в дужках або через кому).

Основним способом відтворення власних назв в українському перекладі є транскрипція, транслітерація та калькування, співвіднесеність фонетичних, графічних та морфологічних норм мов, які відповідають мовним реаліям.

Найчастішим способом перекладу національних реалій є калькування. Варто зазначити, що переклад аналізованого тексту вимагає від перекладача прогнозування можливої реакції одержувача повідомлення, врахування

особливостей національної психології, а також значного обсягу лінгвістичних та екстралінгвістичних знань.

Для перекладу неологізмів найчастіше використовують спосіб транслітерації, уведення відповідника, калькування та описовий переклад для передачі різноманіття лексичних новоутворень під час Євромайдану.

Масмедійна лексика виражається за допомогою різних видів метафоро-метонімічного перенесення, що уточнює, доповнює, увиразнює, маскує, підсилює, надає іронічну, позитивну/негативну оцінку феноменам сучасного суспільства. Найуживанішим способом відтворення метафори, метонімії, перифрази та описового перекладу є калькування.

У цілому, задіяні перекладацькі прийоми відтворення лексико-стилістичних засобів оригіналу аналізованої книги Мауро Воерціо забезпечують належний результат: український переклад – художньо повноцінна версія першотвору.

ВИСНОВКИ

Завдяки засобам масової інформації роль перекладу в житті людства неухильно зростає. Сьогодні перекладацькі зв'язки охоплюють майже всі сфери людської діяльності. Рух інформаційних потоків не знає ані меж, ані часу, ані простору. Нескінченна різноманітність сучасного світу передається засобами інформації у відчуттях і інтерпретаціях численних учасників міжнародного інформаційного процесу – журналістів, кореспондентів, коментаторів, телеоператорів, ведучих новин. Тому постійно зростає значення перекладацької діяльності, і разом з ними виникають і перекладацькі проблеми. Загострення мовних проблем спонукає пошук нових рішень.

Публіцистичний стиль характеризується: порушенням важливих тем та проблем, в текстах публіцистичного стилю аналізуються й оцінюються можливі шляхи їх вирішення, формулюються узагальнення й висновки, матеріал розміщується у строгій логічній послідовності, використовується загальнонаукова термінологія. Для публіцистичного стилю мовлення притаманні логічність, емоційність, образність, оцінність (спонукальність), а також відповідні мовні засоби. У текстах широко вживається суспільно-політична лексика, різноманітні види синтаксичних конструкцій.

Мову ЗМІ традиційно розглядають як окремий підстиль публіцистичного стилю, хоча існує тенденція до виділення її у окремий функціональний стиль. Визначальною ознакою засобів масової інформації є вдале поєднання логалізації викладу із емоційно-експресивним забарвленням, тому мова ЗМІ характеризується доступністю, полемічного викладу, образністю, експресивністю та афористичністю. Мові ЗМІ притаманні стилістичні риси художнього, офіційно-ділового та наукового стилів. До лексичного фонду ЗМІ входить нейтральна, а також стилістично і функціонально забарвлена лексика, яка вживається з певною метою або для посилення стилістичного ефекту.

Переклад – це відтворення оригіналу засобами іншої мови із збереженням єдності змісту і форми. Ця єдність досягається цілісним відтворенням ідейного змісту оригіналу в характерній для нього стилістичній своєрідності на іншій

мовній основі. Шлях до досягнення такої єдності не лежить через встановлення формальних відповідників.

Адекватність перекладу – результат сукупності дій правильно відібраних лексичних, граматичних та стилістичних факторів. Саме тому врахування контексту та прагматико-комунікативного аспекту висловлювання є основою точного і правильного перекладу. Поняття еквівалентності та адекватності перекладу є взаємозалежними: переклад може бути еквівалентним на системному рівні (спиратися на міжмовні відповідники), але може не бути адекватним, якщо формальний відповідник не передає функцію тексту оригіналу – комунікативну мету. В ієрархії параметрів якості перекладу адекватність перекладу стоїть на вищому щаблі порівняно із формальною еквівалентністю. Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – забезпечення правильного сприйняття змісту оригіналу, донесення до рецептора перекладу емоційного впливу тексту оригіналу.

Проблеми при перекладі власних назв виникають, коли перекладач зіштовхується з необхідністю відтворення у тексті перекладу семантично наповненого імені, що має певну внутрішню форму, історичну та культурну алюзивність та яскраву образність. Якщо в основі двох мов лежить одна і та сама система літер, тоді передача власних імен може здійснюватись шляхом повного збереження їх написання в оригіналі. Саме тому в усьому світі набула поширення латинська графіка. Але для передачі з італійської на українську цей спосіб, звичайно, непридатний, оскільки в основі української та італійської мов закладені різні системи літер. Для адекватного перекладу власних назв з італійської на українську мови найчастіше використовувалася стратегія транслітерації.

При відтворенні реалій може бути втрачене характерне забарвлення мови, носіями якої вони є: може зникнути частина національного або історичного

колериту. Всі засоби відтворення реалій в перекладі необхідно узгоджувати з тим, в якій мірі використані слова, знайомі читачу; якщо вони незнайомі, то чи не підказане часом значення реалії контекстом. Дуже важливим є те, щоб враження від перекладеної реалії у читачів було б таким же, як у носіїв мови, з якої реалія перекладена. Переклад інтернет-мемів або фотожаб теж заслуговують окрему увагу перекладача. При перекладі фотожаб може бути втрачена іншомовна колоритність і не до кінця зрозумілий сенс жарту, але в основному, такі інтернет-меми переклади користуються великою популярністю серед інтернет-користувачів через геополітику країн та поширення інформаційних новин. При перекладі національних реалій аналізованого тексту для відтворення колориту країни, перекладач використовував прямі відповідники, адже був добре обізнаний з українською історією та всіма подробицями Революції Гідності.

У ході дослідження було також проаналізовано неологізми з метою визначення тенденцій, які переважають при їхньому перекладі, а також класифікацій неологізмів у певні групи, ґрунтуючись на перекладацьких рішеннях. Неологізми, що з'явилися у зв'язку з подіями Євромайдану та вже встигли увійти до щоденного вжитку українців ми класифікували у такі тематичні групи: 1) неологізми, що утворилися у зв'язку з подіями на Майдані; 2) неологізми політичного характеру. При перекладі найчастіше вживаються такі способи: транслітерація, уведення відповідника, калькування та описовий переклад.

Інструментом для досягнення передачі емоційності, оцінності, виразності висловлювання (що є складовими експресивності), слугують засоби риторики як сукупності особливих структурних форм, прийомів побудови, які розраховані на переконання читача та його експресивну "обробку". Створенню експресивного ефекту сприяє насамперед використання різних видів тропів та фігур – специфічних словесних прийомів, які підсилюють зображувальність і виразність мовлення і роблять його переконливішим за рахунок самої мовної форми. Найчастіше вживалися такі тропи як метафора, метонімія, перифраз та

описовий переклад. Дослідження продемонструвало, що метафори передаються способом калькуванням, деякі з них через додавання або опущенням, метонімії відтворюються шляхом калькування, перифраз – калькуванням, порівняння – калькуванням та опущенням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1975. – 447 с.
3. Белова А. Д. Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці / А. Д. Белова // Вісн. Київ. нац. ун-ту: Іноземна філологія. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2002. – № 32. – С. 10–13.
4. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: [навч. посібник для студентів філол. напряму підготовки] / Л. П. Білозерська, Н. В. Возненко, С. В. Радецька. – Вінниця: Нова книга, 2010. – 232 с.
5. Васенко Л. А., Дубічинський В. В., Кримець О. М. Фахова українська мова: [навчальний посібник] / Л. А. Васенко, В. В. Дубічинська, О. М. Кримець. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 272 с.
6. Венгренівська М. А. Творча майстерня перекладача: [збірка теоретичних розвідок] / М. А. Венгренівська, А. Д. Гнатюк. – К.: Київський університет, 2001. – 92 с.
7. Виноградов В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. – М.: Издательство Института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
8. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М.: Р. Валент, 2006. – 448 с.
9. Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. / О. Гриценко, Г. Кривошея, В. Шкляр. – К.: МІЛП, 2000. – 203 с.
10. Гуменна І. Асоціативно-експресивні засоби англійського масмедійного дискурсу [Електронний ресурс] / І. Гуменна // Лінгвістика тексту. Стилiстичні та контекстуальні вияви лексичних і граматичних одиниць. Наукові записки. ВДПУ ім. М. Коцюбинського. – 2014. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D%81/Downloads/Nzvdpu_filol_2014_20_36.pdf

11. Добринська Д., Зайцева М., Турчак О. Особливості перекладу неологізмів, що виникли у період Євромайдану [Електронний ресурс] / Д. Добринська, М. Зайцева, О. Турчак // Гуманітарний вісник № 36. 2015. – Режим доступу : file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D1%81/Downloads/gvdpdu_2015_36_20%20.pdf
12. Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вест. Моск. ун-та.– М., 2005. – № 2. – С. 28–34. – (Серия 10. Журналистика).
13. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: [підруч.] / В. Й. Здоровега. – [2-ге вид., перероб і допов.] – Л.: ПАІС, 2004. – 268 с.
14. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози) / Р. П. Зорівчак. – Л.: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216 с.
15. Карпенко В. Журналистика: Основи професійної комунікації. / В. Карпенко. – К.: Нора-прінт, 2002. – 348 с.
16. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения: [уч. пос.] / Т. Р. Кияк. – К.: УМК ВО, 1989. – 104 с.
17. Кияк Т. Р. Форма і зміст мовного знака / Т. Р. Кияк // Вісник ХНУ. – Х., 2004. – № 635. – С. 75–78.
18. Козак Т. Б. Адекватність і еквівалентність перекладу / Т. Б. Козак // Наукові записки. – Острог., Т., 2012. – №25. – С. 56–57. – (Серія «Філологічна»).
19. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): [учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.] / В. Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
20. Котлярова Н. К. Особливості відтворення власних назв та слів-реалій у перекладах роману Алессандро Барікко «Шовк» [Електронний ресурс] / Н. К. Котлярова // Мовні та концептуальні картини світу, КНУ ім. Т.

Шевченка. – 2013. – Режим доступу :
file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D1%
81/Downloads/Nchnpu_10_2013_10_27%20.pdf

21. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) / І. В. Корунець. – В.: Нова книга, 2003. – 448 с.

22. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства / М. П. Кочерган. – [2 вид.]. – К. :Академія, 2005. – 368 с.

23. Леонтьєва Л. Є. Історія використання психологічних операцій Німеччиною і Радянським Союзом в роки Другою Світової війни (1941-1945 рр.) : Дис...канд.воєн.наук / Л. Леонтьєва — Л. : ДУ «Львівська політехніка», 1997. — 179 с..

24. Литвиненко В. В. Вплив типів журналістських текстів на вибір засобів перекладу (за матеріалами корейської періодики) / В. В. Литвиненко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2006. – №22. – С. 74–79.

25. Литвиненко В. В. Збереження смислової компоненти журналістського твору при перекладі / В. В. Литвиненко // Стиль і текст. – К., 2012. – №13. – С. 230–238.

26. Максименко О. В. Медійний переклад в умовах інформаційної війни [Електронний ресурс] / О. В. Максименко // Мовні та концептуальні картини світу, КНУ ім. Т. Шевченка. – 2014. – Режим доступу : http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/50-2/6.pdf

27. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода / Р. К. Миньяр-Белоручев. – М.: Московский лицей, 1996. – 201 с.

28. Образование. Коммуникация. Ценности. (Проблемы, дискуссии, перспективы). По материалам круглого стола «Коммуникативные практики в образовании»/ под ред. Дудника С. И. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – 465 с.

29. Поліщук Н. Термінологічна лексика Майдану (на матеріалах газет «Дзеркало тижня», «Українська правда», «Газета по-українськи», «Високий

Замок») / Н. Поліщук // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Л., 2014. – № 791. – С. 138–143. – (Серія «Проблеми української термінології»).

30. Реформатский А. А. Введение в языкознание: [учебное пособие для пер-х институтов] / А.А. Реформатский. – М., 1960. – 431 с.

31. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода / Я. И. Рецкер. – [2-е изд.]. – М., 2006. – 240 с.

32. Свириднюк Л. Проблеми адекватності перекладу лексики [Електронний ресурс] / Л. Свириднюк // Науковий блог НаУ «Острозька Академія». – 2014. – Режим доступу : <http://naub.oa.edu.ua/2014/problemu-adekvatnosti-perekladu-leksyky/>

33. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К.: Брама; Изд-во Вовчок О. Ю., 2004. – 336 с.

34. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: [підручник] / О. О. Селіванова. – П.: Довкілля-К, 2006. – 716 с.

35. Семиотические проблемы языков науки, терминологии и информатики: Научный симпозиум. – М.: Изд-во Моск. ун-та. – 1971. – Ч.1. – 308 с.

36. Складчикова Н. В. Семантическое содержание метафоры и виды его компенсации при переводе / Н. В. Складчикова // Номинация и контекст: [сб. научных трудов]. – Кемерово, 1985. – С. 21–29.

37. Смуцинська І. В. Жанрово-стильові й індивідуально-стилістичні особливості авторської модальності / І.В. Смуцинська // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: [збірник наукових праць] / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2005. – Вип. 6. – С. 214 – 218.

38. Смуцинська І. В. Індивідуальний стиль письменника та проблема семантичного перетворення слів у його мовній системі / І. В. Смуцинська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка /

Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2000. – Вип. 30. – С. 38 – 41. – (Іноземна філологія).

39. Смущинська І. В. Лінгвокультурний аспект французьких інтернаціоналізмів / І. В. Смущинська // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2011. – №37. – С. 334–338.

40. Смущинська І. В. Синтаксичні фігури і експресивність стилю / І. В. Смущинська // Етнічні виміри універсуму: мова, література, культура / КНУТШ ; [редкол.: Семенюк Г. Ф., Белова А. Д., Бондаренко І. П., Грицик Л. В., Голубовська І. О., Задорожна Л. М., Івановська О. П., Коломієць Л. В., Корбозерова Н. М., Мережинська Г. Ю., Мойсієнко А. К., Пригодій С. М., Снитко О. С., Шевченко Л. І.]. – К.: Київський університет, 2011. – С. 281-285.

41. Суперанская А. В. Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева / отв. ред. Т. Л. Канделаки. – [5-е. изд.]. – М.: Либроком, 2009. – 248 с.

42. Сучасна українська мова: Лексикологія. Фонетика: [підручник] / А. К. Мойсієнко, О. В. Бас-Кононенко, В. В. Берковець та ін.; за ред. А. К. Мойсієнка; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К.: Знання, 2013. – 340 с.

43. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О. А. Стишов. – [2-ге вид., переобл.]. – К. : Пугач, 2005. – 388 с.

44. Умберто Эко. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе / [пер. с итал. языка и прочих Андрея Ковалея]. / Umberto Eco. Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione. – Москва: АСТ: CORPUS, 2015. – 736 с.

45. Федоров А. В. Язык и стиль художественного произведения / А. В. Федоров. – М. – Л.: Гослитиздат (Ленинградское отделение), 1963. – 132 с.

46. Чередниченко О. І. Англiцизми у французькому та українському медiа дискурсі / О. І. Чередниченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К., 2005. – №39. – С. 4–6. – (Серія: Іноземна філологія).

47. Чередниченко О. І. Про мову і переклад / О. І. Чередниченко. – К.: Либідь, 2007. – 248 с.
48. Чередниченко О. І., Коваль Я. Г. Теорія і практика перекладу. Французька мова: [підручник для студентів ін-тів і фак. іноземних мов] / О. І. Чередниченко, Я. Г. Коваль. – К.: Либідь, 1995. – 320 с.
49. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика / А. Д. Швейцер. – М.: Наука, 1973. – 280 с.
50. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М., 1988. – 215 с.
51. Arduini Stefano, Stecconi Ubaldo Manuale di traduzione. Teorie e figure professionali. / Arduini Stefano, Stecconi Ubaldo. Bologna: Carocci, 2007. – 211 p.
52. Bani Sara Un caso di traduzione giornalistica letteraria: Mario Vargas Llosa. – Режим доступу: <http://amsdottorato.unibo.it/567/1/bani.pdf>
53. Bassnett Susan La traduzione. Teorie e pratica, Milano, Bompiani, 1993.
54. Daniël de Jongh Traduzione e giornalismo. – Режим доступу: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Gk6rJAzN710J:https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/252601/Daniel%20de%20Jongh%20C%203362817%20Tesi%20di%20Laurea%20Magistrale%20Traduzione%20e%20Giornalismo.doc%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+%&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua>
55. Di Sabato Bruna, De Giovanni Flora (a cura di), Tradurre in pratica. Riflessioni, esperienze, testimonianze, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2010.
56. Faini Paola, Tradurre. Manuale teorico e pratico, Roma, Carocci, 2008.
57. Fukuyama F. — The end of history and the last man. / F. Fukuyama — London, 1999.
58. Graciotti Sante Le due Slavie: problemi di terminologia e problemi di idee // Ricerche Slavistiche. 1998-99. T. 45 – 46.
59. Henshall Peter and Ingram David The News Manual. Volume 1: Basic Techniques. Режим доступу : https://www.thenewsmanual.net/Manuals%20Volume%201/volume1_13.htm

60. L'admiral Jean-René Della traduzione. Dall'estetica all'epistemologia, a cura di Antonio Lavieri, Modena, Mucchi, 2009.
61. Lakoff G. Metaphors we live by / G.Lakoff, M.Johnson. – London : The university of Chicago press, 2003. – 276 p.
62. Osimo Bruno Manuale del traduttore. Guida pratica con glossario, Milano, Terza edizione, 2011.
63. Profeti Maria Grazia Il viaggio della traduzione. – Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books?id=rBUrUwIcbm0C&pg=PA110&lpg=PA110&dq=benvenuto+terracini+il+problema+della+traduzione&source=bl&ots=mN7nRgDsTT&sig=Yxx0o2txPfMBWs6IvfggrYc1B4&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwiNkbeUsdjZAhWLGuwKHcb-B88Q6AEIXjAH#v=onepage&q&f=false>

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

64. Зорько Г. Ф., Майзель Б. Н., Скворцова Н. А. Новый итальянско-русский словарь. / Г.Ф. Зорько, Б. Н. Майзель, Н. А. Скворцов– М., 1995. – 1018 с.
65. Італійсько-український словник. Українсько-італійський словник : 230000+210000 : два в одному томі : 440000 од. пер./ під. заг. ред. В.Бусела. – К.; Ірп.: ВТФ «Перун», 2013. – 1136 с.
66. Ковалев В. Ф., Красова Г. А. Итальянско-русский и русско-итальянский словарь / В. Ф. Ковалев. – М.: «Филология», 1996. – 672 с.
67. Тлумачний словник української мови: Понад 12500 статей (близько 40000 слів) / за ред. д-ра філологічних наук, проф. В.С. Калашника. – [2-ге вид., випр.. і доп.]. – Х.: Прапор, 2004. – 992 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

68. Воєрціо Мауро «Янголи Майдану». – Режим доступу : <https://ukrainaviaggi.com/1537-2/>

69. Voerzio Mauro “Gli Angeli di Maidan”. – Режим доступу :
<https://play.google.com/books/reader?id=2nZ-BAAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=uk&pg=GBS.PT17>
70. https://economistua.com/v-radi-hochut-zaboroniti-v-yizd-v-ukrayinu-italijskomu-spivaku-toto-kutunjo/?fbclid=IwAR2IIo92vfyT9JHa8ZF_1_Xz_R_ZtprVZlru1Abr8ff6-eE5J8sldzLRSbQ
71. https://www.ilsole24ore.com/art/mondo/2019-03-15/dopo-bano-anche-toto-cutugno-lista-nera-dell-ucraina_100409.shtml?uuid=AB7K3NeB&refresh_ce=1&fbclid=IwAR0Hyib_i0AjpgR246FJCKDL8Y8fAj94c7iXIEPtuszuf-9LAyINMWbulvY
72. https://www.corriere.it/esteri/19_giugno_06/ex-comico-contro-moscal-ucraina-europa-76b4f292-888b-11e9-90995a05167d4d6a_amp.html?fbclid=IwAR1hMskSiAUpa6lOMvLhpdU03mzi2dvazMdJvCT4VfNKC_S4_d6LiLXUHxU
73. <https://hromadske.ua/posts/novij-prezident-zi-starim-kursom-inozemni-zmi-pro-pershij-zakordonnij-vizit-zelenskogo>
74. <https://hromadske.ua/posts/putin-ne-vitatime-zelenskogo-z-pochatkom-prezidentstva-pyeskov>
75. <http://www.pink-floyd-lyrics.com/html/another-brick-in-the-wall-lyrics.html>

RIASSUNTO

La traduzione per la stampa è un ambito ancora largamente inesplorato, a cavallo tra gli studi sulla traduzione tout court e quelli di comunicazione o di sociosemiotica. La traduzione giornalistica (nella sua versione tradizionale cartacea e in quella virtuale on line) non è stata tuttora oggetto di uno studio approfondito e organico. Il nostro lavoro vuole essere un tentativo di contribuire alla riflessione su questo fenomeno che gode di una diffusione maggiore di quanto non si possa credere a prima vista.

Fin dalle sue origini, la stampa ha intrattenuto un rapporto molto fecondo con la traduzione. Tuttora sono molti gli articoli contenuti in un giornale che sono riconducibili alla traduzione, la cui natura generalmente passa inavvertita ai lettori. Le notizie delle agenzie stampa estere che sono rielaborate per la scrittura di un articolo italiano, le battute di un personaggio straniero riportate all'interno di un articolo o di un'intervista, la traduzione vera e propria di articoli apparsi su testate non italiane e molti altri fenomeni ancora fanno parte dell'universo della traduzione.

In Ucraina, il cambiamento politico nella società è diventata un movimento di protesta ucraino chiamata la rivoluzione ucraina del 2014, che ha avuto inizio nel novembre 2013, dall'Euromaidan e ha degenerato in una lotta armata contro il regime di Yanukovich, è stato uno dei più potenti movimenti di protesta degli ultimi decenni in Ucraina. Il Maidan è scoppiato non solo a causa della sospensione dell'integrazione europea, ma anche arbitrarie agenzie "forze dell'ordine", usurpare il potere e la dittatura che incombe su Ucraina. Pertanto, la gente si è ribellata.

La rivoluzione in Piazza dell'Indipendenza e gli eventi successivi in Crimea e nel Donbass hanno introdotto una serie di nuove parole e concetti nell'uso degli ucraini. Sostenitori e oppositori quadrati, autori, giornalisti, scienziati politici e personaggi pubblici noti non hanno lesinare sulla creatività e intraprendenza nel corso di questi processi, in modo che gli eventi che hanno diviso la storia del paese in "prima" e "dopo", hanno il loro linguaggio e definizioni. L'influenza di un potente elemento parlato, che è chiamato il "fabbro" del vocabolario, ha raggiunto i media. Le

edizioni principali hanno coperto gli eventi di Maidan con la massima affidabilità, apportando le più brillanti innovazioni lessicali.

Il tema di maturità è " Il vocabolario Euromaidan nel giornalismo italiano moderno e delle strategie di riproduzione in traduzioni ucraino (basato sul libro di Mauro Voerzio "gli Angeli di Maidan")."

Importanza dello studio è dovuta alla necessità di studiare attentamente le specifiche della società ucraina riflette media nazionali ed esteri in guerra di informazione sullo sfondo delle vicende tristi di 2013-2014 in Ucraina.

I problemi nella traduzione dei nomi propri si verificano quando il traduttore si trova di fronte alla necessità di riprodurre il testo tradotto semanticamente riempito con il nome che ha una qualche forma interna, storico e culturale e immagini vivide. Se le due lingue sono basate sullo stesso sistema di lettere, il trasferimento dei loro nomi può essere fatto conservando completamente la loro scrittura nell'originale. Ecco perché l'intero mondo è diventato una grafica latina diffusa. Ma per il passaggio dall'italiano all'ucraino, questo metodo, ovviamente, non è adatto, poiché i diversi sistemi di lettere sono basati sulle lingue ucraina e italiana. Per tradurre nomi propri dall'italiano all'ucraino, la strategia di traslitterazione è stata più spesso utilizzata.

Quando la riproduzione delle realtà può essere persa colore caratteristico della lingua, quali sono i vettori: può scomparire parte del colore nazionale o storico. Tutti i mezzi di riproduzione delle realtà nella traduzione devono essere coerenti con la misura in cui le parole usate sono familiari al lettore; se non sono familiari, i tempi della realtà del contesto non verranno suggeriti. È molto importante che l'impressione delle realtà tradotte dai lettori sia la stessa di chi parla la lingua da cui la realtà è tradotta. Quando il trasferimento realtà nazionali analizzati colore del testo per la riproduzione di campagna, il traduttore è utilizzato controparti diritte, come era ben consapevole della storia della rivoluzione ucraina e tutti i dettagli della pena.

Lo studio ha anche analizzato neologismi per identificare le tendenze che prevalgono quando vengono tradotti e neologismi classificazioni in gruppi specifici basati su soluzioni di traduzione. Neologismo che è apparso in relazione agli eventi Euromaidan e già entravano nel quotidiano ucraino ci sono stati classificati nei

seguenti gruppi tematici: 1) neologismi, formata in relazione agli eventi sul Maidan; 2) neologismi di natura politica. Durante la traduzione, i seguenti metodi sono più comunemente utilizzati: traslitterazione, corrispondenza, tracciamento e traduzione descrittiva.

Lo strumento per raggiungere trasferimento di emozione, valutazione, dichiarazioni espressione (che sono componenti di espressività), serve come mezzo di retorica come insieme di forme strutturali specifici, metodi di costruzione che sono progettati per convincere il lettore e la sua espressiva "elaborazione". Prima di tutto, l'uso di diversi tipi di trofei e figure - metodi verbali specifici, che migliorano l'immagine e l'espressività del discorso e lo rendono più persuasivo a spese della forma linguistica stessa, contribuisce alla creazione di un effetto espressivo. Il più delle volte usavano percorsi come metafora, metonimia, perifrasi e traduzione descrittiva. La ricerca ha dimostrato che le metafore vengono trasmesse mediante triturazione, aggiunta / omissione, metonimia riprodotta mediante rasatura, perifrasi – rasatura, similitudine – rasatura e omissione.

Додаток А.

ІТАЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ГЛОСАРІЙ
ЛЕКСИКИ ЄВРОМАЙДАНУ КНИГИ МАУРО
ВОЕРЦІО «ЯНГОЛИ МАЙДАНУ»

A tutti i costi – за всяку ціну

Accordo di associazione – угода про асоціацію

Accordo di cessate il fuoco – угода про припинення вогню

Acme (m)– найвища точка, кульмінаційний пункт, період розквіту

Ala (m)– крило

Ammirevole – гідний подиву, незрівнянний, чудовий

Anima dell'europa (f) – європейська душа

Anti Maidan (m) – антимайдан

Arruolarsi – призиватися на військову службу

Arseniy Yatseniuk, Arsenij Jacenjuk – Арсеній Яценюк

Arte nella rivoluzione – революційне мистецтво

Atamano cosacco (m)– козак-отаман

Avviare – включати, запускати

Avvicinarsi – наближатися, бути схожим

Aziende di stato (Sovchoz) – Совхоз

Banderista (m) – бандерівець

Bandiera rosso nera (f) – червоно-чорний прапор

Barbabetole (f) – буряк

Battaglione Nachtigall – Батальйон Нахтігаль

Berkut (m) – Беркут

Bilancio (m) – бюджет

Bogdan Khmelnytskyi – Богдан Хмельницький

Bolscevichi – Більшовики

Bottiglia Molotov – коктейль Молотова

Briffe (m) – Бріфф

Campagna di repressione – кампанія репресій

Campo di concentramento sovietico (m) – Радянський концентраційний табір

Capo di Stato Maggiore Generale delle forze armate (m) – Уповноважений по контролю за діяльністю Міністерства оборони України

Carcere (m) – в'язниця

Carestia (f) – карестія

Chiesa autocefala (f) – Автокефальна церква

Codice "boomerang" e "onda" (m) – код «бумеранг» і «хвиля»

Collettivizzazione (f) – колективізація

Comandante della Marina (m) – віце-адмірал

Comune di Kiev (m) – Київська міська державна адміністрація

Condizioni di estrema povertà – крайня бідність

Consumismo (m) – споживацтво, споживацька психологія

Contrastare – протидіяти, перешкоджати, протистояти

Cooperative agricole (Kolchoz) (m) – Колхоз

Cortile (m) – внутрішній двір

Cortina di ferro (f) – залізна завіса

Cosacchi di Sich – Січові козаки

Crolla ai minimi storici – падає до рекордно низького рівня

“Discoteca di Maidan” – «дискотека на Майдані»

Decreto di emergenza del Governo – постанова влади (закон) про надзвичайний стан

Deep and Comprehensive Free Trade Agreement (m., ing.) – Зона вільної торгівлі

Dekulakizzazione (f) – розкуркулення

Denominare – називати

Dom Ucraina (m) – Український дім

È implosa – це спровоковано

Efficacia – дієвість, ефективність, продуктивність

Ennesimo (m) – енний

Epurazione (f) – зачистка

Esecuire – виконавчий

Esercito Insurrezionale Ucraino (UPA) (m) – Українська Повстанська Армія

Eterna amicizia ucraino-russa – вічна українсько-російська дружба

Evitare – уникати, цуратися, ухилятися
Ex presidente in fuga (m) – "екс-президент- втікач"
Fianco (m) – бік
FMI – МВФ
"Fratello maggiore" (m) – старший брат (Росія до України)
FSB russa – ФСБ Росії
Fulcro (m) – точка опори
Galizia (f) – Галичина
Genocidio (m) – геноцид
Gente di Maidan (f) – майданівці
Gentiluomo (m) – дворянин
Giornalismo spazzatura (m) – Небажана журналістика
Gleba (f) – брила, грудка землі, п'ядь землі, гліба.
Gli attivisti del Maidan – активісти Майдану
Gli eroi non muoiono – герої не вмирають
Grande Comtur (m) – Великий Комтур
Gridare "vergogna vergogna" – кричати «Ганьба! Ганьба!»
Grivna (f) – гривня
GRU russa (servizio di intelligence militare) - Головне розвідувальне управління Генерального штабу (ГРУ, ГРУ ГШ Російської Федерації)
Gulag (m) – ГУЛАГ
Hetman (m) – гетьман
Identità nazionale (f) – національна ідентичність
Impeachment (m., ing.) – імпічмент
Impero Sovietico – Імперія Зла
Incorrere – піддаватися
Inedia – голодування
Inno dei "Cavalieri della Prigione di Ferro" – гімн «Лицарів Залізної
Остроги» (Купчинський)
Insorto (m) – повстанець

Invasioni Barbare – варварські навали
Jaroslav I il Saggio – Ярослав Мудрий
Kreshatyk – Хрещатик
Ladrocínio – награбоване
Latitudine (f) – широта
Legione ucraína (f) – український легіон
“Leggi anti-protesta” – «закони спрямовані проти протесту»
Lenire – зм’якшувати, полегшувати
Liberazione nazionale – національне визволення
Limitare fortemente il diritto a manifestare – обмежувати право на демонстрації
Linciare – лінчувати
Lucrare – заробляти
Madre delle città russe (f) – Мати міст руських
Maidan Europeiska, piazza Europa – Європейська площа
Malnutrizione – недостатнє/погане харчування, недоїдання
Mamme Ucraine – матері України
Manifestanti – демонстранти
Marina militare ucraína – Військово-Морські Сили Збройних Сил України
Marinsky Park, Parco Marinsky – Маріїнський парк
Menzione – згадування
Mikheil Saakashvili – Михаїл Саакашвілі
Milizia (f) – Міліція
Mistetska Sotnya – Мистецька Сотня
Monastero di San Michele (m) – монастир Святого Михайла
Monte bianco – біла гора
Mykola Azarov – Микола Азаров
Nazionalismo “Pericoloso” (m) – «небезпечний» націоналізм
Negazionismo (m) – заперечення Голокосту
Notte di scontri – ніч боїв

Olocausto (m) – голокост
Omicidio (m) – убивство
Oppressione zarista (m) – царське пригнічення
Ordine di aprire il fuoco (m) – наказ про відкриття вогню
Organizzazione dei nazionalisti ucraïni (OUN) (m) – Організація українських націоналістів
Organizzazione Militare Ucraina – Українська військова організація
Ospedale a cielo – лікарня посеред неба
Palco (m) – настил, поміст, підмости
Patriarcato di Kiev (m) – Київський патріархат
Patriarcato di Mosca (m) – Московський патріархат
Pellegrinaggio (m) – паломництво
Penetrare – проникати
Perestroika (f) – Перестройка
Pianista Estremista (m) – піаніст екстреміст
Piazza Maidan, Maidan Nezhalessnosti, Piazza Indipendenza, Piazza dell'Indipendenza – Майдан Незалежності
Piccoli imprenditori agricoli (Kulaki) (m) – дрібні ферми (Куркулі)
Piccolo ricciolo (m) – оселедець
Picturesque Ukraine (f) – Мальовнича Україна
Politburo (m) – Політбюро
Polizia che sparava – поліцейський обстріл
Potere stalinismo (m) – сталінська влада
Pozza di sangue – море крові
Pravi Sektor – Правий Сектор
Principale Criminale di Guerra – головний військовий злочинець
Proiettile – снаряд, куля
Propaganda sovietica (f) – радянська пропаганда
Provincia Kalush della Galizia (f) – село міського типу Калуш (Галичина)
Rada(f), Parlamento di Kiev (m) – Верховна Рада

Radice (f) – корінь
Ragazzi di Maidan – майданівці
Re del cioccolato (m) – По"Roshen"ко, шоколадний президент.
Reduce di guerra (f/m) – ветеран війни
Reparto di militari paraadutisti – Відділ військових парадоксалів
Resa (f) – здача, капітуляція
Residenza del Presidente a Mezhyhirya – резиденція Президента в
Межигір'ї
Resistenza (f) – опір, відсіч
Responsabilità (f) – відповідальність
Riappacificare – примиряти, мирити, умиротворяти
Rinforzo (m) – посилення, зміцнення, допомога, підкріплення
Rivoluzione arancione (f) – Помаранчева революція
Rjurik – Рюрик
Rugby – Регбі
Rus' di Kiev – Київська Русь
Sacchi a pelo – спальні мішки
Sacchi di iuti – джутові пакети
Samoborona, Autodifesa (f) – Самооборона
Sampietrino (m) – ризничий храм св. Петра в Римі
Sanguinosi – закривавлений, кривавий
Scattare – розпрямлятися, спрацьовувати
Screditare – дискредитувати
Sede dei sindacati (f) – Будинок профспілок
“Sei pronto ad arrivare sino in fondo per la tua idea?” – «А ти готовий
торкнутися дна заради своєї ідеї?»
Sgombero – звільнення (приміщення, площі)
Simboleggiare – символізувати
Simbolo stesso della lotta popolare (m) – символ національної боротьби
Sionismo (m) – сіонізм

Sofferenza (f) – страждання, мука, біль

Sostiene (f) – опори

Sotnia di Ternopil (f) – Тернопільська Сотня

Sotnie di Ivano Frankivsk – Івано-Франківські Сотні

Sotnie di Leopoli – Львівські Сотні

Sparare – стріляти

Spirito delle genti della Rus’ – дух народів Русі

Saryi Uhryniv – Старий Угринів

Stepan Bandera – Степан Бандера

Storia Kievana – Київська історія

Storicamente infondata e basata sulla disinformazione – історично необґрунтовано та базувалося на основі дезінформації

Stremo (m) – крайній

Sturm (sgombero) (m) – штурм (зачистка)

Sul fiorente regno della Rus’ – квітуче князівство Русі

Suscettibilità (f) – сприйнятливість, чутливість

Tassello (m) – шматочок сиру, кавуна для проби

Tatyana Chornovol, Tetiana Chornovol, Tatiyana Cernovol – Тетяна Чорновол

Tentativo di carica (m) – спроба сили (силою)

Tentativo di sfondare (m) – спроба прорватися

Terra e sangue – земля і кров

Testamento (m) – Заповіт (вір Т.Г.Шевченка)

Tirare – тягти, буксирувати

Titusk (m) – титушки

Totem della protesta (m) – тотем (символ) протесту

Transcarpazia (f) – Закарпаття

Uccisioni di massa – масові вбивства

Ucrainizzazione (m) – українізація

UOC-MP – УПЦ-МП

«Uomo è la testa ma la donna è il gollo.» – «Чоловік – це голова, а жінка – шия»

Valore della dignità (m)– цінність гідності

Veicoli fuori – всюдихід

Vertice della Eastern Partnership (m) – саміт Східного партнерства

Via Instituska – вулиця Інститутська

Via Lypska – вулиця Липська

Violazioni dei diritti umani – порушення прав людини

Viskova Rada – Військова Рада

Vitaliy Zakharchenko – Віталій Захарченко

Vladimiro il Santo – Святий Володимир

Yanukovich, Yanukovic, Janukovyc – Янукович

“Yanukovich il prossimo sei tu” – «Янукович, ти наступний»

“УВО” (L’Organizzazione Militare Ucraina) – «УВО» Українська Військова Організація

Yulia Tymoshenko, Julija Tymošenko – Юлія Тимошенко

Yushenko, Yushchenko, Viktor Juščenko – Віктор Ющенко

ДОДАТОК Б.
ІТАЛІЙСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ МЕДІА МЕМИ



FredLongSwordD


@FredLongSwordD

Ascoltando le canzoni di [#AlBano](#) al contrario si sente la Costituzione di Stalin del '36!

[#sapevate](#)





mmax 

@mmax_g



In risposta a [@TopaM79](#)



13:32 · 11 mar 19 · [Twitter for iPhone](#)



BufalaNews

@Labbufala



Nella foto, la ministra [#ucraina](#) che ha inserito [#AlBano](#) nella lista degli individui pericolosi per la sicurezza nazionale.



19:13 · 11 mar 19 · [Twitter for Android](#)



Fabio 🏳️‍🌈

@lperbole_



L'Ucraina inserisce [#AlBano](#)
nella lista nera delle persone
potenzialmente minacciose per la
sicurezza nazionale.

Noi avremmo dovuto farlo tempo fa.

12:33 · 11 mar 19 · [Twitter Web Client](#)



Tauro

@Tauro_AS



#Albano nella black list #Ucraina.
Preoccupazione anche per
#totocutugno.



14:38 · 11 mar 19 da Prezza, Abruzzo · Twitter for
Android

4 TRA LE ARMI RUSSE PIÙ LETALI





La scimmia

@annidicera

🎵🎵🎵 Ucraina Ucraina canaglia,
che ti mette in lista quando, non
vuoi ... 🎵🎵🎵🎵 #AlBano #Ucraina

"E' una minaccia alla sicurezza nazionale": l'**#Ucraina**
inserisce **#AlBano** nella 'lista nera' **#ANSA**
<http://ow.ly/2TJd30nZQt4>



14:09 · 11 mar 19 · [Twitter for Android](#)



Марш на підтримку дій Путіна в Криму. Москва. 15 березня.

We don't need no education

We don't need no thought control

No dark sarcasm in the classroom

Teachers leave them kids alone

Hey! Teachers! Leave them kids alone!

Слова з пісні Pink Floyd – The Wall [73]



Віктор Янукович
Как правильно - заявление или завещание?

годину тому

2 Мені подобається 8

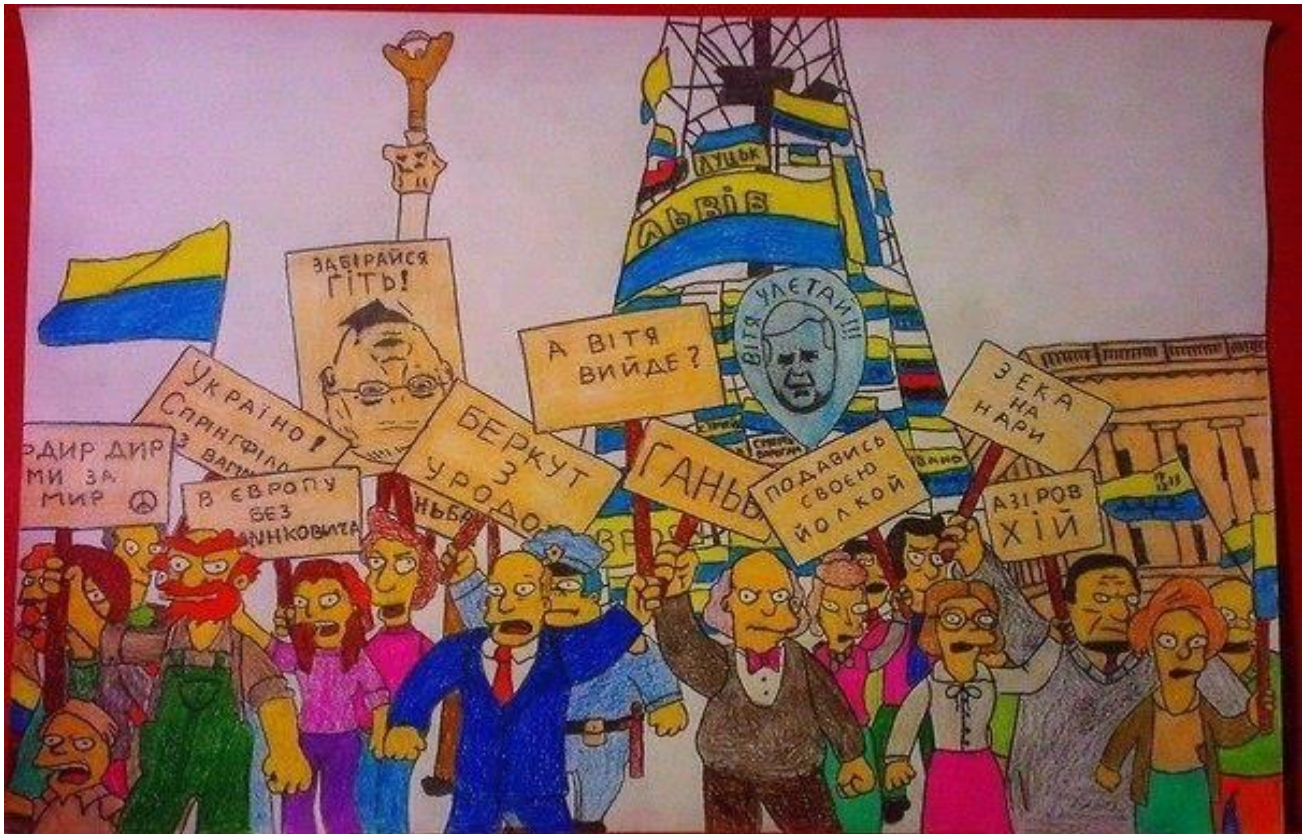
Online

Показати всі 4 коментарі



Юлія Тимошенко
У вашому випадку, Віктор Федорович, Завещание...

годину тому



НЕ ЕДЬ ЗА МНОЙ,
Я ПЯТЫЙ



Диктаторські закони «16 січня»

“ПРАВОСУДДЯ” ДЛЯ МАЙДАНІВЦІВ

чим загрожує протестувальникам нове законодавство?



НАРОДЖЕНІ МАЙДАНІМ

Ярош
Дмитро Анатолійович



ПРАВИЙ СЕКТОР

тел. +38 (068) 897-43-62

E-mail: praviysektor@gmail.com