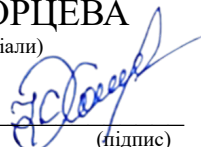


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
Кафедра романо-германської філології

Рекомендовано до захисту
Протокол засідання кафедри №6
від «8» грудня 2025 р.
Завідувач кафедри Ірина ХОЛМОГОРЦЕВА
(прізвище та ініціали)


(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
**Відтворення українських реалій у сучасному німецькомовному
публіцистичному дискурсі**

Виконавець:

студентка: II курсу магістратури, групи НМП-61

Коваленко Валерія Романівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник роботи:

Онiщенко Наталія Анатолоївна, к. ф. н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою:

кількість балів: 99

Підпис керівника



Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії

Протокол №2 від «12» грудня 2025 р.

Голова Екзаменаційної комісії

Овсієнко Л.О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025

ЗМІСТ

Список символів, умовних скорочень і позначень.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ВІДТВОРЕННЯ РЕАЛІЙ.....	9
1.1 Реалія як перекладознавча категорія.....	9
1.1.1 Визначення терміну «реалія».....	10
1.1.2 Класифікація реалій та виокремлення суспільно-політичних реалій.....	10
1.2 Визначення та підвиди публіцистичного дискурсу.....	12
1.2.1 Дискурс як явище: характеристики та особливості.....	12
1.2.2 Підвиди публіцистичного дискурсу.....	21
1.3 Переклад реалій у публіцистичному дискурсі.....	24
1.3.1 Проблематика перекладу реалій.....	25
1.3.2 Типологія способів та стратегій перекладу реалій.....	25
1.3.2.1. Основні підходи до процесу перекладу.....	26
1.3.2.2. Типові перекладацькі рішення при перекладі реалій.....	28
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЇ ТА ПРИЙОМИ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ У СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ.....	33
2.1 Стратегії одомашнення та очуження при відтворенні українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному дискурсі.....	32
2.2 Прийоми відтворення українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному дискурсі.....	33
2.2.1 Транслітерація та транскрипція.....	34
2.2.2 Калькування.....	34
2.2.3 Застосування описового перекладу.....	35
2.2.4 Заміщення реалії аналогом.....	36
2.2.5 Опущення реалій.....	37

2.3	Перекладацькі помилки та неточності при відтворенні українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі.....	38
2.4	Особливості перекладацьких рішень при передачі реалій.....	40
2.4.1	Комунікативний ефект різних стратегій та способів перекладу реалій.....	44
2.4.2	Комунікативний ефект перекладацьких хиб.....	47
	Висновки до розділу 2.....	49
	ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	51
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
	СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	59
	Summary.....	64

СПИСОК СИМВОЛІВ, УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ І ПОЗНАЧЕНЬ

ЗМІ	засоби масової інформації
МО	мова оригіналу
МП	мова перекладу
ПД	публіцистичний дискурс
ТО	текст оригіналу
ТП	текст перекладу
PR	public relations (паблік рілейшнз)
<...>	прогалина у тексті прикладу або цитати
/	«або»

ВСТУП

Дипломну роботу присвячено дослідженню стратегій та способів відтворення українських реалій, а також дослідженню перекладацьких помилок і неточностей у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі.

Реалії – невід’ємний компонент міжнаціонального культурного спілкування. Вони – носії національного колориту, суттєві чинники, що створюють атмосферу, етноспецифіку твору. Виникнення реалій зумовлене суспільною необхідністю, позамовними чинниками, що робить їх безеквівалентною лексикою і створює труднощі в їх передачі іншими мовами. Проблематика перекладу реалій є предметом особливої уваги перекладачів, перекладознавців усього світу [7]. І ця проблема не втрачає актуальності, оскільки і мова, і культура – динамічні, постійно розвиваються; деякі їх елементи втрачаються або видозмінюються, а також з’являються концептуально нові. Відсутність у реалій словникових відповідників не тільки ускладнює процес перекладу, а й впливає на його результат: призводить до неточної або неправильної їх передачі, від помилок у транслітерації чи транскрибуванні до повної підміни понять.

Підвалини дослідження реалії як перекладознавчої категорії заклали такі науковці, як С. Влахов і С. Флорін, О. Кундзіч, Р. Зорівчак, Ю. Найда. На основі їх доробків почали з’являтися нові дослідження; серед їх авторів – О. Сергєєва, А. Павлюк, Н. Любчук, Н. Абабілова, І. Усаченко, О. Романюк, Т. Стоянова, А. Шевченко, А. Якимчук та ін.

Дискурс – відображення комунікації, зокрема міжнаціонального культурного спілкування; важлива складова життя та діяльності людей. Домінантна роль у сучасному світі належить саме публіцистичному дискурсу, адже в його рамках відбувається репрезентація і коригування соціального контексту. Публіцистичний дискурс – символічна система, сформована друкованими ЗМІ, що транслює інтереси панівної соціальної групи. Він

виступає інструментом відтворення владних відносин і ареною боротьби за утвердження певної системи цінностей [11]. Крім того, цей тип дискурсу – найрозповсюдженіший і, так само, як мова та культура, постійно перебуває у стані динамічного розвитку [3].

У дослідження публіцистичного дискурсу в цілому зробили внесок Ф. Бацевич, Ю. Багрін, О. Ємельянова, В. Бялик, М. Шкрібляк, О. Залужна, О. Холодюк, О. Мосейчук, К. Серажим, Е. Гес-Люттіг, Н. Ферклаф. Вивченням особливостей сучасного публіцистичного дискурсу, що більшою мірою перемістився у цифровий медіапростір, займалися А. Шугаєв, У. Шмітц, С. Зібер, Е. Трейгер, М. Кальцайс, К. Шмітт, М. Хосравінік, П. Ланг та ін.

Актуальність дослідження обумовлена постійним розвитком та оновленням публіцистичного дискурсу, що обумовлює виникнення нових реалій. Україна наразі переживає повномасштабне вторгнення Росії – надзвичайно складний та водночас важливий період своєї історії; ці події знаходять відбиток в українській мові, а також активно обговорюються в межах публіцистичного дискурсу інших країн, зокрема в німецькомовному. Відповідно, виникає проблема передачі нових українських суспільно-політичних реалій німецькою мовою.

Мета роботи полягає у дослідженні способів відтворення українських реалій у німецькомовних медіатекстах, виявленні похибок у перекладі задля подальшого їх уникнення.

Меті дослідження підпорядковується вирішення таких **завдань**:

- дослідити реалію як перекладознавчу категорію – дати її визначення, вивчити класифікацію та виокремити суспільно-політичні реалії;
- розкрити поняття публіцистичного дискурсу, охарактеризувати його особливості та підвиди;
- з'ясувати, в чому полягають проблеми перекладу українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі;

- визначити, які стратегії та способи перекладу реалій існують і проілюструвати їх застосування на прикладах із сучасних німецькомовних медіатекстів;
- проаналізувати перекладацькі помилки та неточності при відтворенні українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі;
- охарактеризувати прагматичний вплив тих чи інших перекладацьких рішень на реципієнта.

Об’єктом дослідження виступають українські суспільно-політичні реалії як одиниця перекладу німецькою мовою.

Предмет дослідження становлять стратегії та прийоми відтворення українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі.

Матеріал дослідження: тексти сучасного німецькомовного публіцистичного дискурсу, зокрема веб-сторінки *Центрально-Німецького радіо* (*Mitteldeutscher Rundfunk, MDR*); найбільшої щоденної газети Німеччини «*Süddeutsche Zeitung*» (*SZ*); німецького інформаційно-політичного щотижневого ілюстрованого журналу «*Stern*»; офіційного столичного порталу *Berlin.de*. Усього було проаналізовано 30 статей загальною кількістю 222 290 знаків, в яких 146 фрагментів містять реалії.

Для вирішення поставлених завдань використані наступні **методи**:

- загальнонаукові (спостереження, опис, індукція, дедукція, порівняння, контент-аналіз, групування) – для відбору та аналізу теоретичного й ілюстраційного матеріалу;
- елементи кількісного аналізу – для вивчення закономірностей вживання реалій у текстах публіцистичного дискурсу.

Наукова новизна: дослідження розширює здобутки попередніх науковців у сфері перекладознавства та медіалінгвістики за рахунок аналізу українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному

дискурсі. Було проаналізовано, до яких стратегій схиляються креатори німецьких текстів і який вплив на аудиторію намагаються таким чином здійснити. Новизна полягає також у тому, що вперше увагу зосереджено не лише на способах перекладу реалій, а й на системному аналізі перекладацьких помилок, які виявляють типові труднощі їхнього відтворення.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у можливості їх використання перекладачами та перекладознавцями при подальшому відтворенні українських суспільно-політичних реалій у німецькомовному публіцистичному дискурсі; викладачами курсів з практики перекладу (німецька мова) та перекладознавства; студентами при написанні курсових і дипломних робіт.

Структура та обсяг роботи: кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, двох розділів із висновками, загальних висновків, списків використаної літератури й ілюстративних джерел та анотації англійською мовою.

Апробація: участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт 26.03.2025 (І місце); публікація статті «Відтворення українських реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі» у фаховому науковому журналі «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ВІДТВОРЕННЯ РЕАЛІЙ

1.1. Реалія як перекладознавча категорія

Реалії, як носії етнокультурної інформації, тісно пов'язані з поняттям «*культура*». У німецькомовній європейській етнології та суміжних гуманітарних науках культура традиційно трактувалась як стабільна, однорідна система цінностей, норм і традицій, закріплена за певною нацією чи етносом. Такий підхід називався *есенціалізмом*. Починаючи з 1970-х, він зазнає критичного переосмислення, і його замінює *антиесенціалізм*, який розглядає культуру як динамічний, відкритий процес, що перебуває у постійному оновленні. Цей зсув дозволяє говорити про культуру не як про «готову даність», а як про мережу смислів, які конструюються, поширюються та переосмислюються у процесі комунікації. У сучасних дослідженнях наголошується, що культура – це поле взаємодії, комунікації та значень, а не фіксований набір рис. Вона формується через медіа, зображення, мову та соціальні практики. Під впливом культурного зламу 1970–1980-х років гуманітарні науки почали аналізувати культурні процеси як ключ до розуміння суспільних відносин, дискурсів і форм влади [24, с. 41–44].

Разом із людською культурою зародився переклад; він також тісно пов'язаний із розвитком національних мов і літератур. Оскільки між культурами різних народів і епох існують значні відмінності, зумовлені різними чинниками, їх необхідно враховувати у процесі перекладу. Отже, у межах загальної проблематики національно-культурної специфіки мови та мовленнєвої діяльності питання реалій стає особливо важливим як у теоретичному, так і в практичному аспектах перекладознавства. [13, с. 38–41].

1.1.1. Визначення терміну «реалія». Термін «реалія» в німецькій лексикографії з'явився лише у 1970-х роках XX століття та мав два значення: 1) реальні об'єкти, факти й знання, що раніше використовувалися переважно в природничих науках; 2) слова, які позначають предмети та явища, характерні для окремих країн і культурних спільнот. [27, с. 643].

В українському перекладознавстві першим вжив термін «реалія» О. Кундзіч у середині XX століття. У своїй праці «Перекладацька мисль і перекладацький недомисел» він також підкреслив неперекладність реалій [7, с. 50].

Українська мовознавиця Р. Зорівчак у праці «Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози)» дослідила історію та суть даного терміну, проаналізувавши праці численних дослідників (А. Федоров, Я. Рецкер, Л. Соколов, Я. Івашкевич, О. Кундзіч, С. Ковганюк, В. Коптілов, О. Жомнір, О. Шумагер, С. Влахов, С. Флорин та ін.) та вивела власне перекладознавче визначення: «*Реалії* – це моно- і полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача» [7, с. 58].

Отже, чітке уявлення про реалію як перекладознавчу категорію сформувалося у дослідників не так давно. Відповідно, проблема вивчення та перекладу реалій потребує подальших пошуків та доопрацювань.

1.1.2. Класифікація реалій та виокремлення суспільно-політичних реалій. Реалії становлять досить суттєву частку будь-якої мови, і структурувати їх бралися різні дослідники. Проаналізувавши кілька варіантів класифікацій, пропонуємо наступну зведену схему.

Спираючись на дослідження болгарських спеціалістів у галузі перекладу С. Флоріна і С. Влахова, А. Павлюк [12, с. 106–108], представила у своїй статті *предметний* поділ реалій на:

- 1) географічні (до них відносяться: а) об'єкти фізичної географії і метеорології; б) географічні об'єкти, пов'язані з діяльністю людини; в) ендеміки);
- 2) етнографічні (до них відносяться: а) предмети побуту; б) люди, знаряддя і й організація праці; в) лексика з царини мистецтва та культури; г) етнічні об'єкти; д) грошові одиниці й одиниці вимірювання);
- 3) суспільно-політичні (до них відносяться: а) назви адміністративно-територіальних одиниць; б) назви органів і носіїв влади; в) реалії з суспільно-політичного життя; г) військові реалії).

Перекладознавиця Р. Зорівчак пропонує **часовий** поділ реалій на [7, с. 70]:

- 1) власне реалії (активно використовуються в сучасній мові);
- 2) історичні реалії (вийшли з ужитку, але зберігають хронологічний колорит).

Ще один спосіб поділу пропонує О. Сергєєва [16, с. 42]:

- 1) ономастичні реалії (власні назви), до яких відносяться:
 - топоніми, що містять культурно-історичний контекст
 - антропоніми, які репрезентують історично значущих діячів та вигаданих персонажів
 - назви творів, подій та організацій, що відображають соціокультурну специфіку
- 2) Реалії-апелятиви (загальні назви):
 - географічні номінації, що позначають природне середовище та біорізноманіття;
 - лексеми суспільно-політичної та культурної сфер – управління, право, військо, економіка, освіта.

Окрему класифікацію українських суспільно-політичних реалій, що зустрічаються в текстах німецьких ЗМІ, пропонує Н. Любчук [10, с. 478]:

- 1) адміністративно-територіальний устрій (адміністративно-територіальні одиниці, деталі населеного пункту);
- 2) органи і носії влади;
- 3) суспільно-

політичне життя (політична діяльність, партії і члени партій; патріотичні і громадські рухи, їх діячі; звертання, титули, ступені, звання; установи); 4) назви підрозділів поліції, військових і воєнізованих підрозділів; 5) соціальні явища.

Як бачимо, реалії становлять значний пласт лексики та мають велику варіативність. Дана робота присвячена дослідженню саме суспільно-політичних українських реалій, а отже – дослідженню лексичних одиниць, що позначають адміністративно-територіальний устрій, органи й носіїв влади, суспільно-політичне життя, назви підрозділів поліції, військових і воєнізованих підрозділів, а також соціальні явища. Також увагу буде приділено передачі імен відомих політичних та громадських діячів.

1.2. Визначення та підвиди публіцистичного дискурсу

Публіцистичний дискурс – міждисциплінарне явище, розташоване на межі філології, соціології, комунікаційних та медіазнавчих наук [25, с. 9]. Він поєднує мовні, когнітивні та соціокультурні виміри, адже функціонує як засіб інформування, переконання та формування громадської думки. Водночас публіцистичний дискурс не зводиться лише до передачі фактів – він завжди втілює оцінність, впливовість та прагматичну спрямованість. Різноманітність його форм і жанрів зумовлює потребу у визначенні його сутнісних характеристик та у виділенні окремих підвидів, що дозволяє чіткіше простежити його функції у сучасному суспільному просторі.

1.2.1. Дискурс як явище: характеристики та особливості. Поняття публіцистичного дискурсу тісно пов'язане з поняттям публіцистичного стилю. *Публіцистичний стиль* – це функційний стиль мовлення, який обслуговує широку сферу суспільних відносин (політичних, економічних, культурних, спортивних тощо) і функціонує в ЗМІ (друкованих джерелах та аудіо / відео матеріалах) [6, с. 136]. Внутрішньо-стильова градація публіцистичного стилю

передбачає його поділ на інформаційний і публіцистичний підстили, а також виділення чотирьох основних жанрових груп в його ієрархічній структурі: інформаційної, аналітичної, художньо-публіцистичної і рекламної. Жанрова різноманітність публіцистичного стилю багато в чому обумовлена процесом взаємопроникнення стилів, у результаті чого дана функційно-стильова одиниця стає певним пунктом конвергенції мовних жанрів [6, с. 136].

Публіцистичний функційний стиль має низку параметрів, які визначають специфіку його реалізації в системі мови [там само]:

- він є історично і соціально обумовленою категорією;
- виокремлюється в системі мови на підставі низки факторів, серед яких провідну роль відіграють стильові, змістовні та мовні;
- характеризується сукупністю мовних засобів на всіх рівнях мови;
- може в своїй периферійній зоні перехрещуватися з іншими функційними стилями, але зберігає ядерні домінантні характеристики;
- є динамічною парадигматичною системою, яка припускає подальше стратифікування на підсистеми.

Публіцистичний дискурс (далі – ПД) – це дистанційна комунікація між представниками ЗМІ та масовою аудиторією, що має ідеологічне спрямування й може відображати інтереси різних соціальних груп. Завдяки широкому охопленню суспільства та ролі медіа він є одним із найпоширеніших. На його формування впливають свобода слова, політичний контекст, реклама, персоніфікація автора, емоційність і зміни в мовній культурі. Багрін Ю. та Ємельянова О. Виділяють такі функції ПД: інформаційна, розважальна, рекламна, функція впливу та конструювання соціальної реальності через ідеології [3, с. 35]. За класифікацією британського лінгвіста Н. Ферклафа, дискурс як такий має три ключові функції: а) ідентифікаційну, що формує соціальні ідентичності та позиції суб'єктів – наприклад, ролі «громадянина», «лідера» тощо; б) реляційну, що визначає, яким чином у мовленні відтворюються чи змінюються соціальні взаємини – від рівноправного діалогу до відносин влади й підлеглості; в) ідеаційну, що полягає

у створенні смислової картини світу в залежності від того, як у текстах позначають події, процеси, об'єкти й відносини. Разом ці функції забезпечують єдність когнітивного, соціального та комунікативного вимірів мови [22, с. 64].

Дослідники В. Бялик та М. Шкрібляк визначають такі особливості ПД, як висока стандартизація мови, насиченість мовними засобами і стилістичними прийомами як інструментами впливу, використання нелітературної лексики для формування ставлення аудиторії, а також активне застосування цитат, фразеологізмів, каламбурів, алюзій і гри слів, часто – в заголовках [5, с. 73].

Також важливо не ототожнювати ПД із текстом у публіцистичному стилі. *Текст* – статична, абстрактна, формальна конструкція. *Дискурс* – складне явище, де відбувається актуалізація конкретного, матеріального знакового об'єкта – тексту; комунікативний процес, який відбувається між суб'єктом і об'єктом мовлення та формується і функціонує, підпорядковуючись вимогам просторового, часового, історичного, культурного, соціального та інших контекстів [5, с. 73; 6, с. 136]. Оскільки дискурс не є статичним, а одночасно відтворює і трансформує суспільство, набуває необхідності діалектичне розуміння співвідношення дискурсу й соціальної структури, щоб уникнути двох крайнощів – зведення мови до простого відображення соціальних фактів або ж, навпаки, трактування її як єдиного джерела соціальної реальності. Реальність завжди постає як результат взаємодії дискурсивних і матеріальних практик [22, с. 65].

Як стверджує К. Серажим, дискурс має «видиму» (лінгвістичну) та «невидиму» (екстралінгвальну) структуру: зв'язний текст чи його фрагмент і фонові знання, необхідні для його розуміння цього тексту відповідно [15, с. 13].

ПД є одним із найвиразніших проявів *популярної культури*. Популярна культура в сучасному культурологічному та комунікативному контексті розглядається не як «нижчий» рівень культури чи антипод «високої», а як динамічний простір обміну знаннями, смислами й цінностями, який об'єднує різні соціальні верстви та комунікативні практики. Вона функціонує як механізм

популяризації знань, адже виступає посередником між академічними колами, медіа та масовою аудиторією, поєднуючи в собі журналістику, аналіз та елементи розважальності. Саме тут відбувається трансформація складних наукових і політичних концептів у зрозумілу, емоційно забарвлену форму, доступну широкому колу реципієнтів. [24, с. 44–47]

Історично популярна культура постала як медіатор між «високою» культурою та масовими аудиторіями, долаючи розрив між «ученим» і «народним» знанням. Якщо в XIX столітті вона слугувала інструментом просвітництва, то сьогодні її функція ширша – вона є засобом *демократизації* інформаційного простору, забезпечуючи доступ до знань, що раніше були привілеєм еліт. У другій половині XX століття завдяки медіа, особливо телебаченню та цифровим платформам, відбувається переосмислення статусу «масової культури»: з «низької» вона перетворюється на репрезентативну форму колективної ідентичності, а самі «маси» – на активного учасника культурного процесу [там само].

Таким чином ПД, як інструмент поширення уявлень про світ, суспільство і владу, оперативно реагує на суспільні події та мовні зміни. Вибір його мовних засобів залежить від соціально-оцінних характеристик і здатності ефективно впливати на аудиторію. Це досягається поєднанням логічності викладу з емоційною насиченістю, що є ключовою особливістю текстів ЗМІ [3, с. 36]. У сучасному інфопросторі ЗМІ відіграють не лише комунікативну, а й структурно-політичну роль: вони не просто передають інформацію, а формують уявлення про навколишню дійсність.

Дискурс перебуває у діалектичному зв'язку із соціальною структурою, адже соціальні практики й дискурсивні процеси водночас визначаються нею і самі її формують. З одного боку, дискурс залежить від соціальних умов, норм і відносин, які панують у суспільстві: він структурований класовими, інституційними, культурними та ідеологічними чинниками. З іншого боку, сам дискурс є соціально конститутивним – він бере участь у формуванні саме тих

елементів соціальної реальності, які визначають його існування: соціальних ролей, ідентичностей, відносин влади, систем знань і переконань. Отже, мова не лише репрезентує світ, а й створює його у значеннях, виступаючи засобом конструювання соціальної дійсності [22, с. 64].

Як зазначає С. Зібер, ЗМІ є архівами видимого й вимовного, простором для історично обмеженої висловлюваності та пізнаваності [33, с. 13–15; с. 70–71]. Вони – не нейтральні передавачі, а завжди функціонують у межах так званих медіадиспозитивів – динамічних структур, через які здійснюється контроль, нормалізація або висловлюється спротив, і через які також формується ПД – шляхом використання технічних, візуальних, мовних, інституційних та нормативних компонентів. Диспозитиви не є стабільними – вони змінюються залежно від соціального контексту, політичної ситуації, технологічного середовища тощо [33, с. 63–64]. А отже, можуть слугувати маніпулятивним інструментом для створення пропаганди.

Пропаганда – «свідомо організована спроба вплинути на певну соціальну групу» [26, с. 10]; наратив, спрямований на зміну або підсилення переконань реципієнта і забезпечений комплексом маніпулятивних технік – вибірковою селекцією фактів, повтореннями, емоційною апеляцією тощо [26, с. 11–12]. Таким чином, у ЗМІ розгортаються цілі інформаційні кампанії, спрямовані на підриг довіри до влади та демократичних процесів, створення плутанини, зниження ролі фактів у публічному дискурсі та посилення соціальної поляризації [34, с. 7–10].

Ключові техніки сучасної пропаганди включають [26, с. 12–18]:

- створення або підтримку стереотипів та образу ворога;
- постійну повторюваність меседжів задля ефекту «накопичення»;
- емоційну насиченість контенту, зокрема апеляцію до страху або обурення;
- використання дезінформації та інсценувань (акторів-«очевидців»; підроблених свідчень).

Реакцію користувачів на пропаганду К. Шмітт [31, с. 257–258] пояснює через концепт «остензія». Остензія – явище, коли історії з медіапростору відтворюються в реальному житті через дії людей. Дослідник виділяє кілька типів остензії [31, с. 259]:

- псевдо-остензія: свідоме наслідування прочитаного/почутого як жарт;
- прото-остензія: створення особистої версії прочитаного/почутого, поданої як власний досвід;
- квазі-остензія: помилкова інтерпретація фактів під впливом прочитаного/почутого.

Такий деструктивний вплив на людську свідомість можна порівняти з вірусом («Sagen-Virus», «Gedanken-Virus») [31, с. 259; с. 261], що здатен швидко поширюватися, маніпулювати поведінкою людей та адаптуватися до нових обставин.

Маніпуляція суспільною свідомістю у медіатекстах часто здійснюється не лише через відбір фактів чи емоційне забарвлення подачі, а й через особливості вживання суспільно-політичних реалій. Реалії, будучи маркерами культурної та політичної специфіки, здатні виступати сильними смисловими інструментами: їхній переклад чи інтерпретація визначають, у якому ключі читач сприйме подію. Завдяки цьому вони стають зручним засобом для створення упередженого образу, формування стереотипів або ж легітимації певної політичної позиції. У ПД реалії можуть виривати з історичного чи політичного контексту, свідомо надавати їм негативної чи перебільшено позитивної конотації, тим самим формуючи в аудиторії неоднозначне, або ж навпаки, одностороннє ставлення до них.

Втім, у сучасних демократичних суспільствах більшість медіа не діє виключно в інтересах певних політичних сил – їхній вплив опосередкований структурними умовами виробництва новин (редакційна політика, новинні цінності, економічний тиск), а не прямою маніпуляцією. Хоча уряди, бізнес і політичні групи намагаються використовувати ЗМІ для просування своїх

позицій, нині ЗМІ залишаються ареною публічних дебатів, де різні актори змагаються за увагу аудиторії. У цій боротьбі важливу роль відіграють ресурси комунікації – доступ до інформаційних каналів, довіра публіки, журналістські стандарти [20, с. 68–75].

Медіа не лише транслиують політичні позиції, а й визначають рамки, у яких сприймається міжнародна політика. У кризових ситуаціях вони можуть як підтримати офіційну лінію уряду, так і сприяти плюралізму думок – залежно від етапу конфлікту й суспільного запиту. При цьому ЗМІ створюють відфільтровану реальність, у якій відображаються не стільки наміри журналістів, скільки динаміка масового інтересу, емоційна насиченість контенту та вимоги ринку [там само]. Так, «*soft news*» (емоційно забарвлені, «людяні» історії) збільшують увагу до міжнародних подій, водночас спрощуючи їхню суть; вони можуть сприяти як підвищенню емпатії, так і втомі від співчуття («*compassion fatigue*») – апатії та цинізму, що виникають через надмірну кількість трагічних повідомлень. Це не завжди результат навмисної політичної цензури, а радше наслідок структурних факторів: конкуренції каналів, циклів новин, орієнтації на сенсаційність [20, с. 72–73].

Під впливом цифрових медіа ПД активно трансформується. Від стабільних, централізованих моделей (газети, телебачення, державні радіостанції) людство переходить до несталого, інтерактивного простору – в соцмережі та цифрові платформи (Facebook, Twitter, YouTube тощо), які надають усім користувачам змогу висловлюватися напряду, формувати спільноти та брати участь у творенні смислів.

Своєрідними візитівками політичних партії чи організацій у цифровому просторі стають веб-сайти, покликані інформувати аудиторію про актуальні події. Їх розглядають як ефективний інструмент зв'язків із громадськістю, що виконує рекламно-інформаційну функцію. Потрапляючи на веб-портал, користувач не лише сприймає інформацію, а й самостійно обирає її формат – візуальний, аудіовізуальний або аудіальний. Інтерактивність такого спілкування

забезпечує можливість миттєвого зворотного зв'язку аудиторії на події соціально-політичного життя [18, с. 147].

Унаслідок цього в дискурсі відбуваються такі процеси, як:

- децентралізація: перехід від традиційних ЗМІ до гнучких, гібридних форматів обміну інформацією;
- конструювання ідентичностей: користувачі не тільки споживають контент, а й створюють його, зокрема – власні образи через мову, символи, образи, меми тощо;
- поляризація суспільства: підсилення розколу між групами та поява закритих дискурсивних просторів;
- розмиття меж публічного і приватного, прийнятного й неприйнятного;
- гібридність публічного простору: поєднання політичного, приватного й розважального у змішаних формах комунікації;
- поява викликів для демократії: сучасні медіа розширюють можливості для участі у дискурсі та створюють ризики – фрагментацію (тобто непослідовне збереження інформації), поверхневність, викривлення фактів, які безпосередньо впливають на політичне й громадське життя [28, с. 1–5; с. 26–38].

Окрім цього, на заміну традиційному тексту приходять гіпертекст. Традиційний текст сприймається як контейнер – замкнений стабільний простір, з чіткими межами та лінійною структурою (заголовки, абзаци, розташування «згори донизу».) Читач рухається від початку до кінця; когерентність тексту задає автор, визначаючи, які частини як пов'язані [29, с. 17–24]. Гіпертекст натомість сприймається як мегаполіс – нелінійна, відкрита мережа з безліччю шляхів та можливостей, якими читач вільно пересувається за допомогою гіперпосилань (лінків). Користувач не має перед собою завершеного тексту; він сам створює когерентність у процесі читання, постійно робить вибір, куди рухатися далі, натискаючи на лінки та рухаючись «туди-сюди». Для гіпертексту характерні мультимодальність (поєднання тексту, зображень, відео, звуку) та

інтертекстуальність (взаємозв'язок та взаємопроникнення одиничних текстів; їх злиття у ширший культурно-інформаційний контекст) [29, с. 17–24; 32, с. 87–90]. Ця динамічність відповідає природі ПД.

Трансформаційні процеси в ПД позначаються й на функціонуванні суспільно-політичних реалій. У цифровому середовищі реалії не лише відтворюються в нових форматах (пости, твіти, меми, гасла), а й активно переосмислюються та поширюються завдяки мультимодальності та гіпертекстуальності. Це означає, що одна й та сама реалія може існувати у вигляді газетного заголовка, карикатури, інтернет-мему – і щоразу вона отримує нові смислові відтінки. Такі форми утримують увагу, але спричиняють упереджене, швидке поширення спрощених смислів. Також, саме реалії часто постають в електронних текстах у вигляді гіперпосилань або супроводжуються лінками, що ведуть на додаткові матеріали – пов'язані статті, фотогалереї, архівні новини, офіційні документи або навіть соціальні мережі. У такий спосіб реалія перетворюється на своєрідний вузол інформаційної мережі: вона не лише позначає явище, а й відкриває шлях до цілої системи текстів, що його пояснюють і конкретизують.

Аналіз дискурсу як науковий підхід поєднує дослідження мови, соціальних процесів і владних відносин, вивчаючи, як через мовлення відтворюються або трансформуються суспільні структури. Враховуючи вищезазначені особливості дискурсу в цілому і зокрема ПД, Н. Ферклаф пропонує трикомпонентну модель аналізу дискурсу, що поєднує три рівні [22, с. 71–73]:

- текст – безпосередній мовний продукт (усний або писемний);
- дискурсивна практика – процеси створення, поширення й інтерпретації текстів у певних інституційних і соціальних умовах;
- соціальна практика – ширший контекст влади, ідеології та соціальних структур, у якому функціонує дискурс.

Цей підхід поєднує лінгвістичний аналіз тексту, макросоціологічне

бачення суспільства і аналіз повсякденної комунікативної взаємодії, характерний для мікросоціології. Дискурсивна практика охоплює як соціальні, так і когнітивні процеси: виробництво й сприйняття текстів залежать від засвоєних соціальних норм, культурних очікувань і владних структур, навіть коли мовці їх не усвідомлюють.

Таким чином, бачимо, що медіатексти не лише фіксують чи транслують інформацію, а й формують особливі смислові поля, де конструюються образи, наративи та соціальні ролі. У цьому контексті суспільно-політичні реалії відіграють ключову роль, адже саме вони є носіями культурно й ідеологічно маркованого змісту. Їх поява в медіапросторі несе не лише інформаційну функцію, а й впливає на колективне сприйняття дійсності, підкріплюючи або підважуючи певні політичні дискурси. Для перекладача це створює особливі труднощі: реалії нерідко вбудовані в маніпулятивні стратегії ЗМІ, мають підтекст, що зчитується в межах «свого» культурного простору, і не завжди має прямий відповідник у мові перекладу. Пошук влучного аналога стає не лише мовним завданням, а й інтерпретаційним актом, що визначає, чи збереже реципієнт уявлення про «своє» й «чуже», «вороже» чи «близьке». Типи остензії, описані К. Шміттом, уможливають пояснення того, як суспільно-політичні реалії медіадискурсу здатні «оживати» у свідомості й діях аудиторії, а феномен «Sagen-Virus» («Gedanken-Virus») добре ілюструє, чому саме ці реалії стають проблемними для адекватного перекладу: вони функціонують не лише як одиниці мови, а як тригери соціальної поведінки.

1.2.2. Підвиди публіцистичного дискурсу. Нині уніфікованої системи критеріїв класифікації типів дискурсу, зокрема ПД, не розроблено. Утім, вивчивши типології, запропоновані різними дослідниками, можна підсумувати, що в рамках ПД виокремлюються такі підвиди:

- теле- і радіодискурс – вирізняється невимушеністю й неофіційністю мовлення. У ньому створюється ефект живої комунікації. Характерною є

офіційність мовця та неофіційність сприймача – глядача або слухача. Комунікація поєднує вербальний компонент зі зображенням [4, с. 139];

- газетний дискурс – як форма писемного спілкування, підпорядковується правилам друкованої мови. У ньому ретельно добираються лексичні та граматичні засоби, значну увагу приділяють не лише змісту, а й способу викладу. Існують дві основні моделі подачі інформації: фактична (основний акцент на повідомленні події) та авторська (факт використовується як підґрунтя для висловлення позиції автора). У західній журналістиці переважає перша модель, тоді як в українському медіапросторі більш типовою є друга. Подібно до теле- і радіодискурсу, газетний дискурс несе потенційну загрозу маніпулятивного впливу на свідомість [там само];
- рекламний дискурс – форма спілкування, що має сугестивний і семіотичний характер, спрямований на керування поведінкою реципієнта через поєднання вербальних, іконічних та аудіальних засобів. Поєднує інформативність, емоційність і маніпулятивність, виступаючи комплексним комунікативно-прагматичним феноменом, у якому взаємодіють мова, зображення й культурні коди [9, с. 94–96];
- дискурс у сфері паблік рілейшнз (PR) – інструмент комунікації між соціальними інституціями та громадськістю. Його основне призначення – формування позитивного іміджу певної організації чи політичної постаті, а також створення сприятливого соціального, політичного та психологічного клімату як усередині країни, так і на міжнародному рівні. PR-дискурс може слугувати засобом позитивного позиціонування держави загалом. У зовнішній політиці він виконує функцію комунікативного інструменту державного управління: аналізує міжнародну реакцію, розробляє відповідні стратегії впливу, спрямовані на покращення образу країни. Важливою функцією PR є також руйнування негативних стереотипів про державу, її політику чи лідерів, особливо у

кризові періоди [4, с. 140];

- політичний дискурс – орієнтований на майбутнє, що дає змогу висловлювати твердження, які важко перевірити чи спростувати. У ньому ідеї політичного суб'єкта подаються як найкращі. Часто вдаються до формування образу ворога – саме він винен у відхиленні реальності від очікувань. Створення такого образу сприяє об'єднанню суспільства, яким легше управляти. Політичний дискурс репрезентує інтереси суспільства, оскільки його структура відображає очікування і потреби як авторів, так і реципієнтів. Часто саме дискурсивні навички політика мають більшу вагу, ніж його особисті якості [4, с. 142];
- Інтернет-дискурс – нове інформаційне середовище, що формує особливу комунікативну реальність. Його тексти змінюються, адаптуючись до певної ціннісної системи та компенсуючи прогалини у суспільній свідомості, нерідко набуваючи нетрадиційних форм осмислення. Масиви цифрової інформації з широкого спектра тем стають доступними великій кількості людей, що зумовлює популярність Інтернет-дискурсу. Завдяки пошуковим системам користувачі мають змогу знаходити потрібну інформацію на різних сайтах. Актуальність таких відомостей стає ключовим критерієм у процесі ознайомлення з глобальними чи локальними суспільно-політичними подіями [18, с. 147].

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що публіцистичний дискурс, як прояв популярної культури, є важливим засобом комунікації, що відображає ідеологічні наративи та соціокультурні реалії, а також виконує різноманітні функції, такі як інформування, розваги, вплив та конструювання соціальної дійсності. Аналіз дискурсу розкриває, як мова не лише відображає, а й формує соціальну реальність, відтворюючи або змінюючи владні та ідеологічні структури. Завдяки поєднанню лінгвістичного, соціального й когнітивного підходів він дає змогу побачити взаємозв'язок між текстом, суспільними практиками та механізмами впливу у сфері комунікації.

Хоча ПД і текст у публіцистичному стилі можуть відображати схожі характеристики, вони мають відмінності, оскільки дискурс охоплює ширший процес, залежний від контекстів і умов висловлюваності. Ці умови задають медіадиспозитиви, які формують дискурсивну екологію, визначаючи, що може або не може бути винесене у публічний простір; водночас вони поєднують контроль та спротив, перетворюючись на поле боротьби за контроль над інфопростором, де інформаційні операції та пропаганда спрямовані не стільки на переконання у правдивості, скільки на руйнування самої здатності відрізнити правду від вигадки. Гіпертекст у такому середовищі стає природним форматом для публіцистики, адже він уможливорює інтертекстуальність, оперативність та мультимедійність, перетворюючи текст на відкритий діалог і роблячи користувача активним учасником творення смислів. Цьому сприяє і перехід від традиційних ЗМІ до децентралізованих, змішаних форм комунікації на різних цифрових платформах та в соцмережах. Гібридність сучасного дискурсу підкреслює його динамічність та адаптивність, але водночас ускладнює пошук стабільності й когерентності. Реалії в ньому також набувають нових форм і значень, перетворюючись на багат шарові смислові вузли, здатні формувати певні інтерпретаційні рамки для аудиторії.

1.3. Переклад реалій у публіцистичному дискурсі

Передача реалій у перекладі становить особливу складність, адже саме ці мовні одиниці концентрують у собі культурно-специфічний досвід народу. Особливо складним цей процес є в ПД, де реалії виконують не лише номінативну, а й експресивно-оцінну функцію: вони впливають на громадську думку, формують політичні смисли та слугують маркерами ідентичності. Тут будь-яке зміщення значення чи втрата конотацій може змінити інтерпретацію події або позицію автора в очах читача. Тому навіть досвідчені перекладачі не застраховані від помилок, адже відтворення реалій у публіцистиці вимагає

поєднання лінгвістичної точності, культурної чутливості та дискурсивної відповідальності.

1.3.1. Проблематика перекладу реалій. Реалії та їх позначення постають як явище, що має назву *лексична лакуна*. Воно ґрунтується на припущенні, що знакові системи двох різних мовних і культурних спільнот не повністю співвідносяться між собою; відмінності та протиріччя між ними більш типові, ніж узгодженість та аналогічність [21, с. 43].

Труднощі при перекладі реалій полягають, по-перше, у відсутності повного чи часткового відповідника в МП через відсутність референта, позначеного реалією. По-друге, необхідно передати не лише денотативне значення реалії, але й її колорит і конотації, пов'язані з національним та історичним контекстом. Цей процес ускладнюється необхідністю враховувати різноманітні фактори, що впливають на словесне відображення явищ у тексті [7, с. 39].

Отже, твердження, що реалії можна перекласти, не досить вірне. Перекласти – означає знайти відповідник в МП, що неможливо, оскільки в матеріальній чи духовній спадщині, в історії носіїв такої мови відсутній аналогічний об'єкт, поняття чи явище. Виражаючись точніше, ми не робимо переклад реалій у буквальному сенсі, а знаходимо семантико-стилістичний відповідник або трансляційно їх перейменовуємо [1, с. 8].

1.3.2. Типологія способів та стратегій перекладу реалій. Типологія способів перекладу реалій спирається на те, що кожне рішення перекладача є результатом багаторівневого аналізу (ідентифікація культурної специфіки, зважування прагматичних ефектів, врахування комунікативної ситуації тощо). Тому вона відображає не лише набір технік, а й складну систему міркувань, що передують власне перекладу.

1.3.2.1. Основні підходи до процесу перекладу. Рішення у процесі перекладу слід приймати з макро- та мікроструктурної перспективи. У макроструктурній перспективі процес перекладу розглядається як єдине ціле, яке можна поділити на функціональні складові. Основа мікроструктурної перспективи знаходиться на рівні менших одиниць значення – наприклад, на рівні речень або їх частин. Обидві вони функціонують нероздільно та доповнюють одна одну [23, с. 22–23], а також поділяються на категорії. До макроструктурних категорій належать [23, с. 24–28]:

- тип тексту й тип перекладу;
- зрозумілість та зв'язність (когерентність) тексту;
- рівень культурної специфіки та функція перекладу;
- вимоги до рівня еквівалентності (рівнозначності ТО й ТП).

До мікроструктурних категорій відносяться [23, с. 30–32]:

- проблема контрастивного опису смислу на рівні тексту (випадки, коли вирази в конкретному контексті набувають значення, що відрізняється від словникового);
- проблема референції та ізотопії (консистентності: вирази, якими позначаються об'єкти та явища, утворюють лексико-тематичні лінії – так звані «ізотопні ланцюжки» – і мають залишатися незмінними);
- проблема логічного наголосу (структурування інформації в реченнях відповідно до елементів, які з точки зору автора мають бути відомими / невідомими, більш / менш важливими для реципієнта);
- проблема мовної варіативності (відмінності у позначеннях одного предмета / явища, характерні для конкретного діалекту, соціокультурного середовища, конкретної часової епохи, мовленнєвої ситуації тощо).

Сучасний підхід розглядає переклад не лише як перенесення змісту з МО в МП: поняття «перекладений продукт» розширилося, і охоплює тепер не тільки мовні, а й культурні відмінності між ними, так само, як і наміри автора,

очікування читачів. Перекладач нині перетворився на багатофункціонального посередника: орієнтуючись на запити аудиторії, він може навіть дещо змінювати зміст і форму ТО та вирішувати, які частини тексту зберегти, які – скоротити, узагальнити чи опустити, тобто, редагувати і редукувати джерельні повідомлення. Такі модифікації тексту не слід сприймати за недбалість: якщо ТО надто об'ємний чи перевантажений другорядними деталями, редукція може навіть підвищити його якість для конкретного реципієнта. У зв'язку з цим з'являються нові форми перекладів (коментовані, анотовані, реферативні), що не вписуються в класичну парадигму еквівалентності [35, с. 25–26], та нові стратегії перекладу [35, с. 32–36]:

- зміна змісту: перекладач зберігає загальний намір ТО, втім допускає скорочення, додавання чи коментарі;
- зміна наміру: перекладач визначає нову комунікативну ситуацію і відповідно змінює тип тексту та його структуру;
- зміна змісту та наміру: перекладач не лише скорочує інформацію, а й переосмислює її для іншого контексту.

У залежності від жанрово-стилістичних особливостей оригінального тексту, переклади поділяються на два функціональні типи: художній (літературний) та інформативний (спеціалізований). Інформативний переклад передбачає передачу текстів, основною метою яких є донесення конкретних відомостей, а не естетичний або художній вплив на читача. До цієї категорії належать тексти наукового, ділового, суспільно-політичного, побутового спрямування тощо. У залежності від функції ТО, розрізняють два типи перекладу: «прагматичний переклад» (для інформативних текстів) та «літературний переклад» (для текстів, у яких переважають експресивна й естетична функції) [13, с. 40–42]. Згідно з цим, до текстів ПД та реалій, згаданих у них, буде застосовуватися інформативний переклад – ТО піддаватиметься прагматичним адаптаціям. Тобто, головним завданням перекладу буде не збереження джерельного набору сем у ТП, а утворення

комунікативного ефекту ТП, який відповідає ефекту ТО [13, с. 57–58].

Також необхідно враховувати екстралінгвістичний контекст, який може включати різницю між картиною світу автора ТО, реципієнта ТП та перекладача, різницю в їх фонових знаннях; відмінності мовної та етнічної комунікативних компетенцій; культурно-ментальні відмінності учасників комунікації; когнітивні здібності автора ТО та перекладача; їх гендерну приналежність, емоційний стан, рівень культурної ідентичності та систему цінностей [30, с. 114].

1.3.2.2. Типові перекладацькі рішення при перекладі реалій.

Перекладацькі рішення при передачі реалій визначаються як комунікативними завданнями, так і особливостями цільової аудиторії. У практиці перекладу виокремлюють кілька основних прийомів, що дозволяють збалансувати точність і зрозумілість відтворення іншомовних культурних елементів:

1. стратегії одомашнення (доместикації) та очуження (форенізації) (прагматичні адаптації: одомашнення – використання прозорого, плавного стилю, щоб мінімізувати нетиповість іноземного тексту для читачів ТП; очуження – навмисне порушення в ТП норм цільової культури з частковим збереженням чужорідності оригіналу [13, с. 121]);
2. транслітерація та транскрипція (відповідно буквена або звукова передача іноземного терміна [14, с. 112]);
3. калькування (поелементне відтворення структурно-семантичних моделей МО матеріальними засобами МП [13, с. 128]);
4. застосування описового перекладу (розкриття значення одиниці МО за допомогою розгорнутого опису МП [14, с. 15]);
5. заміщення реалії аналогом (підбір поняття, яке певною мірою розкриває суть явища, про яке йдеться, хоча й не є ідентичним [там само]);
6. опущення реалій (прийом, коли специфічний для культури термін – настільки ж складний, наскільки непотрібний – не перекладають [17, с. 425]).

Отже, будь-які перекладацькі рішення приймаються на мікрорівні (рівні речень та його частин) і макрорівні (рівні тексту в цілому). У сучасній практиці переклад став частиною міжкультурного діалогу; перекладач у такому контексті набуває рис редактора, аналітика й навіть творця нового, адаптованого до культурних, жанрових чи ситуативних особливостей тексту. Для перекладу текстів ПД, тобто інформативних текстів, доцільно використовувати прагматичний підхід. Дослідження питання щодо відтворення семантико-стилістичних функцій реалій у перекладі показує, що існує різноманітність стратегій та способів, таких як прагматичні адаптації (одомашнення та очуження), транслітерація та транскрипція, калькування, описовий переклад, заміщення аналогом та опущення реалій. Ці підходи відображають складність завдання перекладу та різноманітні фактори, які впливають на вибір конкретної стратегії.

Висновки до розділу 1

1. У зв'язку з загальною проблематикою національно-культурної специфіки мови та мовленнєвої діяльності, у перекладознавстві виникає значний теоретичний та практичний інтерес до проблеми відтворення реалій.
2. Реалія як перекладознавча категорія потребує подальших досліджень, вивчення та вдосконалення методів відтворення реалій у перекладі.
3. Хоча реалії в цілому виявляють велику різноманітність і мають обширну класифікацію за видами, особливий інтерес у зв'язку з нинішньою суспільно-політичною ситуацією в Україні становлять суспільно-політичні українські реалії, зокрема лексичні одиниці, що описують адміністративно-територіальну структуру, органи та носіїв влади, суспільно-політичне життя, назви підрозділів поліції, військових і воєнізованих підрозділів, соціальні явища.
4. Активне вживання суспільно-політичних реалій характерне для публіцистичного дискурсу. Він, як прояв популярної культури, є важливим засобом комунікації між ЗМІ та громадськістю і виконує такі функції, як інформаційна, розважальна, рекламна, функція впливу, функція конструювання соціальної дійсності.
5. Сучасні тенденції розвитку ПД досить неоднозначні. ПД все більше переміщується у цифровий формат – соцмережі та різні інтерактивні платформи. З одного боку це робить його більш доступним, відкритим простором, де користувачі можуть бути і споживачами, і творцями контенту. З іншого боку такий простір стає дедалі більш децентралізованим і нестабільним, де є ризик натрапити на пропаганду, дезінформацію, маніпуляції. Реалії в ПД також часто перетворюються на маніпулятивний інструмент, особливо в перекладі. Оскільки вони є нетиповими поняттями в картині світу реципієнта, їх можна представити в будь-якому світлі для досягнення бажаного ефекту впливу.

6. Текст ПД у цифровому форматі перетворюється на гіпертекст, що, з одного боку, дає користувачу можливість самостійно вибудовувати навігацію по інформаційному джерелу, з іншого – часто порушує логіку та зв'язність викладення матеріалу. Реалії завдяки мультимодальності й гіпертекстуальності трансформуються у смислові вузли, інтегруються в ширший інформаційний простір і задають напрямок читачу.
7. ПД за характеристиками подібний до тексту в публіцистичному стилі, однак їх не слід ототожнювати, оскільки дискурс – більш складне, динамічне явище. На основі класифікацій ПД, запропонованих різними дослідниками, було визначено такі підвиди ПД: теле- і радіодискурс, газетний дискурс, рекламний дискурс, дискурс у сфері паблік рілейшнз (PR), політичний дискурс та Інтернет-дискурс.
8. Реалії є лексичними лакунами – тобто словами чи виразами, які не мають прямого відповідника в іншій мові. Відповідно, проблема їх перекладу полягає в необхідності передати іншою мовою об'єкт, поняття чи явище, що існує лише в культурі носіїв МО; окрім цього, зберегти колорит, національне та історичне забарвлення реалії. До цієї проблеми слід підходити прагматично, аналізуючи переклад з мікро- та макроструктурної перспективи, враховуючи в процесі низку екстралінгвістичних факторів, таких, як інтенції автора та очікування аудиторії, картина світу автора ТО, реципієнта ТП та перекладача, їх фонові знання, комунікативні й когнітивні компетенції, гендерна приналежність, емоційний стан, рівень культурної ідентичності та система цінностей.
9. Стратегії та способи відтворення реалій різноманітні та обираються перекладачем в залежності від мети перекладу та рівня його складності. У даній роботі надано аналіз таких підходів, як прагматичні адаптації, а саме – стратегії одомашнення та очуження; транслітерація та транскрипція; калькування; описовий переклад; заміщення аналогом; опущення реалій.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЇ ТА ПРИЙОМИ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ У СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ

2.1. Стратегії одомашнення та очуження при відтворенні українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному дискурсі

Українські суспільно-політичні реалії часто не мають прямого еквівалента у німецькій мові та культурі. Саме тому перекладач змушений балансувати між двома протилежними підходами. Розглянемо сутність цих підходів більш детально.

Українська дослідниця А. Якимчук зазначає [19, с. 1]:

- Переклад-одомашнення полягає в тому, що культурно специфічні елементи оригіналу замінюються відповідниками з культури адресата. Такий переклад адаптує текст оригіналу до культурного контексту мови перекладу.
- Переклад-очуження, навпаки, намагається зберегти і передати культурну своєрідність оригіналу без спрощення. Особливу складність становлять ситуації, коли культурні відмінності настільки значні, що читачеві перекладу необхідно спочатку створити умови для розуміння цих елементів. У таких випадках комунікативний простір культури адресата розширюється, і це може (але не обов'язково) призвести до появи нових мовних і стилістичних форм у мові перекладу: отже, переклад може оновлювати або змінювати граматичні та стилістичні норми цільової мови.

Одомашнення та очуження також можна назвати відповідно *стратегією смислу* та *стратегією форми*. У першому випадку перекладач прагне максимально полегшити розуміння тексту, усуваючи можливі бар'єри для

іншомовного читача, навіть якщо це означає втрату деяких формальних особливостей оригіналу. У другому ж випадку пріоритет надається формі: перекладач жертвує певною смисловою прозорістю, щоб відтворити складність структури твору, передати риси авторського стилю та відчутти стильову атмосферу епохи чи літературного напрямку [13, с. 12].

Таким чином, стратегія *доместикації* орієнтована на створення легкого для сприйняття тексту, що викликає у читача відчуття знайомства та близькості. У такому разі перекладач наче зникає з поля зору, адже текст адаптовано під культуру мови перекладу: незрозумілі явища й реалії замінюються аналогами, притаманними цій культурі, тож додаткових пояснень не потрібно. Натомість *форенізація* передбачає протилежний підхід – збереження культурної специфіки мови оригіналу. Така стратегія наближає читача до автора, залишаючи в тексті риси чужої культури. У результаті в перекладі можуть виникати незначні відхилення від мовних норм МП, проте автентичність оригіналу максимально зберігається. За такого підходу перекладач стає більш помітним, адже текст насичений іншомовними назвами, специфічними поняттями, коментарями й поясненнями, що підкреслюють культурну відмінність тексту оригіналу. [2, с 131–134].

2.2. Прийоми відтворення українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному дискурсі

У рамках двох основоположних стратегій, розглянутих у попередньому підрозділі, можна виділити низку окремих прийомів передачі реалій. Аналіз текстів сучасного німецькомовного публіцистичного дискурсу дає змогу виокремити наступні прийоми відтворення українських суспільно-політичних реалій: а) транслітерація та транскрипція; б) калькування; в) застосування описового перекладу; г) заміщення реалії аналогом; д) опущення реалій.

2.2.1. Транслітерація та транскрипція. Найчастіше використовуються для передачі:

- назв населених пунктів та географічних назв у їх межах (райони, вулиці, площі тощо) (*Kyjiw, Charkiw, Odessa, Poltawa, Donezk, Luhansk, Krywyj Rih, Slawjansk, Nowa Wodolaha, Marinka, Awdijiwka, Butscha, Saltiwka, Majdan Nesaleschnosti, Chreschtschatyk*);
- імен та прізвищ (*Wolodymyr Selenskyj, Olexandr Wilkul, Viktor Janukowitsch, Petro Poroschenko, Arseni Jazenjuk, Julia Timoschenko, Oleg Tiagnibok, Arsen Awakow, Swjatoslaw Wakartschuk, Denys Schmyhal, Serhij Lyssak, Wolodymyr Fitio, Rinat Achmetow*);
- назв органів влади (*Werchowna Rada*).

Отже, ці прийоми відносяться до стратегії очуження, оскільки зберігають у перекладі зміст та звукову структуру МО.

2.2.2. Калькування. Цей прийом застосовується для перекладу назв (зокрема – багатокомпонентних) партій та рухів, теле- й радіопередач, наприклад:

- “*Diener des Volkes*” – «Слуга народу» [62];
- “*Europäische Solidarität*” – «Європейська Солідарність» [64];
- “*Tanz mit den Stars*” – «Танці з зірками» [43].
- “*Zentrale des Nationalen Widerstands*” – Штаб національного спротиву [56];

У деяких випадках кальку **поєднують із транслітерацією та транскрипцією:**

- *Präsidentenpartei Diener des Volkes* (*Sluha Narodu*) [62];
- *die Kabaretttruppe “Kwartal 95”* (“95. Wohnblock”) [43];
- *die Partei “Udar”* (*Schlag*) [45];
- *Partei Freiheit* (*Swoboda*) [56];
- *Vaterlandspartei* (*Batkiwschtschina*) [53];

- *der Rechte Sektor* („*Prawy Sektor*“) [44];
- *Patrioten der Ukraine* (*Patrioty Ukrainy*) [44];
- *Trisub* (*Dreizack*) [44];
- *Bely Molot* (*Weißer Hammer*) [44];
- *Splittergruppe* „*Spilna Sprawa*“ (*Gerechte Sache*) [53];
- *die zivilgesellschaftliche Organisation* „*Tschesno*“ (*Ehrlich*) [54].

Також у сучасному німецькомовному ПД використовується **часткове калькування (напівкалька)** для передачі географічних назв та назв органів влади:

- *Krim-Brücke* / *Kertsch-Brücke* – Кримський міст / Керченський міст [65];
- *die Oberste Rada* – Верховна Рада [59].

Таким чином, калькування (калька) передбачає використання засобів МП, але в залежності від контексту може відноситися як до стратегії одомашнення, так і до стратегії очуження, оскільки вираз, дослівно перекладений на іншу мову, може звучати для реципієнта нетипово. Цей прийом також може йти в парі з транслітерацією чи транскрипцією, зберігаючи оригінальне звучання реалії та водночас роблячи її сенс зрозумілим для носіїв німецької мови. Для підвищення природності, зрозумілості ТП, а також уникнення незвичних для реципієнта лексичних або граматичних конструкцій використовується часткове калькування (напівкалька).

2.2.3. Застосування описового перекладу. Цей прийом дозволяє пояснити сенс або ідею поняття, яке не має прямого еквіваленту в МП. Утім, в ПД майже не зустрічається у чистому вигляді, оскільки може призвести до неточностей і смислових втрат. Найчастіше опис поєднується з іншими способами перекладу реалій. Наприклад, з транслітерацією:

- KBK («Клуб веселих і кмітливих»): “<...> an KVN, einem postsowjetischen Humor- und Satirewettbewerb mit eigenen Landesligen

und Wettbewerben im postsowjetischen Raum <...>” [43].

- Радіо Свобода: “<...> von Radio Swoboda, dem ukrainischsprachigen Dienst des US-Auslandssenders Radio Liberty.” [51];
- Євромайдан: “Michel wollte <...> den Jahrestag der als Euromaidan bezeichneten prowestlichen Demonstrationen für die Unterzeichnung eines Annäherungsabkommens mit der EU würdigen.” [40];
- ДТЕК (Донбаська паливно-енергетична компанія): “<...> Versorger DTEK, das größte private Energieunternehmen in der Ukraine.” [55].

Тож, описовий переклад не можна однозначно віднести до однієї стратегії. Як було зазначено в п. 2.1, переклад-одомашнення заміщає елементи ТО, які є специфічними культурними елементами культури оригінала, елементами культури адресата. У прикладах, наведених вище, заміщення не відбувається: сутність об’єктів та явищ пояснюється зрозумілою для німецькомовної аудиторії мовою, але й оригінальне поняття збережено. Також слід зазначити, що описовий переклад може виступати як основним прийомом відтворення реалій, так і супровідним перекладацьким коментарем у поєднанні з іншими способами.

2.2.4. Заміщення реалії аналогом. У німецькомовному ПД заміщують назви посад, наприклад:

- прем’єр-міністр – *Ministerpräsident*: “Ursula von der Leyen und der ukrainische **Ministerpräsident** Denys Schmyhal informierten über die Finanzhilfen.” [41];
- голова облдержадміністрації – *Leiter der Gebietsverwaltung*: “Nach Angaben des **Leiters der Gebietsverwaltung** von Dnipropetrowsk, Serhyj Lysak <...>” [46], або *Gouverneur* (“In der Gebietshauptstadt Dnipro seien mindestens zwei Menschen getötet und 15 verletzt worden, teilte **Gouverneur** Serhij Lyssak auf Telegram mit.”) [49];
- голова адміністрації – *Bürgermeister*: “Laut **Bürgermeister** Olexandr

Wilkul <...>” [39];

- речник командування Сухопутних військ ЗСУ – *Militärsprecher*: “*Der ukrainische Militärsprecher Wolodymyr Fitio <...>*” [64].

Отже, використання цього прийому доречне у випадку семантичної близькості реалії до певного елементу МП. Заміщення відноситься до стратегії одомашнення, оскільки реципієнт буде краще розуміти ТП через аналогічні реалії власного середовища.

2.2.5. Опущення реалій. Цей прийом застосовується у наступних випадках:

- “*Wissenschaftlerin Panchenko, die selbst einst an der Universität in Charkiw in der Ostukraine arbeitete <...>*” – не уточнюється, що це був саме ХНУ ім. В. Н. Каразіна [60];
- опущення унікального українського контексту: *Protestbewegung, nationalistische Bewegung* – замість «Майдан», «Євромайдан», «Революція гідності» [57];
- заміна специфічних назв на загальні формули: *das Parlament, die Regierung* замість «Werchowna Rada» [56];
- *lokale Verwaltungen* без уточнення адміністративних особливостей: чи маються на увазі ОТГ (об’єднані територіальні громади), чи районні ради тощо [61].

Відповідно, цей прийом – складова стратегії одомашнення і використовується у випадках, коли елементи МО малозрозумілі або невідомі для реципієнтів з іншого культурного середовища. Однак, важливим завданням публіцистики є точна передача інформації та збереження фактів, тому говорити про повне опущення реалій не можна. Як бачимо з прикладів, опускаються лише конкретизуючі деталі та експресивні конотації.

Проаналізувавши усі наведені вище варіанти перекладу, робимо висновок, що креатори німецькомовних текстів намагаються максимально точно передати

сутність тієї чи іншої української реалії, водночас роблячи її зрозумілою для іноземної аудиторії. Перекладачі намагаються утримувати баланс між збереженням української автентичності та доступністю для німецькомовного реципієнта. До специфічних понять додаються уточнення/пояснення, опущення відбуваються без суттєвої втрати змісту.

2.3. Перекладацькі помилки та неточності при відтворенні українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному публіцистичному дискурсі

Безеквівалентність реалій стає причиною перекладацьких помилок і неточностей. Перекладач може не знати або не впізнавати реалію, не розуміти контексту. Культурна різниця, лексичні та стилістичні відмінності у вживанні слів і виразів також призводять до невдалих перекладацьких рішень. Помилки являють собою спотворення змісту ТО, неточності – розбіжності в деталях ТО і ТП, при цьому зміст як такий зберігається. Аналіз текстів сучасного німецькомовного ПД дав наступні результати.

Серед *перекладацьких неточностей* можна виділити такі:

1. Неправильна транслітерація:

- *Kyiv* [36];
- *Euromaidan* [36];
- *Karazin-Universität* [36];
- *Vitali Klitschko* [52];
- *Desniansky* [52];
- *Viktor Janukowitsch* [37];
- *Wolodimir Selenskij* [58];
- *Kryvyi Rih* [43];
- *Serhyj Lysak* [47].

2. Транслітерація з російської мови:

- *Kiew* [58; 42; 46];
- *Bely Molot* [44];
- *KVN* [43];
- *Wladimir Klitschko* [36].

Серед **перекладацьких помилок** можна назвати такі:

1. Ототожнення українських та російських реалій: «голова облдержадміністрації» перекладається як *Gouverneur* (***Gouverneur*** Serhij Lyssak). Але *Gouverneur* відповідає посаді російського губернатора:
 - “*Der **Gouverneur** der westlich von Moskau gelegenen Region Smolensk, Wassili Anochin <...>*” [50];
 - “*Offiziell bestätigte **Gouverneur** Alexander Gussew <...>*” [50];
 - “*<...> schrieb der **Gouverneur** der Region, Igor Artamanow bei Telegram.*” [50].
2. Підміна понять: «голова адміністрації» (міської, військової тощо) перекладається як *Bürgermeister* (***Bürgermeister*** Olexandr Wilkul). В Україні голову адміністрації призначає президент, натомість у Німеччині *Bürgermeister* – це виборна посада, якій відповідає український мер міста: “*Der Kiewer **Bürgermeister** Vitali Klitschko teilte mit, im nordöstlichen Stadtbezirk Desniansky habe es eine Explosion gegeben.*” [52].
3. Інконсистентність:
 - *Bezirk / Stadtbezirk* (***Stadtbezirk*** Desniansky) [52] – *Viertel* (***Viertel*** Saltiwka) [36];
 - *Oblast* (***Oblaste*** Donezk und Luhansk) [36] – *Region* (***Region*** Donezk, ***Region*** Dnipro, ***Region*** Charkiw) [48] – *Gebiet* (***Gebiet*** Dnipropetrowsk) [39] – *Umland* (Kiewer ***Umland***) [63];
 - *Maidan* [37] – *Majdan* [42].

4. Неактуальність реалії:

- *Gebiet Dnipropetrowsk* [39] – Дніпропетровськом місто називалося до 2016 року, потім було перейменоване на Дніпро.
- *Lemberg* [38] – застаріла німецькомовна назва міста Львів, яка використовувалася у 1772–1918 роках за часів Австрійської імперії та у 1941–1944 роках за часів нацистської окупації.

Таким чином, неточна транслітерація, хоч і є невдалим перекладацьким рішенням, не призводить до серйозного викривлення змісту. Причиною серйозних спотворень у ТП та неправильного сприйняття інформації реципієнтом можуть стати ототожнення українських та російських реалій, підміна понять, інконсистентність та неактуальність реалій.

2.4. Особливості перекладацьких рішень при передачі реалій

Узагальнимо отримані результати дослідження. Застосування виокремлених стратегій та способів перекладу культурно-специфічної лексики проілюстровано на 59 прикладах із сучасних німецькомовних медіатекстів.

Аналіз цих прикладів показав, що з них 49% (29 прикладів) становить транслітерація та транскрипція; 19% (11 прикладів) – калькування сумісно з транслітерацією/транскрипцією; по 7% (по 4 приклади) становлять калька, описовий переклад сумісно з транслітерацією, заміщення реалії аналогом та опущення реалій; 5% (3 приклади) – напівкалька (див. Рис. 1).

Беручи до уваги проблематику перекладу реалій, було знайдено та проаналізовано невдалі перекладацькі рішення у сучасних німецькомовних медіатекстах. Їх можна поділити на перекладацькі неточності та помилки. Усього в проаналізованих статтях було знайдено 20 хиб, з яких 65% (13 прикладів) становлять неточності і 35% (7 прикладів) – помилки (див. Рис. 3). Відповідно, з усього масиву перекладацьких рішень, згаданих у дослідженні (59 прикладів), помилки становлять $\approx 34\%$ (див. Рис. 2).

До неточностей відносяться неправильна транслітерація імен, власних та географічних назв, а також транслітерація з російської мови. Неправильна транслітерація (9 прикладів) нараховує 69% від кількості згаданих у роботі неточностей та 45% загальної кількості хиб. Транслітерація з російської мови (4 приклади) становить 31% від кількості неточностей та 20% загальної кількості хиб (див. Рис. 4; Рис. 6).

До помилок відносяться ототожнення українських та російських реалій, підміна понять, інконсистентність реалій (тобто порушення лексико-тематичних ліній або «ізотопних ланцюжків») та їх неактуальність. Інконсистентність (3 приклади) становить 43% перекладацьких помилок та 15% загальної кількості хиб. Неактуальність реалії (2 приклади) – відповідно 29% та 10%. Ототожнення українських та російських реалій, так само, як підміна понять (по 1 прикладу) трапляється у 14% випадків перекладацьких помилок та у 5% серед загальної кількості хиб (див. Рис. 5; Рис. 6).

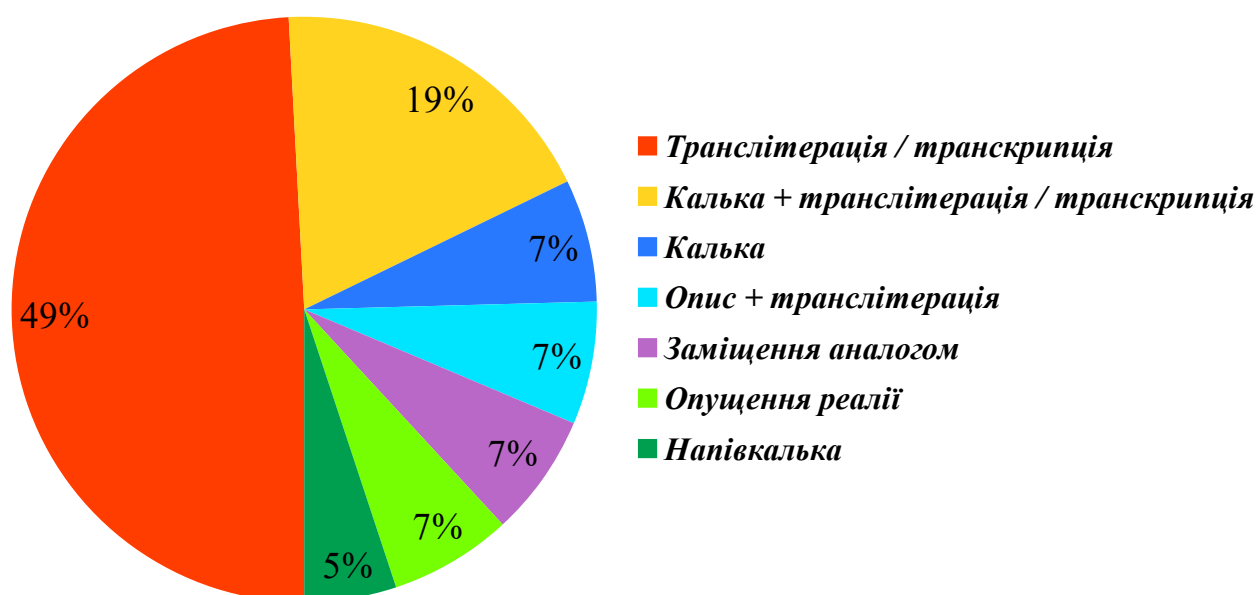


Рис. 1. Частотність вживання тих чи інших прийомів перекладу реалій на основі аналізу 59 прикладів

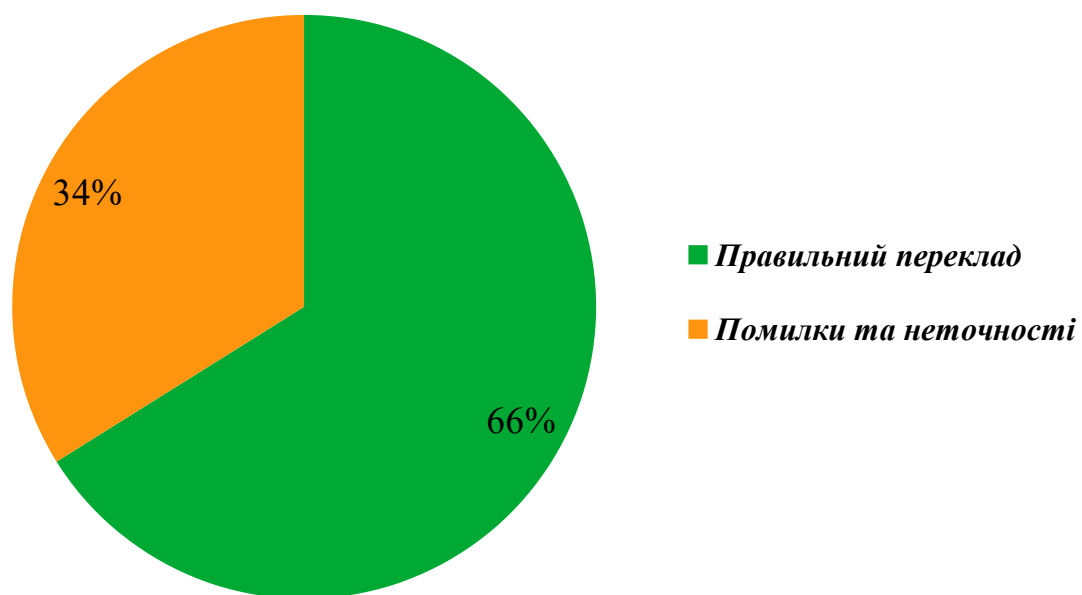


Рис. 2. Співвідношення правильного і неправильного перекладу

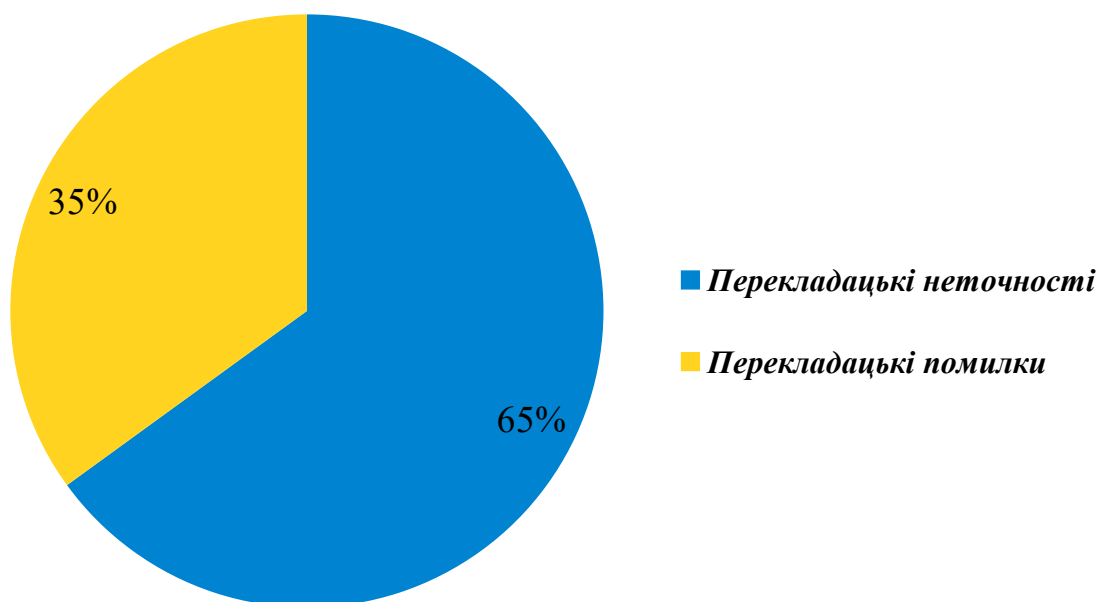


Рис. 3. Співвідношення перекладацьких помилок і неточностей

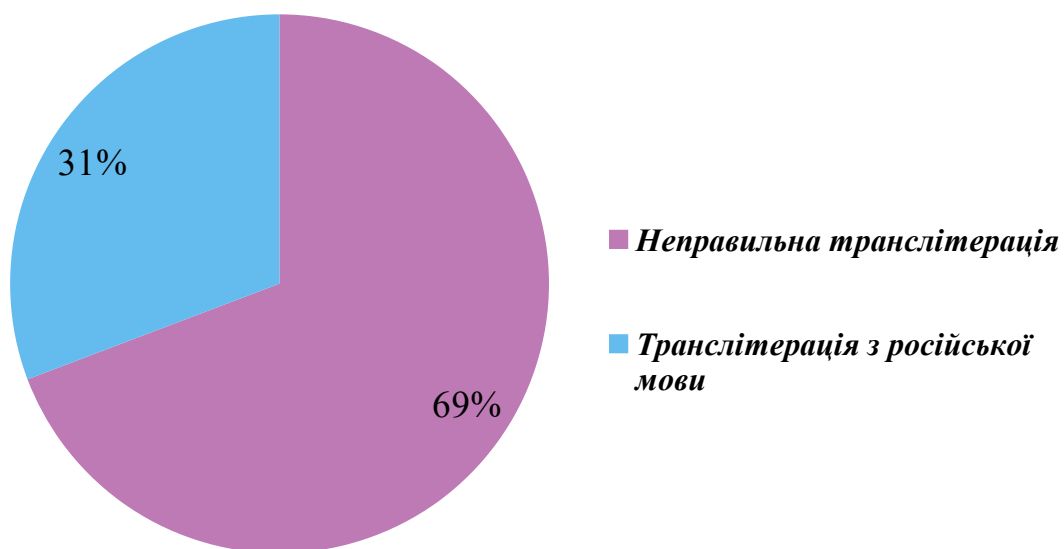


Рис. 4. Конкретні випадки перекладацьких неточностей



Рис. 5. Конкретні випадки перекладацьких помилок

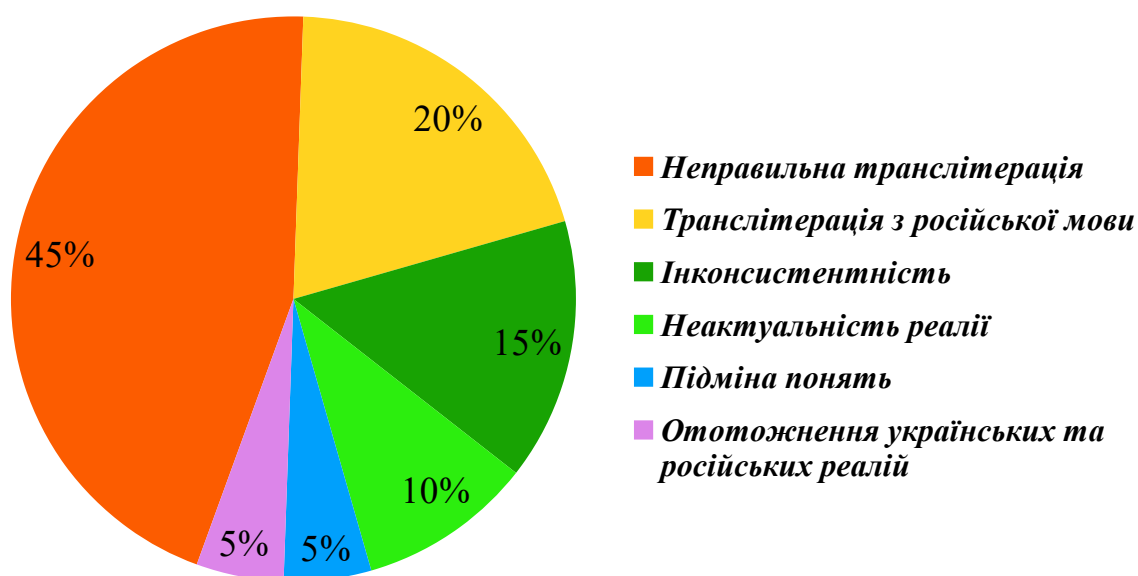


Рис. 6. Частотність допущення помилок та неточностей на основі аналізу 20 невдалих перекладацьких рішень

2.4.1. Комунікативний ефект різних стратегій та способів перекладу реалій. Кожне перекладацьке рішення – правильне чи хибне – має певний комунікативний ефект та впливає на інтерпретацію реальності іншомовною аудиторією. Цей вплив спонукає користувача на реальні дії або ж на позицію невтручання, створює в нього правдиву або невірну картину світу і безпосередньо накладає відбиток на журналістську етику та перекладацьку практику. При перекладі текстів ПД важлива точність, тому перекладачі не мають права суттєво викривляти зміст. Втім, вони можуть надати реалії певних смислових відтінків або розставити акценти таким чином, що її сприйняття змінюється. Наприклад, транскрибоване поняття «*Majdan*» [42] викликає в читача більшу цікавість своєю нетиповістю, аніж спрощене «*Protestbewegung*» чи «*nationalistische Bewegung*» [57]. Аналогічно, вибір між транслітерацією «*Werchowna Rada*» і узагальненим «*das ukrainische Parlament*» [56] визначає, чи зберігає текст політичну дистанцію, притаманну оригіналу, чи зближує читача з

інституцією. Описова передача поняття «Євромайдан» як «*prowestliche Demonstrationen*» [40] змінює когнітивну мету повідомлення: вона не просто інформує, а перетворює локальну подію на міжнародну, політично марковану практику.

Різні способи передачі однієї реалії, навіть у випадку, коли всі вони вірні, можуть викликати у свідомості реципієнтів когнітивні фрейми, що різняться між собою. Наприклад, якщо в німецькомовному тексті ім'я «*Vitali Klitschko*» подається без уточнень, читач мусить активувати або створити власний фрейм (Кличко-спортсмен, боксер / Кличко-політик / Кличко-громадський діяч / Кличко-меценат тощо). Якщо ж додається опис «*Boxer Vitali Klitschko*» [54] / «*Dr. Eisenfaust*», *wie Vitali Klitschko aufgrund seiner Schlaghärte genannt wurde* <...>» [45] / «*Kiewer Bürgermeister Vitali Klitschko*» [52] / «*Oppositionspolitiker Vitali Klitschko*» [53], асоціації у читачів виникають більш конкретні. Таким чином через перекладацькі стратегії коригується сприйняття політичних діячів і подій.

Гіпертекстуальність та мультимодальність сучасних ЗМІ дають змогу німецькомовному читачу відчувати українські реалії більш «справжніми». Незнайомі йому імена та назви супроводжуються не тільки перекладацьким коментарем у самому тексті, а й посиланнями на інші, більш вузько спрямовані статті, фото- чи відеоматеріалами. У комплексі вербальна пояснювальна стратегія та мультимедійний супровід підвищують вагу й достовірність поданої інформації. Інший приклад: термін «*Russland-Ukraine-Krieg*» [52; 59], побіжно згаданий в основному тексті, може не викликати у реципієнта відчутної емоційної реакції; вжитий в заголовку, він уже виступає тригером для привернення уваги. А наведені у статті відповідні фото чи відео, скажімо, з наслідками обстрілів чи інтерв'ю з постраждалими українцями суттєво посилюють негативну конотацію поняття «російсько-української війни».

На основі виділених прикладів можна зробити припущення щодо типів остензії як реакції німецькомовної аудиторії на прочитане. **Псевдо-остензія**, тобто іронічне відтворення реалії, виникає у випадках, коли користувач

сприймає її несерйозно та/або не довіряє джерелу. Наприклад, постать Володимира Зеленського може втрачати політичну серйозність через лексико-стилістичний контраст. Заголовок «*Der volksnahe Millionär*» [43] поєднує в собі протилежні за змістом поняття близькості до простих людей і значного матеріального достатку, і через це стає схожий на гру зі стереотипами, парадокс або сатиру. Також приводом для жартів може виявитися головна роль В. Зеленського (чия політична партія має назву «*Diener des Volkes*») у телесеріалі «*Diener des Volkes*» [там само], за сюжетом якого звичайний вчитель стає президентом. Вигаданий сценарій, що відтворився у реальному житті, потенційно створює комічний ефект і сприймається як жарт історії. Окрім цього, В. Зеленський пов'язаний з різними, в тому числі гумористичними, телешоу («*KVN*», «*Kwartal 95*», «*Tanz mit den Stars*») [там само]; через це німецькомовний читач може інтерпретувати нинішнього президента України як «телегероя, який переплутав ролі», що підсилює ефект легковажності його політичного іміджу. Щоб уникнути ефекту псевдо-остензії в серйозних політичних контекстах, перекладачу варто уникати лексики з яскраво вираженим емоційним забарвленням та притримуватися фактологічного опису, наприклад, замість «*Komiker*» вживати «*Komödienschauspieler*», «*Politiker mit Wurzeln in der Unterhaltungsbranche*»; замість «*volksnahe Millionär*» – «*der heutige Millionär – Eingeborener des Volkes*».

Прото-остензія виникає, коли отримана з медіа інформація зливається з особистим або наближеним до особистого досвідом людини. Наприклад, стаття «*Studieren im Krieg: Seminar zwischen Luftalarm und Stromausfall*» [46], в якій описані нинішнє студентське життя в університеті ім. В. Н. Кразіна, а також підтримка Харкова впливовими іноземними партнерами, може перегукуватися з власними історіями реципієнтів. Німецькомовні користувачі могли чути дещо подібне від знайомих колег чи переселенців з України або ж особисто брати участь у співпраці з українськими містами-побратимами, у наданні країні гуманітарної допомоги. Таким чином відбувається ефект підтвердження

досвіду: читач несвідомо починає сприймати медійну інформацію як «свідчення з перших рук». Це підвищує довіру до певних ЗМІ, але водночас робить аудиторію більш вразливою до маніпуляцій.

Квазі-остензія, а саме – викривлене сприйняття дійсності, – найменш бажаний ефект для креаторів німецькомовного тексту, якщо на меті не стоїть власне поширення дезінформації. Потенційно її причиною може стати опущення реалії або її заміщення аналогом. У першому випадку нівелюється культурно-ціннісна глибина реалій, у другому – аудиторія починає проектувати власні уявлення на іноземну реальність, тобто, формує думку, спираючись не на факти, а на власні культурні очікування.

Таким чином, перед перекладачем текстів ПД стоїть комплексна задача: не лише передати зміст, а й зберегти прагматичний баланс між інформаційністю й тональністю тексту, уникнути небажаного впливу на реципієнта, беручи до уваги можливі типи остензії. При псевдо-остензії комунікативна функція статті зміщується від інформаційної до прагматично-інтерпретативної: читач не лише дізнається про українські реалії, а й сприймає їх через емоційно-іронічну призму. Унаслідок прото-остензії аудиторія схильна приписувати медійним повідомленням вищий рівень достовірності; водночас поглиблена персоналізація досвіду створює ризик вибіркового сприйняття фактів і посилення емоційної поляризації у публічному дискурсі. Квазі-остензія підриває адекватність перекладу та створює підґрунтя для маніпулятивного впливу через неповне або перекручене відтворення реалій.

2.4.2. Комунікативний ефект перекладацьких хиб. Перекладацькі помилки та неточності – не лише мовні похибки, а маркери міжкультурних, ідеологічних і когнітивних процесів, що відображають стан обізнаності носіїв німецької мови в українських реаліях. Аналіз цих похибок допомагає виявити невидимі межі розуміння, точки напруги між культурами та способи, якими мова – через переклад – впливає на формування громадської думки.

Саме невдалі перекладацькі рішення найчастіше призводять до квазі-остензії. Вони можуть бути як зловмисною інтенцією перекладача, так і результатом індивідуальної неуважності чи мовної некомпетентності. Так чи інакше, деякі помилки можуть викривляти сприйняття тих чи інших реалій.

Транскрипція/транслітерація з російської мови (*Kiew, Wladimir*) або ототожнення українських та російських реалій («голова облдержадміністрації» – *Gouverneur*) створюють небажані асоціації між українською культурою та державою-агресором; німецькомовні читачі можуть вважати, що адміністративні норми чи політичні інститути України ідентичні російським. Особливо негативним явищем є інтерференція між українською та російською мовами у «свіжих» статтях. У період 2014–2021 рр. залишкову залежність від російського інформаційного поля можна було пояснити відсутністю нових мовних стандартів, тоді як більшість термінів у німецькомовному публічному просторі була закріплена ще з радянських чи пострадянських часів. Після 2022 року, після повномасштабного вторгнення, український дискурс має бути цілком відокремлений та інституціоналізований у німецькому медіапросторі.

Вживання неактуальних понять, так само, як інконсистентна передача одного й того ж терміна, ставить під сумнів компетентність представників конкретного інформаційного ресурсу, підриває довіру до нього.

Отже, для подальшого уникнення хиб необхідна, перш за все, українізація німецького інформаційного поля – переосмислення України як самостійного, не пострадянського суб'єкта. Наступний крок – укладення чітких редакційних політик щодо відтворення українських імен, назв, інституцій та понять, і досягнення за рахунок цього термінологічної стабільності. При перекладі варто покладатися лише на українські офіційні джерела, а не на російсько- чи англійськомовні. Такі заходи сприятимуть підвищенню достовірності німецькомовного ПД, зменшенню стереотипізації та глибшому розумінню українського культурного контексту.

Висновки до розділу 2

1. Існує дві основних, протилежних одна одній за сутністю стратегії для перекладу реалій. Перша – стратегія одомашнення, або стратегія доместикації, або стратегія смислу асимілює елементи ТО до культурного контексту реципієнта. Друга – стратегія очуження, або стратегія форенізації, або стратегія форми прагне передати специфічні культурні елементи оригіналу як такі. Стратегія одомашнення спрощує текст для аудиторії перекладу, зробивши його більш доступним та зрозумілим, тоді як стратегія очуження зберігає особливості культури оригіналу, навіть ціною деяких нормативних порушень у перекладі.
2. У рамках даних стратегій можна виділити низку окремих прийомів передачі реалій, а саме: транслітерацію та транскрипцію, калькування, застосування описового перекладу, заміщення реалії аналогом та опущення реалій. Назви населених пунктів та географічні назви у їх межах, імена та прізвища, назви органів влади як правило транслітерують. Калькою, а також напівкалькою передають назви політичних партій та рухів, теле- й радіопередач, рідше – географічні назви та назви органів влади. Описовий переклад застосовують у випадках, коли в ТП є необхідність надати роз'яснення щодо сутності об'єктів чи явищ, яких немає в культурі реципієнта, наприклад теле- чи радіопередач, політичних подій, певних видів зброї. Українські назви посад передають за допомогою заміщення реалій аналогічними німецькими посадами. Опущення реалій у ПД можна назвати частковим: опускають лише конкретизуючі деталі, які несуттєво впливають на зміст, або експресивні конотації лексем. У результаті дослідження даних прийомів було також виявлено, що вони можуть поєднуватися між собою для більш точної та наочної передачі реалій, наприклад транслітерація з калькуванням або транслітерація з описовим перекладом.
3. Безеквівалентність реалій, а також культурна різниця, лексичні та

стилістичні відмінності у вживанні слів і виразів, недостатність фонових знань перекладача призводять до перекладацьких помилок (спотворення змісту ТО) і неточностей (розбіжності в деталях ТО і ТП, при цьому зміст як такий зберігається). Неточностями можна назвати неправильну транслітерацію та транслітерацію з російської мови. Помилками можна вважати ототожнення українських та російських реалій, підміну понять, інконсистентність та неактуальність реалій.

4. Перекладач текстів публіцистичного дискурсу має не лише точно передавати зміст, а й зберігати прагматичний баланс між інформативністю та впливом на читача, враховуючи можливі типи остензії. Псевдо-остензія зрушує текст у бік іронічного сприйняття, прото-остензія підсилює довіру до повідомлення, але й сприяють створенню «власних історій» на основі перекручених фактів, а квазі-остензія спричиняє суттєве викривлення змісту та створює ризик маніпуляції.
5. Обрані перекладачами стратегії та способи не обов'язково мають на меті маніпулювання свідомістю чи поширення пропаганди. Але перекладацькі помилки, навіть допущені незумисно, можуть негативно сприяти на ставлення аудиторії до тексту.
6. Для уникнення перекладацьких помилок необхідно переосмислити Україну в німецькомовному інформаційному полі як незалежний суб'єкт. Вироблення усталених стандартів щодо передачі українських назв та понять і спирання на українські офіційні джерела забезпечать термінологічну стабільність, підвищать достовірність публіцистичного дискурсу та сприятимуть глибшому розумінню українського контексту.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Вивчення реалії як перекладознавчої категорії показало, що чітке уявлення про неї сформувалося у дослідників лише у XX столітті. Саме в цей період було сформульовано визначення реалії та видано змістовні праці, присвячені її вивченню та способам перекладу.

З'ясовано, що реалії можна розділити на три великі групи: за предметним діленням, за місцем та за часом. Об'єктом даного дослідження виступають українські суспільно-політичні реалії, які відносяться до групи реалій, класифікованих за предметним діленням. Вони складаються з лексичних одиниць, що позначають адміністративно-територіальний устрій, органи й носіїв влади, суспільно-політичне життя, назви підрозділів поліції, військових і воєнізованих підрозділів, а також соціальні явища.

Така лексика найбільш характерна для текстів у публіцистичному стилі – функційному стилі мовлення, який обслуговує широку сферу суспільних відносин (політичних, економічних, культурних, спортивних тощо) і функціонує у ЗМІ. Актуалізуються публіцистичні тексти в публіцистичному дискурсі. Даний тип дискурсу – складне комунікативне явище, ідеологічно спрямована дистанційна форма комунікації між медіа та аудиторією, що може представляти інтереси конкретних соціальних груп чи навіть маніпулювати свідомістю, спотворювати факти та поширювати пропагандистські наративи.

Публіцистичний дискурс є носієм і відображенням сучасної популярної культури, яка охоплює як щоденні практики, так і ЗМІ, виконує функції демократизації й популяризації знань: вона робить складні соціальні, політичні та наукові питання доступними для широкого загалу, перетворюючи їх на частину суспільного досвіду. Саме тому популярна культура є не лише відображенням суспільних процесів, а й активним інструментом їх моделювання. Це особливо помітно у сфері міжнародної політики, в якій публіцистичний дискурс формує сприйняття зовнішньополітичних подій і

визначає рамки інтерпретації глобальних процесів. Тому аналіз дискурсу – це не лише вивчення текстів, а й дослідження механізмів влади, ідеології та соціальних взаємин, що стоять за ними.

Тож можна підсумувати, що культура, політична комунікація та дискурс утворюють взаємопов'язану систему, у якій відбувається постійна взаємодія між мовою, мисленням і соціумом. Популярна культура забезпечує комунікативний простір для суспільного діалогу, публіцистичний дискурс – канал впливу та формування політичної свідомості, а аналіз дискурсу дає інструменти для розкриття прихованих смислів, структур і механізмів влади. У підсумку саме через дискурсивні практики сучасне суспільство не лише осмислює, а й активно конструює власну культурну та політичну реальність.

Аналіз типологій, запропонованих різними дослідниками, дав змогу вивести наступні підвиди публіцистичного дискурсу: газетний дискурс, рекламний дискурс, теле- і радіодискурс, політичний дискурс, дискурс у сфері паблік рілейшнз (PR) та Інтернет-дискурс. У кожному з них відображаються ідеологічні установки та соціокультурні реалії, а також реалізуються функції інформування, розваг, впливу та конструювання соціальної дійсності. Переміщуючись у цифровий, інтерактивний простір, дискурс зазнає змін: стає більш гнучким та відкритим для масової аудиторії, але водночас – децентралізованим, нелінійним, несталим. Текст перетворюється на гіпертекст, де реалії функціонують як «точки входу» в ширший культурний контекст: перекладачеві доводиться зважати не лише на лексичне значення, а й на мережу асоціацій і додаткових джерел, які відкриваються завдяки гіперпосиланням.

Встановлено, що реалії є лексичними лакунами, тобто не мають еквівалента в МП. Таким чином, головною проблемою при перекладі є необхідність знайти відповідник і зберегти як денотативне, так і конотативне значення реалії. Для прийняття вдалого рішення перекладач повинен мати обширні фонові знання та враховувати численні екстралінгвістичні фактори; аналізувати ТО на макро- та мікрорівні; підходити до перекладу з прагматичної

точки зору, ставлячи собі за мету не збереження джерельного набору сем у ТП, а утворення комунікативного ефекту ТП, який відповідає ефекту ТО.

У рамках прагматичних адаптацій визначено дві основні стратегії перекладу: одомашнення (доместикації) та очуження (форенізації). Перша стратегія передбачає створення легкого, зрозумілого ТП шляхом заміщення специфічних елементів ТО елементами культури адресата. Вдаючись до одомашнення, перекладач свідомо жертвує особливостями форми, які ускладнюють реципієнту сприйняття тексту, аби максимально зберегти смислове навантаження – відповідно, цю стратегію ще називають стратегією смислу. Використовуючи стратегію очуження, перекладач робить акцент на культурі МО, зберігає в ТП чужі для реципієнта назви, додаючи за необхідності власні пояснення та коментарі. У деяких випадках такий підхід призводить до нормативних порушень у МП, оновлень граматичних та стилістичних норм – тобто, перекладач свідомо жертвує смисловою прозорістю заради збереження особливостей форми. Відповідно, цю стратегію ще називають стратегією форми.

У межах даних стратегій існують окремі способи (прийоми) відтворення українських суспільно-політичних реалій у сучасному німецькомовному дискурсі, серед яких було виокремлено наступні: транслітерація та транскрипція; калькування (калька, а також напівкалька); застосування описового перекладу; заміщення реалії аналогом; опущення реалій. Вони також можуть поєднуватися між собою для більш точної та наочної передачі реалій. Частотність їх вживання підраховано статистично, а також проаналізовано потенційний прагматичний вплив на реципієнтів тих чи інших перекладацьких рішень.

Таким чином, усі завдання, підпорядковані меті дослідження, виконано.

Перспективи дослідження полягають у розширеному дослідженні прийомів відтворення українських суспільно-політичних реалій у німецькомовному публіцистичному дискурсі, виявленні та аналізі перекладацьких помилок і неточностей, вивченні нових німецькомовних медіатекстів з урахуванням динамічності та постійного оновлення

публіцистичного дискурсу. Також подальший аналіз можна поглибити за такими напрямками, як: а) прагматичний і дискурсивний аналіз – дослідження, як ті самі лексеми-реалії виконують різні комунікативні функції в українських та німецьких текстах, виявлення можливих ідеологічних зсувів, спричинених перекладом; б) когнітивно-фреймовий підхід – визначення, які ментальні моделі активуються в німецькомовної аудиторії і чи відбувається трансформація фрейму під час перекладу; в) медіалінгвістичний та мультимодальний аналіз – виявлення, як візуальні елементи, підписи та гіперпосилання взаємодіють із перекладеною лексикою, посилюють чи пом'якшують певні конотації; г) діахронічний/порівняльний аналіз – відстеження еволюцію передачі реалій у часі; д) рецептивні дослідження – перевірка, як аудиторія сприймає ті чи інші реалії шляхом опитування користувачів, створення фокус-груп або проведення експериментів з читабельністю/інтерпретацією перекладених текстів; е) ідеологічно-соціолінгвістичний вимір – вивчення, як редакційна політика, жанрові норми та політичні нахили видання впливають на вибір стратегії відтворення реалій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абабілова Н., Усаченко І. Реалія як об'єкт досліджень вітчизняних та зарубіжних перекладознавців. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Мовознавство». 2017. № 2 (28). С. 4–9.
2. Ануріна І. С. Застосування стратегій доместикації й форенізації для передачі імплікатур англomовних художніх творів українською мовою. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2019. Вип. 1. С. 130–136.
3. Багрін Ю., Ємельянова О. Публіцистичний дискурс як особливий тип дискурсу. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: матеріали X Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів, м. Суми, 27–28 квітня 2023*. Суми: СДУ. 2023. С. 32–40.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. 2-ге вид., доп. К. : ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
5. Бялик В. Д., Шкрібляк М. П. Загальна характеристика публіцистичного дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Германістика та міжкультурна комунікація*. 2020. Вип.1. С. 70–74.
6. Залужна О. О., Холодюк О. О. Дискурсивні та функційно-стильові виміри публіцистичного тексту як методологічного конструкту. *Закарпатські філологічні студії. Розділ 4. Загальне мовознавство*. 2022. Вип. 24, Т. 1. С. 134–138.
7. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. 216 с.
8. Кіщенко Ю. В. Вступ до перекладу (завдання для самостійної роботи): Навчально-методичний посібник для студентів І курсу спеціальності «Переклад». Херсон : Видавництво ХДУ, 2007. 47 с.

9. Колісниченко Т. В. Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Том 2. С. 93–97.
10. Любчук Н. В. Відтворення сучасних українських суспільно-політичних реалій в текстах німецьких ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 50 (1). С. 476–481.
11. Мосейчук О. М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2012. Вип. 65. С. 174–177.
12. Павлюк А. Лінгвокраїнознавчий аспект перекладу: до постановки питання. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Розділ II. Лексична семантика, 2013. № 19. С. 104–109.
13. Ребрій О. В. Вступ до перекладознавства : конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» факультету іноземних мов / О. В. Ребрій. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 116 с.
14. Романюк О. Особливості перекладу реалій. Актуальні проблеми навчання іноземних мов для спеціальних цілей : збірник наукових статей / укладач: І. Ю. Сковронська. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. С. 110–113.
15. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: монографія. Київ, 2002. 392 с.
16. Сергєєва О. В. Переклад історичних реалій в романах Вальтера Скотта. *Збірник наукових праць «Актуальні проблеми філології та перекладознавства»*. ХНУ, Вип. 20. м. Хмельницький, 2020. С. 41–46.
17. Стоянова Т., Шевченко А. Особливості перекладу україномовного культурно-специфічного тексту англійською мовою. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. 2020. № 31. С. 419–431.
18. Шугаєв А. В. Інтернет-дискурс у глобальній епосі інформатизації суспільства. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : ВД «Гельветика»,

2019. Вип. 10, Т. 1. С. 146–151.

19. Якимчук А. П. Лінгвокультурна комунікація як випробовування для перекладача. Харківський гуманітарний університет «Українська народна академія». 2007. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2023/1/17.pdf> (дата звернення: 14.01.2024).
20. Brand A. Medien – Diskurs – Weltpolitik: Wie Massenmedien die internationale Politik beeinflussen / Alexander Brand. Bielefeld: transcript-Verl., 2012. 529 S.
21. Drössiger H.-H. Zum Begriff und zu Problemen der Realien und ihrer Bezeichnungen. Universität Vilnius, Litauen. Vertimo Studijos, 2010. 52 S.
22. Fairclough N. Discourse and social change / Norman Fairclough. Cambridge: Polity Press, 1993. 259 S.
23. Gerzymisch-Arbogast H. Übersetzungswissenschaftliches Propädeutikum / Heidrun Gerzymisch-Arbogast. Tübingen; Basel : Francke, 1994. 192 S.
24. Goebel S. Politische Talkshows über Flucht: Wirklichkeitskonstruktionen und Diskurse: eine kritische Analyse / Simon Goebel Bielefeld: transcript-Verlag, 2017. 433 S.
25. Hess-Lüttich Ernest W. B. Medienkultur – Kulturkonflikt : Massenmedien in der interkulturellen und internationalen Kommunikation / Ernest W. B. Hess-Lüttich (Hrsg.) Opladen : Westdt. Verl., 1992. 454 S.
26. Kaltseis M. TV-Talkshows als Propagandainstrument Russlands im Ukraine Konflikt (2014). – Berlin / Boston: De Gruyter, 2022. 475 S.
27. Käfner R. Großes Fremdwörterbuch. Leipzig: Bibliogr. Institut, 1997. 824 S.
28. KhosraviNik M. Social media critical discourse studies / edited by Majid KhosraviNik. London ; New York : Routledge, Taylor & Francis Group, 2023. 111 S.
29. Lang P. Kommunikation und Lernen mit alten und neuen Medien : Beiträge zum Rahmenthema "Schlagwort Kommunikationsgesellschaft" der 26. Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik, GAL e.V. / Bernd Rüschoff/Ulrich Schmitz (Hrsg.). - Frankfurt am Main ; Berlin : Bern ; New

- York ; Paris ; Wien ; Lang, 1996. –143 S.
30. Nida Eugene A. Language, Culture and Translation. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 1993. 208 p.
 31. Schmitt C. Erzählkulturen im Medienwandel / Christoph Schmitt (Hrsg.) Münster ; München ; Berlin [u.a.] : Waxmann, 2008. 392 S.
 32. Schmitz U. Sprache in modernen Medien : Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen / von Ulrich Schmitz. Berlin : Schmidt, 2004. – 217 S.
 33. Sieber S. Macht und Medien: Zur Diskursanalyse des Politischen, Bielefeld: transcript Verlag, 2014. 292 S.
 34. Treyger E., Cheravitch J., & Cohen R. S. (2022). Russian disinformation efforts on social media / Elina Treyger, Joe Cheravitch, Raphael S. Cohen; RAND Corporation. RAND Corporation. 221 p.
 35. Trosborg A. Text typology and translation / ed. by Anna Trosborg. Amsterdam [u.a.]: Benjamins, 1997. – XVI. 345 S.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

36. „Café Kyiv“ diskutiert die Zukunft der Ukraine in Europa. *Berlin.de. Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf*. 02/2024-CHARKIW. URL: <https://www.berlin.de/ba-steglitz-zehlendorf/politik-und-verwaltung/beauftragte/partnerstaedte/artikel.1420009.php> (дата звернення: 17.03.2024).
37. Das geschah am 22. Februar. *MDR.DE. #Blickzurück: Kalenderblatt Der Geschichte*. 22. Februar 2023. URL: <https://www.mdr.de/geschichte/mitteldeutschland/jahrestage/kalenderblatt-internationalisierung-elbe-hinrichtung-geschwister-scholl-grubenunglueck-ddr100.html> (дата звернення: 24.03.2024).
38. Dulig M. Tierfutter für die Front? Dresdner fährt mit Hilfstransport in die Ukraine. *MDR.DE. Leben im Krieg*. 28. April 2024. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/ukraine-hilfe-reportage-krieg-russland-100.html> (дата звернення: 14.09.2025).
39. Dutzende Festnahmen bei Protest gegen Krieg in Moskau. *MDR.DE. Ukraine-News*. 03. Februar 2024. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/ukraine-krieg-protest-moskau-drohnen-angriff-energie-100.html> (дата звернення: 17.03.2024).
40. EU-Beitrittsgespräche: Michel dämpft Erwartungen in Kiew. *Süddeutsche Zeitung. Europäische Union*. 21. November 2023. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/europaeische-union-eu-beitrittsgespraechemichel-daempft-erwartungen-in-kiew-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-231121-99-26382> (дата звернення: 21.04.2024).
41. EU zahlt Ukraine erstmals Geld aus neuem Hilfsprogramm aus. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 20. März 2024. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-eu-zahlt-ukraine-erstmalsgeld-aus-neuem-hilfsprogramm-aus-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-240320-99-403591> (дата звернення: 21.04.2024).

42. Gathmann M. Vor zwei Jahren befahl Putin die Invasion – doch in der Ukraine herrscht schon lange Krieg. *stern.de*. 20. Februar 2024. URL: <https://www.stern.de/politik/ausland/ukraine--zehn-jahre-krieg-im-land---ein-persoenerlicher-rueckblick-34474820.html> (дата звернення: 17.03.2024).
43. Hassel F. Wolodymyr Selensky: Der volksnahe Millionär. *Süddeutsche Zeitung. Politik Ukraine*. 21. April 2019. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-wahl-ergebnis-wolodymyr-selensky-1.4416812> (дата звернення: 17.03.2024).
44. Hintergrund: Der ukrainische Rechte Sektor. *Süddeutsche Zeitung. Konflikte*. 21. April 2014. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/konflikte-hintergrund-der-ukrainische-rechte-sektor-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140421-99-01754> (дата звернення: 14.09.2025).
45. Klitschko-Brüder kämpfen um Kiew. *Süddeutsche Zeitung. Konflikte*. 2. März 2022. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/konflikte-klitschko-brueder-kaempfen-um-kiew-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220302-99-347040> (дата звернення: 20.04.2024).
46. Kolomiitseva A. Studieren im Krieg: Seminar zwischen Luftalarm und Stromausfall. *MDR.DE. Ukraine*. 19. April 2023. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/land-leute/ukraine-krieg-studium-charkiw-100.html> (дата звернення: 17.03.2024).
47. Krieg gegen die Ukraine: So ist die Lage. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 10. Februar 2023. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-krieg-gegen-die-ukraine-so-ist-die-lage-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-230210-99-542994> (дата звернення: 20.04.2024).
48. Krieg gegen die Ukraine: So ist die Lage. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 15. April 2024. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-krieg-gegen-die-ukraine-so-ist-die-lage-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-240415-99-677087> (дата звернення: 20.04.2024).

49. Krieg gegen die Ukraine: So ist die Lage. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 19. April 2024. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-krieg-gegen-die-ukraine-so-ist-die-lage-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-240419-99-730438> (дата звернення: 20.04.2024).
50. Krieg gegen die Ukraine: So ist die Lage. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 24. April 2024. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-krieg-gegen-die-ukraine-so-ist-die-lage-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-240424-99-785137> (дата звернення: 20.04.2024).
51. Krieg gegen die Ukraine: So ist die Lage. *Süddeutsche Zeitung. Russische Invasion*. 24. Juni 2023. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/russische-invasion-krieg-gegen-die-ukraine-so-ist-die-lage-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-230624-99-168788> (дата звернення: 21.04.2024).
52. Newsblog: Russische Soldaten bei ukrainischen Raketenangriff getötet. *MDR.DE. Russland-Ukraine-Krieg*. 02. Januar 2023. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/liveblog-ukraine-russland-krieg-makijiwka-raketenangriff-tote-soldaten100.html> (дата звернення: 24.03.2024).
53. Opposition in Kiew bereit zur Regierungsbildung. *Süddeutsche Zeitung. Regierung*. 3. Februar 2014. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/regierung-opposition-in-kiew-bereit-zur-regierungsbildung-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140203-99-00925> (дата звернення: 21.04.2024).
54. Porträt: Übergangspräsident Turtshinow. *Süddeutsche Zeitung. Innenpolitik*. 24. Februar 2014. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/innenpolitik-portraet-uebergangspraesident-turtschinow-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140224-99-02500> (дата звернення: 21.04.2024).
55. Putin: Russische Luftabwehr zum Zeitpunkt von Flugzeugabsturz aktiv. *MDR.DE. Ukraine-News*. 28. Dezember 2024. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/ukraine-krieg-putin-russische->

- luftabwehr-aktiv-absturz-aserbaisches-passagierflugzeug-grosny-100.html (дата звернення: 15.09.2025).
56. Schulte von Drach M. C. Gesicht einer gekaperten Protestbewegung. *Süddeutsche Zeitung. Klitschko und die Proteste in der Ukraine*. 24. Januar 2014. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/klitschko-und-die-proteste-in-der-ukraine-gesicht-einer-gekaperten-protestbewegung-1.1871212> (дата звернення: 14.09.2025).
57. Siepmann M. Ost gegen West – Uneinigkeit in der Ukraine? *MDR.DE. Heute im Osten*. 06. September 2016. URL: <https://www.mdr.de/heute-im-osten/ukraine-ost-gegen-west100.html> (дата звернення: 14.09.2025).
58. Stroh K. Was über den Raketenangriff von Odessa bekannt ist. *Süddeutsche Zeitung. Ukraine*. 6. März 2024. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/ukraine-rakete-angriff-odessa-selenskij-mitsotakis-1.6428473> (дата звернення: 17.03.2024).
59. Ticker vom Sonntag: Habeck plant neue Maßnahmen für weniger Gasverbrauch. *MDR.DE. Russland-Ukraine-Krieg*. 19. Juni 2022. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/liveblog-ukraine-krieg-russland-habeck-gas-100.html> (дата звернення: 24.03.2024).
60. Tominski K. Studie: Bei Geflüchteten aus der Ukraine schwindet die Hoffnung auf Rückkehr. *MDR.DE. Kriegsfolgen*. 08. März 2024. URL: <https://www.mdr.de/wissen/medizin-gesundheit/krieg-ukraine-gefluechtete-hoffnung-Rueckkehr-schwindet100.html> (дата звернення: 14.09.2025).
61. Trump und Putin starten Gespräche. *MDR.DE. Ukraine-News*. 15. August 2025. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/ukraine-krieg-putin-trump-gelandet-alaska-anchorage-100.html> (дата звернення: 14.09.2025).
62. Ukraine-Wahl: Präsidenten-Partei hofft auf großen Sieg. *Süddeutsche Zeitung. Wahlen*. 21. Juli 2019. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-ukraine-wahl-praesidenten-partei-hofft-auf-grossen-sieg-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-190721-99-147776> (дата звернення: 24.03.2024).

63. Ukrainischer Vorstoß in russische Grenzregion Kursk abgewehrt. *MDR.DE. Ukraine-News.* 06. August 2026. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/ukraine-krieg-kursk-panzer-offensive-sudscha-charkiw-raketen-angriffe-100.html> (дата звернення: 03.10.2025).
64. Weitere ukrainische Soldaten haben Patriot-Ausbildung. *MDR.DE. Ukraine-News.* 02. Dezember 2023. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/ukraine-krieg-russland-soldaten-patriot-ausbildung-100.html> (дата звернення: 24.03.2024).
65. Wie die Krim vor zehn Jahren russisch wurde. *MDR.DE. Krimkrise – Eine Chronologie.* 20. März 2024. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/osteuropa/politik/krimkrise-chronologie-ukraine-100.html> (дата звернення: 24.03.2024).

SUMMARY

This work is dedicated to the study of strategies and methods of reproducing Ukrainian realia, as well as to the analysis of translation errors and inaccuracies in the contemporary German-language journalistic discourse.

Realia are an integral component of intercultural communication. They serve as carriers of national color and essential elements that convey the atmosphere and ethnospecific features of a text. The emergence of realia is determined by social necessity and extralinguistic factors, which make them non-equivalent vocabulary and thus create challenges for translation. The problem of translating realia has long been a focus of attention for translators and translation theorists worldwide. This issue remains relevant since both language and culture are dynamic and constantly evolving; some elements disappear or transform, while conceptually new ones emerge. The absence of dictionary equivalents for realia not only complicates translation but also affects its outcome – leading to inaccuracies or errors ranging from transliteration or transcription mistakes to complete conceptual substitution.

The foundations for studying realia as a translation category were established by scholars such as S. Vlahov and S. Florin, O. Kundzich, R. Zorivchak, and E. Nida. Building upon their research, new studies have appeared, authored by O. Serhieieva, A. Pavliuk, N. Liubchuk, N. Ababilova, I. Usachenko, O. Romaniuk, T. Stoianova, A. Shevchenko, A. Yakymchuk, and others.

Discourse is a reflection of communication, including intercultural interaction; it forms an important part of human activity and social life. In the modern world, *publizistischer Diskurs* holds a dominant position, as it represents and shapes the social context. It is a symbolic system created by the printed media, transmitting the interests of the dominant social group. It functions as both an instrument for reproducing power relations and an arena for asserting specific value systems. Moreover, this type of discourse – like language and culture – is in constant dynamic development.

The study of journalistic discourse in general has been advanced by scholars such

as F. Batsevych, Yu. Bahrin, O. Yemelianova, V. Bialyk, M. Shkribliak, O. Zaluzhna, O. Kholodiuk, O. Moseichuk, K. Serazhim, E. Hess-Lüttich, and N. Fairclough. The characteristics of modern journalistic discourse, which has largely shifted into the digital media sphere, have been analyzed by A. Shuhajev, U. Schmitz, S. Sieber, E. Treyger, M. Kaltseis, K. Schmitt, M. KhosraviNik, and P. Lang, among others.

The relevance of this research lies in the continuous development and transformation of journalistic discourse, which leads to the emergence of new realia. Ukraine is currently experiencing a full-scale Russian invasion – a difficult yet crucial period in its history. These events are reflected in the Ukrainian language and are actively discussed in the journalistic discourse of other countries, including the German-speaking world. Consequently, the challenge of translating new Ukrainian socio-political realia into German has become particularly significant.

The aim of the master's thesis is to explore the methods of reproducing Ukrainian realia in German-language media texts and to identify translation errors in order to prevent them in the future.

The research tasks include:

- to examine realia as a translation category – define the term, analyze classifications, and identify socio-political realia;
- to define the concept of journalistic discourse, describe its features and subtypes;
- to identify the key problems in translating Ukrainian socio-political realia in contemporary German-language journalistic discourse;
- to determine existing strategies and methods of translating realia and illustrate them using examples from modern German-language media texts;
- to analyze translation errors and inaccuracies in reproducing Ukrainian socio-political realia in German-language journalistic discourse;
- to assess the pragmatic impact of translation choices on the audience.

The object of the study is Ukrainian socio-political realia as a translation unit in the German language.

The subject comprises strategies and techniques for reproducing Ukrainian

socio-political realia in contemporary German-language journalistic discourse.

Research material of the study consists of texts from modern German-language journalistic discourse, including web pages of Mitteldeutscher Rundfunk (MDR), Germany's largest daily newspaper Süddeutsche Zeitung (SZ), the weekly political magazine Stern, and the official Berlin city portal Berlin.de. A total of 30 articles were analyzed, amounting to 222,290 characters, containing 146 fragments with realia.

The following methods were used:

- general scientific methods (observation, description, induction, deduction, comparison, content analysis, grouping) – for selecting and analyzing theoretical and illustrative material;
- elements of quantitative analysis – for studying patterns of realia usage in journalistic texts.

Scientific novelty: this study expands the findings of previous scholars in translation studies and media linguistics by analyzing Ukrainian socio-political realia in contemporary German-language journalistic discourse. It explores which translation strategies are preferred by German text creators and what kind of influence they aim to exert on their audience. The novelty also lies in the fact that, for the first time, systematic attention is paid not only to translation methods but also to translation errors, revealing typical difficulties in rendering realia.

Practical significance: the results of the study can be applied by translators and translation scholars in further reproducing Ukrainian socio-political realia in German-language journalistic discourse; by university lecturers teaching translation practice (German language) and translation theory; as well as by students preparing theses.

The thesis consists of an introduction, two chapters with conclusions, general conclusions, lists of references and illustrative sources, and a summary in English.

The validation of the work was conducted through participation in the All-Ukrainian Student Research Competition (26.03.2025, First Place), and publication of the article “Reproduction of Ukrainian Realia in Contemporary German-Language Journalistic Discourse” in the annual student collection “Young Specialists – the Future of Science”.