

УДК 81'255.4:81'42:070

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/100-13>

Алла БОЛОТНИКОВА,

orcid.org/0000-0003-4781-7475

кандидатка філологічних наук, доцентка,

завідувачка кафедри загального мовознавства та іноземних мов

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

(Полтава, Україна) *a.p.bolotnikova@gmail.com*

Людмила ЧЕРЕДНИК,

orcid.org/0000-0001-9589-8041

кандидатка філологічних наук, доцентка,

доцентка кафедри українознавства, культури та документознавства

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

(Полтава, Україна) *ludmila.cherednik@gmail.com*

СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ У КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У роботі досліджено стратегії перекладу публіцистичних текстів крізь призму міжкультурної комунікації. Публіцистичні тексти розглядаються не лише як джерело інформації, а й як потужний інструмент впливу на суспільну думку, що вимагає від перекладача глибокого розуміння соціокультурного контексту як мови оригіналу, так і мови перекладу. Актуальність теми зумовлена процесами глобалізації та зростанням ролі медіа у розвитку міжнародного співробітництва. Переклад текстів публіцистичного стилю сьогодні виходить за межі суто лінгвістичної трансформації, набуваючи значення культурного посередництва. У дослідженні проаналізовано ключові стратегії перекладу, особливу увагу приділено прагматичній адаптації. Розглянуто труднощі перекладу безеквівалентної лексики, політичних метафор та ідіом, які є глибоко вкоріненими у специфіку певної культури. Коротко описано особливості застосування основних лексико-граматичних трансформацій (заміни, додавання, скорочення тексту), що впливають на рівень адекватності перекладу. У дослідженні обґрунтовано, що комунікативна мета публіцистичного тексту є двовекторною: вона полягає в передаванні нової інформації (когнітивний аспект) та демонструванні авторської чи редакційної оцінки подій (емоційний аспект). Оскільки ЗМІ завжди репрезентують позицію конкретних соціальних груп, у центрі дослідження постає комунікативна інтенція, яка поєднує констатацію фактів із їхньою інтерпретацією. Доведено, що переклад публіцистичних текстів у контексті міжкультурної комунікації можливий лише за умови поєднання лінгвістичної точності з глибокою культурологічною компетенцією. Авторка доводить, що пріоритетною стратегією в сучасних медіа стає комунікативна рівноцінність, яка забезпечує правильне сприйняття змісту та інтенцій автора іншомовним реципієнтом, а адекватність перекладу безпосередньо залежить від розкриття інтенціональності оригіналу. Для повного розуміння та відтворення тексту запропоновано трирівневий аналіз інтенції: когнітивний рівень, тобто об'єктивне відображення дійсності; прагматичний рівень – суб'єктивне ставлення мовця та вплив на реципієнта; естетичний рівень – реалізація художньо-естетичного впливу через мовні засоби.

Ключові слова: стратегії перекладу, публіцистичний текст, міжкультурна комунікація, прагматична адаптація, медіадискурс.

Алла BOLOTNIKOVA,

orcid.org/0000-0003-4781-7475

PhD (Philology), Associate Professor,

Head of the Department of General Linguistics and Foreign Languages

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

(Poltava, Ukraine) *a.p.bolotnikova@gmail.com*

Lyudmila CHEREDNYK,

orcid.org/0000-0001-9589-8041

PhD (Philology), Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Ukrainian Studies, Culture and Document Studies

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

(Poltava, Ukraine) *ludmila.cherednik@gmail.com*

STRATEGIES FOR TRANSLATION OF PUBLICISTIC TEXTS IN THE INTERCULTURAL COMMUNICATION CONTEXT

The paper explores strategies for translating journalistic texts through the prism of intercultural communication. Journalistic texts are considered not only as a source of information, but also as a powerful tool for influencing public opinion, which requires the translator to have a deep understanding of the socio-cultural context of both the original language and the target language. The relevance of the topic is due to the processes of globalization and the growing role of the media in the development of international cooperation. Today, the translation of journalistic texts goes beyond purely linguistic transformation, acquiring the significance of cultural mediation. The study analyzes key translation strategies, paying special attention to pragmatic adaptation. The difficulties of translating non-equivalent vocabulary, political metaphors and idioms, which are deeply rooted in the specifics of a particular culture, are considered. The features of the application of the main lexical and grammatical transformations (substitutions, additions, text reductions) that affect the level of translation adequacy are briefly described. The study substantiates that the communicative purpose of a journalistic text is two-vector: it consists in transmitting new information (cognitive aspect) and demonstrating the author's or editorial assessment of events (emotional aspect). Since the media always represent the position of specific social groups, the focus of the study is on communicative intention, which combines the statement of facts with their interpretation. It is proven that the translation of journalistic texts in the context of intercultural communication is possible only if linguistic accuracy is combined with deep cultural competence. The author proves that the priority strategy in modern media is communicative equivalence, which ensures the correct perception of the author's content and intentions by a foreign-language recipient, and the adequacy of the translation directly depends on the disclosure of the intentionality of the original. For a full understanding and reproduction of the text, a three-level analysis of intention is proposed: cognitive level, i.e. an objective reflection of reality; pragmatic level – the speaker's subjective attitude and influence on the recipient; aesthetic level – the realization of artistic and aesthetic influence through linguistic means.

Key words: translation strategies, journalistic text, intercultural communication, pragmatic adaptation, media discourse.

Постановка проблеми. Інтенсифікація міжнародних контактів на сучасному етапі розвитку суспільства зумовила нагальну потребу у формуванні висококваліфікованих перекладачів. Удосконалення цифрових платформ та розширення інформаційного простору висувають нові вимоги до розробки інноваційних технологій у перекладацькій діяльності. Особливої ваги набуває вивчення специфіки перекладу публіцистичного дискурсу, що зумовлено, з одного боку, швидким зростанням кількості спеціалізованих медіаресурсів, які забезпечують іноземну аудиторію аналітичною інформацією про суспільно-політичне життя України шляхом адаптації матеріалів вітчизняних медіа; з іншого боку, попри високий попит на якісну медіа-трансляцію, теоретична база та практичні рекомендації щодо перекладу саме таких текстів у сучасних цифрових форматах залишаються недостатньо опрацьованими у філологічній науці.

Аналіз досліджень. У межах цього дослідження основним є поняття стратегії перекладу, яку трактуємо як свідомо вироблений перекладачем алгоритм дій у процесі фахової комунікативної діяльності. Цей алгоритм спрямований на створення цільового тексту, що не лише адекватно та точно репрезентує зміст оригіналу, а й відповідає нормам професійної етики перекладача та очікуванням реципієнта іншого лінгвокультурного середовища. Питання стратегій перекладу в контексті міжкультурної взаємодії ґрунтовно досліджували Р. Зорівчак (Зорівчак, 1994), І. Корунець (Корунець, 2003), В. Радчук (Радчук,

2013), О. Чередниченко (Чередниченко, 2007) та інші. У їхніх працях публіцистичний текст розглядається не лише як джерело інформації, а й як складний культурний феномен. Так, дослідниця фразеології та реалій у перекладі Р. Зорівчак наголошувала на важливості розуміння лінгвокультурологічного аспекту, а саме: як національно-марковані одиниці публіцистики впливають на свідомість адресата (Зорівчак, 1994); автор підручників І. Корунець детально описав способи перекладу власних назв, реалій та безеквівалентної лексики (Корунець, 2003); один із найавторитетніших дослідників перекладу як «діалогу культур» В. Радчук акцентує увагу на тому, що перекладач повинен передавати не лише текст, а й культурний контекст, а також розглядає переклад як засіб збереження національної ідентичності в умовах глобалізації (Радчук, 2013); внесок О. Чередниченка стосується теорії функціональної еквівалентності, зокрема він детально аналізував, як різні стилі (зокрема публіцистичний) вимагають особливих стратегій адаптації залежно від суспільства, якому адресований текст (Чередниченко, 2007).

Мета дослідження полягає у комплексному теоретичному обґрунтуванні та практичному аналізі стратегій перекладу публіцистичних текстів як засобу міжкультурної комунікації, з особливим акцентом на збереженні комунікативної інтенції автора (на когнітивному, прагматичному та естетичному рівнях) при адаптації тексту для іншомовного реципієнта. Для досягнення поставленої мети та розв'язання завдань у роботі використано

комплексний підхід, що базується на таких **методах**: *описово-аналітичний метод* для теоретичного узагальнення наявних підходів до вивчення публіцистичного стилю та стратегій перекладу в працях вітчизняних і зарубіжних науковців; *метод інтенціонального аналізу* для з'ясування прихованих і явних цілей автора оригіналу на когнітивному, прагматичному та естетичному рівнях; *метод перекладацьких трансформацій* для оприявлення та класифікації лексичних, граматичних та стилістичних замін, до яких вдається перекладач для адаптації тексту до норм іншої культури; *метод прагматичного аналізу* для оцінки того, як перекладений текст впливає на цільову аудиторію та чи зберігається при цьому авторська оцінка подій (емоційний аспект).

Виклад основного матеріалу. Стратегічне планування перекладацького процесу в роботі з публіцистичними текстами передбачає декілька етапів:

1) *передперекладацький аналіз* – визначення жанрової приналежності тексту (аналітична стаття, репортаж, есе тощо), з'ясування авторської інтенції та цільової аудиторії;

2) *визначення основної стратегії* – збереження лінгвокультурних особливостей та максимальна адаптація відповідно до норми мови перекладу, що є важливим для текстів публіцистичного стилю, насиченого реаліями та прецедентними феноменами;

3) *трансформаційний етап* – використання оптимальних лексичних, синтаксичних та прагматичних трансформацій для адекватної репрезентації конотативного значення.

Специфіка публіцистичних текстів полягає в їхній поліфункційності – одночасно виконують інформативну, волюнтативну, емоційну функції. Відтак, завдання перекладача полягає не лише в передаванні змісту, а й у збереженні прагматичного потенціалу мови оригіналу, що вимагає глибоких екстралінгвістичних знань про політичний та соціокультурний контекст двох країн.

Специфіку мови медіа визначають такі чинники:

Стандартизація та об'єктивність – новинні матеріали базуються на мовних штампах, кліше та лексикалізованих метафорах, що створюють ілюзію повної неупередженості та документальної точності;

Експресивність та авторська оцінка – у статтях мова стає інструментом впливу через емоційні конотації, а також використання оціночних епітетів та прямих звернень до аудиторії;

Культурний та історичний досвід – тексти ЗМІ насичені «кодами» певного суспільства, зокрема реаліями (назви інституцій, політичних подій тощо), алюзіями та цитатами (відсилання до кіно, літератури чи історії);

Використання зниженої лексики – використання сленгу, розмовних форм, подекуди ненормативної лексики, що сприяє створенню іронічного або гумористичного ефекту, а також допомагає скоротити дистанцію з читачем.

Мовна гра та деформація ідіом – вживання стійких виразів, каламбурів, прислів'їв та гри слів. Особливо яскраво це реалізується в заголовках, які є справжнім викликом для перекладача, оскільки їхній сенс тримається на специфічному культурному контексті та грі звуків.

Стилістичні фігури – для посилення образності автори активно залучають метафори та метонімію (як застигли, так і авторські), гіперболи та літоти, евфемізми (пом'якшення гострих тем) та іносказання.

Комунікативна мета публіцистичного тексту полягає в передаванні нової інформації (когнітивний аспект) та демонструванні авторської або редакційної оцінки подій (емоційний аспект). Оскільки ЗМІ завжди репрезентують позицію конкретних соціальних груп, у центрі тексту стоїть комунікативна інтенція, яка поєднує констатацію фактів із їхньою інтерпретацією. Розглядаючи переклад як процес створення еквівалентного тексту іншою мовою, важливим є розкриття його інтенціональності, оскільки саме цільова спрямованість та інтенція автора є визначальними атрибутами змісту будь-якого висловлення, відповідно від цього залежить адекватність перекладу. З метою повного розуміння тексту важливо здійснити аналіз інтенції, що передбачає три рівні: *когнітивний* (відображення дійсності); *прагматичний* (вираження суб'єктивного ставлення мовця); *естетичний* (реалізація естетичного впливу).

Когнітивний рівень аналізу – це з'ясування фактичного змісту тексту. Для цього необхідно виокремити ключові слова та встановити логічні зв'язки між ними. Наприклад, у реченні *The sudden collapse of the negotiations sent shockwaves through the financial markets, leaving investors scrambling for safety* виокремлено такі ключові слова, які перекладаємо дослівно *collapse of negotiations* – провал переговорів (причина); *shockwaves* – шок/потрапіння (характер впливу); *investors scrambling* – інвестори шукають вихід (наслідок). Можливий варіант перекладу, урахувавши причинно-наслідковий зв'язок: *Рантовий провал переговорів*

спровокував паніку на фінансових ринках, змусивши інвесторів терміново шукати безпечні активи. Варто зазначити, що навіть при перекладі *shockwaves* висловленням спровокував паніку, інформативна інтенція залишилася майже ідентичною оригіналу.

Іноді для досягнення адекватності перекладач вдається до стиснення тексту, коли фахівець зосереджується лише на ключових словах. Застосування цієї стратегії передбачено нормами мови перекладу або прагненням уникнути багатослівності. Так, речення *The government has reached a decision to provide financial assistance to small business owners who have been affected by the crisis* можна перекласти, вдаючись до тактики мовної економії зі збереженням інформаційної інтенції тексту оригіналу: *Уряд вирішив фінансово підтримати постраждалих малий бізнес* (замість прийняв рішення надати допомогу використано лаконічне висловлення *вирішив підтримати*; замість підрядного речення *власники, які постраждали від кризи* – прикметник *постраждалих*).

Якщо текст містить слова з культурним або історичним підтекстом (реалії), які відсутні в мові перекладу, часто застосовують стратегію опису. Замість того, щоб вводити незрозумілий термін, перекладач розкриває його суть, роблячи текст доступним для реципієнта. Так, наприклад речення *The local council decided to hold a town hall meeting to discuss the new infrastructure project* містить реалію *town hall meeting* (дослівно *зустріч у міській ратуші*), що є специфічною формою публічних слухань у США та Британії, де представники влади відповідають на запитання мешканців громади. Прямий переклад може бути незрозумілим для українськомовного реципієнта, тому варто застосувати описовий переклад: *Міська рада вирішила провести відкриту зустріч із мешканцями громади, щоб обговорити новий інфраструктурний проєкт*. У такий спосіб чітко окреслено формат події зі збереженням соціально-регулятивної інтенції оригіналу.

Прагматичний рівень аналізу інтенції стосується суб'єктивного ставлення автора до подій. Перекладач має не просто перекласти тексти, а виявити ідеологічний підтекст, позицію видання та емоційне забарвлення тексту. Основна мета – викликати в реципієнта той самий прагматичний ефект (співчуття, обурення, іронію), який відчуває читач оригіналу.

В англійськомовних текстах соціо-політичної тематики подекуди використовують маркери або іронічні структури для демонстрування скепсису щодо дій офіційних осіб, наприклад, *The minister's*

«bold new strategy» turned out to be nothing more than a collection of old slogans wrapped in shiny paper. У цьому реченні автор використовує лапки для висловлення *«bold new strategy»* (смілива нова стратегія), щоб показати своє скептичне ставлення, що посилює прагматичний ефект – висміювання відсутності реальних реформ. Один з варіантів перекладу може бути таке речення: *Так звана «смілива нова стратегія» міністра виявилася лише набором старих гасел у блискучій обгортці*. Додавання маркера *так звана* влучно демонструє іронічну інтенцію автора.

Естетичний аспект інтенції зосереджений на лінгвальній формі. Перекладач не може просто копіювати граматику оригіналу, оскільки кожна мова має свою унікальну структуру. Замість цього він використовує синонімічні перетворення, щоб зберегти зміст, але подати його природно в мові перекладу, тобто знайти найкращий спосіб передавання інваріанта сенсу. В англійській мові, наприклад, поширені конструкції з герундієм, складні додатки, які в українській мові майже завжди вимагають застосування граматичних трансформацій. Так, у реченні *The CEO's insisting on immediate changes frustrated the board of directors* є герундіальна конструкція *insisting on...*, яка виконує роль підмета. Дослівний переклад: *Наполягання виконавчого директора на негайних змінах розчарувало...* дещо порушує норми української мови, тому варто використати заміну частини мови або перебудувати речення, наприклад: *Те, що виконавчий директор наполягав на негайних змінах, викликало розчарування у ради директорів*. У перекладі українською мовою відбулася заміна іменникової конструкції (*наполягання*) на підрядне речення (*те, що наполягав*), що є типовим прийомом у перекладі англійського герундія. Іntenція не змінилася, але висловлення стало легшим для сприйняття та відповідає нормам української мови.

Під час перекладу часто виникає потреба ввести в текст нові елементи, яких не було в оригіналі. Такі трансформації називають додаванням. Вони допомагають не лише точніше передати зміст, а й узгодити текст із граматичними та стилістичними нормами мови перекладу. Наприклад, в англійській мові багато іменників мають широке значення, яке в українській мові потребує уточнення за допомогою додаткових слів: *The company is planning to introduce new technologies next year*. Якщо перекласти дослівно *Компанія планує впровадити нові технології наступного року*, речення є зрозумілим, але потребує уточнювальних слів, щоб підкреслити конкретний аспект інтенції,

зокрема, що ці технології стосуються виробництва): *Наступного року компанія планує впровадити нові виробничі технології*». Додавання слова *виробничі* допомагає краще інтегрувати висловлення в контекст статті.

У текстах публіцистичного стилю широко використовуються мовні кліше, що є звичними для носіїв мови в певних сферах (політика, економіка, історія). Їх основна функція – полегшити сприйняття інформації завдяки впізнаваності. В англійськомовних публіцистичних текстах використовується велика кількість кліше, які при дослівному перекладі звучать неприродно, тому найкраще знайти відповідник в мові перекладу. Наприклад, кліше *Only time will tell* – *Час покаже* (стандартне висловлення для завершення аналітичних статей; увічливе висловлення про те, що щось є поганим: *To leave much to be desired* найкраще перекласти українською мовою зі збереженням прагматики оригінального тексту: *залишає бажати кращого*).

Висновок. Якісний переклад починається з декодування інтенційної бази висловлення. Перекладач повинен виокремити ключові слова, які дозволяють репрезентувати реальну комунікативну ситуацію. Якщо зміст залишається двозначним, важливо заповнити прогалини у фонових знаннях (історичному чи культурному контексті), щоб не втратити жоден із трьох аспектів смислу. Вибір слів і граматичних структур має бути гнучким та враховувати формально-мовний аспект інтенції (синонімічні перетворення, додавання чи стискання тексту). Подальше дослідження медіа-платформ, що спеціалізуються на перекладі української публіцистики, дозволить виокремити перекладацькі труднощі та виробити практичні кейси для вдосконалення освітнього процесу в галузі перекладознавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англійськомовних перекладів української прози). Львів : Львівський університет, 1994. 204 с.
2. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : підручник / І. В. Корунець. Вінниця : Нова Книга, 2003. 448 с.
3. Радчук В. Чи переживе переклад глобалізацію – не змінившись? *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 2. С. 269–276.
4. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. Київ : Либідь, 2007. 247 с.

REFERENCES

1. Zorivchak R. P. (1994) *Realia i pereklad (na materialy anhlo-movnykh perekladiv ukrainskoi prozy)*. [Reality and Translation (based on English translations of Ukrainian prose)] Lviv : Lvivskyi universytet. 204. [in Ukrainian].
2. Korunets I. V. (2003) *Teoriia i praktyka perekladu (aspektnyi pereklad) : pidruchnyk*. [Theory and practice of translation (aspect translation): textbook] Vinnytsia : Nova Knyha. 448. [in Ukrainian].
3. Radchuk V. (2013) *Chy perezhyye pereklad hlobalizatsiiu – ne zminyvshys? [Will translation survive globalization – unchanged?]* *Movni i kontseptualni kartyny svitu. Linguistic and conceptual pictures of the world*, 2. 269–276. [in Ukrainian].
4. Cherednychenko O. I. (2007) *Pro movu i pereklad*. [About language and translation] Kyiv : Lybid. 247 s. [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 12.06.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 20.08.2026

Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

