

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ Л.Г. Буданова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

# **ДИПЛОМНА РОБОТА**

**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР**

**ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ (ПЕРЕКЛАД  
ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»**

**Тема: *ВІДТВОРЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПАРАТЕКСТУ В ПЕРЕКЛАДІ (НА  
МАТЕРІАЛІ МЕДІАТЕКСТІВ)***

**Виконавець: студент групи ФЛ-201«М» РОМАНЮК АНДРІЙ ОЛЕКСАНДРОВИЧ**

**Керівник: канд. філол. наук, доцент ШАХНОВСЬКА ІРИНА ІГОРІВНА**

**Нормоконтролер: \_\_\_\_\_ (Кондратенко Юлія Вікторівна)**

**Київ 2023**

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра англійської філології і перекладу

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Л.Г. Буданова

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗАВДАННЯ

**на виконання дипломної роботи**

**Романюка Андрія Олександровича**

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи: Відтворення прагматичного потенціалу паратексту в перекладі (на матеріалі медіатекстів) \_\_\_\_\_

затверджена наказом ректора від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р. № \_\_\_\_\_

2. Термін виконання роботи: з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані роботи: Невід'ємну частину сучасного медійного тексту становлять паратекстуальні елементи. Останні, серед яких основними є заголовок та передмова, сприяють, з одного боку, адекватному розумінню медіатексту, а з іншого — слугують ефективним інструментом його аналізу. Принциповою особливістю паратекстуальних елементів є значний прагматичний потенціал, що обумовлюється головним завданням медіатексту — впливу на адресата.

4. Зміст роботи: Розділ 1. Теоретичні засади вивчення паратексту в лінгвістиці та перекладознавстві. Розділ 2. Методологія дослідження прагматичного потенціалу паратексту. Розділ 3. Відтворення прагматики паратекстуальних елементів у перекладі.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Додаток А. Основні паратекстуальні елементи медіаресурсів. Додаток Б. Основні лексико-граматичні трансформації при перекладі заголовків та підзаголовків. Додаток В. Стратегії відтворення прагматики лідів. Додаток Г. Основні способи перекладу метафори та метонімії в заголовках онлайн-видань. Додаток Д. Основні способи відтворення

ідіоматичних виразів в заголовках онлайн-видань. Додаток Е. Приклад повідомлень із соціальних мереж у медіа

#### 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи.	до 16.10	
2	Підготувати чорновий варіант роботи	до 20.11	
3	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 27.11	
4	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 04.12	
5	Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт.	до 11.12	
6	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	

#### 7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: «11» жовтня 2023 р.

Керівник дипломної роботи

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

Шахновська І.І.

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

\_\_\_\_\_ (підпис випускника)

Романюк А.О.

(П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота «ВІДТВОРЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПАРАТЕКСТУ В ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ МЕДІАТЕКСТІВ)»: 110 с., 2 рис., 5 табл., 137 літературних джерел.

Об'єкт дослідження: паратекстуальні елементи англійських та українських паратекстів.

Мета роботи: визначення прагматичної функції паратекстуальних елементів в медіатекстах та дослідження основних способів перекладу паратекстуальних елементів з англійської українською і навпаки.

Методи дослідження: аналіз, синтез, метод дедукції, індукції, описовий метод, спостереження, зіставний метод, метод лінгвістичного описукомпонентного аналізу, аналіз словникових дефініцій, структурний метод, лінгвопрагматичний метод, метод перекладацького аналізу та кількісного аналізу.

Результати магістерської роботи рекомендується використовувати під час практичних занять з Вступу до перекладознавства, Практики перекладу галузевої літератури для підготовки спеціалістів-перекладачів та для подальших досліджень паратекстуальних елементів у англійських та українських медіатекстах.

ПАРАТЕКСТ, ПЕРЕКЛАД ПАРАТЕКСТУ, МЕДІАТЕКСТ, МЕДІАДИСКУРС, ПРАГМАТИКА.

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	2
<b>Розділ 1. Теоретичні засади вивчення паратексту в лінгвістиці та перекладознавстві</b> 7	
1.1. Поняття паратексту в рамках лінгвістики та літературознавства.....	7
1.1.1. Природа паратексту та інтертекстуальні зв'язки.....	7
1.1.2. Типологія та функції паратекстуальних елементів тексту.....	10
1.2. Медіатекст та медіадискурс в площині лінгвістики та перекладознавства.....	15
1.2.1. Поняття та співвідношення медіатексту та медіадискурсу.....	15
1.2.2. Прагматичний потенціал елементів паратексту в медіа як проблема перекладу.....	22
1.2.3. Стилiстичні особливості медіатексту.....	26
<b>Розділ 2. Методологія дослідження прагматичного потенціалу паратексту</b> .....	36
2.1. Принципи та критерії відбору матеріалу дослідження.....	36
2.2. Загальнонаукові та спеціальні методи дослідження прагматики паратексту..	39
2.3. Етапи аналізу відтворення прагматичного потенціалу паратексту в медіадискурсі.....	41
<b>Розділ 3. Відтворення прагматики паратекстуальних елементів у перекладі</b> .....	44
3.1. Прийоми перекладу заголовків медіатекстів.....	44
3.1.1. Граматичні та лексико-стилістичні особливості заголовків.....	44
3.1.2. Переклад змістово-фактуальних заголовків.....	57
3.1.3. Переклад змістово-концептуальних заголовків.....	61
3.1.4. Переклад змістово-підтекстових заголовків.....	68
3.2 Відтворення прагматики факультативних паратекстуальних елементів медіадискурсу у перекладі.....	71
3.2.1. Перекладацькі прийоми відтворення прагматики лідів у перекладі.....	71
3.2.2. Відтворення прагматики підзаголовків, цитат та гайлайтів у перекладі.	76
3.2.3. Прагматичний аспект перекладу підписів зображення та повідомлень із соціальних мереж.....	81
<b>Висновки</b> .....	84
<b>Список використаних джерел</b> .....	88
<b>Додатки</b> .....	104
Додаток А.....	105
Додаток Б.....	106
Додаток В.....	107
Додаток Г.....	108
Додаток Е.....	110

## ВСТУП

Технологічний стрибок зумовив розвиток, поширення та доступність засобів масової інформації серед суспільства, а темпи інформатизації та глобалізації людства вимагають від спеціалістів, що працюють в області журналістики створювати тексти та перекладати їх іноземними мовами.

Глобальні процеси та тенденції, як от розвиток соціальних інституцій, міжнародних неурядових волонтерських організацій вимагають злагодженої роботи та комунікацій за посередництвом пресцентрів та великих ЗМІ. У цьому контексті переклад медіатекстів постає складною задачею з огляду на шалені темпи зміни інформаційної обстановки, стандартів, лексичних одиниць, правил та норм мови і стандартів написання медіатекстів.

У кризові періоди швидкість трансформацій у суспільстві та, як наслідок, в мові зростає, а тому часто перекладачі стикаються з рядом перекладацьких проблем, що вимагають науково обґрунтованих засад та прийомів перекладу. Як результат, розповсюджене, але малодосліджене явище паратексту та його прагматичного впливу в нестабільному та прогресуючому медіадискурсі становить одну з важливих проблем сучасного перекладознавства.

Від прагматичного аспекту медіатекстів залежить їхня ефективність та сприйняття у суспільстві, що змушує перекладачів знаходити нестандартні та творчі підходи у намаганні передати настрої, закладені авторами, а також адаптувати до менталітету та інтересів нової аудиторії. При цьому, на перекладачах лежить велика відповідальність за те, як нова аудиторія сприймає текст, новину, повідомлення, заголовок, передмову тощо, оскільки важливо не спотворити інформацію та не вдаватися до зловживання прагматичними та стилістичними засобами з метою маніпулювання свідомістю та почуттями читачів новинних Інтернет-ресурсів та інших ЗМІ.

Значимість роботи медіа особливо зростає в часи активних воєнних дій, економічного спаду та загальної кризи, що змушує громадян звертатися до засобів масової інформації та інформагенцій за новинами про події в Україні та світі.

Паратекстуальність є відносно новим об'єктом дослідження, що викликав інтерес у другій половині ХХ-го століття. Підвалини досліджень паратекстуальності як аспекту інтертекстуальності в мовознавстві заклала Ю. Крістева, базуючись на ідеях М. Бахтіна. Доробок вчених-мовознавців та літературознавців, таких як Р. Барт, М. Фуко, Ж. Дерріда, Ж. Женетт, Н. П'єге-Гро, У. Еко, та Ю. Лотман, стосувалися саме особливостей функціонування паратексту та взаємодії з текстом в площині мовознавства.

Серед вітчизняних вчених варто відзначити М. Галич та Н. Ротову, що вивчали паратекстуальність в рамках інтертекстуальності. Прагматичним та комунікативним аспектом паратексту займалися С. Авраменко, М. Сокол, М. Шаповал, А. Потапенко, Л. Біловус, Л. Грицюк. Проблеми паратекстуальності в рамках медіадискурсу в своїх наукових роботах висвітлювали О. Ковальова (на матеріалі французької мови), В. Великорода та Р. Довганчина. Остання зробила внесок в дослідження паратексту в англо-українському перекладі.

Хоча було написано певну кількість якісних та вичерпних робіт на тему паратексту як такого, загалом, прагматика паратексту не є добре освітленою в перекладознавстві, а надто окремі її аспекти, як наприклад, прагматика паратексту англійських та україномовних медіатекстів, не дивлячись на розповсюдженість та значення паратексту в медіа.

**Актуальність** теми полягає у важливості засобів масової інформації в сучасному світі, а надто в часи повномасштабної війни, коли діяльність журналістів безпосередньо впливає на громадську думку та призводить до реальних змін. Паратекстуальні елементи та їхні аспекти є малодослідженим явищем, однак принципово значущим для медіатекстів. Крім того, стиль та мовлення медіа зазнають змін, а технологічний прогрес вносить свої зміни в медіадискурс.

**Метою** магістерської роботи є визначення прагматичної функції паратекстуальних елементів в медіатекстах та дослідження основних способів перекладу паратекстуальних елементів з англійської українською і навпаки.

Відповідно, для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- 1) визначити поняття «паратекст» та встановити його функції;
- 2) охарактеризувати специфіку медіадискурсу, медіатексту та дослідити прагматичний потенціал паратекстуальних елементів в ньому;
- 3) визначити прагматичний потенціал елементів паратексту в медіатексті;
- 4) окреслити прийоми перекладу стилістичних засобів в заголовках;
- 5) дослідити способи перекладу заголовків за типами інформації;
- 6) проаналізувати та систематизувати способи перекладу лідів;
- 7) дослідити способи перекладу другорядних паратекстуальних елементів медіатекстів.

**Об’єкт дослідження** становлять паратекстуальні елементи англійських та українських паратекстів, а **предмет** – особливості та способи перекладу паратекстуальних елементів з урахуванням прагматичного впливу на реципієнта.

Методика дослідження включає три етапи: перший етап – збір матеріалів дослідження, а саме статей англійською та українською мовами та їхній переклад; крім того, на цьому етапі було закладено методологічну та теоретичну основу подальшої роботи; другий етап – визначення методологічних засад та визначення основних теоретичних положень, таких як паратекст, інтертекст, медіадискурс, медіатекст тощо; третій етап дослідження полягав в аналізі зібраного матеріалу для досягнення поставлених завдань. У дослідженні застосовувалися такі методи: спостереження, аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, описовий метод, метод перекладацького аналізу, зіставний метод, структурний метод, компонентний аналіз, аналіз словникових дефініцій, метод лінгвістичного опису, метод кількісного аналізу, лінгвопрагматичний метод.

**Матеріалами** дослідження є статті з популярних українських онлайн-видань «Апостроф», «Українська Правда», «Укрінформ», «РБК-Україна», «ТСН», «Ukraine Media Center», «Голос Америки», «Громадське», «Факти», «Фокус», «Кореспондент», «Zaxid.net», «Liga.net», «Gazeta.ua», «Anywellmag», «Слово і Діло», «Ukrainer» та англійськомовні «New York Times», «Wall Street Journal», «The Guardian», «The Economist», «Washington Post», «BBC», «Deutsche Welle», «Politico», «Aljazeera», «CNN», «Newsweek».



**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у подальшому розвитку окремих понять перекладознавства, медіалінгвістики, літературознавства та журналістики. Також вперше отримано дані порівняння та співставлення прагматики перекладів паратекстуальних елементів медіатекстів з української та англійської мов, тенденції таких перекладів. Класифікація заголовків за типом інформації, запропонована І.М. Кочан, дістала подальший розвиток.

**Теоретичне значення** дослідження цієї роботи визначається тим, що її результати є підґрунтям для подальших досліджень паратекстуальних елементів у англійських та українських медіатекстах або в інших мовних парах, дослідження негативного та маніпуляційного прагматичного впливу паратекстів новин, стилістики та прагматичного впливу цифрових паратекстів та медіатекстів загалом. Також розроблені методи, засади та результати дослідження можуть бути застосовані для подальшого дослідження прагматичного впливу медіатекстів у відеоформаті.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані під час практичних занять з Вступу до перекладознавства та Практики перекладу галузевої літератури для підготовки спеціалістів-перекладачів. Крім того, результати досліджень можуть бути використані при підготовці спеціалістів галузі журналістики.

**Апробація** отриманих результатів: результати дослідження були представлені на міжнародній науково-практичній конференції «Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика» в м. Київ 20-21 квітня 2023 року, а також на науковому семінарі «Актуальні проблеми перекладознавства та порівняльних студій» в м. Київ 17 листопада 2023 року.

**Публікації.** Результати дослідження були оприлюднені у збірниках тез наукових доповідей:

1. Романюк А.О. Прагматичний аспект перекладу підписів зображення та повідомлень із соціальних мереж при перекладі медіатекстів. *Актуальні проблеми перекладознавства і порівняльних студій*: матеріали Наукового семінару для молодих учених (студентів, магістрантів, аспірантів, докторантів), 17 листопада 2023 року. – Київ, 2023. С. 34-36

2. Романюк А.О., Шахновська І.І. Відтворення прагматичного потенціалу паратекстуальних елементів медіа-дискурсу в перекладі. *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: збірник наукових праць / за заг. ред. Л. Г. Буданової, Г. Г. Єнчевої*. Київ, 2023. С. 40-44.

**Обсяг і структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, а також шести додатків. Загальний обсяг роботи становить 110 сторінок, з них 97 сторінок — основного тексту. Список використаних джерел налічує 137 позицій, з них 44 — наукові праці, 81 — джерела ілюстративного матеріалу, 5 — Інтернет-джерела. Додаток А вміщує таблицю зі списком основних паратекстуальних елементів медіаресурсів, додаток Б — таблицю з основними лексико-граматичними трансформаціями у перекладі заголовків та підзаголовків, додаток В — таблицю з ілюструванням стратегій відтворення прагматики лідів, додаток Г — містить список прикладів основних способів перекладу метафори та метонімії в заголовках онлайн-видань, додаток Д — ілюструє приклади основних способів відтворення ідіоматичних виразів в заголовках онлайн-видань, додаток Е ілюструє приклади повідомлень із соціальних мереж у медіа.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПАРАТЕКСТУ В ЛІНГВІСТИЦІ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

#### 1.1. Поняття паратексту в рамках лінгвістики та літературознавства

##### 1.1.1. Природа паратексту та інтертекстуальні зв'язки

З розвитком науки та техніки, а також неупинним процесом глобалізації, перекладачі зіштовхуються з новими викликами, що пов'язані з виникненням сучасних технічних засобів та нових рівнів міжмовних зв'язків. В результаті, перекладознавство, як прикладна дисципліна, повинно проаналізувати та знайти теоретичне обґрунтування та рішення нововиникших проблем.

Зокрема, проблемною є сфера перекладу ЗМІ, а надто прагматика паратекстуальних елементів. Важливість вивчення паратексту в перекладознавстві полягає в його функціональному аспекті, оскільки паратекстуальні елементи є допоміжними для основного тексту, а помилковий їх переклад може призвести до помилкового тлумачення та неадекватності перекладу основного тексту.

Паратекст та паратекстуальність є важливою складовою лінгвістичних та літературознавчих досліджень другої половини ХХ століття. Однак, інтерес до паратексту в межах перекладознавства зародився лише в ХХІ столітті внаслідок розвитку міжнародних та міжкультурних зв'язків за посередництвом мережі Інтернет. Концепція паратексту тісно пов'язана з інтертекстом, інtrateкстом, метатекстом та екстратекстом.

Французький дослідник та послідовник структуралізму і теорій Фернанда де Соссюра, Жерар Женетт, досліджував питання паратекстуальності, що є пов'язаним із дисципліною семіотики. За його визначенням паратекст це — все, що супроводжує основний текст [38, с. 1].

У своїх роботах він пояснює це так: «Літературний твір складається ... з тексту... але цей текст рідко подається в неприкрашеному вигляді, не підкріплений і не супроводжується певною кількістю словесних чи інших творів, таких як ім'я автора, назва, передмова, ілюстрації. І хоча ми не завжди знаємо, чи слід вважати ці

твори такими, що належать до тексту, у будь-якому випадку вони оточують його і розширюють його, саме для того, щоб представити його в звичайному сенсі цього слова, але також і в найсильнішому сенсі... Для нас, відповідно, паратекст — це те, що дає змогу тексту стати книгою і бути запропонованим як таким його читачам і, ширше, публіці» [38, с. 1].

Жерар Женетт, даючи визначення паратексту, звертається до прикладів пов'язаних переважним чином з літературою, однак паратекст у сучасній лінгвістиці є явищем загальним та охоплює будь-які сфери використання мови. Наприклад, Кетрін Бачелор у своїй книзі «Переклад і паратексти» 2018 року аналізує британське шоу “Walter Presents”, де показують іноземні серіали. Особливістю цього шоу є те, що воно «керується» Волтером Луццоліно. Ведучий у кожній передачі презентує серіал та дає коментар і передмову до основної частини шоу. Крім того, назва шоу має його ім'я, що робить ці вставки паратекстом до основного тексту серіалів [34, с.119-122].

Пильна увага до явища паратексту виникла внаслідок досліджень літературознавцями поняття транстекстуальності, яка є можливістю виходити за власні рамки та взаємодіяти з іншими текстами. Ж. Женетт виділяє п'ять типів таких взаємодій: інтертекстуальність, паратекстуальність, метатекстуальність, гіпертекстуальність, архітекстуальність [39, с. 13].

Саме інтерес до інтертексту, що є, певною мірою, очевидним для дослідників, породив численні наукові роботи та розпалив зацікавленість в інших видах транстекстуальних відносин текстів. Женетт дає інтертекстуальності таке визначення: «відношення співприсутності між двома або більше текстами, тобто, ейдетично і найчастіше, буквальною присутністю одного тексту в іншому» [38, с.18]. Він відносить до явних прикладів інтертекстуальності такі явища як алюзії, прямі цитати, плагіат тощо.

Фундаментальні дослідження, проведені в сфері інтертексту належать болгарсько-французькій вченій та послідовниці структуралізму Ю. Крістевій. Вчена ввела поняття інтертекстуальності в своїй роботі, що стосувалася семааналізу та має назву «Семіотика» 1966-го року, синтезуючи семіотику Фернанда де Соссюра з ідею

діалогізму Михайла Бахтіна, яка пропонує теорію діалогу творів різних авторів [40, с. 228]. Ю.Крістева послуговувалася двома осями при описі текстів: горизонтальною віссю, що з'єднує автора і читача тексту, і вертикальною віссю, яка з'єднує текст з іншими текстами [41, с. 69].

Робота Ю. Крістевої зробила великий внесок у теорію літератури, а точніше в її відділ інтертекстуальності, та дала поштовх іншим дослідникам продовжити дослідження в цьому напрямку та виокремити суміжні поняття, зокрема виділяються такі літературознавці та вчені як Р. Барт, М. Фуко, Ж. Дерріда, Ж. Женетт, Н. Пьеге-Гро, У. Еко, М. Бахтін та Ю. Лотман [8, с. 10].

Зокрема, під впливом постструктуралізму та ідей попередників Р. Барт проголосив «смерть» автора у своєму *Magnum opus* «Смерть автора». Ця концепція полягає в применшенні значення автора в порівнянні з традиційною роллю в літературознавстві через наявність та важливе значення явних і неявних цитат, що прагматично та семантично доповнюють твір [26]. Оскільки значна частина не належить перу автора, тому відповідальність за твір розділяється між людьми, що вплинули на остаточний текст.

Серед вчених з України, що займалися питанням вивчення транстекстуальності та паратексту, можна виділити М. Галич, В. Великороду, С. Авраменко, М.Сокол, Р. Довганчину, М. Шаповал, Н. Ротову, А. Потапенко, Л. Біловус, Л. Грицюк та інші. Паратекст медіадискурсу на матеріалі французької мови вивчала дослідниця О. Ковальова та на матеріалі англійської мови Р. Довганчина.

Для точного виділення поняття паратексту та кращого розуміння його походження необхідно розглянути визначення суміжних понять. Архітекст, за визначенням української вченої М. Галич, — це вищий ступінь якості жанрових і стилєвих зв'язків інтертекстів [7, с. 246]. Тобто, тенденція одного тексту опиратися жанрово та стилістично на інші тексти, що є взірцем та архітекстом, або надтекстом.

Метатекстуальність — явне чи не явне критичне посилання на інший текст [134]. М.В. Галич приводить приклад метатекстуальності у творі Олеса Гончара, який є автобіографічним нарисом під назвою «Письменницькі роздуми (Як

створювалися “Прапорonoсці”»». Сама назва є прикладом метатексту, оскільки містить в собі назву іншого твору як складову. Іншими словами, метатекст — це текст про інший текст. У випадку цього прикладу метатекст часто є водночас паратекстом [8, с. 51].

Гіпертекстекстуальність — це написання тексту поверх іншого, прикладом чого є гіпотекст «Улісс» авторства Джеймса Джойса, який базується на гіпертексті «Одіссея» Гомера [38, с. 15]. До цього типу зв'язків можна віднести таким чином і вільні переспіви, пародії, сіквели та переклад творів [134]. Тому, паратекст може бути одночасно і гіпотекстом у випадку його перекладу.

Отже, концепція паратексту пройшла довгий шлях народження від структуралізму та семіотики до поняття транстекстуальності, різних форм взаємодії незалежних текстів, їхнього впливу та сприйняття, врешті, до взаємодії незалежного тексту із залежними йому елементами (паратекстами), що існують для зв'язку читача з текстом у ролі порогу твору та дають інформацію про те, як варто сприймати текст, його мету та тему. Паратекст переважно письмове мовне явище, однак існує і в усному мовленні.

### **1.1.2. Типологія та функції паратекстуальних елементів тексту**

Повертаючись, власне, до явища паратексту, можемо виокремити два його типи: епітекст (елементи інкорпоровані в основний текст, наприклад, назви глав та примітки) і перітекст (елементи, що лежать поза текстом, наприклад, реклама, листи чи інтерв'ю з автором). Характер паратексту поділяється на текстовий та фактичний. Останній може виражатися іконічно (зображення, обкладинка, тощо) або у формі фактів, наприклад, стать автора роботи чи дата виходу твору [38, с.4-7].

Не дивлячись на той факт, що деякі види паратексту є інкорпорованими в основний текст, паратекст все ж завжди візуально виділяється від основного тексту. Зокрема, примітки чи коментарі в книзі можуть бути винесені в окремий розділ, що робить їх перітекстом, або вони можуть знаходитися на одній сторінці з фрагментом, що вони пояснюють. В деяких випадках, як наприклад, у деяких виданнях Біблії, видавці вирішили подати примітку між двома колонками [30, с. 295-296]. Однак,

навіть у цьому випадку його помічають астеріксом курсивом чи іншим символом, щоб виділити коментар чи примітку як елемент паратексту візуально.

При класифікації паратексту за його функцією, то можна виділити наступні згадані Ж. Женеттом види, що є базовими та покривають більшість випадків, а саме: перітекст видавця (обкладинка, шрифт тощо), ім'я автора, назва, підписи, присвяти, епіграфи, передмова, інтертитри, примітки, а також різні форми особистого (щоденники, кореспонденція) та публічного епітексту (рецензія, автокоментарі, відгуки тощо).

Функції паратексту різноманітні в залежності від його виду, однак Жерар Женетт вдало відзначив, що паратекст є посередником між читачем і текстом подібно до порогу або вестибюлю, що веде читача до тексту [38, с. 2]. А тому, мета паратексту — інформувати читача про тему, автора, мету та значення тексту, щоб сприйняти його повноцінно не впустивши важливих деталей.

До прикладу, часто мета заголовку — підсумувати текст, слугуючи епіграфом [38, с. 56]. Читач отримує інформацію від паратексту про те, що є темою тексту і чи необхідно його читати.

В цей же час, присвята має прагматичну мету продемонструвати читачеві зв'язок автора з згаданою в присвяті особою або групою осіб. Крім того, існує додаткова роль цього типу паратексту, що полягає в залученні особи, що отримала присвяту, до відповідальності за текст, оскільки така особа практично завжди є або моральним, інтелектуальним, естетичним авторитетом або джерелом натхнення та підтримки для автора тексту [38, с. 135-136].

Детальний аналіз паратексту дає змогу наголосити на визначальній ролі, яку він відіграє у процесі творення змісту та впливу на реципієнта, формуванню прагматичних зв'язків між автором та читачем або слухачем [28, с. 220-221]. Подібний вплив на читача є особливо важливим для таких дискурсів як тексти масової інформації.

За своєю природою більшість видів текстів, а також літературних творів мають завжди супроводжуватися певними паратекстуальними елементами. Зокрема, романи завжди мають назву, однак не обов'язково мають епіграф; друковані книги та

видання завжди мають обкладинку з назвою, датою друку, іменами тощо, але не завжди мають зображення. Тому, варто виділити в рамках дослідження обов'язкові, регулярні паратексти для певного виду тексту та факультативні, або необов'язкові.

Природа обов'язкових паратекстів полягає в їхній незамінній прагматично-комунікативній функції, що націлена на інформування читача та виконання ним певних дій (наприклад, назва або заголовок інформує та спонукає до прочитання). Факультативні паратексти можуть бути використані, якщо автор тексту вважає за потрібне застосувати їх з певною комунікативною метою, яка не досягається регулярними паратекстами даного виду тексту. Тобто, вибір паратекстуальних елементів частково залежить від вибору тексту, теми, спрямування, мети та інших аспектів тексту.

Розглянемо поширені паратекстуальні елементи, що трапляються у медіатекстах. Пропонується розглянути додаток А, де зібрані основні паратекстуальні елементи, що відносяться до епітексту та перітексту. Крім того, вони категоризовані за типом обов'язковості. Тобто, якщо паратекст трапляється на певній кількості сайтів (колонка 3) і є на практичній більшості статей, то вважається регулярним, інакше — факультативним. Такий поділ є важливим для розуміння особливостей паратексту редакції (регулярні) та конкретної статті (факультативні).

Певно, найбільш значущим паратекстуальним елементом медіатексту є заголовок, оскільки він є невід'ємною його частиною. Заголовок займає в структурі медіатекстів перше місце та є візуально відділеним від основного тексту за допомогою таких параграфемних засобів: розмір шрифту, товщина шрифту, відстань від основного тексту тощо. А тому, заголовок є тим, на що в першу чергу читач зверне увагу. Головною метою заголовку є привернення уваги та зацікавлення читача в матеріалі.

На думку А. Євграфової, заголовок має важливу прагматичну функцію у «передтекстовий період», коли читач знайомиться з текстом та його ідеєю, формуючи ставлення читача та прогнозування [12, с. 144].

І.М. Кочан класифікує заголовки ЗМІ на типом інформації та інформативною функцією. За першою класифікацією заголовки поділяються на змістово-фактуальні



(повідомлення про події, факти тощо), змістово-концептуальні (вираження авторського ставлення до тексту) та змістово-підтекстові (створення конотативних та асоціативних значень). Останні два типи є поширеними та виражаються рядом мовних засобів, такими як: метафори, стійкі вислови, стилістично марковані слова, антоніми, синоніми, термінна лексика [17, с. 94-95]. Застосування таких засобів утворює художні та креативні заголовки, які не тільки інформують читача, а й мають потужний прагматичний потенціал формування інтересу та певного ставлення до теми читачем.

У своїй статті І.М. Кочан підкріплює цю класифікацію прикладами з видання «Український тиждень»: «Цирк на дроті», «Росія лікується кров'ю», «Архітектор геополітичної пастки» тощо [17, с. 94]. В усіх обраних прикладах читач стикається з метафорою, ідіомою чи іншим стилістичним засобом, що створює загадку, спонукаючи читача читати далі. До того ж, прагматичний потенціал заголовку втілюється у можливості інтерпретації та, часто, відвертій негативній конотації, що спонукає читача негативно сприймати згаданих в статті осіб чи події.

За інформативною класифікацією заголовків можна виділити заголовки, що передають суть інформації, містять висновок публікації, зацікавлюють читача, інтригують його, містять сенсацію, ставлять проблему, прогнозують події, дають поради, застерігають, містять оцінку і дають характеристику подіям [17, с. 95].

Кожен заголовок містить певний рівень прагматичного впливу на читача, однак найсильнішим він видається в заголовках, які зацікавлюють читача, містять сенсацію, зацікавлюють читача, застерігають та ставлять проблему. Причиною цього є те, що реципієнт таких заголовків ніби отримує завдання знайти відповідь у тексті на питання, що виникли після прочитання самого заголовку.

Наприклад, після прочитання заголовку «Соломія Бобровська: *“Потрібно сформувати механізм контролю за гуманітарною допомогою”*» [17, с. 95] читач задумується «А чому? Що не так з гуманітарною допомогою?». Цей заголовок є доволі типовим для багатьох медіатекстів і містить у собі проблему та пораду, що викликає бажання читача поглибитись в проблему та прочитати статтю.

Передмова — це наступний елемент паратексту, який реципієнта побачить після заголовку. Українська вчена Марія Василівна Сокол в своїй статті про передмову доречно наводить цитату Квінтіліана: «передмова – інструкція чи концепція для читача, яка потрібна не лише для правильного читання, але й для розуміння світобачення автора та літератури» [29, с. 313]. Згідно з цим твердженням передмова налаштовує зв'язок автора та читача, задаючи правильну прагматичну установку.

Передмова в медіатексті є часто невід'ємною частиною, однак в медіадискурсі та серед журналістів і авторів такий елемент паратексту зветься лідом (також «вріз»). Євграфова А. О. зазначає, що поміж багатьох визначень цього терміну найближчим є реферат та анотація, що йдуть після заголовку та перед текстом [21, с. 195]. На її думку, лід має різні функції залежно від мети та бажання автора, зокрема, узагальнення, орієнтири стосовно певної події чи ситуації, стисле повідомлення тощо [21, с. 196].

Деякі вебсайти мають примітки на певній кількості статей, зокрема, сайт CNN перед основним текстом додає *“Editor's note: Photos may be deemed upsetting to readers”* [124]. Однак, примітки часто є «голосом» редакції, а тому при перекладі вони втрачаються (ігноруються або замінюються).

До інших видів паратексту відносяться рубрика, дата публікації, ім'я автора та коментарі. Кожен з цих елементів має свій прагматичний вплив на читача, однак у цьому дослідженні вони будуть проігноровані, оскільки воно стосується перекладу, а наведені елементи не є об'єктом перекладу та варіюються на різних сервісах.

Крім вербальних паратекстуальних елементів, в медіа текстах також часто можна натрапити на невербальні паратексти. До прикладу, зображення, які в ЗМІ за стандартами журналістської етики необхідно підписувати з метою проінформувати читачів про події та осіб зображених у фотоматеріалах. Крім того, що потрібно вказати важливі деталі, такі як дати, місця та імена, необхідно дати загальний опис події, наприклад, *«Джо Сміт і Фред Джонс зустрілися у п'ятницю, щоб завершити робочу угоду»* [18, с. 175-177].

Завдяки технологічному розвитку та інформатизації суспільства стає легше поширювати інформацію, а публічним людям ставати певною мірою новими медіа за допомогою соціальних мереж, де вони можуть ділитися новинами. Часто такі новини від «одноосібних ЗМІ» підхоплюють професійні ЗМІ. У такому випадку виникає потреба в прикріпленні оригіналу повідомлення від особи, що його вперше виклала в мережу. Саме тому деякі новинні сайти пропонують новий вид паратексту, твіт або інший пост із соцмережі. Цей паратекстуальний елемент виник відносно нещодавно, однак є поширеним засобом, здатним на потужний прагматичний вплив з метою верифікації повідомлення.

Як видно зі згаданого вище, паратексти різняться рівнем прагматичного впливу та функцією, тому переклад може здійснюватися як переклад залежного тексту разом з основним (епітекст) так і як незалежні тексти (перітекст). Кожен з елементів несе свою прагматичну специфіку, що повинно бути відображено перекладачами в процесі перекладу.

Отже, паратекст можна умовно поділити за рядом категорій, а саме його відношення до тексту (перітекст, епітекст), його обов'язковою наявністю по відношенню до тексту (обов'язковий, факультативний), функція (коментар, примітка, заголовок тощо), а також комунікативною метою (інформувати, підсумувати, зацікавити тощо). Кожен з функціональних видів паратексту можна також класифікувати, зокрема, заголовки, які поділяються на види за типом інформації та інформативної функції.

## **1.2. Медіатекст та медіадискурс в площині лінгвістики та перекладознавства**

### **1.2.1. Поняття та співвідношення медіатексту та медіадискурсу**

Перш ніж досліджувати паратекст в медіадискурсі, важливо зрозуміти та охарактеризувати, власне, специфіку цього дискурсу. Такий підхід дозволить чітко розуміти, які типи паратексту наявні в цьому дискурсі, яка їхня мета, та місце паратексту в цій сфері.

Медіадискурс, або інакше відомий масмедіадискурс та дискурс масової інформації, є широким терміном, що охоплює менші поняття. Медіадискурс існує в

рамках медіапростору і є системою мовленнєвої і технічної взаємодії [23, с. 4]. Важливими для цього дискурсу є не тільки його мовленнєві особливості, а канал між адресатом та адресантом, що реалізується технічними засобами.

Медіадискурс відображає комунікативно-інформаційні та політичні, економічні, культурні настрої та тенденції сучасного соціуму в медіах, інформуючи аудиторію за допомогою засобів масової інформації щодо різних сфер суспільного життя [31, с. 39-41].

Ознаками медіадискурсу є його публічність (націленість на масового адресата), групова співвіднесеність (адресант поділяє погляди групи, якій надсилається повідомлення), інформаційна всеохопленість. Крім того, медіадискурс має важливе місце в геокультурній частині світу та полемічну орієнтованість (наявність протиріч заради подальшої дискусії), інсценування і масову спрямованість (вплив на кілька груп одночасно) [14, с. 27-40].

Медіадискурс можна розділити на типи за каналами передачі інформації на дискурс преси, радіодискурс, дискурс телебачення та Інтернет-дискурс. Таку класифікацію поділяють наступні дослідники медіадискурсу: Т. ван Дейк, Т. Добросклонська, Д. Крістал, М. Желтухіна, Н. Оломська, Ю. Шевлякова [23, с. 4].

Необхідність такого поділу виправдовується фразою дослідника Г. Маклюена: «Канал і є повідомлення» (The medium is the message) [22, с.10]. Тобто, канал повідомлення часто є визначальним у своєму прагматичному впливі, оскільки спосіб та якість адресації тексту часто мають більший вплив на аудиторію ніж сам текст.

Такі види медіа як повнометражні інформаційні або новинні фільми впливають на отримувача повідомлення не тільки за допомогою тексту, а й візуальної складової. Часто баланс між ними визначається автором, стилем, епохою та тематикою тексту. Тому, повідомлення та його реалізація залежать значною мірою від каналу повідомлення та є невід'ємною його частиною [135, с. 64].

Одним з найновіших мультимедійних каналів повідомлень є Інтернет. Інтернет-видання мають свою специфіку, що притаманна лише їм. Зокрема, деякі сайти, наприклад, «Українська правда» мають функцію коментарів, до новинних текстів [32, с.209]. Ці коментарі є доповненням основного тексту, що допомагають

читачеві сформувані своє ставлення до новини, прочитати альтернативні думки та критику, а тому є одним з видів паратексту, що можливий лише в Інтернет-медіадискурсі.

Іншою рисою інтернет-медіа є індексована інформація, що є уривком з тексту. Наприклад, новинна стаття на сайті може бути представлена зображенням, заголовком та фрагментом тексту з підписом “читати далі” [107, с.6]. Такий хід має дві мети: ознайомити потенційного читача зі статтею та її змістом, не дивлячись на обмежену кількість знаків, що можуть бути відображені на екрані; заохотити прочитати статтю та створити заклик до дії.

Також варто зауважити гіпертекстуальну природу Інтернет-медіа, що дозволяє читачу сприймати текст інакше, перериваючись на посилання до інших текстів та сприймаючи інформацію з декількох перспектив [32, с.208]. Користувачі мережі Інтернет, як наслідок, мають вибір текстів, відіграючи активну роль у відборі новин і їх перегляді [18, с. 26].

Інтернет-медіа та телебачення, на відміну від традиційних медіа, відрізняються своєю виключною мультимедійністю, а саме наявністю аудіо та відеоінформації. Особливого рівня досягає інтернет-журналістика, що має можливість комбінувати текстові та мультимедійні формати, що виступають паратекстом, в межах одного тексту на інтернет-сторінці вебсайту [18, с. 202].

Поняття медіа (масмедіа) та мультимедіа не варто плутати, оскільки перше означає якість посередника передачі інформації до широкої аудиторії [126]. На противагу, мультимедіа означає елементи, що включають до письмового або усного тексту аудіо, відео, зображення тощо [18, с. 202]. Однак у сучасних ЗМІ обидва поняття сближаються через розповсюдженість цифрових засобів.

Кетрін Бачелор зазначає, що при дослідженні паратексту та тексту загалом варто виокремлювати аналогові тексти (традиційні медіа), цифровізовані (digitalised, тобто перенесені з аналогових медіа на цифрові без зміни структури та характеристик) та першопочатково цифрові (born-digital, тексти, що були створені спеціально для цифрового середовища). Необхідність такого розподілу мотивується

наявністю нових паратекстуальних зв'язків основного тексту та оточуючих елементів [34, с. 46-49].

Таким чином, новинні чи публіцистичні тексти сучасності, що були першопочатково створенні для публікації на сайті будуть мати іншу структуру (хоча і під впливом традиційних медіа), а тому матимуть додаткові, нехарактерні для друкованих новин, паратекстуальні зв'язки. Прикладом єдності понять медіа та мультимедіа є новинні сайти, що містять статтю із традиційними заголовком та передтекстом, а також відео з місця події та зображення.

Більш того, деякі інформаційні ресурси роблять акцент саме на відео-формат, тому ведуть канали на відеохостингу YouTube. Особливістю таких відео є мініатюра (англ. thumbnail), що часто має текстову інформацію та слугує візуальним способом привернути увагу аудиторії. При наведенні курсору на відео, відобразяться взяті з відео кадри, що є прикладом уривків, що за Ж. Женеттом є теж видами паратексту [137, с.6]. При перекладі відео медіа, що бажають отримати розголос даного сюжету серед іноземної аудиторії, можуть вдаватися до перекладу мініатюри.

Крім класифікації медіадискурсу за каналом, беручи до уваги факт поширеності та різноманіття сучасного медіапростору, необхідно розділяти медіадискурс за тематикою його використання. Зокрема виділяють: економічний, спортивний, політичний, освітній та науковий мас-медійний дискурс [23, с.5].

У центрі досліджень медіалінгвістики лежить медіатекст. Дослідженнями в цій царині займалися такі вчені як Теун Ван Дейк, Мартін Монтгомері, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер [6, с. 3].

Під медіатекстом розуміють текст, що трапляється в межах медіадискурсу будь-якого виду. Іншими словами, це система знаків, що є засобом здійснення мовної комунікації засобів масової інформації. Крім того, медіатекст слід розглядати як результат творчої діяльності. Медіатекст – це модель ситуації чи події, зображена через призму індивідуального сприйняття автора [33, с. 310-311].

На думку вчених Лариси Шевченко та Дмитра Сизонова, поняття медіатексту та медіадискурсу є спорідненими, але не тотожними, оскільки текст є результатом дискурсу. Відповідно, медіатекст не може існувати поза медіадискурсом і є його

складовою та наслідком. Крім того, медіатекст є гіперонімом ряду інших термінів: публіцистичний текст, журналістський текст, масовий текст, текст ЗМІ, віртуальний текст, піартекст (PR-текст), Інтернет-текст, рекламний текст, теле- та радіотекст тощо. Тобто, медіатекст не є виключно новинним текстом [31, с. 39-43].

Важливо відзначити, що тексти цього дискурсу доцільно розділяти на письмові та усні, що часто пов'язано з каналом повідомлення. Наприклад, у рамках радіодискурсу можливі лише усні медіатексти, що очевидно з огляду на технічні обмеження цього способу передачі повідомлень.

Принциповою розмежувальною особливістю медіатексту, що вирізняє його поміж текстів інших дискурсів, є його прагматична функція. Одна з класифікацій розподілу медіадискурсу передбачає дискурс «якісної преси», популярної, «жовтої преси», спеціалізованих видань в межах друкованих видів масмедіа, оскільки адресант, сприйняття тексту та прагматична установки таких текстів кардинально відрізняються [23, с. 6].

Не дивлячись на миттєву природу наповнення медіатексту, його форма є стійкою, що робить медіадискурс зрозумілим для аудиторії завдяки майже незмінним мовним засобам. Для точного опису того чи іншого медіатексту виділено систему параметрів. Такі параметри містять: Спосіб виробництва тексту (авторський – колегіальний). Форма створення (усна – писемна). Форма відтворення (усна – писемна). Канал розповсюдження (преса, радіо, телебачення, Інтернет). Функціонально-жанровий тип тексту (новини, коментар, публіцистика (features), реклама). Тематична домінанта або приналежність до того чи іншого стійкого медіатопіку регулярно відтворюваних тем. Жанри текстів в залежності від їх композиційно-структурних особливостей:

- 1) оперативно-новинні – замітка в усіх її різновидах;
- 2) оперативно-дослідні – інтерв'ю, репортажі, звіти;
- 3) дослідницько-новинні – кореспонденція, коментар (колонка), рецензія;
- 4) дослідницькі – стаття, лист, огляд;
- 5) дослідницько-образні (художньо-публіцистичні) – нарис, есе, фейлетон, памфлет [7, с. 235].

На відміну від творів художньої літератури, тексти медіа відображають зміни реальності, а тому і мовні зміни набагато швидше. Мова текстів масової інформації вирізняється особливим інформаційно-насиченим стилем [7, с.234]. Важливою рисою сучасного медіадискурсу є наявність макротексту, що містить вербальні, акустичні та візуальні повідомлення [33, с. 56].

Визначний дослідник медіадискурсу Алан Белл в своїх роботах зазначає, що «визначення тексту в ЗМІ виходить за рамки традиційного погляду на текст як на послідовність слів, надрукованих або написаних на папері. Поняття тексту ЗМІ набагато ширше: воно включає голосові якості, музику і звукові ефекти, візуальні образи, медіатексти фактично відображають технології, використовувані для їх виробництва та розповсюдження» [35, с. 3].

Взаємодія вербальних та графічних компонентів таких як тип і розмір шрифту, наявність ілюстрацій, використання кольору, якість паперу, розташування матеріалів на смузі утворюють паратекстуально-макротекстуальний синкретиз, притаманний сучасним текстам медіадискурсу [27, с. 57].

З поміж інших дискурсів тексти медіа виділяються наявністю аксіологічної оцінки, що умовно розміщує описані явища тексту на шкалу «добре-погано» та «цінність-антицінність». Аксіологічна оцінка виражається за допомогою лексичних, граматико-категоріальних і виразно-стилістичних мовних засобів [27, с. 58]. Тому, мова медіадискурсу, включно з паратекстом, має свою мовну специфіку, що становить складність при перекладі.

Характерним для медіатексту є повідомлення про явища дійсності, що подаються як результат осмислення цієї дійсності крізь призму свідомості автора тексту. Таким чином, інформаційно-новинні тексти створюють у свідомості вже структурований, упорядкований, тематично організований когнітивний аналог дійсності [4, с. 640].

Засобами аксіологічної оцінки є стилістичні, тропеїчні та аранжувальні прийоми, номінативні речення з експліцитним та імпліцитним оцінним значенням та лексичні одиниці з оцінним значенням. Тексти друкованих і мережевих новин включають такі категорії, як Короткий Зміст та Основний Зміст. Короткий Зміст



складається з Заголовка та Ліда (від англ. lead) або Вводки, Основний Зміст з Головної події, Фон у і Коментаря. Короткий зміст має функцію привернення уваги, коли основний зміст виконую інформативну та оцінювальну функцію [27, с. 58].

Використання мовних засобів у медіатексті відрізняється від повсякденної мови та мови інших дискурсів. Функціонуванню англійської мови в засобах масової інформації приділяли такі дослідники як Теун Ван Дейк, М[артін Монтгомері, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роджер Фаулер та інші [6, с. 3].

На думку Теуна Ван Дейка дискур медіа в англійській мові характерний з точки зору вживання мови стилістикою (формальний стиль, безособовість, що виключає можливість використання слів “I” та “You”, рідкість вживання розмовних елементів лише у прямій мові, кліше, тощо), складним синтаксисом, прагматично насиченою лексикою, що базується на певній ідеології [36, с. 74-81].

Мова ЗМІ є часто багатою на стилістичні засоби, зокрема на метафори, епітети, гіперболи, евфемізми, антономазія/метонімія, апозіопезиси, ідіоми, антитези, оксюморон, анонімна побудова речення та іноді сленг [1, с. 60]. Особливо це помітно в заголовках відомих медіа.

Грицай І. С. відзначає, що мова українських ЗМІ послуговується публіцистичним стилем, що має тенденцію до стандарту та експресивності, а найголовнішою функцією є інформативна. У цьому стилі трапляються лексичні одиниці з різних галузей та розмовної мови, поширеними є оцінна лексика (прикметники), численними є мовні кліше та шаблони. Синтаксична інверсія речення допомагає висунути на перший план важливу інформацію, нерідко речення бувають еліптичними або побудовані у формі риторичного питання [10, с. 1-4].

Усі ці мовні та стилістичні аспекти варто враховувати при перекладі. Оскільки крім мовних особливостей медіадискурсу існують відмінності у форматі новинної служби, що може залежати від бажань редакції чи формату мовлення.

Отже, медіадискурс є багатограним, центром цього дискурсу є медіатексти, які відносяться до різних стилів, однак мають єдину мету інформування та впливу, а паратекст відіграє в цьому ключову роль. Перекладач, що має справу з медіатекстами повинен мати глибокі знання обох мов, щоб бути в змозі перекладати сталі вирази,

фразеологізми та мовні кліше, бути обізнаним в лінгвістичних особливостях англійської та української мов, а також бути наближеним до журналістики. В ідеальному випадку перекладач повинен мати журналістську та філологічну освіту для перекладу, щоб вдало оминати та вирішувати всі можливі перекладацькі проблеми цього дискурсу, що стосуються мовних особливостей чи специфіки цього дискурсу.

### **1.2.2. Прагматичний потенціал елементів паратексту в медіа як проблема перекладу**

Відповідно до класичного лінгвістичного визначення, прагматика тексту у перекладознавстві — це відношення між висловлюванням та учасниками комунікації, чинниками якого є зв'язок значення мовних одиниць і позамовної дійсності, експліцитний контекст та комунікативна настанова. Щоб реалізувати бажаний вплив на реципієнта, мовець також підбирає конкретні мовні засоби, що робить важливим характер знаків повідомлення [11, с. 97-98].

За іншим визначенням, прагматика — це тематизація використання мови або інтерпретація знаків водночас з із суб'єктом цієї інтерпретації [127].

Так, прагматика може стосуватися не лише мовних одиниць, а й символів та умовних позначень, що є частими елементами паратексту, зокрема, уточнення від редакції, що є скороченнями, або інші умовні позначення. До того ж, між суб'єктом інтерпретації та користувачем є зв'язок, що, в свою чергу, ставить цю концепцію в одну площину з паратекстом, що, як вище зазначалось, є коридором до тексту, який допомагає реципієнту зорієнтуватися та визначити своє ставлення до повідомлення. Тому, прагматичний є одним з важливих аспектів паратексту в процесі перекладу.

У площині перекладу головною проблемою відтворення прагматики є невідповідність прагматичного потенціалу тексту оригіналу та перекладу, що частково полягає у відмінності мов, але значною мірою викликана відмінністю культур. Аби досягти прагматичної адекватності тексту перекладу, перекладач повинен підібрати мовні засоби, що встановлять правильне прагматичне відношення реципієнта перекладу до повідомлення. Часто перекладачі вимушені вдаватися до прийому прагматичної адаптації, що полягає в застосуванні різного роду

трансформацій при перекладі для збереження правильних прагматичних відношень та вилучення міжмовних невідповідностей [11, с. 98].

Оскільки перекладач вимушений втручатися в текст та застосовувати різного роду адаптації, варто зауважити, що автор тексту та перекладач є представниками різних культур, носіями різних мов, що мають різний індивідуальний життєвий досвід та вміння і знання, тому будь-які націлені на роз'яснення новій аудиторії матеріали можуть бути адаптовані помилково чи не точно. Відтак, перекладач вимушений мати глибокі фонові знання та розуміння культурного контексту задля розробки індивідуальної стратегії якісного вирішення проблеми прагматичної невідповідності та прагматичної адаптації методами прагматично-зумовлених граматичних та лексичних трансформацій [11, с. 98-99].

Важливим для розуміння специфіки перекладу фактом є те, що зазначені англо-українські та українсько-англійські переклади не є рівнозначними у відношенні редакцій. Мається на увазі, що англійські оригінали пишуться світовими ЗМІ та перекладаються українцями для україномовних локальних ресурсів. У той же час, українські тексти рідко публікуються англійською мовою на інших ресурсах, окрім як тих, де вони були написані. Тобто, автори є часто перекладачами у випадку українсько-англійського перекладу з огляду на малу розповсюдженість української мови у порівнянні з англійською. Саме цей факт впливає на точність передачі прагматичної складової: перекладачі з української, як очікується, рідко мають здогадуватися про наміри автора, що зашифровані у паратексті.

При перекладі важливою складовою збереження прагматичного впливу медіадискурсу є категорії адресованості та адресату. Ці дискурсивні категорії реалізуються в стараннях автора тексту (автора оригіналу чи перекладача) досягти мовленнєвими тактиками активації аксіологічної чутливості адресати та сприйняття повідомлення [19, с. 107].

Кожен жанр має свою концепцію адресата різного характеру, різного ступеня близькості до автора, конкретності та усвідомлення автором. Фактично, адресат — це друга особа комунікації, реципієнт повідомлення, що має певну характеристику.

Внаслідок цього перекладач повинен формувати свій комунікативний намір повідомлення, узгоджуючи з адресатом [19, с. 105-106].

Адресованість є категорією, що описує важливу дискурсивну характеристику тексту — направленість на адресата. У межах медіадискурсу адресатом є аудиторія медіаресурсу, про яку збирається інформація за допомогою опитувань, а також ряду сучасних рекламних та маркетингових інструментів, що дозволяють дізнатися про діяльність читачів у мережі Інтернет.

Подібні аналізи аудиторії дозволяють медіаресурсам чітко розуміти відсоткове співвідношення між чоловічою та жіночою аудиторією, її віковий склад, розташування в межах країни тощо. Така чітка характеристика постійно оновлюється та дозволяє редакції та перекладачам чітко розуміти інтереси, потреби та підходи до комунікації, що буде зрозумілою. Наприклад, новинний сайт з аудиторією 40+ не так часто цікавиться новинами в області технологій та моди, а тому не варто витратити значний ресурс на переклад таких статей, а лексичний склад не варто урізноманітнювати англіцизмами та неологізмами.

Відповідно до твердження А. Нойберта, щоб бути текстом, текст повинен мати ряд характеристик таких, як кооперативність, ситуативність, інформативність, когерентність, зв'язність, відповідність певному типу текстів [43]. Іншими словами, крім об'єктивної синтаксичної та морфологічної правильності тексту, перекладач повинен зберігати відповідність типу тексту, тобто проаналізувати особливості певного тексту та стилю певної культури та перекодувати в еквівалентний стиль та тип тексту іншої культури іншими мовними засобами. Тобто, існує також складність переформатування стилю однієї мови на стиль іншої мови.

На жаль, нерідко медіатексти використовуються недоброчесними журналістами задля досягнення певної політичної чи іншої мети. Одним із актуальних видів використання прагматичного потенціалу паратекстуальних елементів є маніпуляція у ЗМІ. М. Лібіцкі відносить маніпуляції в засобах масової інформації до методів ведення інформаційної війни. Дослідник зазначає, що наявність мікротрансляцій дають змогу аудиторії аналізувати та фільтрувати повідомлення медіадискурсу [136, с. 37-38].

Маніпуляцією свідомістю називають дії комуніканта, направлені на зміну психологічних установок, ціннісних орієнтацій, поведінки індивідів і цілих аудиторій незалежно від їх бажання. Метою маніпуляції є контроль над аудиторією. Засобами маніпуляції є цілеспрямоване спотворення інформації (замовчування, селекція, «перекручування») [15, с. 167].

Отже, відповідно до визначення, маніпуляція практично повністю збігається з поняттям прагматичного впливу, однак є його радикальною формою, що послуговується радше неетичними засобами, що мають справу переважно з фактами, на противагу іншим засобам прагматичного впливу, що діють переважно за допомогою лінгвістичних засобів (лексичні, морфологічні, синтаксичні, стилістичні, риторичні тощо).

Додатково до лексичних засобів засобом маніпуляції є також структурні особливості тексту. Біляк І.В. відзначає, що засобом маніпулятивного впливу на читача є передусім структурні відхилення від класичної композиції тексту новин, а саме структурні трансформації або введення до структури новинного тексту факультативних компонентів. Серед таких відхилень є розміщення структурних елементів (наприклад, вступ), трансформація структурних елементів, використання стилістичних фігур, використання моделі «піраміди» (на початку подається стислий зміст, який розкривають заголовок і вступ, далі подаються головні події, фон, і наприкінці – найменш важливі елементи – контекст, історія та вербальні реакції або коментар) [5, с. 221-225].

У перекладі подібного роду маніпуляція може бути пов'язана із зіткненням політичних інтересів. Зокрема, угорський дослідник-перекладознавець Матіаш Банхеді визначає три можливі способи перекладу текстів новин, а саме: об'єктивний, конструктивний та суб'єктивний. Відповідно до назв, перший тип перекладу вирізняється відсутністю впливу та змін з боку перекладача, тобто текст залишає свої конотації, спрямування та прагматичний вплив. Конструктивний тип характерний свободою форми, де перекладач здатний вживати заміни та трансформації, однак без змін змісту. У той же час, суб'єктивний переклад міняє

оригінал суттєво, додаючи або прибираючи фрагменти, що відображається і на загальному сприйнятті описаних подій [133].

На основі цих теоретичних уявлень українські вчені Моркотун С.Б, Вигівський В.Л. та Башманівський О.Л. провели дослідження та аналіз англо-російського перекладу медіа-текстів та виявили ряд статей російських медіа, де перекладачі навмисно застосовували зміни форми та змісту повідомлення для реалізації маніпулятивного впливу на реципієнта через суб'єктивний тип перекладу новин [24, с. 67-68]. Головним чином, дослідження стосувалося, власне, тексту, однак можна припустити, що така ж зміна конотації з негативної на нейтральну або навпаки є можливою в рамках паратекстуальних елементів за допомогою тих же засобів.

Отже, паратекстальні елементи в медіатексті є засобами прагматичного впливу (твіт, зображення тощо) або аспектом тексту, що концентрує як інформацію, так і прагматичний вплив (заголовок, передмова). Тобто, існує нерозривний зв'язок між паратекстом як прямим посередником між реципієнтом і текстом, та прагматикою тексту як прямим посередником між автором і реципієнтом. Ці зв'язки реалізуються рядом засобів, що можуть мати лінгвістичний чи паралінгвістичний характер. Направленість цього впливу не є специфічною, тобто, автор тексту оригіналу та автор тексту перекладу (перекладач) обирають принципи висвітлення інформації (конструктивний чи маніпулятивний), відповідно до свого етичного світогляду та професійного кодексу. Перекладачі часто вимушені вдаватися до прагматичної адаптації при зміні аудиторії, оскільки прагматика тексту реалізовується його направленістю на конкретну категорію людей, для яких призначено текст.

### **1.2.3. Стилістичні особливості медіатексту**

Тісно пов'язаною з прагматикою тексту є стилістика, оскільки обидві дисципліни вивчають один і той самий об'єкт з різних ракурсів. Стилістика є текстоцентричним розділом мовознавства, що вивчає систему стилістичних засобів мови. На противагу, прагматика є антропоцентричною та вивчає взаємовплив мови

та людини у конкретній мовленнєвій ситуації, де мовець є в центрі дослідження, а не сама мова [3, с. 8-10].

Оскільки об'єктом дипломної роботи є прагматичний аспект паратексту, що часто виражається стилістичними засобами, методологічно правильним є рішення вдатися до прагмастилістичного методу, що має той же об'єкт, що і стилістика (мовні одиниці), але послуговується антропоцентризмом. Відповідно, перед дослідженням прагматики паратексту та її стилістичного аспекту, варто виділити суто мовні положення стосовно стилістики та охарактеризувати стилістичні прийоми та їх формальною структурою задля подальшого дослідження їх прагматичного впливу.

Типовим для медіадискурсу та його паратекстуальних елементів є вживання низки стилістичних засобів. Деякі з них є доволі поширеними у новинних та інформаційних текстах, тоді як інші можуть траплятися тільки в авторських публіцистичних есеях журналістів, що публікують власну думку на новинному вебсайті.

Розглянемо, слідом за Єфімовим Л.П. та Ясінецькою О.А., поширені стилістичні прийоми, щоб окреслити межі дослідження стилістичного аспекту паратекстуальних елементів, а також попередньо оцінити можливість та доречність застосування цих прийомів в контексті медіадискурсу.

Серед лексико-семантичних стилістичних засобів виділяють фігури кількості, якості та контрасту. Серед фігур якості доволі поширеною (особливо в публіцистиці) є метонімія, що переносить ім'я одного об'єкта на інший за принципом близькості та зв'язку двох об'єктів. Видами метонімії є синекдоха (заміна назви всього об'єкта іменем його частини), евфемізм (заміна або перефразування неприємного та небажаного слова чи фрази), та перифраз (заміна назви об'єкта описом його якості) [13, с. 48-53].

Перший та другий типи є поширеними у медіадискурсі. Наприклад, типовим і традиційним для українських медіа є називати офіс президента Банковою (синекдоха), оскільки на цій вулиці знаходиться будівля офісу, а у повідомленнях про смерть відомих осіб вживають такі фрази як «відійти у кращий світ». Тим не менш, на перифраз також можна натрапити, хоча він є не настільки характерним для

медіадискурсу, скільки публіцистичному стилю взагалі, зокрема, вживання фрази «чорне золото» замість «нафта» теоретично може зустрітися.

Метафора, як і метонімія, є фігурою якості, що переносить ім'я одного об'єкта на інший, однак різниця полягає в принципі цього переносу імені. Як зазначалося раніше, принцип переносу імені об'єкта полягає в їхньому прямому зв'язку, коли метафора переносить назви схожих за певною характеристикою об'єктів [13, с. 54-56].

На думку перекладознавця Пітера Ньюмарка метафора є комбінацією образу (певного зображення, що викликається метафорою) та об'єкту (слова, що описується метафорою), що пересікаючись утворюють додаткове значення, яке може бути конотативним або денотативним, позитивним або негативним. Образ, що накладається в різних мовах на об'єкт не повинні обов'язково збігатися. Невідповідність двох образів, або символів, в різних мовах пов'язано з культурною різницею, яку перекладач має усвідомлювати для якісного та природного перекладу [44, с. 104-106].

Наприклад, поширеною в англійській мові є ідіома “to wear one’s heart on one’s sleeve”, що базується на метафорі. Мається на увазі, що людина, про яку сказано це висловлювання є відкритою та часто виражає свої емоції. Жодного прямого зв'язку між серцем і емоціями не існує, однак є схожість, що допускає порівняння — серце є внутрішнім органом, а тому поширеним є перенос назви «серце» на внутрішні переживання та емоції, що зафіксувалося в мовах та стало символом. Подібні метафори є поширеними в розмовній мові, а також в багатьох функціональних стилях української мови також.

Якість певного об'єкту підкреслюється епітетом. Епітет — це означення, що прикрашає певний іменник суб'єктивно та метафорично, даючи оціночне судження (що відрізняє епітети від звичайного означення) [13, с. 57-59]. У фразі «золота осінь» означення «золота» є типовим епітетом, що метафорично описує іменник за допомогою переносу золотого кольору осіннього листя до назви пори року.

Антономазія є видом метафори, що базується на принципі ідентифікації людей з іншими людьми, тваринами, явищами або об'єктами. Часто антономазія несе



негативний характер при використанні з іменами багатьох історичних осіб. Деякі твори світової літератури написані із застосуванням прийому антономазії протягом всього твору та мають назву алегорія [13, с. 59-60].

Останнім типом метафори є персоніфікація, суть якої полягає в описі неживих об'єктів та подій як людської поведінки. Тобто, застосовуються мовні одиниці, що позначають поведінку, думки, дії людини, тим самим надаючи якості особистості предметам [13, с. 60]. Наприклад, «прийшла зима» є типовим застосуванням персоніфікації.

Переклад метафор залежить від типу тексту. У інформативних текстах метафори не мають окремої важливої функції, а тому не становлять перекладацької проблеми, оскільки часто є лексикалізованими, а їхній переклад фіксований в словниках, або ж метафору можна замінити неекспресивною одиницею. На противагу цьому, експресивні тексти потребують перекладу в зв'язку з їхньою прагматичною та інформативною функцією [44, с. 56].

Варто відмітити, що підхід Ньюмарка до перекладу метафор відповідно до типу тексту не обмежується лише метафорами і може бути застосованим до інших стилістичних засобів. Умовний поділ текстів на інформативні та експресивні дозволяє загалом розуміти перекладачу мету перекладу, як наслідок, орієнтири в перекладі, які дають зрозуміти чи варто старатися зберегти всі деталі тексту, чи зберегти настрій, тон та прагматичний вплив повідомлення.

Крім того, раніше описана класифікація заголовків за типом інформації, що була запропонована І. М. Кочан, є дещо пов'язаною за принципом з поділом текстів Ньюмарка. Якщо абстрагуватися від типу повідомлення (текст та заголовок), які згадуються у поясненні обох класифікацій, можна зробити висновок, що кожна з них стосується поділу повідомлення на інформацію про факти та експресивну інформацію. Класифікація Кочан має також змішаний тип. Отже, можна зробити висновок, що, вірогідно, при перекладі метафор та інших стилістичних засобів у заголовках будуть діяти описані Ньюмарком принципи.

Іншим аспектом перекладу метафор за Ньюмарком є їхній поділ на шість типів. Серед них: стерті (мертві) метафори (метафори, що втратили образність та

використовуються загальномовно для передачі денотативного значення), кліше (метафори, що стали загальноживаними фразеологізмами, які мають конотацію, однак не є експресивними), стандартні метафори (поширені метафори, які ще не стали кліше чи мертвими через занадто часте використання), нові метафори (поширені метафори, що виникли нещодавно) та оригінальні метафори (запропоновані автором) [44, с. 106-113].

Відповідно до типу метафори Ньюмарк пропонує спосіб перекладу. Зокрема, вчений пропонує перекладати мертві метафори їхніми еквівалентами, незважаючи на їхню образність [44, с. 106-107]. Пропонуємо приклад неадекватного перекладу кулінарного тексту з медіаресурсу, де мертва метафора перекладається буквально, *«зубчики часнику»* — *“garlic teeth”*.

При перекладі клішованих метафор виникає необхідність зберігати образність та передавати метафору метафорою лише для авторських текстів таких, як політичні промови, за якими стоїть конкретна публічна особа. У випадку «анонімного тексту» або ситуації, коли не вдається знайти відповідник, варто відмовитися від перекладу метафори, зберігаючи її образність [44, с. 107-108].

Переклад стандартних метафор є доволі частим, однак перекладачі нерідко стикаються з перекладацькими проблемами. Зокрема, П. Ньюмарк зазначає, що необхідно перекладати такі метафори образно, тобто зберігаючи метафору у мові перекладу. Еквівалент метафори може складатися з інших символів. Наприклад, *«вбити двох зайців одним пострілом»* та *“to kill two birds with one stone”*. Однак, нерідко при перекладі змінюється тон повідомлення, що можна вирішити трансформацією компенсації [44, с. 108-109].

Нові метафори за необхідності варто пояснювати або ж уникати їхнє збереження в тексті перекладу. Оригінальні ж метафори, на противагу іншим типам, слід перекладати буквально, незалежно від того, чи вони універсальні за своєю символічністю, культурні чи суб'єктивні. Причиною такого підходу П. Ньюмарк називає необхідність збереження особистості автора та його креативності в тексті. Будь-які адаптації оригінальних метафор з високою вірогідністю призводять до втрати сенсу, закладеного автором тексту [44, с. 109-113].

Інший стилістичний засіб, іронія, є фігурою якості, яка виділяється тим, що мовець навмисно та відкрито порушує базовий принцип чесності мовлення. Таким чином, сказане повинно сприйматися навпаки. Цей прийом існує в певному контексті, що допомагає його відрізнити від брехні, оскільки мовець не намагається запевнити співрозмовників, а тільки підкреслює певну якість тим, що використовує антонім [13, с. 61]. Зокрема, замість слова “bad” вживається “good”, аби вказати на такі негативні почуття мовця як роздратування, невдоволення, засмучення тощо.

Серед експресивних засобів виразності якості виділяють гіперболу, мейозис, та літоту. Гіпербола виражається будь-якою номінативною частиною мови, що навмисно має певну перебільшену якість. Вона може реалізовуватися числівниками, що перебільшують кількість, займенниками «все», «всі», «кожен», прислівниками «завжди» тощо.

Протилежним засобом до гіперболи є мейозис, що полягає в навмисному применшенні якості тими ж засобами. Одним з окремих варіантів мейозису є літота. У своїй сутності літота є применшенням певної якості, однак за допомогою протиставлення антонімічної одиниці. Наприклад, щоб применшити якість «гарний», береться антонім «поганий» та протиставляється часткою «не», що в результаті дає слово «непоганий». Теоретично, семантичне значення не змінилося, однак стилістично це слово має применшену якість [13, с. 47-48].

Застосування літоти, на відміну від типового мейозису та гіперболи, не додає зайвої експресії та не плутає потенційних реципієнтів медіатексту, як наслідок, є доречним та очікуваним в медіадискурсі завдяки своїй обережній природі.

Останньою групою лексико-семантичних стилістичних прийомів є прийоми протиставлення. Ці засоби є доволі експресивними та мають сильний прагматичний вплив, що примушує реципієнта робити вибір свідомо чи несвідомо на користь одного з протиставлених понять (у випадку наявності можливості вибору).

Серед таких засобів є оксюморон, парадокс, антитезис, градація та зевгма. Оксюморон є комбінацією мовних одиниць, що не можуть бути комбіновані семантично через їхню протилежність. Наприклад, «живий мрець» є типовим оксюмороном. Мовні одиниці, що утворюють оксюморон можуть варіюватися

(прислівник + дієслово, прикметник + іменник тощо). Комунікативна функція цього прийому підкреслює складну та неоднозначну природу описаного об'єкта чи явища, що примушує реципієнта задуматися та розібратися в ній [13, с. 67-68].

Антитеза є подібною фігурою, однак відрізняється від оксюмору структурно. Оксюморон є фразою, а антитеза є семантичним протиставленням двох окремих структур. Наприклад, живий та мрець є антитезою (на противагу оксюмору «живий мрець»). Антитеза є ситуацією конфронтації двох явищ чи об'єктів, що, в порівнянні з оксюмороном, є доволі типовою і не настільки художньо–експресивною через його парадоксальність та алогічність [13, с. 68-69].

Парадокс — стилістичний засіб, що суперечить сам собі, однак містить правду. Цей прийом є доволі поетичним та рідкісним в розмовній мові та будь-яких функціональних стилях крім художнього. Яскравим прикладом парадоксу є ідіома англійської мови, що походить з творчості поета-романтика Вільяма Вордсворта, "*Child is father of the man*" [13, с. 68]. Ця фраза містить очевидну логічну помилку при її буквальному сприйнятті, оскільки дитина не може бути батьком з огляду на молодий вік. Внаслідок цього, ця фігура застосовується у комбінації з метафорою та є рідкісною в медіадискурсі.

Гра слів теоретично може траплятися в паратекстуальних елементах медіадискурсу у випадку, якщо це авторське есе, опубліковане на новинному сайті. Така обмеженість у використанні цієї фігури полягає в її гумористичній природі. Гра слів базується на полісемії та омонімії слів, що викликає жартівливий ефект [13, с. 71-72].

Серед синтаксичних стилістичних прийомів виділяємо такі, що розширюють структуру речення, скорочують структуру речення, та такі, що змінюють стандартний порядок слів [13, с.73]. Розглянемо стилістичні засоби, які є найбільш характерними для паратекстуальних елементів.

Еліпсис — частотна стилістична фігура в обох мовах, яка дозволяє вилучити певні фрагменти речення, зберігаючи його зміст. Еліпсис надає висловлюванню просте, живе звучання. Еліпсис часто вживається в заголовках статей, оскільки вони мають бути короткими та місткими [13, с.73-74].

Номінативне речення — тип односкладного іменного речення, що складається з одного іменника в називному відмінку. Цей тип речення можна розглядати як еліптичну конструкцію, де незначущі але важливі граматичні елементи було вилучено [13, с.74-75]. Наприклад, речення "*Зараз іде дощ*" може бути виражено номінативним реченням "Дощ", зберігаючи прагматичне значення. Цей стилістичний засіб застосовується для зменшення обсягу повідомлення, але зберігання акценту на одному слові.

Асиндетон — це засіб скорочення, який протилежний полісиндетону. Він полягає у відсутності сполучників у послідовності однорідних членів речення для акцентування незамкненості ряду. Цей прийом не ставить сильний акцент на кожному елементі, допомагає зменшити обсяг висловлювання та виключає зайві слова. Якщо перед останнім членом речення використати сполучник у послідовності з асиндетоном, то ця послідовність стане замкненою [13, с.76].

Апосіопеза — ще одна еліптична структура, яка включає навмисне переривання речення, залишаючи його незавершеним. Реципієнт висловлювання повинен додумати незавершену частину. Апосіопеза може надати тексту та контексту різні мотиви [13, с.75].

Парцеляція — стилістичний прийом, коли слова або фрази відділяються від головного речення. Цей прийом додає відділеним членам емотивності, експресивності та логічного акценту. Ця фігура допомагає зберегти зрозумілість та акцентувати певний аспект повідомлення. Будучи поширеним в художній літературі, публіцистиці та в розмовній мові, цей прийом важко знайти серед паратекстуальних елементів медіатексту [13, с.76-77].

Такий стилістичний прийом як повтор полягає у повторенні певної синтаксичної структури або одного слова в рамках речення. Повторювані мовні одиниці можуть з'являтися не обов'язково в одному реченні, але їх місцезнаходження повинно бути достатньо близьким, щоб вони виявлялися помітними. Повтор дозволяє підкреслити певні слова або фрази, які повторюються, і виразити емоційний стан мовця [13, с.77-78].

Також варто відзначити перелічування, яке сприяє акцентуванню певної ідеї, що розвивається через послідовне додавання нових однорідних членів речення. Це допомагає докладніше описати тему з різних боків та створити враження переліку [13, с.78-79].

Паралелізм, інший засіб розширення синтаксичної структури речення, допомагає побудувати речення з аналогічними синтаксичними структурами, які мають різні семантичні значення. Це дозволяє підкреслити словосполучення, що повторюється, і надати йому нові відтінки завдяки різним контекстам, в яких воно використовується. Наприклад, у складносурядному реченні з двох або трьох сурядних частин можна використовувати один і той самий підмет в кожній частині, але з різними присудками. Це допомагає підкреслити важливість та роль підмета, який повторюється у різних значеннях, роблячи речення виразним та легко запам'ятовуваним [13, с.80-81].

Полісиндетон — це навмисне використання багатьох сполучників у послідовності слів для наголошування їхньої важливості та підсилення емоцій мовця [13, с.80].

Тавтологія є ще один стилістичний засіб, що подібний повтору та перелічуванню за структурою, однак відрізняється ненавмисністю та мимовольністю. Тобто, тавтологія — це повторення однакових чи подібних за значенням слів та фраз, що в мовленні є часто випадковим, а в художній літературі вживається з метою передати специфіку мовлення деяких осіб, яким притаманне нелогічне чи помилкове мовлення з ряду причин (охоплення емоціями страху чи радості, алкогольне сп'яніння тощо) [13, с. 79-80]. Отже, застосування цього прийому є вкрай обмеженим, а тому рідкісним в медіатекстах та в їхніх паратекстуальних елементах.

Інверсія — це стилістичний прийом, коли порядок слів у реченні змінюється для виділення певної мовної одиниці та надання їй експресивності. Відмінності у морфології та синтаксисі мов визначають спосіб використання інверсії для стилістичного виразу [13, с.81-82].

Поміж основних засобів експресивного синтаксису існують такі, які є синтаксично нейтральними, тобто стандартними та нормативними, але завдяки специфіці їхнього використання набувають експресивного відтінку. Один із таких засобів — риторичне запитання, що фактично є стандартним, нормативним та стилістично нейтральним реченням, але в контексті не вимагає відповіді, отже, за своєю прагматикою не є питанням. Цей прийом досить часто використовується у заголовках статей, бо запитання за своєю природою привертають увагу отримувача повідомлення, а також речення в формі питання з позитивним висловлюванням є виразнішим [13, с. 13].

Крім літературних тропів важливим аспектом стилістики медіатексту є фразеологія. Наявність ідіоматичних виразів дозволяє виражати різні підтексти, що, як і метафори, мають походження з різних сфер життя та містять різного роду образи та символи. Переклад ідіоматичних виразів завжди становив складність для перекладачів, оскільки ці одиниці мови мають національно-культурну специфіку.

Загалом, виділяються такі типи перекладу фразеологічних одиниць як еквівалент, аналог (в термінах Р. Зорівчак, повний і неповний аналог) фразеологічна перифраза (описовий переклад) та фразеологічне калькування [16].

Отже, одним із основних засобів прагматичного впливу, до якого вдаються автори медіатекстів, є стилістичні прийоми, що поділяються на синтаксичні та лексичні. Окремо або в комбінації вони додають художності та інтересу сухому інформативному тексту та виділяють заголовки, привертаючи увагу читачів до паратекстуальних елементів. Деякі з них, такі як метафора, метонімія та літота закріпилися в мовах як фразеологізми, у той час, як інші стилістичні прийоми є більш характерними для художньої літератури, що унеможлиблює їхнє застосування в медіатекстах. Переклад стилістичних засобів визначається типом цих засобів (що особливо стосується метафори як надживаного стилістичного прийому), типом тексту та інформаційними функціями, які ці стилістичні засоби виконують у тексті чи паратексті.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПАРАТЕКСТУ

#### 2.1. Принципи та критерії відбору матеріалу дослідження

Проведене дослідження є різноплановим та включає декілька теоретичних рівнів, а також декілька рівнів прикладного аналізу перекладів. Зокрема, це дослідження послуговується лінгвістичним та перекладознавчим терміном «прагматика» у визначенні Альбрехта Нойберта. Також важливим терміном цієї роботи, що, водночас є визначенням об'єкта дослідження, є лінгвістичний та мовознавчий термін «паратекст», введений Жераром Женеттом під впливом літературознавців попередників. Теоретична складова роботи, що пов'язана з медіадискурсом, базується на науковому доробку мовознавця Ван Дейка.

Крім того, важливим принципом дослідження є принцип антропоцентризму, що полягає у значущості ролі та особи перекладача. Переклад медіатексту та медіадискурсу загалом є процесом креативним, відповідно, категорія креативності у перекладі набуває великого значення. О. Ребрій визначає креативність як «здатність людини до здійснення творчих дій» [25, с. 8]. Науковець зазначає, що часто перекладацька творчість реалізовується, коли в тексті трапляються труднощі [25, с. 8].

На відміну від технічного чи юридичного перекладу, тексти медіадискурсу відносяться до публіцистичного стилю, що має художню складову та стилістичну емотивну забарвленість разом з багатою термінологією. Внаслідок цього, перекладач не просто виконує монотонну роботу по перетворенню термінологічних одиниць з однієї мовної системи на іншу подібно до машини, а бере активну участь у творчому процесі міжкультурного обміну. Саме тому, наше дослідження виконане з позицій антропоцентричного підходу, який передбачає ключову роль особистості перекладача під час рішення щодо вибору прийомів перекладу.

Об'єкт дослідження аналізується з точки зору прагматики та прагматичного впливу, що є ще однією з причин послуговуватися саме антропоцентричним



принципом через визначення прагматики, що протиставляється лінгвоцентричному підходу.

Антропоцентричний методологічний принцип співіснує з лінгвоцентричним принципом. Останній є історично первинним та визначає об'єктом дослідження текст та мову як систему. Зі зміною парадигм науки дослідники все частіше стали звертатися до нового об'єкту лінгвістики — мовця та мовлення, досліджуючи комунікативні дії, дискурс та когнітивний стан комуніканта [3, с. 6-8].

Такий підхід дозволяє розглянути та дослідити певні аспекти мовлення в конкретних ситуаціях, припускаючи можливість змін у часі (на відміну від відносно фіксованої мови), а також урахувати фактори адресанта та адресата повідомлення. Лінгвоцентричний підхід все ще є актуальним у деяких сферах дослідження в силу необхідності формального опису мовних одиниць. Це дослідження комбінує лінгвоцентричні та антропоцентричні підходи залежно від завдання. Наприклад, при згадці деяких суто лінгвістичних трансформацій, що не залежать від прагматичного аспекту, опису стилістичних прийомів, що необхідно для повноти картини дослідження, однак основним принципом дослідження прагматичної складової паратексту є антропоцентричний принцип.

Одним із окреслених завдань дипломної роботи є визначення стратегій перекладу, що застосовуються при перекладі паратексту в медіа. Відповідно, вважаємо за необхідне дати точне визначення слову стратегія для уникнення термінологічних неточностей, пов'язаних з багатозначністю цього слова у перекладознавстві. Було використано визначення перекладознавця Г. Крінгза; «Стратегія – потенційно свідомі плани перекладача щодо вирішення конкретних перекладацьких проблем в рамках конкретного перекладацького завдання» [42, с. 265].

Відповідно до цього визначення, були виділені стратегії перекладу, зокрема, стратегії перекладу лідів, що включають рішення проблеми культурної перспективи новини. Останні безпосередньо впливають на прагматичний аспект повідомлення.

Важливим аспектом дослідження є прагматичний вплив, який доволі часто реалізується різного роду стилістичними засобами, що необхідні для вираження

аксіологічної оцінки автора та редакції, відповідальної за написання медіатекстів. Як наслідок, вбачаємо за доцільне здійснити стилістичний аналіз цих прийомів у третьому практичному розділі. В якості теоретичного підґрунтя нашого дослідження було використано класифікацію Л. П. Єфімова та О. А. Ясінецької. Оскільки стилістичні засоби є доволі вивченими, варто зауважити, що подібні класифікації існують і в інших роботах іноземних вчених, однак з огляду на зручність було обрано саме цю класифікацію.

Матеріалом дослідження слугували численні інтернет-видання, що розміщують новинні тексти англійською та українською мовами. Вибір саме інтернет-видань вмотивовано тим фактом, що це популярний в сучасному світі спосіб отримувати інформацію, на відміну від традиційних друкованих видань. Крім того, інтернет-видання є багатшими на паратекстуальні елементи та тексти загалом.

Тексти інтернет-видань є “born-digital”, тобто такими, що були створені спеціально для цифрового середовища, а тому суттєво відрізняються своїми особливостями, а саме паратекстами та прагматичним впливом мультимедіа на психіку людини. “Born-digital” тексти є релевантними та актуальними для сучасних реалій та є чи не єдиним способом дослідження такого формату подання нових під призмою перекладознавства через рідкість перекладених текстів друкованих засобів масової інформації, що зазвичай є оригінальними.

Автором дослідження було поставлено за мету відібрати найпопулярніші ресурси для матеріалу дослідження та зробити це неупереджено. Це було виконано у простий, однак дієвий спосіб: у пошуковій системі Google було введено запит «новини» та “news”. Наступним кроком став відбір сайтів, що мають перекладені матеріали. Таким чином, було імітовано пошук інформації простим читачем перекладених медіатекстів.

Після відбору найпопулярніших новинних ресурсів було здійснено відбір сторінок для аналізу, що мав дещо інший характер: для регулярних паратекстуальних елементів було обрано статті, що висвічувалися на перших шпальтах у різні дні, коли факультативні перекладацькі елементи необхідно було віднайти, а тому було переглянуто ряд статей у хронологічному порядку до моменту знаходження

необхідного елемента для повного перекладацького аналізу, який буде описано у наступних розділах.

## **2.2. Загальнонаукові та спеціальні методи дослідження прагматики паратексту**

Це дослідження включає в себе ряд загальнонаукових та спеціальних методів досліджень, що були вжиті для досягнення поставлених завдань. Методологія роботи часто комбінує декілька методів або використовує серію методів для вирішення одного завдання.

Серед загальнонаукових методів були застосовані спостереження, індукція, дедукція, описовий метод, аналіз, синтез. Спеціальні методи налічують метод перекладацького аналізу, зіставний метод, структурний метод, компонентний аналіз, аналіз словникових дефініцій, метод лінгвістичного опису, метод кількісного аналізу, а також лінгвопрагматичний метод.

Загальнонаукові методи:

1. Аналіз. Цей метод був використаний для обґрунтування теоретичних засад дослідження та опрацювання зібраного матеріалу. Поняття «паратекст» було розглянуто детальніше у процесі виокремлення його видів і окремого їх вивчення.
2. Синтез. За допомогою цього методу ми з'єднували компоненти складного явища з метою отримання нових знань. Так було виявлено перекладацькі стратегії та прийоми паратексту для збереження їхнього прагматичного потенціалу.
3. Описовий метод був необхідний для опису паратекстуальних одиниць статті, а також стилістичних засобів виразності.
4. Спостереження. Ми фіксували властивості та зв'язки англomовних ЗМІ та вжитком стилістичних засобів. Це дозволило з'ясувати, що англо-український переклад часто має суттєву структурну та стилістичну відмінність між оригіналом та перекладом на відміну від україно-англійського перекладу.
5. Метод дедукції. Метод дедукції був застосований в умовиводах, які підсумовують та дозволяють виводити думку від загального до часткового.

6. Метод індукції. Метод індукції полягав у виведенні нових фактів, що в подальшому стануть частиною системи прийомів, що застосовуються перекладачами.

Спеціальні методи:

1. Зіставний метод. Шляхом оригіналу та перекладу паратекстуальних елементів було виявлено ряд відмінностей. У подальшому, вони були оглянуті, систематизовані, і з них було виведено ряд закономірностей щодо перекладацьких прийомів.

2. Метод лінгвістичного опису застосовувався при розгляді паратекстуальних елементів, що необхідно для визначення перекладацьких трансформацій, зокрема, заміна типу речення, частини мови тощо.

3. Метод компонентного аналізу застосовувався при дослідженні перекладів паратекстуальних елементів, а саме при визначенні ряду трансформацій, що стосуються лексичних заміни. Зокрема, було віднайдено різницю між словами “dark” та “darkness”, що пізніше було також звірено зі словниковими дефініціями.

4. Аналіз словникових дефініцій дозволив точно визначити вдалість та еквівалентність перекладу, що містив такі одиниці як ідіоми.

5. Структурний метод, що складається з методик трансформаційного аналізу та аналізу за безпосередніми складниками, був використаний для визначення відмінностей структури речення паратекстуальних елементів для дослідження граматичних та лексико-граматичних трансформацій, вжитих перекладачами для досягнення необхідного прагматичного ефекту.

6. Лінгвопрагматичний метод дозволив визначити прагматичний потенціал повідомлень, що є ключовим завданням при зіставленні, аналізі та описі перекладі паратекстуальних елементів.

7. Метод перекладацького аналізу став в пригоді для визначення причин застосування перекладацьких трансформацій, що застосовувалися перекладачами заради збереження прагматики паратексту. Цей метод у більшості випадків було використано в комбінації з методом індукції, що допомагала перетворити судження в умовиводи.

8. Методом кількісного аналізу було визначено певні тенденції сучасних засобів масової інформації та використання паратекстуальних елементів. Крім того, було визначено найпопулярніші та доволі рідкісні паратекстуальні елементи, що можуть становити перекладацьку проблему.

Отже, застосовані загальнонаукові та спеціальні методи були використанні для всебічного та системного вивчення перекладу та прагматики повідомлення. Їх використання мотивувалося академічними потребами і часто ці методи поєднувалися та були використані у певній послідовності. Деякі з них, не застосовувалися регулярно протягом всього дослідження через недоречність, що є доказом того факту, що всі методи мають мотивоване використання та досліджують всі необхідні аспекти об'єкту дослідження.

### **2.3. Етапи аналізу відтворення прагматичного потенціалу паратексту в медіадискурсі**

Для дослідження відтворення прагматичного потенціалу паратексту в медіадискурсі було залучено комплексну методіку, яка включає низку методів. Дослідження відбувалося в п'ять етапів. Причиною є те, що паратекстуальні елементи та їхня прагматика є комплексними та становлять ряд проблем та складнощів для перекладачів.

На першому етапі дослідження було розглянуто поняття «паратекстуальність», його типи та місце в системі інтертекстуальності та зв'язки зі спорідненими видами інтертекстуальності.

Явище паратексту вивчали такі українські вчені, як М. Галич, В. Великорода, С. Авраменко, М. Сокол, Р. Довганчина, М. Шаповал, Н. Ротова, А. Потапенко, Л. Біловус, Л. Грицюк, О. Ковальова. Серед світових вчених варто назвати такі імена: Р. Барт, М. Фуко, Ж. Дерріда, Ж. Женетт, Н. Пьєге-Гро, У. Еко, М. Бахтін та Ю. Лотман. Під час проведення першого етапу дослідження були застосовані загальнонаукові методи дослідження, оскільки саме вони є релевантними для роботи над вже відомими теоретичними положеннями. Серед цих загальнонаукових методів є індукція, дедукція, аналіз та синтез. Одним з важливих теоретичних положень

обраних для подальшого аналізу паратекстуальних елементів є класифікація заголовків за типом інформації, яку запропонувала І. М. Кочан.

Другий етап дослідження полягав у пошуку статей із засобів масової інформації, які перекладені з англійської українською та з української англійською.

Практична більшість статей були відібрані випадковим чином для уникнення упереджень за виключенням заголовків, які відносяться до змістово-підтекстового типу, що пов'язано з їхньою відносною рідкістю. Загалом, вибірка статей, що потрапили до аналізу дослідження були випадковими, а тому є наближеною до того, з чим, гіпотетично, міг би зіштовхнутися реальний перекладач, який має вирішувати на практиці перекладацькі проблеми перекладу паратекстуальних елементів та збереження їхньої прагматики. Крім того, більшість статей датуються 2022-2023 роками, що також забезпечує актуальність дослідження та тенденцій, що були відкриті в ході дослідження.

Друга частина другого етапу включала виділення паратекстуальних елементів (заголовків, підзаголовків, лідів, твітів тощо), а також їх прагмалінгвістичний аналіз. Крім того, для кращого розуміння важливості цих елементів застосовувався метод кількісного аналізу. Результати статистичного підрахунку вказані в додатку А, де позначені паратекстуальні елементи, їхній тип (обов'язкові заголовки присутні у всіх статтях, якщо вони взагалі присутні на сайті, а факультативні — інколи). Внаслідок цього, отриманий відсоток вживаності обов'язкових заголовків є точним, тоді як відсоток вживаності факультативних елементів є приблизним, оскільки статистична вибірка включала близько 5-10 статей для пошуку необхідного елемента. Причиною малої вибірки є те, що метою такого аналізу є не точне дослідження використання паратексту, а лише відображення існуючих тенденцій для визначення головних та найбільш проблемних і рідкісних паратекстуальних елементів для перекладу.

Третій етап мав на меті відбір окремих паратекстуальних елементів для подальшого лінгвостилістичного та лінгвокультурологічного аналізу.

Головним завданням такого відбору була повна репрезентація всіх описаних на першому етапі типів заголовків, а також інших паратекстуальних елементів. Наприклад, аналіз статті-інтерв'ю був обраний на сайті ресурсу «Українська

правда» тому, що це один з небагатьох жанрів медіатекстів, де можна часто побачити цитату, а надто, цитату як підзаголовок.

Четвертий етап дослідження включав, власне, аналіз перекладу паратекстуальних елементів на матеріалі медіатекстів, що були відібрані та розподілені раніше на попередніх етапах.

Отримавши список паратекстуальних елементів було застосовано метод перекладацького аналізу в комбінації із зіставним методом. Таким чином, порівняння медіатекстів оригіналу та перекладу уможливило встановлення низки перекладацьких трансформацій, серед яких основними є додавання та вилучення. Крім того, було застосовано метод компонентного аналізу та метод аналізу словникових дефініцій.

На п'ятому етапі було зібрано всі отримані факти, досліджені прийоми та способи збереження прагматики паратексту.

Зокрема, вдалося описати чотири типові стратегії перекладу лідів (див. Додаток В). Так, під час перекладу статті “Does Europe want Ukrainians as living partners or dead heroes?” перекладач змінив лід абсолютно іншим повідомленням, оскільки лід створив спотворену перспективу висвітлення подій з точки зору редакції. У інших випадках переклад є доволі близьким до оригіналу з незначними трансформаціями, що стосуються переходу повідомлення між двома мовними системами та відтворення прагматичного ефекту за допомогою засобів іншої мови та культури.

Аналіз нашої виборки дозволяє зробити висновок, що адекватне відтворення прагматичного аспекту перекладу паратекстуальних елементів медіатексту вимагає залучення різних способів та стратегій, які залежать від контексту ситуації та суб'єктивного рішення перекладача.

## РОЗДІЛ 3

### ВІДТВОРЕННЯ ПРАГМАТИКИ ПАРАТЕКСТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ПЕРЕКЛАДІ

#### 3.1. Прийоми перекладу заголовків медіатекстів

##### 3.1.1. Граматичні та лексико-стилістичні особливості заголовків

Паратекстуальні елементи тексту передують самому, що зумовлює їхню прагматичну функцію у передтекстовий період. Варто зауважити, що з усіх можливих паратекстуальних елементів будуть проаналізовані лише заголовки, передмову та деякі інші елементи з огляду на те, що вони є лінгвістичними паратекстами та єдиними повноцінними та незалежними паратекстуальними елементами медіатексту, що присутні у перекладі у будь-якому випадку. Іншими словами, було уникнуто аспект психологічного впливу іконічних паратекстуальних елементів сайту на свідомість перекладача у процесі перекладу.

Мовні особливості заголовків та медіатекстів загалом сформувалися під впливом технічного прогресу та менталітету носіїв мови. Саме тому медіатексти помітно відрізняються своїм стилем через той вузькоспеціалізований контекст, в якому вони існують, наприклад, сторінки газет, пізніше — сторінки Інтернет-видань. Технічно неможливо поширювати інформацію в необмеженій кількості з точки зору ефективності роботи. Як результат, медіатексти є доволі інформативно насиченими, особливо їхні заголовки.

Хоча особливості заголовків та медіатекстів склалися під впливом технологічних обмежень, з плином часу деякі результати обмежень стали важливою складовою стилю, а тому можуть розглядатися на одному рівні зі стилістичними засобами. Такі особливості не мають сильного прагматичного впливу, однак з появою Інтернету, скажімо, вилучення артиклів не є обов'язковим, а тому така особливість є навмисною та має свою прагматичну мету підкреслити той факт, що текст є новинним.

Зокрема, такі малозначущі слова в англійській мові, як артиклі та допоміжні дієслова часто ігноруються задля економії. Варто розуміти, що для розмовної мови



такі речення є неможливими, однак відсутність лексичного значення робить ряд мовних одиниць надлишковим для використання в заголовках медіатекстів. Іншою граматичною рисою є перетворення означеного дієслова, що відмінюються за числом та особою і вживається в певному часі на неозначену форми інфінітиву з тих самих міркувань економії.

Розглянемо наступний приклад:

*Revealed: One in Five of Russian Air Force Losses During War Self-Inflicted* [107].

Прикметним у цьому реченні є те, що складений іменний присудок не має дієслова-зв'язки, яким могло б виступити дієслово *to be* у певній своїй формі, однак воно не було вжито. Таке вилучення характерно саме формальному газетному стилю, що відрізняє поважні видання від статей зі звичайних сайтів і тим самим виділяється стилістично. Так само, пасивний дієприкметник *revealed* є сурядним реченням цього заголовку, але дієслово, фактичний чи формальний підмет відсутні. Тим не менш, це абсолютно не заважає передачі лексичного значення в контексті цього речення, відповідно, такий заголовок є інформативним та зрозумілим. До того ж, читачі одразу сприймають це повідомлення саме як новинний текст завдяки яскраво вираженому газетному стилю, що реалізується граматичними особливостями паратексту.

Розглянемо український переклад, де ці особливості оригіналу відсутні через різницю в мовно-культурних характеристиках заголовків медіатекстів. У перекладі ці особливості не мають еквівалентів:

*«Небойові втрати російських ВПС сягають більш як 20% літаків та гелікоптерів - ЗМІ»* [64]

Як видно з прикладу, в українській мові на місці дієслова-зв'язки вжито «сягають», яке є повнозначним. Однак це речення відповідає інформативному та формальному газетному стилю, тому така перекладацька стратегія як випущення граматичних особливостей стилю є вдалою та виправданою, оскільки не шкодить розумінню та прагматичній адекватності перекладу, що має той же рівень впливу на читача тексту перекладу.

Під час дослідження не було знайдено жодного прикладу відсутності певних граматичних форм в українських медіатекстах, що мотивовано іншою синтаксичною та морфологічною будовою української мови, яка є флективною і не потребує формальних підметів та не має обов'язкових слів-зв'язок.

На противагу, англійська є переважно аналітичною, а тому подібні спрощені граматичні варіанти вживання дієслів та інших частин мови не становлять суттєвої проблеми для сприйняття, хоча і спрощують та аналізують граматику до стану близького ізольованим мовам, де категорії часу дієслова відсутні.

Часто заголовки медіатекстів мають форму питань, оскільки, як згадувалося раніше, вони мають більший прагматичний вплив через бажання читача знайти на них відповідь. Така особливість є типовою для англійської та української мов. Зокрема:

*«Перший аудит антикорупційного органу НАЗК відбувся – що далі?»* [66]

*“First Audit of Anti-Corruption Body is Done – What's Next?”* [94]

Як і очікувалося, така риса практично завжди зберігається в перекладі, крім рідких випадків, коли б питання було необхідно замінити на розповідне речення з інших певних причин. Однак, з точки зору прагматичного впливу перекладачам необхідно зберегти цю особливість задля еквівалентності перекладу.

Варто зауважити, що питальні речення в заголовках в медіадискурсі не розповсюджені рівномірно по всіх видах текстів. Під час аналізу на ряді сайтів (Українська правда, Слово і Діло, РБК-Україна) у розділі “новини” не було знайдено жодного заголовку, що містив би питальне речення серед перших декількох десятків новинних текстів. Тим не менш, у розділі “Колонки” сайту Українська правда вдалося віднайти велику кількість авторських текстів медіадискурсу, що мають питальну форму. Таким чином, можемо зробити висновок, що ця граматична особливість заголовків медіатекстів є характерною не для суто новинних та інформативних текстів, а частіше для есе чи текстів журналістів, що включають певні роздуми та неоднозначність ситуації без конкретної відповіді (тобто, текст описує проблему чи дилему).

Деякі україномовні заголовки мають вигляд питань, однак такими не є, наприклад:

*«Як може змінитися хід війни в Україні в разі повернення Трампа: два сценарії»* [83]

*“Trump's return may change course of war in Ukraine: Expert sees two scenarios”* [111]

Порівняно з попереднім прикладом, такий заголовок не викликає почуття неоднозначності, а навпаки — впевненості у відповіді на це “псевдопитання”. Як видно, переклад англійською зазнав певних змін, оскільки для української мови властиво передавати різницю між розповідним та питальним реченням за допомогою інтонації усно та знаку питання на письмі, у той час, коли англійська мова вимагає іншого порядку слів чи допоміжного дієслова. Відповідно, українське речення в цьому прикладі звучить як відповідь чи відголосок питання, а англійське речення втрачає цю особливість і перекладається як розповідне речення. Теоретично, цей заголовок можна було б перекласти англійською з наявністю питального слова “How”, але перекладач вважав це непотрібним, що не зашкодило перекладу через збереження інформативної складової, однак зменшило прагматичний вплив через усунення цієї особливості.

Питальна структура наступного заголовку англійською мовою є доволі чіткою і очевидною:

*“What is Hezbollah in Lebanon and will it go to war with Israel?”* [120]

*«Що таке "Хезболла" і чи вступить вона у війну проти Ізраїлю»* [80]

Оригінальне речення є очевидним питанням, а знак питання візуально виділяє заголовок поміж інших. Вірогідно, якби цей заголовок мав допоміжне дієслово “do”, перекладач та редактори вирішили б вилучити це слово, стираючи цим самим межу між розповідним та питальним реченням, однак допоміжне дієслово “is” має бути наявним у будь-якому випадку, тому немає сенсу не вжити його з питальним порядком.

В перекладі, хоча питання було збережено, перекладач та редакція сайту BBC вирішили прибрати знак питання. Таким чином, ні граматична структура речення, ні пунктуація не свідчить про те, що це, власне питання, а не розповідне речення.

Беручи до уваги наведену вище інформацію, можна зробити висновок, що питання не є проблемою перекладу як такою, однак перед викладачем стоїть вибір, як його оформити, зберігаючи баланс між стилем, доречністю та прагматичним впливом. Україномовні тексти іноді перекладаються розповідними реченнями через відсутність граматичного розмежування, коли прагматичний вплив питання є не менш сильним.

Крім граматичних особливостей у заголовках медіадискурсу поширеними є ряд стилістичних прийомів, що надають тексту експресії та емотивності. Одним із таких стилістичних прийомів, що також стосуються синтаксису заголовку, є номінативне речення. Цей стилістичний засіб виконує подвійну функцію: робить речення максимально економним з точки зору кількості символів, а також емотивним та виразним.

*«365 днів війни»* [84]

*“365 days of war”* [125]

Подане вище номінативне речення чудово демонструє легкість перекладу цього стилістичного прийому. Лаконічність дозволяє читачам сформулювати власне ставлення і звертати увагу не на граматичні форми дієслів, а на лексичне значення іменників, прикметників та інших іменних частин мови.

Цікавою особливістю англomовного медіадискурсу є поширеність метафор. Хоча вони і вживаються в українському дискурсі, англomовні медіа часто вдаються до художніх описів, у той час, коли українські ЗМІ є більш консервативними. Тому, часто є необхідною заміна, що пом'якшить метафору при перекладі. Наприклад:

*“U.S.-Made Cluster Munitions **Fuel** Ukrainian Counteroffensive”*

*«Передані США касетні боєприпаси **надали імпульс** українському контрнаступу – WSJ»*

Дієслово “fuel” є стандартною метафорою за П. Ньюмарком, що могло бути перекладене відповідником «розпалювати», але така метафора була б занадто експресивною, і могла б сприйматися як порушення журналістського кодексу. Замість такого сильного стилістичного прийому було вжито вираз «надати імпульс», якому бракує метафоричності. Тобто, метафора була навмисно вилучена при перекладі.

Розглянемо ще один заголовок:

*“Twitter users **jump** to Mastodon - but what is it?”* [112]

*«Користувачі Twitter **переходять** в Mastodon. Що це таке?»* [59]

Стандартна метафора “jump” для позначення стрибкоподібного переходу від користування однією соціальною мережею до іншої була навмисно вилучена при перекладі та замінена на стилістично нейтральний відповідник «переходити», що є деме́тафоризацією.

На противагу стандартним метафорам, бачимо, що клішована метафора «відкриті двері» існує в різних мовах без змін, а тому її переклад є точним, еквівалентним та простим:

*«Посол при НАТО: Ми не хочемо зависнути у **відкритих дверях** і ще 20 років чути про Бухарест»* [70].

*“We do not want to wait at NATO ‘**open door**’ for another 20 years, Ukraine’s ambassador says”* [118].

Іншою цікавою рисою цього заголовку є наявність ще однієї метафори «зависнути», що є стандартною та має експресивність. За П. Ньюмарком, задля збереження прагматики повідомлення така метафора повинна була бути перекладеною. Варіантом перекладу метафори «зависнути» могло б бути “to be suspended”, але недоліком такого перекладу є клішованість метафори, тому перекладач вирішив замінити образ задля експресивності сприйняття. Її замінили на “wait”, що також є метафорою, однак, не окремою, а скоріше, продовженням

наступної. Таким чином, для збереження прагматики заголовку було замінено образ без погіршення розуміння інформаційної складової заголовку.

Часто складові елементи метафори замінюються іншими образами в перекладі з метою культурної адаптації метафори:

*«Російські технології конструювання «темних часів» у Європі» [72]*

*“Russia’s playbook for creating “dark ages” in Europe” [109]*

Епітет «темні» було перекладено прямим еквівалентом “dark”, однак слово часи було перекладено більш доречним відповідником “ages”, а не “times”. Буквальний переклад викликав би плутанину та неправильне сприйняття, оскільки може означати не тільки певний відрізок часу, а й рази, випадки, а не лише періоди в історії. Крім того, варіант “ages” також відсилається до інших сталих метафоричних виразів як от Dark Ages (Темні Століття, епоха раннього середньовіччя) та інших епох в історії. Таким чином, подібна заміна має культурне підґрунтя, що підсилює прагматичний вплив метафори.

Наступним поширеним лексичним стилістичним прийомом, на який натрапляємо у заголовках онлайн видань, є метонімія. Наприклад:

*«Як Росія русифікувала схід України» [82]*

*“How Russia Russified the east of Ukraine” [97]*

Оригінальний заголовок містить дві синекдохи, що позначають населення країни та її лідерів замість людей, що живуть в цьому географічному регіоні. Обидва випадки застосування метонімії перекладаються буквально без змін в силу схожості застосування цього прийому в обох дискурсах.

Загалом, метонімія перекладається буквально та легко в обох напрямках перекладу мовних пар, однак, іноді метонімія, як і інші стилістичні засоби, може бути частиною цікавих стратегій перекладу:

*“Xi Jinping Doubles Down on His Putin Bet. ‘I Have a Similar Personality to Yours.’” [122]*

«*Китай зміцнює взаємини з Москвою на тлі продовження війни рф в Україні - WSJ*» [57]

Оригінальний заголовок містить імена президентів, які не були передані в перекладі, а замінені на назви країн та столиць. Тобто, в українському перекладі з'явився стилістичний засіб синекдоха, якого не було в оригіналі. Хоча метонімія є однаково поширеною в англійському та українському медіадискурсах, а також перекладається без значних проблем, видно невідповідність між перекладами.

Вірогідно, таке додавання було виконано з метою збалансувати переклад стилістично та прагматично. Оскільки метонімія є притаманною та широкоживаною в обох медіадискурсах, вона є зрозумілою. Відповідно, її наявність чи відсутність не впливає на інформативну складову паратексту. Однак, в заголовку присутня ідіома “*Doubles Down*”, яка була перекладена як «*зміцнювати взаємини*». Рівень метафоричності англійської ідіоми є сильнішим ніж українського відповідника, що відноситься до клішованих метафор. Як наслідок, стилістично та прагматично заголовки будуть нерівними і перекладач вирішив вдаватися до трансформації додавання та замінити імена президентів з метою вживання стилістичного прийому метонімії для збалансування слабшого фразеологізму.

Можна зробити висновок, що підхід до перекладу метафор запропонований П. Ньюмарком можна адаптовувати для перекладу метонімії. Як було зазначено, при перекладі експресивних текстів (включно з паратекстами) варто шукати рівносильні еквіваленти, а за відсутності останніх вдаватися до компенсації, що і спостерігаємо у наведеному вище прикладі.

Серед англійських заголовків трапляються приклади паралелізму. Однак, в українському перекладі цей стилістичний засіб було вилучено:

“*As Ukraine flies through artillery rounds, U.S. races to keep up*” [86].

«*США планують наростити виробництво боєприпасів, щоб забезпечити Україну - WP*» [74]

Поданий переклад є доволі цікавим з точки зору трансформацій, однак розглядаючи його стилістичні особливості, варто відмітити той факт, що паралелізм

в цілому не характерний для заголовків в перекладі та оригінальних текстах українською мовою. Крім того, хоча наявність паралелізму і є можливою, однак таке речення у цьому випадку звучало б неприродно. Як наслідок, ці дві причини змусили перекладача уникнути цього прийому та перефразувати речення, змінивши не тільки синтаксичну, але й інформаційну модель «причина»-«результат» на «дія»-«мета», що є ефективною інформативно, однак їй бракує стилістичної забарвленості.

Наступний приклад паралелізму підтверджує тенденцію, але при перекладі в іншому напрямку:

*«Байден розвіяв наратив New York Times». Як Зеленський з'їздив на саміт G7 та що з F-16» [45].*

*“Zelenskyu goes to key global summit, returns with F-16s for Ukraine.” [123].*

Однорідні присудки “goes” та “returns”, що мають один підмет підкреслюють цілеспрямованість особи, яка почала дію, та успішно закінчила її. Вірогідно, свідомо чи несвідомо, автор заголовку надихався відомою фразою, що належить Юлію Цезарю та звучить як «Прийшов, побачив, переміг», однак у сучасному політичному контексті, що робить цей стилістичний прийом дуже потужним. Таким чином, паралелізм утворився під час перекладу. Зауважимо, що з точки зору прагматичної еквівалентності, така стратегія перекладу є доволі виграшною, оскільки при появі стилістичного прийому паралелізму відбувається зміна фокусу, а точніше — прагматична адаптація заголовку. Англomовні читачі в першу чергу цікавляться іноземними лідерами так само, як україномовні, а тому змінюється інформаційний акцент та виникає комплексна лексико-граматична трансформація, що вилучає деяку інформацію, яка є неактуальною для іншої аудиторії, однак компенсує це паралелізмом.

Антитеза, подібно до метафори, є засобом експресивності, що базується не на граматико-синтаксичній чи лексичній структурі, а на семантичній складовій цього стилістичного засобу. Тому, у перекладача переважно не виникають проблеми з перекладом таких стилістичних засобів, крім рідкісних випадків, коли оригінал та



переклад не є еквівалентними через розбіжності культур. Як зазначалося раніше, рішенням є комплексні трансформації з метою прагматичної адаптації, однак такі випадки є нечастими, тому семантичні стилістичні засоби як антитеза переважно перекладаються без суттєвих змін:

“Does Europe want Ukrainians **as living partners or dead heroes?**” [101].

«Європа хоче бачити українців **живими партнерами чи мертвими героями?**» [61].

Гіпербола є одним з найпоширеніших засобів експресивної лексики, що глибоко вкорінився в мові та багатьох сталих виразах. Як наслідок, бачимо значну кулькість заголовків та інших паратекстуальних елементів, що містять гіперболу, а також літоту. Поширеність цих стилістичних засобів призводить до простоти та прямолінійності перекладу, оскільки більшість з проявів цих засобів є сталими та фіксованими в словниках виразами. Проаналізуємо наступний заголовок:

«Кирило Буданов: У нас є **всі шанси** для закінчення війни перемогою цього року» [56].

“We have **every chance** to end the war with a victory this year – Ukraine's Defence Intelligence Chief” [119].

Як видно, гіперболізований вираз та надпоширений вираз «всі шанси» перекладено дослівно та влучно, що робить цей переклад вдалим та прагматично еквівалентним.

Гра слів є складним для перекладу стилістичним засобом, крім того вона не є частим прийомом, а тому при появі такого засобу перекладачу доводиться перекладати її описово, а сам прийом компенсувати іншим для збереження прагматичного впливу, однак це не завжди так. Зокрема, наступний заголовок обіграє схожість інтернаціоналізму «маска» та прізвища «Маск», що дозволяє доволі точно перекласти гру слів та передати прагматичний вплив у повній мірі.

«Ілон Маск без масок» [53].

“Elon Musk Without Masks” [92].

Ідіоматичні вирази та фразеологізми є також важливим стилістичним засобом, що має значний прагматичний потенціал. Розглянемо приклад англомовного заголовку з ідіомою та його переклад українською:

*“Ukraine diplomat says Zelensky visit now **up in the air** after leak to Israeli TV”*  
[114].

*«Візит Зеленського до Ізраїля **під загрозою** – ЗМІ»* [48].

Ідіоматичний вираз “up in the air” вжито для зазначення того, що візит президента України навряд чи відбудеться зараз через витік інформації, однак можливий в майбутньому. Усі ці деталі закодовані в єдиній фразі, що робить її надзвичайно корисною для економії часу, який читачі витрачають на прочитання заголовку (що є важливим аспектом для утримання уваги та зацікавлення аудиторії). Іншою важливою рисою є прагматичний вплив. Вжита ідіома додає експресивності, що заохочує читачів до читання продовження.

На противагу ідіоматичному оригіналу, переклад українською не містить фразеологізму, оскільки перекладачу не вдалося знайти відповідник, однак було вжито вираз «під загрозою», що є прикладом дескриптивної перифрази. Метафоричність фрази «під загрозою» є суттєво нижчою, оскільки вона сприймається не як художній засіб, а тому прагматичний вплив втрачено у перекладі. Не дивлячись на меншу художність заголовку, загальномовний та інформативний аспекти перекладу відтворені якісно, тому такий переклад є типовим та не має екстраординарних компенсаційних рішень на випадок відсутності безеквівалентної лексики.

Наступний переклад містить ідіому, еквівалент якої було знайдено та влучно відтворено:

*“Relationships are a rollercoaster ride: here’s how to take the ups with the downs”*  
[106].

*«Стосунки — це американські гірки: як пережити злету і падіння»* [75].

Автору перекладу заголовку вдалося віднайти фразеологічний еквівалент до *"take the ups with the downs"*, який не тільки за своїм стилем, а навіть за своєю будовою нагадує переклад *«пережити злети і падіння»*. Відповідно, прагматична складова була відтворена якісно за допомогою фразеологічного відповідника в мові перекладу.

Ще одним способом перекладу ідіоматичних виразів у заголовках є фразеологічне калькування. Наприклад:

*«Як (не) працює МАГАТЕ: історія невдач захисників “мирного атома”»* [81].

*“How the IAEA does (not) work: a history of failures of the “peaceful atom” defenders”* [98].

Фразеологізм «мирний атом» є сталим виразом, що позначає використання досягнень ядерної фізики в мирних цілях. Такий фразеологізм є відносно новим та використовується переважно в публіцистиці, а не розмовній мові чи художній літературі, що виділяє його з поміж інших та наближає до термінологічної лексики своєю вузькою спеціалізацією. Однак, ми тлумачимо його як ідіоматичний вираз, а його переклад розглядаємо як дослівне калькування.

Оскільки цей вираз з’явився як наслідок політики СРСР, в англійських країнах такий дослівний переклад буде незрозумілим, хоча в США була подібна політика під назвою “Atoms for peace”. Остання закріпилася в мові після численних промов президентів та посадовців. Відповідно, такий переклад міг би бути прикладом еквівалентного перекладу, але перекладач вирішив застосувати калькування. Таким чином, заради точного відтворення змісту перекладачі пожертвували прагматичною складовою: вираз “peaceful atom” хоча і є метафорою, однак він не викликає необхідних асоціацій з державною політикою та численними міжнародними установами, що, вірогідно, і хотіли зробити автори у тексті про роботу міжнародної організації з контролю ядерної енергетики. А тому такий переклад є невдалим з точки зору відтворення прагматики через слабку обізнаність перекладача.

Переклад ідіом за допомогою пошуку аналогу представлено у наступних заголовках:

«*З гязі в князі. Як Пригожин "піднявся" на війні в Україні та кинув виклик Путіну*» [52]

“*From rags to riches: How Prigozhin rose in the Ukrainian war and defied Putin*” [95]

Подібно до перекладу за допомогою пошуку еквіваленту, перекладач віднаходить в цільовій мові фразеологічний вислів, що має той самий прагматичний вплив, стилістичні характеристики та значення. Єдиною різницею є лексико-граматичний склад фрази, а також образи та символи, які лежать в її основі. Такий переклад може не задовольнити вимоги формально-структурної еквівалентності, однак є прагматично рівноцінним.

У поданому перекладі доцільно відтворена англомова ідіома, однак привертає увагу те, що ідіома в оригіналі є також іронічно запозиченою з російської мови, що створює додатковий стилістичний ефект. Така насмішка зі сторони автора та редакції є доречною по відношенню до суб'єкта через негативне ставлення до нього аудиторії українського медіаресурсу. Тим не менш, у випадку вживання власне українських фразеологізмів з тим самим значенням, скажімо, «панство в голові, а воші за коміром», «не дай боже з хама пана», чи «свиня в наричниках, так уже й кінь» мало б той самий англійський відповідник та, вірогідно, було б перекладено тією самою ідіомою “from rags to riches”.

Отже, важливою умовою досягнення прагматичної еквівалентності при перекладі заголовків медіатекстів є адекватне відтворення їх стилістичного аспекту. Існує певна різниця в традиції анломовних та україномовних медіа, що полягає в особливому застосуванні граматичних правил та рівню експресивності. Анломовні медіа спрощують морфологію повідомлення, але насичують заголовок інформацією та стилістичними прийомами, тоді як українські медіа часто тяжіють до консервативно-нейтрального стилю, що відображається на способах перекладу, які пом'якшують прагматичний вплив. Цей прагматичний вплив реалізується рядом

стилістичних засобів, найпоширенішими з яких є метафора та метонімія. Оптимальним способом їх перекладу є пошук еквіваленту, однак перекладачам часто доводиться перекладати метафори описово, а іноді застосовувати компенсацію та заміни, викликані необхідністю прагматичної адаптації (Див. Додаток Г). Характерними для заголовків є і ідіоматичні вирази, переклад яких становить труднощі через національно-культурну специфічність. До основних способів перекладу останніх належать переклад за допомогою фразеологічного еквіваленту, аналогу, фразеологічної перифрази (описового перекладу) та фразеологічне калькування (Див. Додаток Д).

### **3.1.2. Переклад змістово-фактуальних заголовків**

Для адекватного перекладу паратекстуальних елементів, зокрема заголовків, необхідно зберігати правильний баланс між інформативністю та прагматичним впливом та експресивністю паратексту. Відповідно, варто поділяти заголовки на такі, що мають інформативну мету, а також ті, що мають важливу експресивну складову. Для цього було обрано класифікацію заголовків за І.М. Кочан.

Доволі поширеними, але простими для перекладу з точки зору передачі прагматичного потенціалу є змістово-фактуальні заголовки. Як зрозуміло з назви, їхня композиція включає лексичні та граматичні засоби, що націлені на передачу змісту та фактів. Тобто, емотивна забарвленість та аксіологічна оцінка практично не втілюються жодними одиницями.

Розглянемо приклад перекладу змістово-фактуального заголовку:

*«В Брюсселі відбувся круглий стіл щодо наслідків війни в Україні: в групі Аурум розказали про бізнес і плани» [76].*

*“A round table was held in Brussels on the consequences of the war in Ukraine: the Aurum group spoke about business and plans” [110].*

Вжиті граматичні трансформації, а саме транспозиція членів речення та безособовий підмет і обставина українського речення перетворюються в агентивний неживий підмет. Такі синтаксичні трансформації є доволі поширеними [20, с.89].

Відсутність значних граматичних та лексичних трансформацій пояснюється стилістичною сухістю, що часто притаманна такому типу заголовків, а тому прагматичний аспект у перекладі не становить перекладацьких проблем.

Цікавим для розгляду є наступний заголовок, що містить у собі цитату з інтерв'ю та ім'я її автора:

*«Кирило Буданов: У нас є всі шанси для закінчення війни перемогою цього року»* [56].

*“We have every chance to end the war with a victory this year – Ukraine's **Defence Intelligence Chief**”* [119].

Крім очевидних граматичних заміни та трансформацій, таких як перестановка прямої мови та заміна віддієслівних іменників на інфінітиви, цей заголовок містить важливу рису на прагматичному рівні. При перекладі, було відкинуто ім'я особи, в якій беруть інтерв'ю. Натомість, його замінили назвою посади. Автором аналізу пропонується дві взаємопов'язані функції такого рішення: інформативна та прагматична. З одного боку, носії англійської навряд чи знають в деталях прізвища та імена українських посадовців, хоча сприймають назви посад та державних установ, а тому варто розтлумачити, хто є цією особою, з іншого боку, немає жодної причини тлумачити ім'я, додаючи пояснення, оскільки це може заплутати читачів великою кількістю інформації, коли ж редакція має на меті привернути увагу до важливої заяви від важливої особи. Таким чином, перекладач замінює ім'я, втрачаючи інформацію, заради збереження прагматичного впливу іншими зрозумілими іноземній аудиторії засобами.

Як видно, граматичні особливості не становлять складнощів у перекладі змістово-фактуальних заголовків через наявність кліше та інших мовних особливостей, що є очікуваними в медіа-дискурсі. Зокрема, наступний заголовок містить неозначено-особове речення, що перекладено пасивним станом:

*«На “Рамштайні” ухвалили рішення про захист неба над Україною: спершу будуть системи ППО, а літаки - потім»* [63].

*“At the "Ramstein" meeting, a decision was made to protect the skies over Ukraine: first there will be air defence systems, and then aircraft” [88].*

Подібна трансформація є звичайною та добре дослідженою в рамках досліджень з галузевого перекладу. Іншою цікавою особливістю цього заголовку є переклад метонімії, що становить лексичну складність. Метонімії є стилістичним засобом, що використовується творчо, а їхня кількість в медіа-дискурсі постійно доповнюється. У цьому випадку відбувається перехід назви міста у назву зустрічі генералів союзу НАТО. Застосування такої метонімії мотивується стилістично та практично (назва міста для позначення зустрічі суттєво економить місце для заголовку, а тому збільшує шанс бути прочитаною). Перекладач вирішив, що подібна метонімія не притаманна англомовним медіа, а тому її довелося розтлумачити додаванням слова “meeting”. Внаслідок чого, стилістичний ефект втрачається, однак з точки зору прагматики, текст стає доступнішим для широкої аудиторії.

Наступний приклад є подібним, однак речення оригіналу є неозначено-особовим:

*«До навчальних програм вишів сектору безпеки та оборони запроваджено предмети з гендерної проблематики – Урядова уповноважена з питань гендерної політики» [50].*

*“Gender studies added to curricula of universities of security and defense sector — Government Commissioner for Gender Policy” [96].*

У перекладі присутня перестановка частин речення та переклад неозначено-особового речення пасивним станом, що необхідно для збереження адекватності перекладу. Крім того, спостерігається особливість англомовних заголовків новинних та медіа-текстів, що полягає у видаленні незначних службових частин мови, зокрема, слово *be*. На прагматичному рівні особливо значних елементів у цьому реченні не спостерігається, однак перекладач вдало зберіг стиль, а тому не змінив прагматичну складову речення.

Тим не менш, трапляються змістово-фактуальні заголовки, переклад яких виділяється з поміж інших суттєво:

*“Airman Shared Sensitive Intelligence More Widely and for Longer Than Previously Known”* [85].

*«Витік таємної інформації був більшим і стався раніше, ніж повідомлялося – NYT»* [47].

Оригінальне речення має наступну структуру: підмет + присудок + додаток + дієприслівникова фраза. У перекладі маємо від оригіналу лише останній елемент. Підмет, присудок та додаток було замінено на *«витік таємної інформації був»*. Тобто, стався смисловий розвиток: військово повітряних сил поділився розвіданими, відповідно, був витік таємної інформації. Більш того, увесь текст новин не є точним об’єктивним перекладом, а конструктивним, де застосовані доповнення та деякі зміни від редакції з чітким розмежуванням джерел інформації (перекладені фрагменти позначені як цитування «Нью-Йорк Таймс», на відміну від доповнень і ремарок редакції). Попри цю особливість, заголовок не має високого рівня прагматичного впливу, а його основна функція є інформативною, що добре відображено в перекладі.

Ще один англо-український переклад демонструє важливу тенденцію:

*“Iran Ships Ammunition to Russia by Caspian Sea to Aid Invasion of Ukraine”* [100].

*«Іран поставив росії понад 300 тисяч артилерійських снарядів за пів року — Wall Street Journal»* [54].

Перекладений фрагмент містить уточнення, що були взяті з тексту замість загальних фраз. Зокрема, слово “ammunition” перекладено як «артилерійські снаряди», а не «снаряди», «боєприпаси», «снаряди» чи іншим відповідником. Також, було додано період, за який відбувалася дія. Натомість, були вилучені певні фрагменти, а саме: “by Caspian sea” та “to aid invasion of Ukraine”. Першою і поверхневою причиною такої заміни можна назвати неактуальність інформації для україномовних читачів, яким не важлива інформація “to aid invasion of Ukraine”, оскільки їм зрозуміло, що ці снаряди будуть використанні для війни в Україні.



Фрагмент “by Caspian sea” не є настільки визначально важливим як інші доповнення, а тому його можна замінити на додані елементи.

Другою глибинною причиною, що пояснює таку заміну, є той факт, що для більшості англomовних ЗМІ використання змістово-фактуальних заголовків не характерно, а надто їхня крайньою мірою фактуалізована та бідна на стилістичні засоби форма, у той час як для багатьох відомих та популярних новинних агенцій в Україні такі заголовки є нормою, хоча і не єдиним способом зацікавити читача.

У цьому прикладі чітко видно, що англomовний заголовок фокусується на повідомленні факту, а не ставленні до події, однак у ньому все ж присутня емотивна складова, виражена фразою “to aid invasion of Ukraine”, що може викликати незадоволення ситуацією у читача. Автори спеціально не загострювали обстановку у статті, уникаючи слів “fuel the war” або інших можливих варіантів, зберігаючи змістово-фактуальність заголовку. Тим не менш, український переклад став ще більш нейтральним до події та насиченішим фактами, спонукаючи читача до власного аналізу.

Як видно, при перекладі заголовків застосовується ряд трансформацій різних видів з різних причин. Для детального розгляду та співставлення пропонується проглянути Додаток Б з основними лексико-граматичними трансформаціями у перекладі заголовків та підзаголовків.

Таким чином, змістово-фактуальні заголовки є поширеним видом заголовків в українській журналістській традиції та трохи менш поширеним в англomовних виданнях, що потребує мало трансформацій, крім регулярних граматичних, що притаманні всім стилям. До частих трансформацій можна віднести додавання та лексичні заміни з метою прагматичної адаптації, наприклад, заміна імені на посаду чи навпаки для покращення розуміння інформативної складової, що превалює в цьому виді заголовків.

### **3.1.3. Переклад змістово-концептуальних заголовків**

Змістово-концептуальні заголовки, на відміну від змістово-фактуальних, за допомогою мовних засобів передають не просто зміст, а концепцію тексту замість

фактів. Під концепцією варто розуміти мету цього тексту, доприкладу, осуд чи схвалення певної події. Цей вид заголовків є найпоширенішим в багатьох сучасних медіа, оскільки він зберігає баланс між усіма функціями заголовку. Наприклад, передача змісту, оцінка подій, створення зацікавленості та прогнозування тексту.

Розглянемо приклад перекладу змістово-концептуального заголовку:

*“Why Won't the West Let Ukraine Win Against Russia?”* [90].

*«Чому Захід не дає Україні перемогти Росію – Wall Street Journal»* [58].

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

*“Putin prepares Russia for ‘forever war’ with west as Ukraine invasion stalls”* [104].

*«Путін не розуміє, як програвати, і готує росіян до “вічної війни” із Заходом – Guardian»* [71].

Перекладачі та редакція новинного сайту «Факти» також вирішили вказати джерело в заголовку статті. Цікаво, що в обох випадках подається оригінальна назва, тобто латинськими літерами, а не транскодування. Також, у цьому заголовку можна спостерігати трансформації вилучення та додавання, а саме було додано фразу *не розуміє, як програвати*, в той час коли ціле підрядне речення *as Ukraine invasion stalls* було вилучено. Іншими відмінностями у цьому перекладі є заміна слів *Russia* на *росіяни*.

Щоб проаналізувати необхідність таких замін варто для початку проаналізувати стилістично-прагматичні якості такого заголовку. Зі стилістичних

засобів можна виділити епітети “*forever war*”, що було перекладено хоч буквально, але якісно, та синекдохи *Russia* та *the west*. Перший випадок синекдохи було замінено на звичайний відповідник, що не несе стилістичного забарвлення.

Вірогідно, це було зроблено для вилучення неоднозначності тексту. Сучасний стан речей змушує українське суспільство негативно ставитися до ЗМІ, що не виражають своє однозначне негативне ставлення до країни-агресора, її керівництва та громадян, що толерують війну. Така синекдоха дозволяє подумати, що редакція не вважає росіян відповідальними за агресію, а лише абстрактну країну. Оскільки такої критики англомовні засоби масової інформації не бояться, вони вільно використовують синекдоху, в тому числі для обережності, бо англомовні читачі, на протипагу українцям, часто бажають відділяти росіян та носіїв російської культури від росії та її керівництва.

Тобто, переклад та його прагматична складова в обох варіантах проаналізованого заголовку залежать від настроїв аудиторії, що є проявом такої характеристики медіадискурсу як групова співвіднесеність та адресованість повідомлення чітко окресленому адресату повідомлення.

Стосовно згаданих вище трансформацій додавання та вилучення, фразу *не розуміє, як програвати* було додано до тексту, а *as Ukraine invasion stalls* просто вилучено. Вірогідно, додавання є просто заміною невдалої частини на таку, що зацікавить читачів. Причиною такої невдалості можна назвати неприродність буквального перекладу та неактуальність для українського суспільства. Пропонується наступний буквальний переклад цієї фрази у заголовку: «*Путін готує росіян до “вічної війни” із Заходом коли вторгнення в Україну застрягло – Guardian*». Можливо застосувати різного роду граматичні трансформації задля якісного перекладу, однак перекладачі та редакція вирішили вилучити через те, що українцям і так відомо про відсутність масових бойових дій на момент виходу новини, на відміну від англомовної аудиторії.

Оскільки змістово-концептуальні заголовки передають не лише факти, а й несуть в собі певну концепцію, що налаштовує читача та задає аксіологічну оцінку, цей тип багатий на ідіоми та фразеологізми, приміром:

“*Volodymyr Zelensky and his generals explain why the war hangs in the balance*” [117].

«*Володимир Зеленський та його генерали пояснюють, чому війна висить на волосині*» [49].

Стаття написана в оригіналі англійською та містить фразеологічну одиницю “*to hang in the balance*”, яку було перекладено відповідником «*висіти на волосині*». Теоретично, це не єдиний варіант перекладу цієї метафори, оскільки можливо передати сенс без вживання таких стилістичних одиниць як фразеологізми, однак їх збереження допомагає передати прагматичну якість заголовку. Зокрема, автор дипломної роботи пропонує інші можливі варіанти: «*може скоро закінчитися*», «*знаходиться в непевному становищі*», «*тримається на павутинці*», «*тримається на соломинці*».

Перші два запропоновані варіанти не містять стилістичного забарвлення, а тому втрачають прагматичний ефект. До того ж, вони є однозначними, коли вираз «*висіти на волосині*» інтерпретуватися по-різному, а тому не тільки привертає увагу, а заохочує читача з’ясувати значення заголовку. Інші з варіантів є дещо невдалими, оскільки дієслово *тримається* вимагає суб’єктності, а підметом підрядного речення, що аналізується, є слово «*війна*», що є неістотою. Таким чином, поєднання «*війна тримається*» є неприродним синтагматичним зв’язком.

Тобто, переклад є певною мірою поясненням оригіналу, і у попередньому випадку перекладач робить вибір пояснити зміст, а не форму, що є запорукою якісного перекладу стилістичної та прагматичної складової (на відміну від фактуальної). До подібних висновків у своїй статті доходять Н. М. Акуп’янц та М. Ю. Ворожбіт, що присвячена лексичним лексико-стилістичним особливостям перекладу текстів новин [1, с. 60].

Оскільки переклад медіа-текстів практично завжди виконується професіоналами із досвідом або розумінням журналістики, переклад залежить від правил та стилю конкретного ресурсу. Ілюстративними для розуміння відмінностей між перекладом різних редакцій є наступні приклади:

*“At U.S. behest, Ukraine held off anniversary attacks on Russia”* [89].

*«На прохання США Україна відклала "ювілейні" атаки на Росію – Washington Post»* [62].

*«Україна відклала "ювілейні" атаки в РФ на прохання США - ЗМІ»* [78].

*«Планували на 24 лютого: Україна відклала "ювілейні" атаки РФ на прохання США — WP»* [67].

Крім незначних змін відмінностей як от *«Росія»/«РФ»* та *«ЗМІ»/«WP»* *«Washington Post»*, що не мають принципової різниці на прагматичному рівні, є різниця у порядку частин речення. До того ж, в одному з варіантів було застосовано додавання.

Перший варіант перекладу від *«Української правди»* має структуру та порядок слів подібний до англomовного оригіналу, що, вірогідно, зроблено ненавмисно. У той час як для англійської виносити обставину на початок та виділяти комою, хоча і можливо, але не властиво. Тому, можна зробити висновок, що журналісти міжнародного агентства, майже з стовідсотковою точністю, винесли цю фразу на початок, щоб поставити логічний наголос та підкреслити, що це сталося через уряд США, країни, де оперує це агентство новин. Тобто, була винесена на початок найбільш релевантна інформація.

Другий варіант перекладу від *«Кореспондента»* міняє структуру до звичної, де обставина йде в кінець, а головні члени речення залишаються на початку. Відповідно, україномовні читачі будуть цікавитися у першу чергу тим, що їхня країна готує атаки, що є релевантною для саме них інформацією. Тобто, другий варіант перекладу наслідує принцип розміщення релевантної та актуальної інформації для громадян, залучаючи певні синтаксичні перестановки.

Третій варіант перекладу даного заголовку вирізняється тим, що він так само залучає перестановку частин речення, однак на початок виносяться не головні члени речення, а додана редакцією фраза *«Планували на 24 лютого»*. Імовірно, таке додавання мотивується прагненням редакції відрізнити переклад від багатьох інших, а також зацікавити читача нестандартною фразою. Оскільки громадяни України

кожен раз, відвідуючи новинні сайти, натрапляють на заголовки, що містять слова «Україна», «атаки», «РФ» тощо, починають підсвідомо ігнорувати такі новини через звикання, журналістам доводиться знаходити нові сенсаційні фрази залучення уваги. Фраза «планували на 24 лютого» є безособовою, а тому невідомий суб'єкт. До того ж, вона відсилає до початку вторгнення, як результат, читачі будуть прогнозувати статтю з думкою що в ній йдеться про нові раніше невідомі деталі першого дня вторгнення. Тому, тут маємо справу не стільки з перекладацьким прийомом, скільки із журналістським.

Порівнюючи проаналізовані варіанти перекладу, можна з упевненістю сказати, що перший був витриманий та інформативний, другий та останній мали аспект сенсаційності, але останній мав найсильніший прагматичний вплив через залучення прогнозування статті. Однак, варто зауважити, що головною причиною сенсаційності є сама новина, а тому, навіть підбираючи стилістично нейтральні мовні одиниці, прагматичний вплив усіх заголовків буде сильним, а тому автор дослідження має на увазі під «сенсаційністю» відносний потенціал до зацікавлення читачів.

*«Партнери України провели «Рамштайн-11». Про що вдалося домовитися?»*  
[65].

*“Ramstein II has taken place. What has been agreed on?”* [105].

Далі бачимо, як заголовок насичений інформацією та застосовує стилістичну фігуру еліпсис:

*«Удар по Дніпру: загинули жінка та дворічна дівчинка, четверо поранених»*  
[77].

*“Attack on the Dnipro: a woman and a two-year-old girl were killed, four were injured”* [87].

Застосування цієї стилістичної фігури додає напруження, замовчуючи деталі, хоча заголовок насичений фактами. В оригіналі цей паратекстуальний елемент містить одне складносурядне речення з трьох частин, однак лише одна є повним

реченням з підметом та присудком, а саме: загинули жінка та дворічна дівчинка». У перекладі структура є подібною, однак повних речень два, що не є виправданим граматично чи стилістично. Вірогідно, перекладач не звернув увагу на стилістичну особливість заголовку та не зміг зберегти її у перекладі.

Крім вилучення стилістичних елементів цей переклад містить грубу граматичну помилку, що стосується артиклів. В англійській мові означений артикль застосовується лише з назвою двох міст, але не міста Дніпро, а тому артикль *the* є зайвим. Вірогідно, артикль був помилково написаний через те, що назва міста збігається з рікою Дніпро, яка в перекладі на англійську повинна мати означений артикль відповідно до правил англійської мови.

Навряд чи людина, що має кваліфікацію перекладача чи просто добре володіє англійською мовою могла допустити таку помилку. Тому, робимо припущення, що заголовок є результатом машинного перекладу, який був виконаний помилково через нездатність алгоритму зрозуміти контекст та стилістику повідомлення. Перегляньмо запропонований машинний переклад сервісу Google Translate:

*“A strike on the Dnipro: a woman and a two-year-old girl were killed, four were injured”.*

Як видно, переклад із сайту та запропонований машинний переклад є ідентичними, за винятком заміни слова “Strike” на “Attack”, що є генералізацією. З чого робимо висновок, що з великою вірогідністю цей заголовок є машинним перекладом, що пройшов поверхневе постредагування. Однією з можливих причин такого постредагування є бажання замінити незнайоме слово на знайоме, що ще раз показує низьке знання мови у перекладача, оскільки під час редагування не було виправлено помилок, але зроблено безпідставну і суб’єктивну заміну.

Отже, змістово-концептуальні заголовки є найбільш поширеними в обох традиціях та залучають широкий спектр різного роду трансформацій, що збігаються з трансформаціями регулярними граматичними, а також трансформаціями, що застосовуються для розтлумачення інформації. Однак, найбільше замін стосувалося

стилістичним та прагматичним складовим, що є найбільшою проблемою перекладу заголовків, що вимагає високого рівня володіння мовами та ерудиції від перекладача.

### 3.1.4. Переклад змістово-підтекстових заголовків

Найбільший прагматичний потенціал у заголовках втілюється у змістово-підтекстових заголовках. Зміст цього заголовку представлено не явно, а за допомогою підтекстів, що виражаються стилістично забарвленою лексикою, нестандартною побудовою речення та іншими можливими засобами. Через брак фактуальної інформації, цей тип заголовків є найменш поширеним. На противагу прикладам з попередніх розділів, наступний змістово-концептуальний заголовок несе у собі багатий прагматичний потенціал та стилістичне багатство, яке перекладачу необхідно проаналізувати та передати:

*“Germany revives dirty coal amid Russian gas war”* [121].

*«Брудне вугілля замість російського газу»* [46].

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

Недоліком таких концептуальних трансформацій може бути нерозуміння читачем сенсу, що було б очікувано від іноземців, однак у випадку перекладу українською такий паратекстуальний елемент як категорія «Німеччина» на сайті агенції Deutsche Welle вказує на країну походження новини, а слово «war» є зайвим, оскільки українці переглядають новинні сайти часто саме крізь фрейм війни. Тобто,



перекладач жертвує інформативністю на користь прагматичного впливу, оскільки ця інформація не втрачається за рахунок фонових знань аудиторії та інших паратекстуальних елементів сайту.

Наступний приклад показує протилежну тенденцію в перекладі, коли змістово-підтекстовий заголовок перекладено як змістово-концептуальний українською мовою:

*“Ukraine’s Evgeny Maloletka: agency photographer of 2022”* [115].

*«Євген Малолетка став фотографом року за версією The Guardian»* [51].

Хоча оригінальний заголовок і містить в собі інформативність, що зближує його з змістово-підтекстовим, але різниця між перекладом та оригіналом в рівні інформативності є суттєвою. Оригінал дає мінімум інформації, яка сприймається образами, що дають зрозуміти сутність статті. До них відносяться “Ukraine”, “photographer”, “2022”. На противагу цьому, переклад заголовку є дуже інформативним та детальним, а образи були доповнені різними мовними одиницями, що не залишає місця домислам, очікуванням та передчуття читача.

Обидва випадки стосувалися перекладу, що виконано для іншого ресурсу. Наступний заголовок демонструє переклад, що виконується для англomовної сторінки того ж сайту:

*«Чи боїшся ти темряви?»* [79].

*“In the darkness”* [99].

Переклад передає сутність оригіналу та є вдалим, однак зазвичай такі переклади є доволі буквральними та близькими через одну перспективу автора та перекладача, що живуть в одній країні та працюють на одну агенцію. У цьому випадку перекладач вирішив виконати суттєву трансформацію.

Оригінальна назва є алюзією на популярний серіал однойменний телесеріал. Хоча цей серіал англійською має назву “Are You Afraid of the Dark?”, перекладач вирішив скористатися іншою стилістичною фігурою, а саме апосіопезою. Вірогідно, причиною є те, що в контексті статті мова йде про, проблеми з електропостачанням,

що пов'язанні з російськими ракетними обстрілами, коли слово “dark” означає відсутність світла, а “darkness” має ширшу семантику, до того ж слово асоціюється із ситуацією відсутності світла та викликає асоціації зі злом [129, 130]. Отже, така трансформація має сильніший прагматичний вплив, ніж буквальный переклад, а читач зацікавлюється значенням слова “the darkness”, яке може означати буквальну або символічну темряву, що чудово підходить до сутті статті.

Примітно, що авторка цієї статті має також ще одну статтю зі змістово-підтекстовим заголовком, що може свідчити про те, що часто такі заголовки є особливістю авторського стилю журналістів, оскільки, порівнюючи з іншими типами заголовків, вони є доволі непоширеними.

*«365 днів війни»* [84].

*“365 days of war”* [125].

Цього разу переклад є, очікувано, буквальним. Лаконічність номінативного речення підказує тематику статті, однак зміст є абсолютно невідомим. Концепт «365 днів» позначає рік, а слово «війна» дає зрозуміти, що стаття приурочена до дати у рівно рік з початку повномасштабного вторгнення, тобто розуміння тематики є можливим лише для людей, що слідкують з ходом подій війни і наперед знають про приближення цієї дати.

Отже, змістово-підтекстний тип заголовків вимагає найбільшої майстерності з точки зору розуміння аудиторії, її інтересів та засобів впливу на її увагу. Переклад цього найменш поширеного типу є доволі вільним, оскільки головним завданням таких заголовків є передати прагматичний вплив. Під час перекладу змістово-підтекстових заголовків залучаються всі базові трансформації, як от конкретизація, смисловий розвиток для уточнення інформаційної складової, вилучення, заміна типу речення, смисловий розвиток та інші (див. Додаток В). Основним призначенням цих трансформацій є збереження прагматики повідомлення.

## 3.2 Відтворення прагматики факультативних паратекстуальних елементів медіадискурсу у перекладі

### 3.2.1. Перекладацькі прийоми відтворення прагматики лідів у перекладі

Як було вказано раніше, передмова в медіа є явищем, що зближує не стільки автора та читача, скільки редакцію та читача, що означає, що при перекладі і зміні сайту, де стаття опублікована, як наслідок, міняється і передмова. Далі, подається детальний аналіз перекладу прагматики лідів та стратегії перекладу.

У результаті дослідження було виділено чотири загальних перекладацьких прийоми перекладу лідів. Найочевиднішим з них є переклад зі збереженням структурних елементів:

*“One of Europe's largest reservoirs is drying up after the destruction of the **Kakhovka Dam in southern Ukraine.**”* [113].

*«Одне з найбільших водосховищ Європи висихає після підриву **Каховської греблі на півдні України**»* [55].

Як видно з прикладу було застосовано ряд незначних лексичних та лексико-граматичних замінів, що вимагаються для природного перекладу повідомлення, однак синтаксична структура, стиль повідомлення та його прагматична складова збереглися при перекладу. Застосовані трансформації транскодування та заміни частини мови виділено жирним у відповідному порядку.

Також варто розглянути україно-англійський переклад, що не містить значних змін, що стосуються прагматики паратексту:

*«Голова місії України при НАТО Галібаренко – про саміт у Вільнюсі, коли Україна отримає запрошення в Альянс і чи можливі гарантії безпеки від США»* [70].

*“Head of Ukraine's mission to NATO talks the Vilnius summit, membership prospects, and US security guarantees.”* [92].

Інший переклад є прикладом того, як передмова може виражати те саме повідомлення, однак з певними інформаційними модифікаціями, зберігаючи стиль та

тон повідомлення. Причиною такої схожості заголовків є те, що вони публікуються, фактично, на одному сайті, але в різних його розділах. А тому, редакція, що використовує лід як посередник між собою та аудиторією, не має причин змінювати передмову суттєво.

*“A Discord user matching the profile of Jack Teixeira distributed intelligence to a larger chat group, days after the beginning of the Ukraine war.” [85].*

*«Витік таємної інформації Пентагону, включно з тією, що стосувалася України, сталася у лютому 2022 року, незабаром після вторгнення в Україну, тобто на кілька місяців раніше, ніж про це повідомлялося, і в набагато більшій чат-групі, повідомляє газета New York Times (NYT), спираючись на власне розслідування» [47].*

Напівжирним позначено випущені елементи в оригіналі та додані в перекладі. Така малосуттєва або далека для українського читача інформація як назва платформи та ім'я були вирізані. Однак, було уточнено, що витік інформації стався в Пентагоні та стосувався України, а також джерело статті. Крім того, було додано інформацію зі статті, що уточнює наявну, а саме: *«тобто на кілька місяців раніше, ніж про це повідомлялося»* (додаткове уточнення до *«в набагато більшій чат-групі»*). Такий переклад показує можливість доволі вільного перекладу, що залишається конструктивним та адекватним попри всі модифікації та зміни через те, що вони вимагаються оригінальним текстом, що потребує локалізації та актуалізації для нового читача.

Розглянемо ще один лід, що має ту саму тенденцію, але в українсько-англійському перекладі:

*«Зеленський їде з саміту G7 після зустрічей з Байденом, Сунаком та лідерами вільного світу. Україна – ключовий елемент стратегії Заходу та отримає F-16» [42].*

*“The G7 summit saw Ukraine’s president meeting with world leaders and Ukraine affirmed as a key element of the West’s strategy” [95].*

Оригінал наповнений прізвищами політичних лідерів, що добре відомі в Україні та викликають зацікавлення у читачів, таким чином вони відіграють важливу прагматичну роль у цій передмові. У перекладі вони випущені, а тому виникає потреба в стилістичному засобі, що виражається фрагментом “*summit saw*”, що є прикладом комбінації метонімії та персоніфікації. У цьому випадку структура повідомлення суттєво відрізняється, а тому для кращого сприйняття висловлювання було поділено на логічні фрагменти, а напівжирним подані ті, що збігаються.

У першому випадку стаття була перекладена для іншого сайту, а тому, була необхідність в серйозній адаптації паратексту. Другий випадок є прикладом заобачливості, коли медіаресурс лишається тим самим, але відбувається прагматична адаптація повідомлення.

У наступному прикладі передмова англійською в перекладі була вилучена та замінена на фразу, взяту зі статті:

*“China’s EU envoy, Fu Cong, says Beijing respects the territorial integrity of all countries and stands for peace.”* [91].

*«Посол КНР в Євросоюзі Фу Цун припустив, що Пекін може підтримати цілі України щодо відновлення своєї територіальної цілісності у кордонах 1991 року, включно з окупованим Росією Кримом»* [69].

*“China’s envoy to the European Union has suggested that Beijing could back Ukraine’s aims of reclaiming its 1991 territorial integrity, which includes Crimea – the peninsula annexed by Russia in 2014.”* [8].

Така стратегія перекладу також може включати незначні трансформації, що пов’язані зі специфікою лідів. Наприклад, у цьому реченні було додано ім’я посла КНР, оскільки цього вимагає інформативна функція лідів. Також було замінено слово “annexed” на «окупований», оскільки це необхідно для адаптації тексту до української перспективи та погляду на ситуацію, що описана в статті.

Наступний лід демонструє ту саму тенденцію:

*“Its defense would be more effective if it didn't have to fight with one hand behind its back” [77].*

*«Байден хоче, щоб Росія «програла», але, схоже, боїться, що Україна насправді «виграє» – экс-радник президента США з національної безпеки» [52].*

Переклад оригіналу містить метафору, яку можна було б перекласти наступним чином: *«Її захист був би ефективнішим, якби їй розв'язали руки»* (переклад еквівалентом) або буквально *«Її захист був би ефективнішим, якби їй не треба було б боротися з однією рукою за спиною»*. У будь-якому випадку такий переклад не матиме того самого впливу, оскільки оригінал базується на ідіомі *“someone could do smth. with one arm/hand tied behind one's back”*, що означає зробити щось з легкістю [132]. Тому перекладач вирішив не слідувати буквальному перекладу та не шукати подібних ідіом в українській, а віднайти речення, що підсумовує статтю та є сенсаційним та несподіваним завдяки інформативній складовій, а не стилістиці повідомлення.

Останньою стратегією є повна заміна лідів, де оригінальний лід втрачається, а у перекладеній статті редакція на свій розсуд додає власний лід. Візьмемо для аналізу лід з вже оглянутої статті із сайту Гардіан, яка в українському варіанті виглядає так:

*«Думки у виданні The Guardian української письменниці Катерини Міщенко» [61].*

Ця стаття виділяється поміж інших тим, що оригінальну передмову було вилучено — вона була замінена на посилання на оригінал, оскільки містила неоднозначні слова, які, вірогідно, додала редакція, а не авторка. А саме:

*“Putin's genocidal war is turning my country into a graveyard. For our sake and for its own future, Europe must defend the revolution he is trying to crush” [81].*

В українському суспільстві неприпустимо називати війну «путінською», оскільки загальновідомим є факт агресії росії проти України та інших держав, коли вона мала інших лідерів, що применшує відповідальність громадян росії та

військових. Тому, вірогідно, перекладачі вирішили видалити цей фрагмент, а не робити його частиною основного тексту або продовженням передмови. Через різницю у її сприйнятті цільовою аудиторією, вона задавала б неправильний тон та настрої для прочитання самої статті. Таким чином, зміст повідомлення не змінюється, однак його конотація відрізняється. Це дає нам підставу зробити висновок, що переклад ілюструє застосування стратегії прагматичної адаптації з урахуванням вихідних настанов адресата.

Розглянемо ще один приклад, що виконано за цією стратегією:

*“Russia’s opposition — much like the West — seems doomed to watch helplessly from the sidelines.”* [103].

*«Автори матеріалу припускають, що в РФ знали про наміри власника ПБК "Вагнер"»* [60].

Вірогідною причиною повної заміни є той факт, що передмова є факультативним паратекстуальним елементом, яка наявна не в кожній статті. Крім того, лід є ланкою, що пов’язує редакцію та читача, а тому при зміні новинного ресурсу нова редакція вправі подати свій лід, тим більше, якщо вона вважає, що оригінальний лід не є актуальним чи є неприйнятним для культури мови перекладу.

Як показують матеріали нашого дослідження, під час перекладу лідів перекладачі вирішують головним чином не мовну проблематику перекладу, а прагматичну (Див. Додаток В). З отриманих фактів можна зробити висновок, що при наявності лідів, що мають перспективу висвітлення подій відмінну від тієї, що належить редакції, перекладачі замінюють їх новим лідом чи доречним фрагментом з тексту за наявності. У інших випадках переклад є доволі близьким до оригіналу з деякими трансформаціями, що стосуються переходу повідомлення між двома мовними системами та відтворення прагматичного ефекту за допомогою засобів іншої мови та культури.

Отже, ліди є факультативним паратекстуальним елементом, що зв’язує не стільки автора з читачем, скільки читача та редакцію, внаслідок чого переклад є вільним та часто замінюється текстом від редакції. Метою лідів є інформування

читача, а тому рідко містить засоби виразності, однак прагматичний потенціал виражається особливістю націленості на аудиторію. Тобто, при перекладі лідів перекладачі та редакція в першу чергу думають не про мовні засоби, а на зміст викладу інформації та засоби психологічного впливу. У випадку перекладу тексту для іншого сайту, передмова має тенденцію до більших трансформацій, що можуть доходити до того, що застосовується повна заміна чи заміна реченням з тексту.

### 3.2.2. Відтворення прагматики підзаголовків, цитат та гайлайтів у перекладі

Важливим аспектом розуміння прийомів перекладу є факультативність чи обов'язковість паратекстуального елемента. Пропонується розглянути додаток А, де зібрані основні паратекстуальні елементи, включно з тими, що будуть проаналізовані у цьому підрозділі. Як зазначалося раніше, мета факультативних елементів – орієнтувальна, а тому при перекладі перекладачі можуть пожертвувати інформативністю чи навіть прагматикою, однак якість перекладу не постраждає суттєво через те, що наявність цього елемента вже є певним орієнтиром в тексті.

Стаття під назвою «*War Speeches. Росія офіційно переклала на США відповідальність за війну проти України*», що перекладена англійською як “*War Speeches. Russia Officially Shifts Responsibility for the War Against Ukraine to the United States*”, відноситься до рубрики «Колонки» через наявність вибірки декількох важливих або пов'язаних новин у статті, що відрізняє її від стандартних новинних статей. Кожна окрема новина має свій підзаголовок.

Підзаголовки, на відміну від заголовку, не мають виразної функції прогнозування, оскільки читач бачить підзаголовки лише вже після прочитання основного загального заголовку та відкриття статті. Внаслідок цього, метою підзаголовку є скоріше підкріплення зацікавленості, щоб читач не втрачав інтересу, та розподіл тексту на фрагменти для кращої орієнтації у великій статті. Часто, підзаголовки доповнюють заголовок та грають роль альтернативних заголовків чи пояснюють основний, тому важливо передати цю кооперацію в перекладі [37, с.6].



Збереження такого зв'язку і є специфічною рисою перекладу саме цього паратекстуального елемента. Далі подано три складові вищезгаданої статті:

*«Росія програє в Радбезі та заарештовує американського журналіста»* [73].

*“Russia Loses in the Security Council and Arrests a US Journalist”* [108].

*«Зеленський наголошує, що Росія має програсти війну, а в Москві продовжують "боротьбу" з колоніалізмом»* [73].

*“Zelensky Emphasizes that Russia Must Lose the War, and Moscow Continues to "Fight" Against Colonialism”* [108].

*«Росія оновлює концепцію зовнішньої політики та продовжує ядерний шантаж, а Україна готується до контрнаступу»* [73].

*“Russia Updates Foreign Policy Concept and Continues Nuclear Blackmail, Ukraine Prepares for Counteroffensive”* [108].

Проаналізувавши зв'язок паратекстуальних елементів та тексту, можна зробити висновок, що заголовок не охоплює всю різноманітність подій, описаних у статті. Натомість, він передає лише одну з тез, що здатна привернути увагу та допомогти читачеві прогнозувати напрям статті.

Подібна стратегія створення заголовків для статей на тему декількох подій є поширеною. Головним аспектом, який журналіст бере до уваги є релевантність подій, що зумовлює поділ описаних новин на важливі та менш важливі.

Зокрема, в кожному підзаголовку фігурує Росія, так само як і в заголовку. Крім того, кожен паратекстуальний елемент містить лексику, що активізує фрейми «боротьба» та «війна», а саме «війна», «програє», «програти війну», «ядерний шантаж», «контрнаступ» тощо. Відтак, перекладач повинен зберегти цю лексику та якісно відобразити в перекладі без вилучень, що необхідна для правильної прагматичної установки.

Паратекстуальним елементом з подібною до підзаголовку функцією, а часто і виглядом, є другорядний заголовок-цитата. Цей елемент найчастіше трапляється в текстах-інтерв'ю, які є однією зі складових медіатекстів. Тексти мають свою

композиційну структуру та спираються на певний умовний шаблон. Таким чином, завдання перекладача є передати сутність та прагматику тексту, при цьому зберігаючи адекватність структури та шаблону мови перекладу.

Українська дослідниця Ганна Апалат виділяє такі структурні частини текстів-інтерв'ю: основний заголовок, другорядний заголовок, цитата як один з другорядних заголовків, вступна частина, основна частина, ілюстрація [2, с. 16]. При чому, всі ці елементи, крім основної та вступної частини є паратекстуальними. Вона також наголошує, що не всі вони є обов'язковими. Зокрема, другорядний заголовок, другорядний заголовок-цитата, вступна частина та ілюстрації є факультативними компонентами.

Г. Апалат визначає функцію факультативних компонентів як орієнтувальну та атрактивну. Тобто, ці паратекстуальні елементи мають таку саму мету, як і в інших медіа-текстах. Однак, цитата як один з другорядних заголовків трапляється майже завжди як «гайлайт» інтерв'ю або меадіа-текстах, що мають розділ з опитуванням респондента. Наприклад:

*«"Росія зараз не може задовольнити свої збройні сили звичайним озброєнням – куди вже лізти у високотехнологічне?"»* [51].

*“"Russia cannot meet the needs of its armed forces with conventional weapons. Where is there room for high-tech ones?"”* [93].

Переклад цього фрагменту не має жодних особливостей, що були б характерні лише гайлайтам, за виключенням важливості передачі прагматичної складової. Тобто, було здійснено звичайний переклад однієї з реплік інтерв'ю, однак через те, що це також і гайлайт, перекладач вимушений приділити особливу увагу, щоб прагматична мета поставлена авторами статті, що виділили цю фразу окремо від тексту, зберігалася у перекладі.

Головним стилістичним засобом тут є риторичне питання, що підкреслює попередню частину речення. Оскільки паратекст є переважно графічним явищем на рівні сприйняття, тому його візуальний вигляд має бути легким для розуміння. У результаті цього, перекладач повинен впевнитися, що реципієнт розуміє графічну

різницю між текстом та паратекстом, а також складовими паратексту. У цьому випадку, пунктуація англійської та української мов відрізняється тим, що дефіс не може бути застосований при введенні риторичного питання. Як наслідок, було вирішено зробити зовнішній синтаксичний поділ для візуального виділення стилістичного засобу та облегчення графічного сприйняття паратексту. Якби це речення не було паратекстом, вірогідно, одним із запропонованих варіантів перекладу могло б бути “*“Russia cannot meet the needs of its armed forces with conventional weapons, **don’t mind high-tech ones**”*”, що теж передає зміст та підсилює попереднє висловлювання, підкріплюючи слова спікера на прагматичному рівні, але не виділяючи стилістичний засіб.

Наступний гайлайт не є настільки вдалим:

«*“Вагнерівці” діють більш рішуче, хоч і **сформовані із зеків**”*» [51].

“*“The Wagnerites act more decisively, although they **mainly involve convicts**”*” [93].

Напівжирним виділені проблемні одиниці, що включають «зеки», яке має сильну негативну конотацію та не дорівнює слову «засуджені», а тому переклад “convicts” не передає всієї стилістичної та прагматичної повноти висловлювання.

Дієслово «сформовані» вказує на завершену дію без зайвих уточнень, коли “mainly involve” вказує, що не всі особи, що входять в групу «Вагнер» є засудженими. Вірогідно, переклад є фактуально правильним, однак втрачається впевненість висловлювання, що є важливою складовою. Можливо, перекладачі пішли на цей крок свідомо, жертвуючи прагматичним впливом заради точності фактів, ігноруючи оригінал.

Ще одним гайлатом з цієї статті є:

«*“Інколи бувають не зовсім успішні операції, але в яких, як то кажуть, є **краса гри**”*» [51].

“*“Some operations are not that successful, but have **a game-like allure**”*” [93].

Крім стандартних граматичних перестановок та літоти, що буквально передана (не зовсім успішні - are not that successful) цей фрагмент виділяється перекладом сталого виразу «краса гри». Даний вираз не зафіксовано в більшості словників, однак він часто з'являється в новинних статтях, як показав пошук через сервіс Google. Однак, аналіз за допомогою сервісу Google не знайшов використання виразу “*a game-like allure*” саме в такій комбінації, що означає, що це не ідіоматичний вираз, а тому його структурні елементи варто проаналізувати окремо. Такий переклад є прикладом творчого підходу при перекладі безеквівалентної лексики, що має значний прагматичний вплив та стилістичну цінність.

“Allure” — якість, що позначає привабливості та інтерес [128], а “gamelike” є прикметником від слова «гра» [131]. Тобто, цей вираз можна пояснити як ваблення або інтерес, що породжено грою чи ігровим азартом, що відповідає виразу «краса гри», але переклад є маловживаною комбінацією, а тому може звучати неприродно.

Переклад наступного інтерв'ю під назвою “*Paul Massaro: If that's Russophobia, fine. But I want to advocate realism toward Russia*” на сайті агенції новин «Українська правда», на відміну від попереднього, виконується з англійської на українську мову [82]. Ще однією відмінністю від попереднього інтерв'ю є те, що статті не збігаються за обсягом. Англійський оригінал є помітно більшим, а велику частину реплік не було перекладено. Крім того, ця стаття не має гайлайтів в оригіналі, однак вони з'являються в перекладі статті «*Пол Массаро: Я за реалістичне ставлення до Росії. Якщо це русофобія, так тому і бути*» [102].

Таку відмінність можна пояснити тим, що, вірогідно, стилізацією статті займаються спеціалісти, що володіють лише українською, а переклад є відповідальністю людини, що займається лише перекладом. Тому, україномовна стаття була оформлена та відредагована першим спеціалістом (заголовок, лід, гайлайти, абзаци тощо) та передана на переклад, що був виконаний зі збереженням форматування.

У випадку з другою статтею гайлайти були додані вже після перекладу скороченого тексту українською. Текст, що присутній в обох варіантах часто не збігається за поділом на абзаци, що також підтверджує таку гіпотезу. Отже, друга

стаття є менш якісною, однак це стосується лише роботи з англomовною статтею, яка, фактично, залишається недоробленою для англomовних читачів, в той час як переклад є доведеним до кінця на всіх етапах роботи з текстом.

Отже, перелічені паратекстуальні елементи є факультативними. Переклад деяких типів (підзаголовки, цитати, гайлайти) є дуже подібним до перекладу заголовків, хоча практична мета цих заголовків відрізняється. Особливістю цих елементів є те, що значну складність становить необхідність глибокого розуміння контексту подій, що дозволить правильно розтлумачити цитати тощо. Переклад прямої мови (цитати) є доволі буквальним через необхідність точно відобразити сказане, однак допускаються заміни з метою збереження прагматики, що виражена безеквівалентною лексикою, або для прагматичної адаптації.

### **3.2.3. Прагматичний аспект перекладу підписів зображення та повідомлень із соціальних мереж**

Зображення, що використовуються у медіа є часто об'єктом авторських прав, а тому їхнє використання є обмеженим. Таким чином, при перекладі статті з посиланням на джерело використання оригінального зображення рідко дозволяється. Саме тому в більшості випадків переклад підписів під зображеннями не є актуальним для багатьох статей. Тим більш, деякі зображення не мають інформативної чи ілюстративної мети, а спрямовані виключно на привернення уваги читача.

Однак є випадки, коли оригінал та переклад розміщуються на одному сайті, а тому в обох випадках зберігається авторське право на використання зображення. Практично завжди такими випадками є переклад українських медіа на англійську мову:

*«Міністр оборони США Ллойд Остін (ліворуч) і міністр оборони України Олексій Резніков беруть участь у відкритті зустрічі групи «Рамштайн», Німеччина, 21 квітня 2023 року AP Photo / Matthias Schrader» [56].*

*“U.S. Secretary of Defense Lloyd Austin (left) and Ukrainian Defense Minister Oleksii Reznikov attend the opening of the Ramstein Group meeting, Germany, April 21, 2023 AP Photo / Matthias Schrader”* [84].

З вищенаписаного випливає, що головною метою підписів зображення є інформативна та ілюстративна, а тому вони рідко містять багатий прагматичний потенціал, як видно з прикладу. Наведений приклад містить ідентичний порядок слів, а застосовані заміни є типовими та регулярними і не становлять перекладацьких проблем. Лексика є нейтральною та формальною із застосуваннями кліше (виділено жирним), серед яких позначення розміщення особи на зображенні *«ліворуч»*, що характерно для підписів зображення.

Варто зазначити, що така формальна мова не є обов'язковою для цього виду паратексту. Вірогідно, що типовість цього прикладу пов'язана з фактом, що україномовні ЗМІ містять більше мовних кліше та є консервативнішими у підборі слів.

Змоделюємо ситуацію, у якій англomовне видання вирішило зробити переклад статті на українську на свій веб-сайт, а тому виконає переклад підпису зображення. Іншим варіантом ситуації буде отримання прав на використання зображення з англomовного видання таким чином, що одне і те ж зображення використані у тексті перекладу та оригіналу. У такому разі прагматичний потенціал цього паратексту в багатьох випадках буде вищий завдяки стилю англomовної журналістики. Наприклад:

*“Migrants are **camped out** at a church in El Paso ahead of **Title 42** ending”* [116].

Пропонується варіант перекладу:

*«Мігранти отаборилися біля церкви в місті Ель-Пасо в очікуванні закінчення дії Пункту 42».*

Вище наведене речення є поширеним, у ньому застосована розмовна лексика, згадується “Title 42” без деталізації та уточнення цього слова та походження цього пункту, що є рисами розмовного стилю.

При виборі відповідника до фразового дієслова “camp out” був обраний один з найбільш неформальних, оскільки фразові дієслова є не характерними для формальної офіційної англійської, а тому переклад має зберегти розмовний стиль мовлення. Деякі можливі варіанти перекладу цього дієслова: *«оселилися»*, *«стали табором»*, *«влаштували табір»*. У випадку бажання редакції перекласти вираз без його стилістичної складової, отримаємо *«тимчасово зупинилися з ночівлею»*.

Як було вказано раніше у першому розділі, доволі часто в статті інкорпують такий паратекстуальний елемент як твіт з мережі Twitter, а також повідомлення з месенджеру Telegram (див. Додаток Е). З проаналізованих статей на сайті новинної агенції BBC та Kyiv Post не було виявлено перекладу цього елемента попри той факт, що сам паратекст було перенесено. Тобто, на відміну від інших неперекладних паратекстів, цей паратекст не ігнорується, а подається мовою оригіналу [93, 59, 112].

Варто зауважити, що такі повідомлення є новинкою та характерні далеко не всім медіаресурсам, а тому з плином часу через розповсюдження цього елемента способи перекладу можуть змінюватися. Наприклад, багато соцмереж пропонують машинний переклад повідомлення, що робить можливим ділитися перекладеним повідомленням у тексті перекладу. Вірогідно, вже існують рідкісні випадки застосування такого підходу на відміну від продемонстрованого раніше прикладу, де зберігають мову оригіналу.

Отже, підписи зображень і повідомлення з соціальних мереж є важливими мультимедійними паратекстами у медіа, однак вони не є поширеними. Їх Інформативна складова переважає над прагматичною, а редакція та перекладачі нерідко ігнорують деякі повідомлення, оскільки те, що не є заголовком, не вважається частиною тексту (епітекст), а тому не потребують перекладу. Тим не менш, в силу новизни повідомлень з соцмереж стратегії перекладу такого паратексту на практиці ще формуються та можуть удосконалюватися.

## ВИСНОВКИ

В результаті дослідження було отримано такі висновки:

1. Паратекст — це все, що супроводжує основний текст, його мета інформувати читача про тему, автора, мету та значення тексту, щоб сприйняти його повноцінно, не впустивши важливих деталей. Паратекст є інструментом аналізу тексту. Він завжди є відокремленим певним чином від основного тексту, який доповнює.

Паратекст та паратекстуальність не є однорідними та поділяються на епітекст та паратекст, кожен з елементів яких має свою прагматичну функцію, слугуючи посередником між автором та реципієнтом. Паратекст, як і текст, може існувати не лише у письмовому вигляді, а й в усному дискурсі. Серед паратекстуальних елементів медіатекстів основними є заголовок, передмова (лід), авторські примітки, ім'я автора, рубрика, підзаголовки, гайлайти, зображення, підписи зображення та повідомлення з соціальних мереж.

2. Медіадискурс є відображенням інформатизації сучасного світу, яка репрезентується медіа-характером, що має на меті проінформувати та вплинути на свідомість реципієнта. Важливими характеристиками медіадискурсу є мультимедійність, публічність, полемічна орієнтованість та сильний прагматичний вплив на аудиторію повідомлень.

Центром цього дискурсу є медіатексти, які відносяться до різних стилів, однак мають єдину мету інформування та впливу, а паратекст відіграє в цьому ключову роль. Медіатекст є результатом медіадискурсу і існує як його частина та передається через такі канали інформації як дискурс преси, радіодискурс, дискурс телебачення та Інтернет-дискурс. Мовні особливості функціонування стилю медіатекстів залежать від мови та культури, у якій сформувався дискурс.

3. Паратекстуальні елементи та прагматика тексту є поняттями пов'язаними та нерозривними, оскільки паратекст є посередником між автором і текстом та реципієнтом. Прагматика паратекстуальності реалізується низкою засобів, що можуть мати лінгвістичний чи паралінгвістичний характер. Направленість цього впливу не є специфічною, тобто, автор тексту оригіналу та автор тексту перекладу



(перекладач) обирають принципи висвітлення інформації (конструктивний чи маніпулятивний), відповідно до свого етичного світогляду та професійного кодексу.

Прагматика тексту реалізовується категорією адресованості на читача та наданням авторської аксіологічної оцінки. При зміні аудиторії може виникати прагматична невідповідність, яка є гострою проблемою перекладознавства і часто вирішується на практиці прагматичною адаптацією, що вимагає розуміння двох культур та історичного контексту.

4. Одним із способів прагматичного впливу є стилістика тексту. Серед лексико-семантичних стилістичних засобів виділяють фігури кількості, якості та контрасту. Теоретично кожен із стилістичних засобів може застосовуватися в паратекстуальних елементах, зокрема заголовках, але найпоширенішими є метафора та метонімія. Підхід перекладу метафор за Пітером Ньюмарком відповідно до типу тексту може застосовуватися не лише по відношенню до метафор, але й до інших стилістичних засобів, зокрема метонімії, оскільки перекладачі прагнуть зберегти баланс між інформативністю та аксіологічною оцінкою в тексті та паратексті.

Частотним засобом експресивності в заголовках є фразеологічні одиниці. Найуживанішими способами їхнього перекладу є фразеологічний еквівалент (30 %), фразеологічний аналог (21 %), фразеологічне калькування (21 %), дескриптивна перифраза (26 %). Найуживанішими способами перекладу метафори — прямий еквівалент (41 %), заміна образу (17 %), описовий переклад (13 %), та деметафоризація (27 %). Було виділено дві основні перекладацькі стратегії перекладу метонімії — прямий еквівалент (76 %) та додавання і вилучення метонімії (24 %). У деяких випадках втрата стилістичного засобу компенсувалася іншим.

5. Заголовки можна класифікувати за трьома типами, відповідно до класифікації І.М. Кочан, кожен з яких характеризується рівнем інформативності та прагматичним впливом. Як показує дослідження, найуживанішим є змістово-концептуальні, які в українській мові мають тенденцію до вищого рівня інформативності, порівняно з англійськими.

Було встановлено основні граматичні та лексичні трансформації, однак головним чином застосовуються ті, що інтерпретують (додавання, конкретизація,

модуляція, генералізація) та адаптують інформацію (заміна імен посадами, назви установ та організацій). Найбільше замін стосувалося стилістичних та прагматичних складових. На відміну від змістово-фактуальних та контекстуальних заголовків, змістово-підтекстові часто перекладаються за допомогою комплексних трансформацій, що повністю міняють заголовок, зберігаючи лише прагматичну складову. Нерідко при перекладі типи заголовків змінюються, що впливає на застосування трансформацій, зокрема, змістово-підтекстовим характерні лексичні трансформації, які стосуються стилю, у той час як інші містять уточнюючі та адаптуючі трансформації.

Також було виявлено факт, що англо-українські та українсько-англійські переклади не є рівнозначними у відношенні редакцій, оскільки англійськомовні оригінали пишуться світовими ЗМІ та перекладаються українцями для україномовних локальних ресурсів. У той же час, українські тексти рідко публікуються англійською мовою на інших ресурсах, крім тих, де вони були написані. Тобто, автори є часто перекладачами з огляду на малу розповсюдженість української мови у порівнянні з англійською. Саме цей факт впливає на точність передачі прагматичної складової.

6. Передмова або лід — другий за значенням паратекстуальний елемент, що трапляється на практичній більшості ресурсів та несе функцію орієнтира стосовно певної події або узагальнення подальшої інформації. Цей паратекстуальний елемент є факультативним, оскільки відсутній на деяких медіаресурсах частково чи повністю. Переклад лідів є доволі вільним і часто зазнає значних змін. Зокрема, можна виділити стратегії повної (20 %), часткової зміни (26 %), заміни ліду фрагментом з тексту (14 %) та збереження оригінальної структури (40 %). Подібні заміни є результатом радше різниці світоглядів, ніж мовних систем, що змушує вдаватися до замін на рівні всього паратекстуального елемента, а не єдиного речення. У випадку перекладу тексту для іншого сайту передмова має тенденцію до більших трансформацій, зокрема повної заміни чи заміни реченням з тексту.

7. Прийоми відтворення прагматики підзаголовків, гайлайтів, та цитувань, що є часто факультативними елементами медіатексту, подібні до перекладу основного заголовку, який вони часто доповнюють чи пояснюють. Переклад цитат є завжди

структурно незмінним та залучає лише необхідні для інформативної складової трансформації. Ці елементи не мають важливого передтекстового значення, що характеризується прогнозуванням, а метою гайлайтів та підзаголовків є утримання уваги та краща орієнтація читачів у великій статті. Гайлайти, підзаголовки та цитати трапляються найчастіше в текстах інтерв'ю, переклад яких часто виконується у скороченому вигляді, зберігаючи лише найбільш інформативно важливі та прагматично впливові фрагменти повідомлення. Часто редакція та перекладачі ігнорують деякі повідомлення, оскільки те, що не є заголовком, не вважається частиною тексту (епітекст), а тому не потребують перекладу.

Підписи під зображеннями та повідомлення з соціальних мереж є важливим аспектом мультимедійних паратекстів у сучасних медіа. Зокрема, їх інформаційна складова нерідко переважає над прагматичною. Ці паратексти не завжди знаходять широке використання. Редакції та перекладачі здебільшого ігнорують такі повідомлення, оскільки вони не вважаються невід'ємною частиною тексту (епітекстом) та, отже, не вимагають перекладу. Однак, через новизну соціальних мереж та їх повідомлень, стратегії перекладу для такого паратексту на практиці ще формуються та, вірогідно, виникнуть у майбутньому.

8. При перекладі паратекстуальних елементів в медіа завданням перекладачів є радше досягнення еквівалентності та оптимальної збалансованості прагматичного впливу між оригіналом і перекладом, ніж відтворення формальної структури. Всі описані стратегії є спробою передати цілі, погляди, оцінки та настанови оригінального паратексту, адаптуючи його до нової культурної перспективи. Часто перекладачі суб'єктивно оцінюють паратекст оригіналу при перекладі, базуючись на власному досвіді, вирішуючи, що є актуальним для читачів, що варто перекласти або вилучити для досягнення розуміння і відтворення прагматики повідомлення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Наукові праці

1. Акоп'янц Н. М. Лексико-стилістичні особливості перекладу англомовних текстів ЗМІ на українську мову / Н. М. Акоп'янц, М. Ю. Ворожбіт // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 13 (1185). – С. 59-63.
2. Апалат Г.П. Структура, семантика і прагматика текстів-інтерв'ю (на матеріалі сучасної англомовної преси) : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Г.П. Апалат ; Київ. нац. лінгв. ун-т. — К., 2003. — 19 с. — укр.
3. Безугла Л. Р. До питання розмежування прагматики, стилістики та прагмалінгвістики / Л. Р. Безугла // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. - 2014. - № 1102, Вип. 77. - С. 6-10. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPG\\_2014\\_1102\\_77\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPG_2014_1102_77_3)
4. Білецька О. О. Переклад інформаційно-новинних текстів у контексті міжкультурної комунікації / О. О. Білецька // Молодий вчений. - 2016. - № 3. - С. 638-642. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_3\\_153](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_3_153)
5. Біляк І. В. Прагматика англомовного новинного медіатексту : маніпулятивний потенціал / І. В. Біляк // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации. – 2012. – Том 25. – № 1. – С. 221–226.
6. Бобаль Н. Р. Основні композиційно-структурні особливості текстів ЗМІ / Н. Р. Бобаль // Одеський лінгвістичний вісник. - 2015. - Вип. 5(1). - С. 3-6. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv\\_2015\\_5%281%29\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2015_5%281%29_3)
7. Бобаль Н. Р. Тексти ЗМІ: структура та зміст поняття / Н. Р. Бобаль // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна. - 2012. - Вип. 30. - С. 234-235. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2012\\_30\\_72](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2012_30_72)

8. Галич В. М. Антропонімія Олеся Гончара: природа, еволюція, стилістика: монографія / В. М. Галич – Луганськ: Знання, 2002. – 212 с.
9. Галич В. М. Семіотика інтертекстуальності публіцистичного твору : соціально-комунікативна рецепція : монографія. – Рівне : ДЗ “Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”, 2015. – 120 с.
10. Грицай І.С. Мовні особливості сучасних засобів масової інформації / І.С. Грицай // *Materialy Międzynarodowej NaukowoPraktycznej Konferencji Rozwoj nauk humanistycznych. Problemy I perspektywy.* – Katowice, 2012. – С. 38–40.
11. Гудманян А.Г., Кондратьєва О.В. Актуальні питання перекладознавства : курс лекцій / А. Г. Гудманян, О.В. Кондратьєва. – К. : НАУ, 2014. – 148 с.
12. Євграфова А. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / Алла Євграфова // *Стиль і текст.* – 2003. – № 4. – С. 141–149.
13. Єфімов Л. П. Стилiстика англiйської мови i дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посiбник. / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
14. Желтухина М. Р. О содержании дискурса масс-медиа / М. Р. Желтухина // *Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка.* — Луганськ, 2007. — № 11 (128), Ч. 1. — С. 27-40.
15. Загурська С. М. Масова свідомість як засіб утвердження влади / С. М. Загурська // *Гілея: науковий вісник.* - 2016. - Вип. 111. - С. 166-170. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_111\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_111_44)
16. Зорівчак Р.П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія / Р.П. Зорівчак. – Львів: Вища школа, 1983. – 176 с.
17. Кочан І. М. Специфіка заголовків «Українського тижня» в аспекті відображення текстової інформації / Ірина Миколаївна Кочан. // *Одеський лінгвістичний вісник.* – 2017. – С. 93–96.
18. Крейг Р. Інтернет-журналістика. К. : Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2007. 323 с.

19. Кузнецова, Г. В. 2021. Адресованість та адресат (на матеріалі політичного дискурсу). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, № 48 том 1, с. 105-108.
20. Лексичні, термінологічні та жанрово–стилістичні труднощі / В.І.Карабан.– Вінниця: Нова книга, 2001. – 304 с.
21. Лід як компресована форма мовлення. Євграфова А. О. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». Том 21(60). — 2008. — № 1. — С. 194–198.
22. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. / М. Маклюэн. – М. : Канон-пресс-Ц: Кучково поле, 2003. – 464 с.
23. Мірошніченко, І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу: [препринт] / І. Г. Мірошніченко // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., – Вінниця, 12–13.10.2016 р.
24. Моркотун С.Б., Особливості перекладу текстів новин в умовах зіткнення політичних інтересів / С.Б. Моркотун, В.Л. Вигівський, О.Л. Башманівський // “Закарпатські філологічні студії”. – 2018. – №4 (1). – С. 64–68.
25. Ребрій О.В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 376 с.
26. Ротова Н. В. Інтертекстуальність як продуктивний інструментарій дослідження системи міжтекстових стосунків [Електронний ресурс] / Наталя Володимирівна Ротова – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/9.\\_EISN\\_2007/Philologia/21523.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9._EISN_2007/Philologia/21523.doc.htm).
27. Ротон Н. Структурно-функціональні особливості текстів засобів масової комунікації / Н. Ротон // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. - 2017. - Вип. 36. - С. 56-61. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz\\_2017\\_36\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz_2017_36_11)

28. Сокол, М. О. (2011) Поняття паратексту та паратекстуальності в системі сучасного літературознавства. ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка (60). pp. 218-221.
29. Сокол М. Комунікативні функції передмови як паратексту / М. Сокол // Питання літературознавства. - 2009. - Вип. 78. - С. 312-322. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/P1\\_2009\\_78\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/P1_2009_78_37)
30. Сокол М. Примітка та коментар у системі інтертекстуалізації / М. Сокол // Волинь філологічна: текст і контекст. - 2009. - Вип. 7. - С. 293-302. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vftk\\_2009\\_7\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vftk_2009_7_36)
31. Теорія медіалінгвістики : підручник / Лариса Шевченко, Дмитро Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. – Київ : ВПЦ "Київський університет", 2021. – 214 с.
32. Тонкіх І. Ю. Специфіка подання новин в українських Інтернет-ЗМІ / І. Ю. Тонкіх // Психолінгвістика. - 2011. - Вип. 8. - С. 205-210. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2011\\_8\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2011_8_32)
33. Черниш, О. А. (2013) Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіа лінгвістиці. Наукові записки. – Серія: Філологічні науки (мовознавство) (118). pp. 309-313.
34. Batchelor K. Translation and paratexts / Kathryn Batchelor. – London and New York: Routledge, 2018. – 201 с.
35. Bell A. The Language of News Media / Allan Bell. – Oxford: Blackwell publishing, 1991. – 277 с.
36. Dijk T. News as Discourse / Teun Van Dijk. – Hillsdale, New Jersey: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS, 1988. – 208 с.
37. Dovhanchyna R. Translating paratextual elements of online news texts from English into Ukrainian / Ruslana Dovhanchyna. // SHS Web Conf.. – 2021. – №105. – С. 14. - Режим доступу: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110503005>
38. Genette G. Paratext. Thresholds of Interpretation / G. Genette. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. – 427 p
39. Genette G. The Architext : an Introduction / G. Genette ; [transl. J. E. Lewin]. – Berkley : University of California Press, 1992. – 489 p.

40. Irwin W. *Against Intertextuality* / William Irwin. // *Philosophy and Literature*. – 2004. – №28. – С. 227–242.
41. Kristeva J. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art* / Julia Kristeva. – New York: Columbia University Press, 1980. – 305 с.
42. Krings H. P. *Translation Problems and Translation Strategies of Advanced German Learners of French* / H. R. Krings // *Interlingual and Intercultural Communication*. – Tübingen : Gunter Narr, 1986. – P. 263–275.
43. Neubert A. *Translation as Text*. — London, 1992. — P. 24.
44. Newmark Peter. *A Textbook of Translation*. ReEd. NY: New Style, 2003. 322 p.

### **Джерела матеріалу дослідження**

45. "Байден розвіяв наратив New York Times". Як Зеленський з'їздив на саміт G7 та що з F-16. Ліга.net: вебсайт. URL: <https://www.liga.net/ua/politics/articles/bayden-razveyal-narrativ-new-york-times-kak-z-elenskiy-sezdil-na-sammit-g7-i-hto-s-f-16> (дата звернення: 02.04.2023)
46. Брудне вугілля замість російського газу [Електронний ресурс] // Deutsche Welle. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/brudne-vuhillia-zamist-rosiiskoho-hazu/video-62221129>.
47. Витік таємної інформації був більшим і стався раніше, ніж повідомлялося – NYT. Голос Америки: вебсайт. URL: <https://ukrainian.voanews.com/a/vytik-tajemnoji-informatsiji/7062085.html> (дата звернення: 01.04.2023)
48. Візит Зеленського до Ізраїля під загрозою – ЗМІ. Слово і Діло: вебсайт. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/11/05/novyna/svit/vizyt-zelenskoho-izrayilya-zahrozoyu-zmi> (дата звернення: 14.11.2023)
49. Володимир Зеленський та його генерали пояснюють, чому війна висить на волосині. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/12/17/7381185/> (дата звернення: 17.03.2023)
50. До навчальних програм вишів сектору безпеки та оборони запроваджено предмети з гендерної проблематики – Урядова уповноважена з питань гендерної політики.



- Медіацентр : вебсайт. URL:  
<https://mediacenter.org.ua/uk/do-navchalnih-program-vishiv-sektoru-bezpeki-ta-oboroni-zaprovadzheni-predmeti-z-gendernoyi-problematiki-uryadova-upovnovazhena-z-pitan-gendernoyi-politiki/> (дата звернення: 13.03.2023)
51. Євген Малолетка став фотографом року за версією The Guardian. Zaxid.net: вебсайт. URL:  
[https://zaxid.net/evgen\\_malolyetka\\_stav\\_fotografom\\_roku\\_za\\_versiyeyu\\_the\\_guardiana\\_n\\_1555065](https://zaxid.net/evgen_malolyetka_stav_fotografom_roku_za_versiyeyu_the_guardiana_n_1555065) (дата звернення: 23.03.2023)
52. З грязі в князі. Як Пригожин "піднявся" на війні в Україні та кинув виклик Путіну. РБК-Україна: вебсайт. URL:  
<https://www.rbc.ua/rus/news/gryazi-knyazi-kiy-prigozhina-vpliv-putina-1668371158.html> (дата звернення: 27.11.2023)
53. Ілон Маск без масок. Ukraïner: вебсайт. URL: <https://ukraïner.net/ilon-mask/> (дата звернення: 13.09.2023)
54. Іран поставив росії понад 300 тисяч артилерійських снарядів за пів року — Wall Street Journal. Громадське : вебсайт. URL:  
<https://hromadske.ua/posts/iran-postaviv-rosiyi-ponad-300-tisyach-artilerijskih-snaryadi-v-za-piv-roku-wall-street-journal> (дата звернення: 14.03.2023)
55. Канали пересихають. Супутникові знімки показують шкоду від підриву Каховської ГЕС. Politico: BBC. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65978446> (дата звернення: 28.06.2023)
56. Кирило Буданов: У нас є всі шанси для закінчення війни перемогою цього року. Українська правда: вебсайт. URL:  
<https://www.pravda.com.ua/articles/2023/02/23/7390553/> (дата звернення: 07.04.2023)
57. Китай зміцнює взаємини з москвою на тлі продовження війни рф в Україні - WSJ. Укрінформ: вебсайт. URL:  
<https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3634471-kitaj-zmicnuje-vzaemini-z-moskvou-na-tli-prodovzenna-vijni-rf-v-ukraini-wsj.html> (дата звернення: 18.11.2023)
58. Коваль О. Чому Захід не дає Україні перемогти Росію – Wall Street Journal [Електронний ресурс] / Оксана Коваль // «Дзеркало тижня». – 2023. – Режим

- доступу до ресурсу:  
<https://zn.ua/ukr/POLITICS/chomu-zakhid-ne-daje-ukrajini-peremohti-rosiju-wall-street-journal-.html>.
59. Користувачі Twitter переходять в Mastodon. Що це таке? BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-63534917> (дата звернення: 12.04.2023)
  60. Крах режиму Путіна буде хаотичним і жорстоким - Politico. Уніан: вебсайт. URL: <https://www.unian.ua/world/zakolot-prigozhina-krah-rezhimu-putina-bude-haotichnim-i-zhorstokim-politico-12309792.html> (дата звернення: 28.06.2023)
  61. Міщенко К. "Європа хоче бачити українців живими партнерами чи мертвими героями?" - Катерина Міщенко [Електронний ресурс] / Катерина Міщенко // Gazeta.ua. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: [https://gazeta.ua/articles/world-life/\\_evropa-hoche-bachiti-ukrayinciv-zhivimi-partnerami-chi-mertvimi-geroyami-katerina-mischenko/1135379](https://gazeta.ua/articles/world-life/_evropa-hoche-bachiti-ukrayinciv-zhivimi-partnerami-chi-mertvimi-geroyami-katerina-mischenko/1135379).
  62. На прохання США Україна відклала "ювілейні" атаки на Росію – Washington Post. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/04/24/7399170/> (дата звернення: 19.03.2023)
  63. На "Рамштайні" ухвалили рішення про захист неба над Україною: спершу будуть системи ППО, а літаки - потім. ТСН : вебсайт. URL: <https://tsn.ua/ato/na-ramshtayni-uhvalili-rishennya-pro-zahist-neba-nad-ukrayinoyu-spershu-budut-sistemi-ppo-a-litaki-potim-2312683.html> (дата звернення: 12.03.2023)
  64. Небойові втрати російських ВПС сягають більш як 20% літаків та гелікоптерів - ЗМІ. Укрінформ: вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3752366-nebojovi-vtrati-rosijskih-vps-sagaut-bilsk-20-litakiv-ta-gelikopteriv-zmi.html> (дата звернення: 18.09.2023)
  65. Партнери України провели «Рамштайн-11». Про що вдалося домовитися? Громадське: вебсайт. URL: <https://hromadske.ua/posts/partneri-ukrayini-proveli-ramshtajn-11-pro-sho-vdalosya-domovitisya> (дата звернення: 19.03.2023)

66. Перший аудит антикорупційного органу НАЗК відбувся – що далі?. Українська Правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/08/4/7414166/> (дата звернення: 24.11.2023)
67. Планували на 24 лютого: Україна відклала "ювілейні" атаки РФ на прохання США — WP. Фокус: вебсайт. URL: <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/562412-planuvали-na-24-lyutogo-ukrayina-vidklala-yuvilejni-ataki-rf-na-prohannya-ssha-wp> (дата звернення: 19.03.2023)
68. Пол Массаро: Я за реалістичне ставлення до Росії. Якщо це русофобія, так тому і бути. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/04/10/7397251/> (дата звернення: 08.04.2023)
69. Посол Китаю в ЄС про підтримку кордонів України 1991 року: «Не розумію, чому б і ні». Укрінформ: вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3728501-posol-kitau-v-es-pro-pidtrimku-kordoniv-ukraini-1991-roku-ne-rozumiю-comu-b-i-ni.html> (дата звернення: 28.06.2023)
70. Посол при НАТО: Ми не хочемо зависнути у відкритих дверях і ще 20 років чути про Бухарест. LIGA.net: вебсайт. URL: <https://www.liga.net/ua/politics/interview/posol-pri-nato-my-ne-hotim-zavisnut-v-otkrytyh-dveryah-i-esche-20-let-slushat-o-buhareste> (дата звернення: 11.11.2023)
71. Путін не розуміє, як програвати, і готує росіян до “вічної війни” із Заходом – Guardian. Факти: вебсайт. URL: <https://fakty.com.ua/ua/svit/rosiya/20230328-putin-ne-rozumiye-yak-progravaty-i-gotuye-rosiyan-do-vichnoyi-vijny-iz-zahodom-guardian/> (дата звернення: 15.03.2023)
72. Російські технології конструювання «темних часів» у Європі. Ukraïner: вебсайт. URL: <https://ukraïner.net/tekhnolohii-destabilizatsii/> (дата звернення: 15.11.2023)
73. Росія офіційно переклала на США відповідальність за війну проти України. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/04/3/7396237/> (дата звернення: 05.04.2023)
74. США планують наростити виробництво боєприпасів, щоб забезпечити Україну – WP. Слово і Діло: вебсайт. URL:

- <https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/novyna/bezpeka/ssha-planuyut-narostyty-vyrobnyucztvo-boyerprypasiv-zabezpechyty-ukrayinu-wp> (дата звернення: 07.11.2023)
75. Стосунки — це американські гірки: як пережити злети і падіння. Anywellmag: вебсайт. URL: <https://anywellmag.com/uk/stosunki-ce-amerikanski-girki-yak-perezhiti-zleti-i-padynny-a-190680/> (дата звернення: 29.10.2023)
76. Троянов І. В Брюсселі відбувся круглий стіл щодо наслідків війни в Україні: в групі Аурум розказали про бізнес і плани [Електронний ресурс] / Іван Троянов // Апостроф. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://apostrophe.ua/ua/news/business/2023-03-16/v-bryussele-sostoyalsya-kruglyj-stol-ro-povodu-posledstvij-vojny-v-ukraine-v-gruppe-aurum-rasskazali-o-biznese-i-planah/293063>.
77. Удар по Дніпру: загинули жінка та дворічна дівчинка, четверо поранених. Факти: вебсайт. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20230428-zagynula-zhinka-ta-tryrichna-dytyna-filatov-pro-udar-po-dnipru/> (дата звернення: 19.03.2023)
78. Україна відклала "ювілейні" атаки в РФ на прохання США - ЗМІ. Кореспондент: вебсайт. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4583726-ukraina-vidklala-yuvileini-ataky-v-rf-na-prokhannia-ssha-zmi> (дата звернення: 19.03.2023)
79. Чи боїшся ти темряви? Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/11/30/7378673/> (дата звернення: 25.03.2023)
80. Що таке "Хезболла" і чи вступить вона у війну проти Ізраїлю. BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c72qyn39ge3o> (дата звернення: 30.10.2023)
81. Як (не) працює МАГАТЕ: історія невдач захисників «мирного атома». Українер: вебсайт. URL: <https://ukrainer.net/mahate/> (дата звернення: 01.11.2023)
82. Як Росія русифікувала схід України. Українер: вебсайт. URL: <https://ukrainer.net/rusyfikatsiia-skhodu/> (дата звернення: 17.10.2023)

83. Як може змінитися хід війни в Україні в разі повернення Трампа: два сценарії. РБК-Україна: вебсайт. URL: <https://www.rbc.ua/rus/comment/k-mozhe-zminitisya-hid-viyni-ukrayini-razi-1697118560.html> (дата звернення: 27.11.2023)
84. 365 днів війни. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/02/24/7390792/> (дата звернення: 25.03.2023)
85. Airman Shared Sensitive Intelligence More Widely and for Longer Than Previously Known. The New York Times: вебсайт. URL: <https://www.nytimes.com/2023/04/21/us/politics/jack-teixeira-leaks-russia-ukraine.html> (дата звернення: 01.04.2023)
86. As Ukraine flies through artillery rounds, U.S. races to keep up. The Washington Post: вебсайт. URL: <https://www.washingtonpost.com/national-security/2023/08/19/artillery-ammunition-ukraine-pentagon/> (дата звернення: 07.11.2023)
87. Attack on the Dnipro: a woman and a two-year-old girl were killed, four were injured. Факти: вебсайт. URL: <https://fakty.com.ua/en/ukraine/20230428-zagynula-zhinka-ta-tryrichna-dytyna-filatov-pro-udar-po-dnipro/> (дата звернення: 19.03.2023)
88. At the "Ramstein" meeting, a decision was made to protect the skies over Ukraine: first there will be air defence systems, and then aircraft. ТСН : вебсайт. URL: <https://tsn.ua/en/ato/at-the-ramstein-meeting-a-decision-was-made-to-protect-the-skies-over-ukraine-first-there-will-be-air-defence-systems-and-then-aircraft-2313016.html> (дата звернення: 12.03.2023)
89. At U.S. behest, Ukraine held off anniversary attacks on Russia. Washington Post: вебсайт. URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2023/04/24/discord-leaks-moscow-strikes-ukraine/> (дата звернення: 19.03.2023)
90. Bolton J. Why Won't the West Let Ukraine Win Against Russia? [Електронний ресурс] / John Bolton // Wall-Street Journal. – 2023. – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.wsj.com/articles/why-wont-the-west-let-ukraine-win-nord-stream-deterrence-putin-munitions-stockpiles-bluff-objective-a70d956c>.

91. ‘Don’t see why not’: China envoy on backing Ukraine’s ’91 borders. Aljazeera: вебсайт. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2023/6/27/dont-see-why-not-china-envoy-on-backing-ukraines-91-borders> (дата звернення: 28.06.2023)
92. Elon Musk Without Masks. Ukraïner: вебсайт. URL: <https://ukraïner.net/musk-without-masks/> (дата звернення: 13.09.2023)
93. EXPLAINED: Russian Commander Shot Dead After Posting Runs on Strava Running App. Kyiv Post: вебсайт. URL: <https://www.kyivpost.com/post/19325> (дата звернення: 04.07.2023)
94. First Audit of Anti-Corruption Body is Done – What's Next? Українська Правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/columns/2023/08/4/7414166/> (дата звернення: 24.11.2023)
95. From rags to riches: How Prigozhin rose in the Ukrainian war and defied Putin. РБК-Україна: вебсайт. URL: <https://www.kyivpost.com/post/19325> (дата звернення: 27.11.2023)
96. Gender studies added to curricula of universities of security and defense sector—Government Commissioner for Gender Policy. Медіацентр : вебсайт. URL: <https://mediacenter.org.ua/gender-studies-added-to-curricula-of-universities-of-security-and-defense-sector-government-commissioner-for-gender-policy/> (дата звернення: 13.03.2023)
97. How Russia Russified the east of Ukraine. Ukraïner: вебсайт. URL: <https://ukraïner.net/russia-russified/> (дата звернення: 17.10.2023)
98. How the IAEA does (not) work: a history of failures of the “peaceful atom” defenders. Ukraïner: вебсайт. URL: <https://ukraïner.net/iaea/> (дата звернення: 01.11.2023)
99. In the darkness. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/columns/2022/11/30/7378673/> (дата звернення: 25.03.2023)

100. Iran Ships Ammunition to Russia by Caspian Sea to Aid Invasion of Ukraine. The Wall Street Journal : вебсайт. URL: <https://www.wsj.com/articles/iran-ships-ammunition-to-russia-by-caspian-sea-to-aid-invasion-of-ukraine-e74e8585?redirect=amp> (дата звернення: 14.03.2023)
101. Mishchenko K. Does Europe want Ukrainians as living partners or dead heroes? [Електронний ресурс] / Kateryna Mishchenko // The Guardian. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/02/europe-ukrainians-dead-heroes-putin>.
102. Paul Massaro: If that's Russophobia, fine. But I want to advocate realism toward Russia. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/articles/2023/04/10/7397251/> (дата звернення: 08.04.2023)
103. Putinism's demise will be chaotic and violent. Politico: вебсайт. URL: <https://www.politico.eu/article/russia-wagner-group-rebellion-vladimir-putin-demise-will-be-chaotic-and-violent/> (дата звернення: 28.06.2023)
104. Putin prepares Russia for 'forever war' with west as Ukraine invasion stalls. The Guardian: вебсайт. URL: <https://amp.theguardian.com/world/2023/mar/28/putin-prepares-russia-for-forever-war-with-west-as-ukraine-invasion-stalls> (дата звернення: 15.03.2023)
105. Ramstein 11 has taken place. What has been agreed on? Громадське: вебсайт. URL: <https://hromadske.ua/en/posts/ramstein-11-has-taken-place-what-has-been-agreed-on> (дата звернення: 19.03.2023)
106. Relationships are a rollercoaster ride: here's how to take the ups with the downs. The Guardian: вебсайт. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/mar/26/relationships-can-be-a-rollercoaster-ride-10-ways-to-improve-them> (дата звернення: 29.10.2023)
107. Revealed: One in Five of Russian Air Force Losses During War Self-Inflicted. Newsweek: вебсайт. URL:

- <https://www.newsweek.com/russia-air-force-fighter-jets-helicopters-ukraine-war-18206>  
23 (дата звернення: 18.09.2023)
108. Russia Officially Shifts Responsibility for the War Against Ukraine to the United States. Українська правда: вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/columns/2023/04/3/7396237/> (дата звернення: 05.04.2023)
109. Russia's playbook for creating "dark ages" in Europe. Ukrainer: вебсайт. URL: <https://ukrainer.net/russia-s-playbook/> (дата звернення: 15.11.2023)
110. Troyanov I. A round table was held in Brussels on the consequences of the war in Ukraine: the Aurum group spoke about business and plans [Електронний ресурс] / Ivan Troyanov // Apostrophe. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://apostrophe.ua/en/news/business/2023-03-16/v-bryussele-sostoyalsya-kruglyj-stol-po-povodu-posledstvij-vojny-v-ukraine-v-gruppe-aurum-rasskazali-o-biznese-i-planah/293063>.
111. Trump's return may change course of war in Ukraine: Expert sees two scenarios. РБК-Україна: вебсайт. URL: <https://newsukraine.rbc.ua/comment/trump-s-return-may-change-course-of-war-in-1697121280.html> (дата звернення: 27.11.2023)
112. Twitter users jump to Mastodon - but what is it? BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-63534240> (дата звернення: 12.04.2023)
113. Ukraine dam: Satellite images reveal Kakhovka canals drying up. BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-65963403> (дата звернення: 28.06.2023)
114. Ukraine diplomat says Zelensky visit now up in the air after leak to Israeli TV. The Times of Israel: вебсайт. URL: [https://www.timesofisrael.com/liveblog\\_entry/ukraine-diplomat-says-zelensky-visit-now-up-in-the-air-after-leak-to-israeli-tv/](https://www.timesofisrael.com/liveblog_entry/ukraine-diplomat-says-zelensky-visit-now-up-in-the-air-after-leak-to-israeli-tv/) (дата звернення: 14.11.2023)
115. Ukraine's Evgeny Maloletka: agency photographer of 2022. The Guardian: вебсайт. URL: <https://amp.theguardian.com/artanddesign/2022/dec/23/evgeny-maloletka-agency-photographer-of-2022-ukraine> (дата звернення: 23.03.2023)



116. US border crisis: El Paso readies for rise in crossings as end of Title 42 looms. BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-65552877> (дата звернення: 12.04.2023)
117. Volodymyr Zelensky and his generals explain why the war hangs in the balance. The Economist: вебсайт. URL: <https://www.economist.com/ukraines-fateful-winter> (дата звернення: 17.03.2023)
118. We do not want to wait at NATO ‘open door’ for another 20 years, Ukraine’s ambassador says. LIGA.net: вебсайт. URL: <https://www.liga.net/en/politics/interview/posol-pri-nato-my-ne-hotim-zavisnut-v-otkrytyh-dveryah-i-esche-20-let-slushat-o-buhareste> (дата звернення: 11.11.2023)
119. We have every chance to end the war with a victory this year – Ukraine's Defence Intelligence Chief. Українська правда : вебсайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/02/23/7390553/> (дата звернення: 12.03.2023)
120. What is Hezbollah in Lebanon and will it go to war with Israel? BBC: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c72qyn39ge3o> (дата звернення: 30.10.2023)
121. Wrede I. Germany revives dirty coal amid Russian gas war [Електронний ресурс] / Insa Wrede // Deutsche Welle. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/en/why-germany-is-reviving-dirty-coal-to-counter-russian-gas-cut/a-62195008>.
122. Xi Jinping Doubles Down on His Putin Bet. ‘I Have a Similar Personality to Yours.’. The Wall Street Journal: вебсайт. URL: [https://www.wsj.com/articles/xi-jinping-putin-china-russia-relations-11671030896?mod=hp\\_lead\\_pos5](https://www.wsj.com/articles/xi-jinping-putin-china-russia-relations-11671030896?mod=hp_lead_pos5) (дата звернення: 18.11.2023)
123. Zelensky goes to key global summit, returns with F-16s for Ukraine. Liga.net: вебсайт. URL: <https://www.liga.net/en/politics/articles/bayden-razveyal-narrativ-new-york-times-kak-zelenskiy-sezdil-na-sammit-g7-i-hto-s-f-16> (дата звернення: 02.04.2023)
124. 18-month-old boy dies after shelling in Mariupol. CNN: вебсайт. URL: [https://edition.cnn.com/europe/live-news/ukraine-russia-putin-news-03-05-22/h\\_c7b21aabcd03d680d3467e41057b5a86](https://edition.cnn.com/europe/live-news/ukraine-russia-putin-news-03-05-22/h_c7b21aabcd03d680d3467e41057b5a86) (дата звернення: 19.04.2023)

125. 365 days of war. Українська правда: вебсайт. URL:  
<https://www.pravda.com.ua/eng/columns/2023/02/24/7390792/> (дата звернення:  
25.03.2023)

### **Довідкова література**

126. Мас-медіа [Електронний ресурс] // Вільний тлумачний словник – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/f/mas-media>.
127. Єрмоленко А. Прагматика // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. — Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. — С. 511. — 742 с.
128. Allure. Cambridge Dictionary: вебсайт. URL:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/allure> (дата звернення: 07.04.2023)
129. Dark. Cambridge Dictionary: вебсайт. URL:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/dark> (дата звернення: 25.03.2023)
130. Darkness. Cambridge Dictionary: вебсайт. URL:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/darkness> (дата звернення:  
25.03.2023)
131. Gamelike. Merriam Webster Dictionary: вебсайт. URL:  
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/gamelike> (дата звернення: 07.04.2023)
132. Someone could do something with one arm/hand tied behind his/her back  
[Електронний ресурс] // Cambridge dictionary – Режим доступу до ресурсу:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/could-do-with-one-arm-hand-tied-behind-back>.

### **Інтернет-джерела**

133. Bánhegyi M. Screening Political Bias and Reality in Media Translations / Mátyás Bánhegyi. // Translation Journal. – 2012. - Режим доступу:  
<https://translationjournal.net/journal/61bias.htm>

134. Chandler D. Semiotics for Beginners [Электронный ресурс] / Daniel Chandler. – 1994.  
– Режим доступа до ресурсу:  
<http://visual-memory.co.uk/daniel//Documents/S4B/sem09.html>.
135. Corner J. Documentary television: the scope for media linguistics / John Corner // AILA Review. – 1995. – № 12 : Applied Linguistics Across Disciplines. – P. 62 – 67. – Режим доступа до ресурсу :  
<https://web.archive.org/web/20180417070215/https://aila.info/download/publications/review/AILA12.pdf>
136. Libicki M. What is information warfare? / Martin Libicki. – Washington : The Center for Advanced, 1995. – 104 p. – Режим доступа до ресурсу :  
<https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA367662.pdf>
137. Tavares S. L. The Digital Paratext: What we can learn from online video [Электронный ресурс] / Sérgio Tavares – Режим доступа до ресурсу:  
[https://www.academia.edu/19965586/The\\_Digital\\_Paratext\\_What\\_we\\_can\\_learn\\_from\\_online\\_video](https://www.academia.edu/19965586/The_Digital_Paratext_What_we_can_learn_from_online_video).

## **ДОДАТКИ**

## Основні паратекстуальні елементи медіаресурсів

Назва паратексту	Тип паратексту за обов'язковістю	Кількість проаналізованих сайтів, що мають цей паратекст шт/%
Заголовок	<i>Регулярний</i>	<i>28 сайтів / 100 %</i>
Підзаголовок	<i>Факультативний</i>	<i>28 сайтів / 100 %</i>
Лід	<i>Регулярний</i>	<i>22 сайтів / 79 %</i>
Підпис зображення	<i>Регулярний</i>	<i>25 сайтів / 90 %</i>
Цитата як підзаголовок	<i>Факультативний</i>	<i>14 сайтів / 46 %</i>
Вбудовані повідомлення з соцмереж	<i>Факультативний</i>	<i>20 сайтів / 71 %</i>
Гайлайт	<i>Факультативний</i>	<i>8 сайтів / 29 %</i>
Ім'я автора	<i>Регулярний</i>	<i>22 сайтів / 79 %</i>
Коментарі	<i>Регулярний</i>	<i>8 сайтів / 29 %</i>

**Основні лексико-граматичні трансформації у перекладі заголовків та підзаголовків**

<b>Трансформація</b>	<b>Оригінал</b>	<b>Переклад</b>
Транспозиція членів речення	Партнери України провели «Рамштайн-11». Про що вдалося домовитися?	<b>Ramstein 11</b> has taken place. What has been agreed on?
Заміна частини мови	Кирило Буданов: У нас є всі шанси для <b>закінчення</b> війни перемогою цього року	We have every chance <b>to end</b> the war with a victory this year – Ukraine's Defence Intelligence Chief
Заміна типу речення	В групі Аурум розказали про бізнес і плани	The Aurum group spoke about business and plans
Додавання	На “Рамштайні” ухвалили рішення про захист неба над Україною: спершу будуть системи ППО, а літаки - потім	At the "Ramstein" <b>meeting</b> , a decision was made to protect the skies over Ukraine: first there will be air defence systems, and then aircraft
Вилучення	Putin prepares Russia for ‘forever war’ with west <b>as Ukraine invasion stalls</b>	Путін не розуміє, як програвати, і готує росіян до “вічної війни” із Заходом – Guardian
Смисловий розвиток	Airman Shared Sensitive Intelligence More Widely and for Longer Than Previously Known	Витік таємної інформації був більшим і стався раніше, ніж повідомлялося – NYT
Конкретизація	Iran Ships <b>Ammunition</b> to Russia by Caspian Sea to Aid Invasion of Ukraine	Іран поставив росії понад 300 тисяч артилерійських <b>снарядів</b> за пів року — Wall Street Journal
Генералізація	<b>Удар</b> по Дніпру: загинули жінка та дворічна дівчинка, четверо поранених	<b>Attack</b> on the Dnipro: a woman and a two-year-old girl were killed, four were injured

## Стратегії відтворення прагматики лідів

Назва стратегії	Оригінал	Переклад
Повна заміна	Putin's genocidal war is turning my country into a graveyard. For our sake and for its own future, Europe must defend the revolution he is trying to crush.	Думки у виданні The Guardian української письменниці Катерини Міщенко.
Часткова заміна	A Discord user matching the profile of Jack Teixeira distributed intelligence to a larger chat group, days after the beginning of the Ukraine war.	Витік таємної інформації Пентагону, включно з тією, що стосувалася України, сталася у лютому 2022 року, незабаром після вторгнення в Україну, тобто на кілька місяців раніше, ніж про це повідомлялося, і в набагато більшій чат-групі, повідомляє газета New York Times (NYT), спираючись на власне розслідування.
Заміна лідів реченням з тексту	Its defense would be more effective if it didn't have to fight with one hand behind its back.	Байден хоче, щоб Росія «програла», але, схоже, боїться, що Україна насправді «виграє» – экс-радник президента США з національної безпеки.
Переклад зі збереженням структурних елементів	Зеленський їде з саміту G7 після зустрічей з Байденом, Сунаком та лідерами вільного світу. Україна – ключовий елемент стратегії Заходу та отримує F-16.	The G7 summit saw Ukraine's president meeting with world leaders and Ukraine affirmed as a key element of the West's strategy.

**Основні способи перекладу метафори та метонімії в заголовках  
онлайн-видань**



Стилістичний прийом	Спосіб	Оригінал	Переклад
Метафора	Прямий еквівалент	Посол при НАТО: Ми не хочемо зависнути у <b>відкритих дверях</b> і ще 20 років чути про Бухарест	We do not want to wait at NATO <b>'open door'</b> for another 20 years, Ukraine's ambassador says
	Заміна образу	Російські технології конструювання « <b>темних часів</b> » у Європі	Russia's playbook for creating <b>"dark ages"</b> in Europe
	Описовий переклад	U.S.-Made Cluster Munitions <b>Fuel</b> Ukrainian Counteroffensive	Передані США касетні боєприпаси <b>надали імпульсу</b> українському контрнаступу – WSJ
	Деметафоризація	Twitter users <b>jump</b> to Mastodon - but what is it?	Користувачі Twitter <b>переходять</b> в Mastodon. Що це таке?
Метонімія	Прямий еквівалент	Як <b>Росія</b> русифікувала <b>схід України</b>	How <b>Russia</b> Russified the <b>east of Ukraine</b>
	Додавання/вилучення метонімії	<b>Xi Jinping</b> Doubles Down on His <b>Putin</b> Bet. 'I Have a Similar Personality to Yours.'	<b>Китай</b> зміцнює взаємини з <b>москвою</b> на тлі продовження війни рф в Україні - WSJ

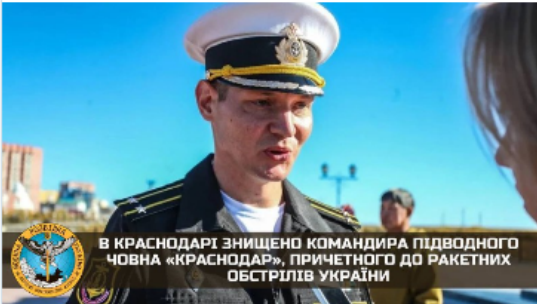


**Основні способи відтворення ідіоматичних виразів в заголовках  
онлайн-видань**

Спосіб	Оригінал	Переклад
Фразеологічний еквівалент	Relationships are a rollercoaster ride: here’s how to take <b>the ups with the downs</b>	Стосунки — це американські гірки: як пережити злети і падіння
Фразеологічний аналог	<b>З грязі в князі.</b> Як Пригожин "піднявся" на війні в Україні та кинув виклик Путіну	<b>From rags to riches:</b> How Prigozhin rose in the Ukrainian war and defied Putin
Фразеологічне калькування	Як (не) працює МАГАТЕ: історія невдач захисників “ <b>мирного атома</b> ”	How the IAEA does (not) work: a history of failures of the “ <b>peaceful atom</b> ” defenders
Дескриптивна перифраза (описовий переклад)	Ukraine diplomat says Zelensky visit now <b>up in the air</b> after leak to Israeli TV	Візит Зеленського до Ізраїля <b>під загрозою</b> – ЗМІ

## Приклад повідомлень із соціальних мереж у медіа

 **Головне управління розвідки МО України** 



**В КРАСНОДАРІ ЗНИЩЕНО КОМАНДИРА ПІДВОДНОГО ЧОВНА «КРАСНОДАР», ПРИЧЕТНОГО ДО РАКЕТНИХ ОБСТРІЛІВ УКРАЇНИ**

**!!** В краснодарі знищено командира підводного човна «краснодар», причетного до ракетних обстрілів України

**✗** В російському краснодарі застрелено станіслава ржицького – колишнього командира підводного човна «краснодар» чорноморського флоту вmf рф.


**✓** 10 липня «підводник» здійснював пробіжку в краснодарському парку культури і відпочинку ім. 30-річчя перемоги. Близько шостої ранку в нього було здійснено сім пострілів з пістолета макарова. В результаті вогнепальних поранень ржицький помер на місці.

**✓** Через рясний дощ в парку було безлюдно, тож немає свідків, які могли б повідомити деталі або упізнати нападника.

**!** «краснодар» – один з шести підводних човнів проекту «варшавянка», які входять до складу чорноморського флоту вmf рф. Кожен з них здатен нести до чотирьох крилатих ракет типу «калібр».

**👉** Капітан 2-го рангу станіслав ржицький щонайменше з 2006 року проживав у Севастополі. Деякий час був командиром підводного човна «алроса». Після відправки «алроси» на модернізацію був призначений командиром «краснодару».

**ГУР в інших соціальних мережах:**  
[Facebook](#) [YouTube](#) [Viber](#) [Instagram](#) [Twitter](#)  
[TikTok](#)

t.me/DIUkraine/2568      313.2K  edited Jul 11 at 08:31



**6** posts    **38** following    **175** followers

**Zoe Kleinman** [Edit Info](#)

@zsk@mastodonapp.uk

Technology Editor, BBC News

**Posts**    **Posts and Replies**    Media    About

 **Zoe Kleinman**   
@zsk · 18 hours ago

Looking at my followers and feeling like I am very slowly recreating my twitter community 

 6     1     25    

**Replied to Annabel**

 **Zoe Kleinman**   
@zsk · 23 hours ago