

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

«На правах рукопису»

УДК _____

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Ініціали, прізвище

«__» _____ 20__ р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 035 «Філологія»

**на тему: «Лексична синонімія в сучасних медіатекстах: перекладознавчий аспект
англомовних»**

Виконала: студент 6 курсу, групи ЛА-21мп

Шпота Вячеслав Олександрович

Науковий керівник:

проф. каф. ТППАМ, д. філол. н., доц. Скобнікова О.В. _____

Рецензент:

проф. каф. ТППНМ, д. філол. н., проф. Буць Ж.В. _____

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з
праць інших авторів без
відповідних посилань
Студент Шпота В.О.

Київ 2023

	2
ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1.	3
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛЕКСИЧНОЇ СИНОНІМІЇ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ	3
1.1. Поняття та функції медіатексту.	3
1.2 Види та специфіка текстів новин в онлайн сфері.	9
1.3 Різновиди лексичної синонімії в тексті	17
1.4 Особливості мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу.	24
РОЗДІЛ 2.	32
АНАЛІЗ ЛЕКСИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА СПЕЦИФІКА ВЖИВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ СИНОНІМІВ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ	32
2.1 Лексичні труднощі перекладу англомовних онлайн текстів	32
2.2 Перекладознавчий аспект вивчення лексичної синонімії в медіатекстах.	39
2.3 Переклад англомовних медіатекстів на українську	45
2.4 Структурно-семантичні особливості лексичних і лексико-граматичних синонімічних засобів у перекладі англійських медіатекстів.	49
2.5 Лексичні проблеми перекладу суспільно-політичної лексики.	57
РОЗДІЛ 3.	64
ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ ЛЕКСИЧНОЇ СИНОНІМІЇ	64
3.1 Способи перекладу синонімії в англомовних медіатекстах на українську мову.	64
3.2 Особливості використання синонімії при перекладі англомовного медіатексту.	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	83
ДОДАТКИ	84
ДОДАТОК А	84
ДОДАТОК Б	85
ДОДАТОК В	86

ВСТУП

Актуальність. У сучасному інформаційному суспільстві, де медіатексти відіграють ключову роль у передачі та сприйнятті інформації, розуміння лексичної синонімії в англомовних медіатекстах стає надзвичайно актуальною проблемою для мовознавців та перекладачів. Специфіка цього типу текстів полягає в їх мовному багатстві та виразності, яке часто визначається вибором певних синонімів для точнішого чи емоційного вираження інформації.

Актуальність дослідження лексичної синонімії в англомовних медіатекстах підкреслюється також тим, що ці тексти є не лише засобом інформаційного обміну, але й чинником формування громадської думки та ставлення громадськості до подій. Глибоке розуміння та аналіз лексичної синонімії в контексті медіатекстів допомагає вирішувати завдання як на лінгвістичному, так і на культурному рівнях, сприяючи точному та ефективному перекладу, а також взаєморозумінню мовно-культурних особливостей різних спільнот.

Зазначена актуальність визначає необхідність глибшого дослідження лексичної синонімії в англомовних медіатекстах, враховуючи вплив соціокультурних та комунікативних факторів на вибір синонімів у формуванні мовленнєвого образу. Враховуючи розмаїття стилів та жанрів медіатекстів, такий аналіз може виявити загальні тенденції та специфіку вживання синонімів у різних сферах медіа, що, в свою чергу, сприятиме вдосконаленню перекладацької практики та вивченню особливостей мовної експресії в сучасних медіатекстах.

Предметом дослідження є лексична синонімія в англомовних медіатекстах, яка охоплює багатозаровий світ лексичних одиниць, використуваних для вираження різноманітних концепцій та ідей.

Об'єктом дослідження є специфіка вживання лексичної синонімії в різних типах англомовних медіатекстів, зокрема у текстах новин в онлайн сфері та мас-медійному дискурсі.

Завдання дослідження:

- Визначити різновиди лексичної синонімії та їх вплив на різні типи медіатекстів.
- Розглянути особливості вживання лексичної синонімії у текстах новин в онлайн сфері.
- Проаналізувати структурно-семантичні особливості лексичних і лексико-граматичних синонімічних засобів у перекладі англійських медіатекстів.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, чотирьох підрозділів, висновків, списку використаних джерел, однієї таблиці та двох графіків. Загальний обсяг роботи: 89 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛЕКСИЧНОЇ СИНОНІМІЇ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ

1.1. Поняття та функції медіатексту.

Поняття «медіатекст» виникло в ХХ столітті на хвилі стрімкого розвитку засобів масової комунікації, охоплюючи сфери кінематографу, радіо, телебачення, відео, Інтернету, мобільних телефонів тощо і виходячи за межі традиційного друкованого тексту.

Медійний текст (від лат. *media textus* - засоби, посередники + тканина; сплетіння, зв'язок, поєднання) – це повідомлення, подане у будь-якій формі та жанрі медіа, призначене для одночасного зорового та слухового сприйняття аудиторією [47, с. 45]. Це справжній «новий комунікативний продукт», що відрізняється тим, що його можна впроваджувати у різноманітні медійні структури вербального, візуального та мультимедійного характеру. Його особливість полягає в цілісності сприйняття та можливості глибокого розуміння його змісту.

За визначенням Н. І. Єльнікової, медіатекст є результатом успішного поєднання вербального та медійного тексту, що зі свого боку об'єднує мовленнєву природу, комунікативні вподобання конкретних особистостей і можливості каналу передавання інформації [11, с. 33]. Представлені характеристики медіатексту охоплюють корпоративний характер виробництва, специфіку засобів створення медіатексту, багатоплановість та розширене тлумачення одиниць вербальної комунікації. Зазначена гіпертекстовість стає визначальною рисою, що відрізняє медіатекст від традиційних форм тексту.

Враховуючи всі ці особливості, важливо розуміти, як медіатекст взаємодіє з сучасними засобами масової комунікації, впливаючи на формування сприйняття та розуміння інформації в сучасному світі.

У ХХ столітті, в умовах стрімкого розвитку засобів масової комунікації (медіа), виникло поняття «медіатекст», що відображає нові різновиди текстів, які мають безпосередній зв'язок з кінематографом, радіо, телебаченням, відео, інтернетом, мобільними пристроями та іншими медійними формами [62, с. 80]. Замість традиційного друкованого тексту на передній план вийшли інші медійні жанри, розробка яких стала відповіддю на нові реалії і технології.

Термін «медійний текст» означає повідомлення, що може бути представлене в різних формах та медійних жанрах і призначене для одночасного сприйняття аудиторією через зорове та слухове сприйняття. Він становить собою новий комунікативний продукт, який може бути впроваджений у різноманітні медійні структури вербального, візуального та мультимедійного планів. Ця особливість передбачає цілісність та глибше проникнення в зміст комунікативного продукту.

Однією з ключових характеристик медіатексту є об'єднання вербального і медійного текстів, де поєднуються мовленнєва природа, комунікативні вподобання особистості та можливості каналу передачі інформації. Медіатекст відображає корпоративний характер виробництва та вирізняється багатоплановістю, розширеним тлумаченням одиниць вербальної комунікації та входить в гіпертекстовий потік сучасної медіакультури [51, с. 323].

Проблема типологізації текстів стала актуальною в умовах стрімкого розвитку масових комунікацій та появи різноманітних медіатекстів. Сучасні наукові підходи розглядають питання типології текстів з різних перспектив, здійснюючи класифікацію на основі різних критеріїв.

Вивчення типології текстів передбачає встановлення їхніх технологічних особливостей, а також аналіз атрибутів, функцій, типів інформації, що міститься в їх змісті, а також жанрів і форматів, засобів, індивідуальних характеристик та впливу на аудиторію.

Існує велика різноманітність класифікацій, оскільки кожен дослідник обирає свій підхід та критерії для визначення видів текстів. У теперішньому часі питання типології є об'єктом дослідження вчених з різних галузей лінгвістики та комунікації.

Не існує ідеального критерію, який однозначно класифікував би всі види текстів, тому вчені продовжують вдосконалювати і розширювати наявні класифікації, звертаючи увагу на різноманітність текстового простору та його складності. Таке багатство підходів та класифікацій свідчить про складність визначення типології текстів у сучасній науці та постійну дискусійність цього питання [14, с. 8].

У вивченні медіатекстів особливу увагу приділяють їхнім жанрам, які визначають специфіку структури, мовленнєвих засобів та мети комунікативного впливу. Деякі з основних жанрів медіатекстів включають:

Репортаж: Цей жанр передає події чи факти, зазвичай пов'язані з актуальними подіями. Репортажі мають інформувати та вражати, забезпечуючи глядачам або читачам об'єктивний погляд на події.

Нарис: нариси в медіатекстах часто використовуються для глибокого аналізу та розгляду певних тем. Їх завдання — не лише повідомляти, але й розвивати та висловлювати особистий погляд.

Огляд: жанр, спрямований на представлення огляду певного предмета, явища чи події. Огляди можуть бути критичними, аналітичними чи інформаційними.

Замітка: замітки часто включають особисті враження, коментарі та аналізи автора щодо певних питань або тем. Вони можуть мати яскравий індивідуальний стиль.

Фейлетон: легкий та гумористичний жанр, спрямований на розвагу та розвиток у читачах або глядачах. Фейлетони можуть включати комічні ситуації та гострий гумор.

Інтерв'ю: в цьому жанрі зазвичай здійснюється бесіда між журналістом та інтерв'юйованим. Мета – отримати відповіді на питання та розкрити певний аспект особистості чи події.

Ці жанри є лише частиною багатогранного світу медіатекстів, і їх комбінація може варіюватися в залежності від типу медіа та його специфіки.

В іноземній науковій думці широко визнана і використовується типологія медіатекстів, яка враховує різноманітні аспекти їхньої специфіки та впливу [65, с. 250]. Основні категорії у цій типології включають:

Канал поширення: Тексти можуть класифікуватися за каналами поширення, такими як друк, радіо, телебачення та Інтернет. Кожен канал має свої власні особливості та засоби впливу на аудиторію.

Інституційний тип тексту: Заснований на призначенні тексту та його спрямованості. Журналістські тексти, реклама та PR-тексти представляють різні аспекти медіакомунікації.

Типологічні характеристики засобів масової комунікації: Тексти можуть бути класифіковані залежно від типу медіа, в якому вони представлені, такого як газети, радіо, телебачення або Інтернет.

Повідомлення (текст): Враховує функціонально-жанрову класифікацію текстів, які входять до складу соціально-комунікаційних інститутів.

Код (мова): класифікація текстів залежно від типу коду, який використовується: вербальний, невербальний або їх комбінація.

Адресант (автор, продуцент тексту): визначається соціальною чи приватною природою автора та впливає на формування модальності тексту.

Адресат (аудиторія): розділення текстів на масові та спеціалізовані, з урахуванням тематичної домінанти, яка присутня в тексті.

Ця типологія, заснована на моделях комунікації, дозволяє враховувати багато параметрів для повноцінного аналізу та різноманітні компоненти для створення єдиного смислового простору. Н.В. Чичеріна вказує на цю особливість, визначаючи медіатексти як мультимодальні, що

означає використання не лише вербальних, але й візуальних, аудитивних, аудіовізуальних та інших засобів для передачі інформації.

При аналізі медіатекстів звертається увага на різні лінгвістичні параметри. Один із таких параметрів – код (мова), визначає мовні характеристики тексту [39, с. 329]. Дослідники розглядають медіатексти як креолізовані, полікодові та інші, що вказує на їхню мовну різноманітність та взаємодію різних мовних засобів.

Важливою частиною аналізу є семіотична організація медіатекстів, яка апелює до їхньої форми. Розгляд семіотичних аспектів дозволяє краще розуміти, як різні знакові системи взаємодіють у тексті, що є критичним для розкриття їхнього смислу.

При створенні типологій медіатекстів дослідники використовують різні критерії. О. Ю. Малая визначає різновиди текстів з урахуванням їхнього впливу на аудиторію, виокремлюючи тексти, спрямовані на соціальні інститути, та тексти, спрямовані на свідомість масової аудиторії [19, с. 49].

Ю. С. Макарець розглядає дві групи факторів – зовнішні (екстралінгвістичні) та внутрішні (лінгвоментальні), які визначають тип медіатексту [20, с. 413]. Зовнішні фактори, такі як тип інформаційної діяльності тих чи інших ЗМІ та взаємодія в рамках тріади "продуцент – текст – реципієнт", формують тип медіатексту та впливають на його внутрішні ознаки.

Аналіз наявних типологій вказує на те, що вчені використовують різні критерії для класифікації медіатекстів, враховуючи їхню соціальну роль, форму та вплив на аудиторію. Такий підхід дозволяє здійснювати більш глибокий аналіз різноманітності медіакомунікаційних продуктів.

У підпункті «Види та специфіка текстів новин в онлайн сфері» можна зробити висновок, що цифрові ЗМІ відзначаються великою різноманітністю жанрів та форматів новинних текстів, а також активним використанням мультимедійних елементів. Онлайн новини дозволяють створювати

інтерактивне та насичене засобами враження, сприяючи високому рівню взаємодії інформації з читачами.

Цифрові ЗМІ важливі для формування інформаційної картини світу та впливу на сприйняття суспільства подій. Вони не лише враховують швидкий темп сучасного життя, а й створюють структурований когнітивний аналог реальності [55]. Проте для успішного пристосування до цифрового середовища важливо не лише використовувати нові технології, а й зберігати журналістські принципи оперативності, правдивості та об'єктивності в подачі інформації.

Отже, висновок полягає у тому, що онлайн ЗМІ, використовуючи різноманітні текстові та мультимедійні формати, активно взаємодіють з аудиторією, формують свідомість громадян та впливають на сприйняття інформації, демонструючи важливість адаптації журналістики до вимог цифрового віку.

Вивчення медіатексту є важливим аспектом аналізу та розуміння сучасної медіакультури. Медіатексти, як складова масової комунікації, виконують різноманітні функції, відображаючи соціокультурний контекст та взаємодію з аудиторією.

Поняття медіатексту охоплює різноманітні види медійних виразів, такі як текстові матеріали, графіка, аудіо та відео, які об'єднуються в єдиний засіб комунікації. Важливо розуміти, що медіатексти мають свої власні особливості та правила створення, що робить їх важливим об'єктом дослідження для мовознавців, журналістів та культурологів.

Щодо функцій медіатексту, вони включають інформаційну, розважальну, пізнавальну, маніпулятивну тощо. Медіатексти допомагають формувати громадську думку, впливати на світові погляди аудиторії, а також служать засобом самовираження для творців контенту. Розуміння цих функцій дозволяє краще аналізувати та оцінювати вплив медіатекстів на сучасне суспільство.

1.2 Види та специфіка текстів новин в онлайн сфері.

Поняття "текст" в онлайн просторі визначається рядом характерних особливостей, серед яких слід виокремити гіпертекстуальність – об'єднання електронних текстів за допомогою гіперпосилань. Повідомлення також може містити невербальну інформацію, таку як малюнки, колір, і звук. Особливістю є можливість колективної творчості, а також автоматична обробка тексту та його динамічність [54, с. 90]. Важливо відзначити, що такі твори неможливо або знецінюються при перенесенні на папір.

Попри різноманіття видів текстів в онлайн просторі, всі вони поділяють спільні риси. Наприклад, новинні тексти відображають соціальну реальність та бачення журналіста, несучи відбиток джерела інформації. Вони створюються з урахуванням каналу комунікації, підпорядковуються професійним критеріям, виробленими колективом автора.

Медіатексти формуються з використанням певного лексико-синтаксичного матеріалу у вже готових стійких формах, які відомі як медіаформати. Зміст текстів масової інформації може змінюватися щодня, але їхня форма майже не змінюється. Читач, глядач, слухач може передбачити, якими мовними засобами йому будуть повідомляти про майбутні події.

Для точного опису медіатекстів вчені, такі як Н.Р. Бобаль, визначають систему параметрів, серед яких зазначаються спосіб виробництва, форма створення та відтворення, канал розповсюдження, функціонально-жанровий тип тексту, тематична домінанта та жанри текстів залежно від їхньої композиційно-структурної будови [4, с.234].

Інформаційно-новинні тексти в медіатекстах мають основне призначення інформувати аудиторію про соціально значущі події та факти, що відбуваються в країні й за рубежом. Ці тексти відрізняються об'єктивною

формою подачі інформації, що вказує на прагнення продуцента до нейтральності та деперсоніфікації. Ця об'єктивність пояснює відсутність авторства та колегіальність у способі написання, себто розповсюдження від імені групи людей (наприклад, редакції, телекомпанії чи інформаційного агентства).

Інформаційно-новинним текстам притаманні конкретні мовностилістичні та форматні особливості. Серед лексичних компонентів цих текстів важливо відзначити використання спеціалізованої лексики різних галузей знань, а також використання власних імен та абревіатур. Наявність культуроспецифічних термінів, які характерні саме для певної культури, також є характерною рисою інформаційно-новинних текстів.

Крім того, інформаційно-новинні тексти містять текстоутворюючі елементи, такі як слова-зв'язки, посилання на джерела інформації, цитування та словосполучення для введення цитат у текст. Такі матеріали відображають поточний стан життя суспільства, сприяючи формуванню та підтримці інформаційної карти світу.

Інформаційно-новинні тексти формують у свідомості читача структурований, упорядкований та тематично організований когнітивний аналог дійсності. Акцент на культуро-специфічні тематики є вкрай важливим елементом у загальному обсязі інформації, адже це дозволяє реалізувати категорію культурної специфічності, що має велике значення в контексті вивчення інформаційно-новинних текстів у міжкультурній комунікації.

У інформаційно-новинних текстах ЗМІ, нейтральна лексика використовується для об'єктивного, безоцінкового, та нетермінологічного позначення предметів, явищ природи, періодів життя людини, станів її життєдіяльності, а також вимірювань, таких як міри довжини, ваги, обсягу і т.д. Ця лексика є лише констатуючою і не містить в собі виразності, емоційних чи соціальних оцінок.

Алан Белл визначає поняття інформаційно-новинних текстів значно ширше, виходячи за межі традиційного розуміння тексту як послідовності надрукованих чи рукописних слів [28, с. 416]. Його визначення охоплює голосові якості, музику, звукові ефекти, візуальні образи, що відображають технології виробництва та розповсюдження медіатекстів.

Соціальний зміст інформаційно-новинних текстів визначається їх актуальністю, новизною, відповідністю очікуванням аудиторії, глибиною аналізу соціальної дійсності, наявністю ідеалів і соціально-політичних орієнтирів, а також досконалістю форми подачі матеріалу.

Заголовки та ліди (основні посили) інформаційних текстів мають різні структурні типи та інформаційне навантаження. Заголовки можуть мати імпресивний характер, вирізнятися різноманітністю структурного типу інформації, наявністю одиниць оцінювання, вкраплень чужої мови, та неімпресивними, де переважають фактичні дані. Заголовки та ліди спрямовані не лише на інформаційне повідомлення, але й на привертання уваги та інтригування реципієнта.

Якщо порівнювати інтернет-новини та друковані ЗМІ, то в перших тема та лід мають значно інтенсивніше комунікативне навантаження завдяки гіпертекстовому представленню інформації [5]. Початкова сторінка новинного інтернет-ресурсу зазвичай має перелік заголовків, а при наведенні курсора на заголовок можна побачити лід даної статті.

Тексти ЗМІ є різноманітними за жанрами та тематиками, проте наступні типи вирізняються найбільше:

Новинні матеріали (хроніка подій): це текстові матеріали, які інформують читачів про актуальні події, що відбуваються в цей момент.

Коментарі: тексти, які містять особисті оцінки і думки автора щодо певної події чи теми.

Інтерв'ю: тексти, які представляють бесіду із спеціалістами, експертами чи особами, причетними до певної сфери або події.

Рекламні матеріали: тексти, спрямовані на рекламу продуктів чи послуг.

Аналітичні огляди: тексти, які розглядають певну тему чи сферу з різних точок зору, надаючи аналіз та висновки.

Спортивні новини та репортажі: тексти, що стосуються спортивних подій, результатів, аналізу гри тощо.

Онлайн газети та новинні портали класифікуються також за спрямованістю та стилем подачі:

Popular Paper (масове джерело): газети, які публікують сенсаційні новини, історії з життя знаменитостей і побутові історії. Приклади – «New York Post», «Daily Mirror» та «Herald Sun».

Quality Paper (респектабельні новинні портали): газети, спрямовані на освічену аудиторію, які зосереджуються на глибокому, аналітичному покритті новин, включаючи політику, економіку, міжнародні відносини, культуру та науку [58, с. 252]. Приклади – «The New York Times», «The Guardian», «The Washington Post».

Tabloids (Таблоїди): газети, що публікують сенсаційні повідомлення та ілюстрації, популярні серед менш освіченої аудиторії. Приклад – «National Enquirer».

Солідна преса: газети, які пропонують більш освіченій аудиторії високі стандарти журналістики, серйозний підхід до новин і значну увагу до деталей та контексту. Приклади – «The Wall Street Journal», «The Globe and Mail» та «National Post».

Попри таку різноманітність, всі ЗМІ дотримуються головних критеріїв для подачі новин — оперативність, релевантність, зрозумілість для аудиторії суті повідомлення та стислість інформації.

У контексті оперативно-дослідних текстів в ЗМІ, "тлумачення інформації" вказує на переосмислення та розкриття значення подій, фактів чи явищ, які стали об'єктом журналістського висвітлення. Це охоплює

аналіз та коментарі, які надають читачам глибше розуміння суті та контексту представленої інформації.

В таких текстах журналісти не обмежуються простим переказом фактів, а йдуть далі, розкриваючи приховані аспекти або можливі наслідки подій. Вони вказують на можливі причинно-наслідкові зв'язки, аналізують важливі аспекти та роблять спроби пояснити, чому певні події відбулися та яке їхнє значення для громадськості. Таке тлумачення може включати експертні думки, коментарі вчених чи представників громадськості, щоб надати читачам більше широкого розуміння обговорюваних тем.

Такий підхід до інформаційного представлення робить матеріал не лише інформативним, але й аналітичним, що може стати цінним для читачів, які шукають не лише факти, але й їхнє тлумачення та контекст. Таким чином, «тлумачення інформації» у текстах ЗМІ сприяє глибшому розумінню подій та явищ, роблячи їх більш доступними та значущими для аудиторії.

Дослідницькі тексти в журналістиці становлять собою твори, що висвітлюють проблеми та аспекти суспільного життя через глибокий аналіз та вивчення різних аспектів подій, явищ, процесів або соціальних явищ [33, с.]. Основною метою таких текстів є розкриття закономірностей та внутрішньої суті подій у соціумі.

У дослідницьких текстах журналісти використовують системний підхід, вивчаючи не лише факти, але й їхній контекст, залучаючи різноманітний аналітичний інструментарій. Такі тексти часто включають аналіз статистичних даних, експертні оцінки, інтерв'ю з фахівцями, свідченнями учасників подій та інші джерела.

Важливою характеристикою дослідницьких текстів є їхня орієнтація на вивчення причин та наслідків подій, розкриття та аналіз фундаментальних аспектів теми. Журналісти у цих текстах прагнуть дати глибше розуміння суспільних процесів, виявити та розкрити причини проблем, а також запропонувати свої думки та висновки.

Дослідницькі тексти можуть охоплювати різноманітні сфери життя, від політики та економіки до соціокультурних явищ. Їхня цінність полягає у здатності глибше проникнути в суть питань та зрозуміти їхню складність, надаючи читачам об'єктивний та обґрунтований погляд на обрану тему.

Акцент на актуальність і інтерпретацію в контексті текстів ЗМІ вказує на важливі аспекти в подачі інформації [67]. Ці аспекти підкреслюють значущість подій чи тем, які розглядаються, та спрямовані на розуміння їхнього сучасного контексту та можливих інтерпретацій.

Журналісти ставлять завдання надати читачам актуальну інформацію, яка має значення для суспільства на цей час.

Інтерпретація вказує на те, що журналісти не лише повідомляють про факти, але й розглядають їхні можливі значення та наслідки.

Замість простого опису подій, тексти намагаються визначити їхній суттєвий зміст та вплив на суспільство.

Акцент на актуальність і інтерпретацію покликаний надати читачам більш глибоке розуміння подій та позначити їхню важливість у великому контексті. Це робить інформацію цікавішою та корисною для читачів, що шукають не лише факти, а й осмислення та аналіз.

Узагальнення і аналіз явищ в контексті дослідницьких текстів вказує на широкий огляд соціальних, економічних, культурних чи інших явищ, що вивчаються. Ці текстові компоненти мають ряд характерних рис:

Досліджуючи певну тему, автори ставлять за мету охопити різні аспекти і аспекти даного явища.

Тексти можуть містити аналіз якісної та кількісної інформації, щоб надати повніший огляд теми.

Основна увага приділяється аналізу явища або проблеми. Автори намагаються розкрити складнощі та взаємозв'язки, які визначають вивчену тему.

Аналітичний підхід охоплює критичне мислення та докладний розбір подій чи процесів.

Дослідницькі тексти часто намагаються встановити закономірності, що лежать в основі явища. Аналіз може включати ідентифікацію причинно-наслідкових зв'язків.

Автори намагаються підбивати підсумки та зробити висновки на основі зібраної інформації.

Тексти цього типу можуть висунути гіпотези, представляти рекомендації або висновки для подальших роздумів читачів.

Узагальнення і аналіз явищ спрямовані на поглиблене розуміння конкретної теми та висвітлення різних її аспектів. Це важливий елемент дослідницьких текстів, оскільки вони намагаються пройти далі простого опису та надати читачам аналітичний інструментарій для розуміння складних явищ сучасності [21, с. 65].

Сприяння розв'язанню проблем у дослідницьких текстах вказує на намір авторів не лише аналізувати та описувати явище, але й надавати конструктивні висновки або рекомендації для подолання виявлених проблем. Детальніше:

Автори дослідницьких текстів зазначають основні труднощі чи невіршені аспекти теми, яку вони вивчають.

Ідентифікація проблем може передувати глибокому аналізу їхнього походження та впливу на соціальне, економічне чи культурне середовище.

Аналіз причин та наслідків:

Після виявлення проблеми автори проводять аналіз її кореневих причин та можливих наслідків. Це допомагає зрозуміти сутність проблеми та розробити ефективні стратегії вирішення.

Розробка рекомендацій:

Дослідницькі тексти мають на меті не лише вказати на проблему, а й запропонувати можливі шляхи її вирішення.

Автори формулюють конструктивні рекомендації для зацікавлених сторін, організацій, чи громадськості, спрямовані на поліпшення ситуації.

Тексти цього типу можуть служити основою для прийняття рішень, зокрема в сферах політики, громадської діяльності, або при вирішенні питань, що стосуються галузей, які вивчаються.

Загалом, сприяння вирішенню проблем у дослідницьких текстах покликане перетворювати теоретичний аналіз на практичні дії та сприяти поліпшенню суспільства чи конкретної сфери життя.

У цьому підпункті ми відзначили різноманітність та особливості текстів новин, що публікуються в онлайн середовищі. Зазначено, що цифрові ЗМІ, такі як новинні портали та інтернет-газети, мають великий вплив на сприйняття інформації глядачами та читачами. Вони не лише пристосовуються до швидкого темпу сучасного життя, але й використовують інтерактивні елементи для привертання уваги аудиторії.

Цифрові новинні тексти відрізняються від традиційних друкованих матеріалів за форматом та структурою. Вони активно використовують гіпертекстовий підхід, інтегруючи в себе різноманітні медіаелементи, такі як фотографії, відео, та аудіо [56, с. 56]. Такий спосіб подачі інформації не лише забезпечує високий рівень взаємодії, але і дозволяє зробити читання більш насиченим та захопливим.

Важливою характеристикою цифрових новин є їхній вплив на формування інформаційної картини світу. Онлайн ЗМІ відіграють суттєву роль у створенні структурованого, тематично організованого когнітивного аналогу реальності для читачів. Таким чином, ці текстові матеріали відображають поточні зміни в житті суспільства та активно впливають на його сприйняття подій [7, с.57].

Усе це підкреслює важливість адаптації традиційних жанрів та стилів журналістики до вимог цифрового середовища, де споживачі інформації мають високі вимоги до оперативності, доступності та взаємодії.

Сучасна журналістика в онлайн просторі визначається великою різноманітністю та динамікою. Онлайн новини стали не лише джерелом

інформації, але й важливим інструментом впливу на формування громадської думки та взаємодії з аудиторією.

Важливо враховувати, що текстовий контент у цифровій журналістиці претендує на широкий спектр жанрів та форм. Від традиційних новинних статей до візуально насичених інфографік та відеорепортажів – усі ці формати служать меті оперативно та цікаво надавати інформацію.

Однією з ключових особливостей текстів новин в онлайн сфері є їхній динамічний характер. Зміни у сучасних подіях швидко відбиваються на контенті, а реакція аудиторії стає неодмінною складовою. Інтерактивність, коментування, можливість поширення у соціальних мережах – усе це робить текстовий контент відкритим для діалогу та обміну думками.

Зазначена специфіка вимагає від сучасних журналістів гнучкості та здатності пристосовуватися до постійних змін в медіапросторі. Отже, розуміння і використання різних видів текстів новин в онлайн сфері стає ключовим елементом успішного функціонування в цифровому інформаційному ландшафті.

1.3 Різновиди лексичної синонімії в тексті

Синоніми – це слова або вирази, що мають схожі або ідентичні значення в конкретному контексті. Залежно від ступеня схожості вони можуть бути абсолютними (повністю збігаються) або частковими.

Абсолютні синоніми – це слова або вирази, що мають абсолютно ідентичне значення, не відрізняючись за будь-якими семантичними відтінками, емоційним забарвленням, стилем або сполучуваністю. Це означає, що ці синоніми можуть бути взаємозамінними в будь-якому контексті без будь-якої втрати чіткості чи точності висловлення [35].

У порівнянні з іншими видами синонімів, абсолютні синоніми є відносно рідкісним явищем в мові [69]. Зазвичай їх можна знайти в науковій термінології, де важлива точність та узгодженість у використанні термінів

для уникнення невизначеності чи двозначності. Прикладом абсолютних синонімів можуть служити пари слів «linguistics» і «philology». Ці терміни є повністю взаємозамінними і мають абсолютно ідентичне значення, не викликаючи будь-яких розбіжностей у розумінні чи контексту вживання.

Завдяки своїй чіткості та однозначності абсолютні синоніми можуть бути важливим інструментом в мовній точності, зокрема у технічних чи наукових дисциплінах, де правильне вживання термінів має велике значення для передачі конкретної інформації.

Часткові синоніми – це слова або вирази, які, хоча і мають схожі чи близькі значення, але не є абсолютно ідентичними. Вони можуть різнитися відтінками значень, емоційним забарвленням, стилістичними функціями чи виразністю.

Цей тип синонімів не є взаємозамінним у будь-якому контексті без втрати відтінків чи додаткових нюансів смислу. Навпаки, вони можуть використовуватися у відповідних ситуаціях для підкреслення певних аспектів або для створення специфічного враження [29, с.18].

Семантичні часткові синоніми розрізняються відтінками у значенні. Наприклад, слова «path» і «road» можуть вказувати на схожі ідеї, але «path» може вказувати на менше важливий або менш проїзний шлях, тоді як «road» означає більш широкий і головний шлях. Слова «brave», «courageous» і «valiant» також є частковими синонімами, але мають відтінки в значенні: «brave» може позначати більш загальну властивість, тоді як «courageous» і «valiant» можуть вказувати на відвагу в більш конкретних аспектах.

Стільки часткові синоніми можуть відображати емоційно-експресивні аспекти. Наприклад, пара слів «to eat» і «to devour» вказує на той самий акт прийому їжі, але «to devour» може мати більше грубе та емоційно-виразне забарвлення.

Таким чином, часткові синоніми визначаються своєю здатністю відтворювати схожі або близькі значення, але при цьому зберігають

відмінності, які можуть сприяти точному вираженню інтонації, емоцій чи контексту.

Часткові синоніми – це слова або вирази, які, хоча і мають схожі або близькі значення, не є повністю ідентичними. Вони можуть різнитися відтінками значень, емоційним забарвленням, стилістичними функціями чи виразністю.

Цей тип синонімів не є взаємозамінним у будь-якому контексті без втрати відтінків чи додаткових нюансів смислу. Навпаки, вони можуть використовуватися у відповідних ситуаціях для підкреслення певних аспектів або для створення специфічного враження.

Семантичні часткові синоніми розрізняються відтінками у значенні. Наприклад, слова «path» і «road» можуть вказувати на схожі ідеї, але «path» може вказувати на менше важливий або менш проїзний шлях, тоді як «road» означає більш широкий і головний шлях. Слова «brave», «courageous» і «valiant» також є частковими синонімами, але мають відтінки в значенні: «brave» може позначати більш загальну властивість, тоді як «courageous» і «valiant» можуть вказувати на відвагу в більш конкретних аспектах.

Таким чином, часткові синоніми визначаються своєю здатністю відтворювати схожі або близькі значення, але при цьому зберігають відмінності, які можуть бути важливими для точного вираження інтонації, емоцій чи контексту [18, с.105].

Семантичні синоніми – це слова або вирази, які мають схожі або близькі значення, але водночас можуть мати відтінки або різниці в семантиці. Ці різниці можуть виявлятися у конкретних аспектах, контексті чи виразності вираження.

Семантичні синоніми відображають різноманіття смислових відтінків між словами або виразами, які є схожими за значенням, але не абсолютно ідентичними. Ці синоніми можуть використовуватися для розширення варіативності вибору слова в мовленні або для підкреслення певних аспектів смислу.

Використання семантичних синонімів може залежати від контексту, стилістичних вимог, виразності мовлення та інших факторів. Наприклад, слова «path» і «road» є семантичними синонімами, оскільки вони вказують на подібне поняття, але вони можуть мати різні смислові відтінки, які враховуються при їх вживанні в конкретних ситуаціях.

Стилістичні синоніми – це слова або вирази, які мають схожі або ідентичні значення, але використовуються в різних стилістичних відтінках або емоційних контекстах. Ці синоніми можуть мати різні відтінки виразності, емоційної насиченості та тонкості, що додає текстові багатогранність та варіативність.

Використання стилістичних синонімів залежить від контексту, мети мовлення та стилістичних вимог. Наприклад, слова «to eat» і «to devour» є стилістичними синонімами, оскільки вони мають однакове значення (передавати акт прийняття їжі), але «to devour» використовується в більш грубих або розмовних ситуаціях, в той час як «to eat» може бути ввічливим або формальним виразом.

Стилістичні синоніми додають тексту виразності, дозволяючи авторові адаптувати своє мовлення до конкретного аудиторії чи контексту, а також створюють можливість вибору слів залежно від того, як вони сприймаються читачем чи слухачем.

Семантико-стилістичні синоніми – це слова або вирази, які сполучають у собі дві характеристики: семантичну близькість, тобто схожість у значенні, і стилістичну або емоційну відмінність [6, с. 96]. Ці синоніми використовуються в мовленні для досягнення певної мети, а саме передачі додаткових нюансів, емоцій або стилістичних особливостей.

Використання семантико-стилістичних синонімів дозволяє мовцеві підкреслити тонкі відмінності у вираженні понять чи ідей, а також використовувати мовні засоби для досягнення певного враження на аудиторію. Наприклад, слова «brave» і «courageous» є семантико-стилістичними синонімами, оскільки вони мають близьке значення

(характеризують людину, яка не боїться ризикувати), але вони можуть використовуватися в різних стилістичних контекстах.

Семантико-стилістичні синоніми важливі для того, щоб зробити мовлення більш насиченим, варіативним і точним, а також для створення ефективного враження на аудиторію залежно від конкретного контексту або мети мовлення.

Морфологічні синоніми – це варіанти форм, що виражають те ж саме поняття, але відрізняються морфологічними характеристиками, такими як граматична категорія чи форма слова. Ці синоніми можуть виникати через застосування різних морфологічних засобів, таких як різні відмінки, числа, роди, часи, способи, особи тощо, для вираження одного й того ж поняття чи об'єкта [11, с.33].

Наприклад, українські відмінки «table» і «of the table» є морфологічними синонімами, оскільки обидва виражають однаковий об'єкт, але в різних формах відмінка.

Морфологічні синоніми можуть охоплювати різні форми слова, такі як різні відмінки, числа, роди для іменників; різні часи, особи, способи для дієслів; різні ступені порівняння для прикметників тощо.

Використання морфологічних синонімів робить мовлення більш гнучким і різноманітним, дозволяє виразити ту саму ідею чи поняття за допомогою різних морфологічних форм в залежності від потреб мовця чи контексту.

Синтаксичні синоніми – це різні граматичні конструкції чи структури, які виражають ту саму думку, і можуть бути взаємозамінні в реченні. У цьому випадку, синтаксичні синоніми виконують однакову синтаксичну функцію та передають однакову інформацію, хоча можуть мати різний лексичний склад або граматичну структуру.

Наприклад, речення «She wrote a letter» і «A letter was written by her» мають однаковий смисл, хоча мають різний порядок слів і структуру.

Обидва вони виражають ідею того, що «She wrote a letter», а тому є синтаксичними синонімами в даному контексті.

Синтаксичні синоніми можуть бути використані для стилістичних ефектів, зміни акценту чи підкреслення деяких аспектів думки в мовленні. Вони розширюють можливості вираження інформації і роблять мовлення більш гнучким [15, с.74].

Лексичні синоніми – це слова, що мають спільне чи близьке за значення, але можуть мати різні відтінки смислу, емоційні відтінки чи використовуватися в різних контекстах. Слова-синоніми дозволяють говорити або писати більш різноманітно, використовуючи різні варіанти виразів при збереженні схожого значення.

Наприклад, слова «fast» і «speedy» є лексичними синонімами, оскільки обидва вони вказують на високу швидкість, але можуть використовуватися в різних ситуаціях чи мати деякі відтінки смислу, як, наприклад, «fast» може бути більш формальним або офіційним, а «speedy» може бути більш розмовним.

Лексичні синоніми допомагають мові бути гнучкою та варіативною, дозволяючи виразно виражати думки та ідеї в різних ситуаціях і стилях.

Перифраза – це стилістична фігура, яка полягає в заміні звичайного виразу або слова складнішим, образним описом чи оборотом мови [31]. Це прийом, за допомогою якого виразно передається або розкривається значення слова чи фрази за допомогою додаткового опису, що надає текстові більшій виразності, стилістичного багатства та емоційної насиченості.

У перифразі використовуються образні звертання, порівняння, аналогії, алегорії та інші стилістичні прийоми для створення більш живого та барвистого зображення предмета або явища [45, с.528]. Це дозволяє авторові висловлювати свої думки та ідеї більш творчим та ефективним способом.

Наприклад, у рядку «Crimson leaves twirl in the grove, young branches rustle loudly» використано перифразу для опису осіннього листя, надаючи йому образливе та живописне зображення за допомогою образних слів «crimson» та «rustle loudly».

У вивченні лексичної синонімії в тексті нам вдалося розглянути різні її аспекти та особливості. Зокрема, було проаналізовано абсолютні та часткові синоніми, які відрізняються ступенем ідентичності в значенні та вживанні. Також розглянуті семантичні, стилістичні, семантико-стилістичні синоніми, які не лише мають спільне значення, а й надають тексту певний відтінок та емоційний вираз.

Виділено морфологічні та синтаксичні синоніми, які виявляються в різних формах слів чи різницею в будові речень, але при цьому передають схожі ідеї. Крім того, детально проаналізовано лексичні синоніми, які виникають на основі асоціативних зв'язків та стають важливим елементом структури тексту.

Найцікавіше виявилось дослідження перифрази, або вживання описових синонімів, які додають тексту образність, емоційність та стилістичний колорит [60, с.227]. Використання перифрази допомагає розкрити багатогранність мовлення та надає авторові можливість висловити свої ідеї та концепції більш яскраво та ефективно.

Отже, розгляд різних видів лексичної синонімії в тексті поглибив наше розуміння мовленнєвого механізму та впливу синонімів на виразність, стиль та емоційну насиченість текстів. У контексті лінгвістики та стилістики вивчення синонімії є важливим аспектом розкриття багатства та різноманітності мовленнєвого виразу.

Лексична синонімія є невід'ємною частиною мовного виразу та структури тексту, збагачуючи його варіативністю та експресивністю. Зазначена особливість вираження схожих або близьких за значенням ідей та концепцій дає можливість авторам та перекладачам здійснювати точні та виразні передачі інформації.

Аналіз різновидів лексичної синонімії у тексті вказує на те, що вона може приймати форму повних синонімів, які абсолютно ідентичні за значенням, або часткових синонімів, де схожість полягає в певних аспектах значення. При цьому використання синонімічних виразів дозволяє досягати різних стилістичних ефектів, впливає на емоційне сприйняття тексту та його загальну виразність.

Важливою є роль лексичної синонімії в мовленні, особливо в художніх та наукових текстах, де точність та насиченість мовленнєвих засобів мають велике значення. Розуміння різновидів лексичної синонімії допомагає як авторам, так і читачам або аудиторії краще сприймати та аналізувати мовленнєві конструкції, поглиблюючи розуміння тексту та підвищуючи його ефективність у вираженні ідей.

1.4 Особливості мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу.

Масова комунікація є важливим аспектом людського спілкування, становлячи собою складну систему взаємодії через різноманітні вербальні та невербальні засоби. Цей процес визначається як передача повідомлень через різні канали для досягнення широкої аудиторії. Засоби масової інформації виступають як засоби, що підтримують масову комунікацію, та суттєво впливають на життя людей, охоплюючи різні формати від традиційних газет і телебачення до новітніх «розумних» медіа, таких як смартфони та смарттелевізори.

Однак, щоб зрозуміти сутність засобів масової комунікації, важливо звернутися до поняття мас-медійного дискурсу. Дослідження цього дискурсу вимагає уточнення самого терміну «дискурс», який в сучасних дослідженнях трактується як «будь-який канал зв'язку, який використовується для одночасного охоплення великої кількості людей». В рамках когнітивно-дискурсивної парадигми дискурс розглядається як

ключове поняття прагматичної лінгвістики та лінгвістики тексту, що позначає єдність мовлення та ситуації.

Необхідно враховувати, що термін «дискурс» може бути трактований за різними теоретичними підходами, викликаючи розмаїті тлумачення. С. Мілліз вказує на те, що дискурс є складним феноменом з широким спектром можливих тлумачень, набагато більших, ніж у випадку будь-якого іншого терміна в літературознавстві та теорії культури [8, с. 3]. Навіть при наявності численних підходів до розуміння дискурсу, важко знайти однозначне і загальноприйняте визначення через його багатofункціональність, яка не дозволяє виокремити чіткі узагальнені критерії.

Засновником ідейної концепції теорії дискурсу вважається видатний голландський лінгвіст Теун А. ван Дейк. Він розглядає текст не лише як статичний об'єкт, але й як динамічну комунікативну подію, що об'єднує мовну форму, значення і дію. Згідно з його поглядами, дискурс – це складна взаємодія між учасниками спілкування, включаючи не тільки мовленнєві прояви, але і ментальні процеси, які постійно супроводжують комунікативний процес [56, с. 60]. Важливою особливістю є врахування способу, яким текст актуалізується в конкретних ментальних і прагматичних умовах.

В контексті підходу ван Дейка до дискурсу, важливим стає розуміння, що це не лише послідовність речень чи семантична макроструктура тексту, а й система мовленнєвих актів, що формують прагматичну макроструктуру тексту [2]. Лінгвіст чітко визначає інтегральний зв'язок мови, мовлення, комунікативної ситуації та адресата. Такий комплексний підхід дозволяє враховувати різноманіття історичних епох, індивідуальних особливостей комуніканта та соціокультурного контексту в дискурсі, віддзеркалюючи як національний, загальний, так і індивідуальний, приватний менталітет та культуру.

Український дослідник Жадько В. О. в своєму визначенні «дискурсу» вдивляється в його логічний склад, розглядаючи його як послідовне і

систематичне розгортання думки з використанням логічних правил [12, с. 174].. Його підхід включає аналіз учасників спілкування як представників соціальних груп та враховує обставини спілкування в широкому соціокультурному контексті.

Соціолінгвістичний підхід до визначення «дискурсу», як висувається Карасиком, розглядає його як соціолінгвістичний феномен, що активно моделює соціальну дійсність в конкретному соціальному середовищі. Його матеріальним втіленням є текст, який відображає спосіб мислення, цінності, моральні норми адресата і широкого соціокультурного середовища.

У вивченні дискурсу, за поглядом О. І. Герус, він розглядається як складна комунікативна подія, об'єднуючи вербальні структури у різних формах – візуальній, аудіальній, письмовій чи усній. Ці структури включають смислові формації, які утворюють зміст, смисли та поняття, що передаються через текст і функціонують в межах конкретного середовища, дотримуючись соціальних, політичних, культурних та інших норм [22, с. 320]. З цієї перспективи, дискурс можна розглядати як вид комунікативної події, що включає не лише сам текст, але й екстралінгвальні чинники його створення та сприйняття.

Дискурс завжди взаємодіє з прагматичною (комунікативною) ситуацією, яка грає ключову роль у визначенні рівня його комунікативної адекватності. Таким чином, в академічному розумінні, терміни «акт», «дія» (мовленнєва, дискурсивна, комунікативна) та «взаємодія» (інтерація) стають головними поняттями.

Мас-медійний дискурс, який представляється мовою засобів масової інформації (включно з інтернет-ЗМІ) є важливою складовою сучасного комунікативного простору. Всі сучасні типології дискурсу розглядають його як самостійний тип, що обумовлено соціальною важливістю комунікативної сфери, яку він представляє.

Характеристики дискурсу мас-медіа виявляються у вигляді послідовного тексту, який може бути вербальним або невербальним, усним

або писемним. Цей текст інтегрований з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими аспектами, які представлені засобами масової інформації і розглядаються з точки зору конкретних подій. Він становить собою дію, яка є частиною соціокультурної взаємодії та відображає механізми свідомості комунікантів. Мас-медійний дискурс є частиною колективного розуміння людей, які володіють мовою та формують лінгвокультурну концепцію. Він охоплює перцепції щодо мовного вираження у сфері масових медіа як області соціальної активності, цілі спілкування, канали передачі інформації та знання членів соціуму про цю сферу.

Засоби масової інформації є ключовим чинником в сучасному інформаційному просторі, транслюючи населенню не лише актуальну інформацію, але і "розтлумачуючи" сенс подій та вчинків діячів різних суспільних сфер. Мас-медійний дискурс має стратегічне завдання зацікавити широкий коло громадян, мобілізувати їх до дії та викликати відповідну реакцію на інформацію чи висловлювати власні позиції з питань суспільної важливості [69].

Однією з ключових функцій мас-медійного дискурсу є інформативна, яка передбачає надання об'єктивної інформації про події та явища. Крім того, він виконує функцію єднання соціуму, встановлює "порядок денний", формує політичні погляди, впливає на свідомість та формує громадську думку.

Учасники мас-медійного дискурсу, як індивідуальні та колективні представники культурно-історичної епохи, взаємодіють у цьому комунікативному просторі. Журналісти та читачі, автори та адресати, аудиторія та культурна традиція — усі вони взаємодіють, формуючи мас-медійний дискурс.

Медійний дискурс, який використовує тексти, створені журналістами та/або розповсюджені через різні канали, такі як преса, радіо, телебачення та Інтернет, визначається як специфічна форма масової комунікації. Цей

дискурс впливає на масову аудиторію, передаючи смислову та оцінну інформацію, актуалізуючи події за допомогою різних комунікативних засобів.

Продюценти мас-медійного дискурсу виступають посередниками між політичними, економічними, фінансовими та іншими інститутами влади, визначаючи «санкціоновану» думку стосовно різних тем у дискурсі. Журналісти відіграють ключову роль у формуванні думки суспільства, особливо тоді, коли населення відчужене від світового порядку денного.

Мас-медійний дискурс, зазначений О. І. Герусом, володіє низкою унікальних якостей, які роблять його впливовим і важливим аспектом сучасного інформаційного простору [25, с. 89]. Серед цих якостей варто відзначити його масовість, регулярність, а також здатність швидко проникати в найвіддаленіші куточки території, або територіальну необмеженість. Його актуальність, інформативність та різноманітність тематики надають можливість звертатися до найширшого кола аудиторії, а відсутність соціальних обмежень і зацікавленість у впорядкованості мови безпосередньо впливають на значущість публіцистичних текстів у журналах і газетах.

Важливим відзначенням медійного дискурсу, окрім створення знань і оцінок об'єктів, є вміння подати уявлення про способи трансляції інформації. Тобто, саме процес передачі інформації та його сприйняття виступають ключовими елементами медійного дискурсу. У цьому контексті, медійний дискурс виконує посередницьку функцію [68], перетворюючи інформацію в смисли та здійснюючи перехід між різними рівнями - від інституційного до повсякденного.

У сучасному світі, коли засоби масової інформації впливають на всі сфери суспільства, від свідомості громадян до національних мов і культур, проблема перекладу текстів мас-медійного дискурсу стає особливо актуальною. Виклик для перекладача полягає в розумінні вихідного тексту, його загального змісту та деталей кожного елемента. Адекватний переклад

залежить від розуміння тексту на всіх рівнях — від окремих слів до структури тексту в цілому. Якщо виникають лексичні або інші невідповідності, то часто причина криється у неповному розумінні або невірному тлумаченні вихідного матеріалу.

Переклад медіаповідомлень виявляється завданням, яке супроводжується рядом викликів, які необхідно подолати для забезпечення адекватної передачі матеріалу. Один із таких аспектів охоплює стилістичні фігури мови, які використовуються в мас-медійних текстах для збереження не лише самого прийому, а й його функції в конкретному контексті. Враховуючи стилістичні особливості під час перекладу, перекладач надасть не тільки якісний переклад, а й продемонструє свої власні навички та експертність.

Попереднє дослідження виявляє ключові техніки, що застосовуються в англо-американських медійних ресурсах. До них належать використання рекламної термінології, жаргону, ідіом, метафор, метонімії, епітетів, парафразів, нестандартних фразеологічних конструкцій, синонімічних зворотів, порівнянь, гіпербол, а також вживання актуальних слів і виразів, анонімність тексту та використання евфемізмів.

Ще однією складністю перекладу мас-медійних текстів є використання розмовної, низької, сленгової та ненормативної лексики для вираження певного ставлення автора, створення образу та стилістичного ефекту. Перекладачеві доводиться вирішувати завдання знаходження відповідників для подібних лексичних одиниць або вигадувати адекватні замітники залежно від контексту [20, с. 136]..

Важливим аспектом мас-медійного дискурсу є високий ступінь стандартизації використовуваних засобів. Це також охоплює великий відсоток стійких виразів, журналістських штампів, стандартних термінів і назв. Така стандартизація особливо помітна у новинах та інформаційних матеріалах, відображаючи прагнення авторів до створення враження абсолютної об'єктивності та неупередженості. При перекладі таких текстів

перекладачеві необхідно або знаходити еквіваленти для представлених лексичних одиниць, або здійснювати адекватну заміну з урахуванням контексту.

Принципово важливим є прагматичний аспект перекладу текстів мас-медіа, який включає політику мовлення, фонові знання перекладача та стратегії конструювання медіатекстів. Враховуючи різні підходи до подачі інформації у різних ЗМІ, перекладач має орієнтувати свою когнітивну модель на фонові знання адресата. Перекладачем вимагається розуміння того, наскільки ознайомлені адресати з описуваною реалією та чи потребують вони додаткового контексту. Оскільки перекладач є посередником у міжкультурному спілкуванні, він грає подвійну роль – спочатку виступає як умовний одержувач повідомлення, а потім у ролі умовного автора, створюючи комунікативно рівноцінний текст. Такий підхід дозволяє перекладачеві враховувати не тільки мовні аспекти, але й соціокультурні та прагматичні відтінки.

Отже, мас-медійний дискурс становить собою великий обсяг тексту, який може бути як вербальним, так і невербальним, усним чи письмовим, інтегрованим з прагматичними, соціокультурними та психологічними чинниками, що виражаються через різноманітні ЗМІ. Його основні риси включають пряму мету – залучення уваги аудиторії та викликання певної реакції, зміст інформаційно-соціального характеру, учасників – журналістів і масову аудиторію, середовище – пресу, радіо, телебачення та Інтернет, і характеризується масовістю, регулярністю, територіальною необмеженістю, актуальністю та інформативністю. Основні виклики перекладу виникають у збереженні всіх рівнів тексту, врахуванні відмінностей між мовами, відтворенні стилістичних характеристик та відповідності характеристикам цільової аудиторії оригіналу та перекладу [59, с. 183].

У даному підпункті було визначено ключові риси цього особливого виду мовлення, яке має значущий вплив на формування суспільної думки та

сприйняття інформації. Основні висновки дозволяють розуміти, що мас-медійний дискурс відзначається своєрідністю структури, стилю та комунікативної спрямованості.

Відзначена висока динаміка та швидкість інформаційного потоку в мас-медійному дискурсі обумовлює важливість чіткості, лаконічності та емоційності виразу для ефективного впливу на аудиторію. Зазначено, що мовлення мас-медійного характеру активно використовує елементи маніпуляції та психологічного впливу, що визначає його специфіку.

Щодо перекладу мас-медійного дискурсу, висновки вказують на важливість збереження інформаційної повноти та емоційного виразу при адаптації текстів для інших мов[13, с. 174]. Окреслено, що перекладачі повинні враховувати не лише семантичний аспект, але й впливовий характер тексту на отримання інформації отримувачем.

В результаті аналізу особливостей мас-медійного дискурсу та його перекладу можна зазначити, що розуміння цього явища є ключовим для якісного взаєморозуміння в сучасному інформаційному суспільстві, а вміння ефективно перекладати його текстові матеріали є важливою навичкою в сфері міжнародних комунікацій та міжкультурного обміну інформацією.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ЛЕКСИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА СПЕЦИФІКА ВЖИВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ СИНОНІМІВ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ

2.1 Лексичні труднощі перекладу англомовних онлайн текстів

Фігури мови в інтернет-ЗМІ виявляють дивовижне розмаїття, і серед них особливо популярними є сленг, метафори, епітети, гіперболи, евфемізми, антономазія/метонімія, апозіопезиси, ідіоми, антитези та

оксюморон. Зокрема, у британському тижневику «Sunday Times» найбільш часто зустрічаються метафори та епітети, обумовлені консервативним спрямуванням видання та його аудиторією, що складається переважно з освічених людей [12, с.10].

Метафора, як одна з найефективніших фігур, використовується для виклику конкретних асоціацій та передачі повідомлень в імпліцитній формі. Наприклад, у реченні «The social welfare systems that might have helped them have collapsed in the country 's economic meltdown», метафора «economic meltdown» не просто передає образ розплавлення або руйнування, але й натякає на глибоку та серйозну кризу, що призвела до драматичного падіння економіки. Таке майстерне використання метафор підкреслює глибокий сенс і виражає складнощі та важливість подій, роблячи інформацію більш виразною та захопливою для читачів.

Ще однією ілюстрацією метафор у виданні «Voice of America» є:

«A political storm is brewing again on the Indian Ocean island of Madagascar (політичний шторм)».

У цьому висловлюванні метафора «політичний шторм» не тільки передає ідею бурхливих і скандальних політичних подій, але й використовується для підкреслення сили та руйнівного потенціалу подій, що робить цю проблему більш конкретною та доступною для читачів.

«Armenia scrambles to absorb the flood of refugees from Nagorno-Karabakh (повінь із біженців)».

У цьому випадку метафора «повінь із біженців» не просто вказує на зростання кількості біженців, але також натякає на великий неконтрольований потік, що може викликати занепокоєння або необхідність реагування. Це підкреслює динаміку та імпревізійність ситуації.

«The call to save poorer nations drowning in debt (тонути в боргах, тут — мати значні фінансові негаразди)».

У даному висловлюванні метафора "тонути в боргах" використовується для опису ситуації, коли країна або особа перебуває під

великим тягарем боргу. Слово "тонути" тут передає відчуття безпорадності та неможливості впоратися з проблемою.

«Microsoft CEO Nadella says AI is a tidal wave that's as big as the Internet (руйнівна хвиля)».

Використання метафори "руйнівна хвиля" не лише передає ідею великих і суттєвих змін, які швидко впливають на суспільство, але й підкреслює масштаб і силу цих змін та її потенційні наслідки.

Метафоричне використання мови в цих прикладах розширює розуміння та враження читачів, роблячи інформацію більш живою та ефектною [26, с. 57].

Публіцистика наукової тематики виокремлюється різноманіттям метафор, які, схоже на художні, не лише прояснюють текст, але й вказують на ставлення автора до матеріалу статті. Одним із яскравих прикладів є висловлення: «Enzyme's 'molecular scissors' cut out fatal blood clot risk when injury strikes» – «"Молекулярні ножиці" ензиму знижують ризик утворення смертельного тромбу при травмах».

Автори статей з видання «Financial Times» зазвичай вдаються до метафоризації образів, оскільки таким чином можна розкрити сутність одних явищ через властивості інших [52, с.370]. Наприклад, у реченні «Emmanuel Macron sows seeds of discontent with French farmers», використання метафори «seeds of discontent» – «насіння невдоволення» створює живописний образ початкової ситуації, що може перерости в більшу кризу та конфлікт. А використання цієї метафори в контексті новини про конфлікт президента Франції з фермерським лобі забезпечує додатковий ефект.

Такий підхід до метафор допомагає не лише в поясненні складних понять, але і впровадженні емоційно-кольорового компонента у науковий текст, роблячи його більш доступним та захоплюючим для читача.

Метафори у тексті виявляються не лише як лінгвістичний інструмент, але й як потужний засіб вираження ідей та емоцій. У прикладах поданих

метафор, таких як «capital controls» – «мозковий центр» та «права рука в торгівлі», ми спостерігаємо, як автор вдало використовує образи для пояснення складних економічних понять та вираження свого ставлення до ситуації.

В публіцистичному тексті метафора стає широко вживаним лінгвістичним інструментом, оскільки вона володіє високим потенціалом вираження та інтенсифікації висловлювання [46, с. 245]. Її образність дозволяє автору не лише розкрити складні поняття, але і створити враження, викликати емоції та вражати читача.

При перекладі метафор важливо враховувати їхнє лексико-семантичне й експресивно-оцінне наповнення. Успішний переклад вимагає не лише відтворення буквального значення, але й уловлення контексту та інтенції автора. Це особливо важливо, оскільки метафори мають тенденцію адаптуватися в новому мовному середовищі, зберігаючи свою емоційну та концептуальну силу.

У процесі перекладу метафор переважає принцип збереження аналогічного метафоричного образу на рівні 80%, де важливо зберігати емоційну та концептуальну силу вираження. Перефразування метафор використовується менш часто — на рівні 15%, а заміна еквівалентної метафори у мові перекладу зустрічається лише в 5% випадків. Це свідчить про важливість збереження авторської інтенції та ідей при перекладі, особливо в контексті високоемоційних та концептуально насичених висловлювань.

Аналіз англomовних ЗМІ, таких як «The New York Times», «The Guardian» та «Financial Times», вказує на те, що кількість метафор у текстах різних тематик майже однакова. Здебільшого метафори використовуються у статтях, присвячених культурним та інформаційно-аналітичним темам. Це свідчить про їхню важливість для розкриття складних концепцій та створення емоційного звучання текстів [19, с. 65]..

Щодо використання епітетів, приклад з «Financial Times» демонструє їхню ефективність у розкритті фінансових аспектів, де «heavy» вказує не на фізичну вагу, а на великі фінансові витрати. Епітети також ефективно використовуються для надання контексту та вираження точних характеристик, що сприяє зрозумінню та враженню читача.

Вказані фігури риторики, такі як сленг, ідіома, метонімія та гіпербола, хоч і менш часто вживаються, все ж вносять різноманітність в мовний образ. Сленговий вираз «a blind bit of difference» вказує на використання неформальної мови для емоційного висловлення.

Фраза «BT finds its mojo» у «Financial Times» використовує метафору "mojo", що означає привабливий продукт чи особливість, "своя фішка" або "родзинка". Така метафора надає особливого колориту та індивідуальності опису, підкреслюючи особливості компанії чи її продукту.

У фразі «Twitter trolls» також використовується метафора, де «trolls» вказує на користувачів, які систематично публікують провокативні або неприязні коментарі в соціальних мережах [49, с. 69]. Ця метафора використовується для опису особливостей певного типу користувачів та їхньої поведінки.

Гіпербола, яка використовується у фразі «telecoms behemoth's £20bn reinvention», підкреслює значущість та масштабність процесу реінвенції, вказуючи на величезну суму коштів, витрачену на цей процес. Також, фраза «The silent giants» використовує гіперболу для опису підприємств, які можуть мати значний вплив, але діють майже непомітно.

У використанні оксюмору виділяються фрази «Questions swirl as deafening silence surrounds future of Kai Tak Sports Park» та «clearly confused». Оксюморон в першому випадку вказує на параліз аналізу в зв'язку з відсутністю дій щодо будівництва спортивного комплексу. У другому випадку, «clearly confused» становить собою пару термінів, які описують ситуацію, в якій хтось очевидно не розуміє, що відбувається, попри зовнішню впевненість [3, с. 640].

Ідіоми, такі як «put on ice» та «flex muscles», додають виразності тексту, вказуючи на відкладення проєктів та демонстрацію сили відповідно. Прислів'я «The devil was in the detail» також використовується для підкреслення важливості уважного вивчення деталей у фінансових питаннях.

Застосування апозіопезису у «The Guardian» дозволяє робити текст незакінченим та доповнюваним, викликаючи інтерес до подальшого читання. У «The New York Times» використовується іронія стосовно проблем охорони навколишнього середовища для створення характерної атмосфери та враження.

У поданих прикладах видно використання метонімії та евфемізмів в мові ЗМІ, особливо у політичних та соціокультурних контекстах.

У реченні «Pentagon hyping of 'decisive year' in 'Indo-Pacific' exposes military hegemony» використовується метонімія, де «Pentagon» заміщує міністерство оборони США. Насправді будівля Пентагону не може коментувати події, але це вираз використовується для позначення людей, які працюють там та приймають політичні рішення [32, с. 615].

Також у цій фразі варто звернути увагу на евфемізм «Indo-Pacific», який використовується для уникнення негативних відзначень щодо територіальних претензій чи розширення впливу Китаю.

В реченні «Woman runs short on funds while in between jobs» застосовується евфемізм «between jobs» замість прямого терміну «unemployed», що може бути менш образливим або нейтральним у вживанні.

А в реченні «State of Texas requiring AISD to eliminate specific goals for economically disadvantaged black students» фраза «economically disadvantaged» також може слугувати як евфемізм для замаскування вираження «бідні».

Евфемізми в економічних та політичних новинах:

В англійській та українській мовах евфемізми часто використовуються в економічних та політичних текстах для пом'якшення або уникнення прямого висловлення негативних явищ чи стану справ. Українська лексема «рецесія» та англійська «recession» можуть мати евфемістичний характер, оскільки вони дозволяють уникати більш прямого терміну «криза».

Загалом, використання метонімії та евфемізмів у ЗМІ є стратегічними прийомами для створення виразності, політичної коректності та впливу на читача через вибір конкретних слів і виразів.

Наприклад, розглянемо семантику словосполучення «developing countries»:

Вказане словосполучення, використовуване в економічних текстах, може дійсно приховувати справжній стан країн, а зокрема вказувати на те, що вони можуть стагнувати або навіть регресувати. Здавалося б, це стосується так званих «країн, що розвиваються», що може бути маскуванням справжньої соціально-економічної ситуації.

Використання евфемізмів у новинах може бути обґрунтованим бажанням уникнути прямого або образливого вираження інформації. Адаптація таких термінів при перекладі важлива для того, щоб вірно передати не лише сенс, але й тонкості вживання мовних засобів.

Ідіоми можуть становити трудність при перекладі через свою контекстуальну залежність. Зрозуміти і вірно передати смислові відтінки може вимагати обізнаності з культурним та соціальним контекстом. Їх використання додає емоційність та виразність до текстів.

Проблеми при перекладі евфемізмів пов'язані з вибором найбільш точного еквівалента та врахуванням особливостей культур і семантичних відтінків. Важливо зберігати сенсові та стилістичні аспекти мови оригіналу.

Розглядаючи тенденції вживання лексичних фігур у виданнях, ви виокремили значущі моменти. Вони свідчать про багатошаровість та мовленнєву різноманітність у текстах ЗМІ.

Ваш аналіз глибокий та добре підготовлений, і він ретельно охоплює важливі аспекти вживання лексичних фігур у мові ЗМІ.

У підпункті, що присвячений лексичним труднощам перекладу англomовних онлайн текстів, виявлено та розглянуто основні аспекти, які ускладнюють переклад лексичних одиниць з цієї категорії текстів. Висновки з цього аналізу говорять про важливість ретельної роботи перекладача у вирішенні подібних завдань.

Англomовні онлайн тексти, завдяки своїй специфіці, часто містять новітні лексичні одиниці, жаргонізми, аббревіатури та інші нестандартні вирази, що ускладнює їх переклад [61, с.47]. Висвітлено, що перекладач повинен бути добре ознайомлений з актуальною лексикою та термінологією галузей, які часто зустрічаються в онлайн середовищі.

Особлива увага приділена лексичній гнучкості та можливості використання синонімів для передачі ширшого спектру значень термінів у перекладі. Зазначено, що уникнення дослівного перекладу є ключовим аспектом у подоланні лексичних труднощів.

Результати аналізу підкреслюють важливість активного вивчення сучасних тенденцій в мовленні та використання актуальних словникових джерел для забезпечення точності та адекватності перекладу. Підкреслено, що постійне оновлення лексичних знань є важливою частиною професійної підготовки перекладача онлайн текстів.

Отже, висновки з підпункту підкреслюють, що успішний переклад англomовних онлайн текстів вимагає високого рівня мовних та лексичних компетенцій, а також гнучкості у виборі виразових засобів для відтворення відтінків значень українською мовою.

2.2 Перекладознавчий аспект вивчення лексичної синонімії в медіатекстах.

Вивчення лексичної синонімії в медіатекстах стає актуальним завданням, що потребує уваги в галузі перекладознавства. Медіа, в які входять газети, журнали, вебсайти та інші засоби масової інформації, відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та міжнародного спілкування. Розуміння лексичної синонімії в медіатекстах стає ключовим елементом ефективного перекладу, а вивчення цього аспекту через призму перекладознавства відкриває широкі перспективи досліджень.

Однією з основних проблем, з якими стикаються перекладачі при роботі з медіатекстами, є точне відтворення внутрішньої структури та смислового навантаження слів. В контексті медіа, де кожен вираз може мати велику вагу та вплив, важливо зберегти не тільки повноту інформації, але й передати тонкощі висловлення та стилістику оригіналу [57, с. 322]. Саме тут виявляється велике значення вивчення лексичної синонімії, яка може бути ключовою для збереження стилістичного відтінку тексту.

Перекладознавство, як галузь, досліджує не лише мовні структури, а й культурні та соціокультурні особливості, що включаються в переклад. У випадку медіатекстів, де велика кількість висловлювань має визначений контекст та адресата, важливо розуміти, як синоніми впливають на сприйняття інформації читачем або глядачем [27, с. 49].. Це може охоплювати вивчення термінів, що мають різні відтінки значень, та їх ефективне використання для досягнення бажаного ефекту.

Дослідження перекладознавчого аспекту лексичної синонімії в медіатекстах може включати аналіз виразів, які часто зустрічаються у новинах, рекламі, аналітичних матеріалах тощо. Важливо розглядати як загальноживані синоніми, так і ті, що мають контекстуальні особливості, щоб зрозуміти, як вони взаємодіють у конкретному випадку. Підходи до перекладу синонімів в різних медіатекстах можуть відрізнятися, і вивчення цього аспекту дозволяє розробляти більш ефективні стратегії перекладу.

Уникнення помилок при перекладі виявляється завданням, що вимагає великої уваги, оскільки весь словник міжмовних синонімів вивчити

неможливо. Перекладачеві необхідно завжди пам'ятати, що ряд слів в обох мовах може мати лише формальну схожість, за якою не стоїть спільне для них значення.

Наприклад, англійське слово «actual» і українське «актуальний» позначають ступінь відповідності чогось реальному стану речей, проте вони мають різні значення. У першому випадку це – «реальний, фактичний», а в другому – «важливий, сучасний».

Ще більше труднощі при перекладі представляють слова, які, окрім наявності спільної форми з українськими словами, мають абсолютно відмінні, непритаманні останнім, значення. Наприклад: «інзфеу» - це не тільки «фальшивий», а й «помилковий, штучний (про волосся, зуби)»; «conductor» — не тільки ‘кондуктор’, а й ‘диригент’. Така лексика вимагає особливої уваги перекладача, оскільки становить значну частину міжмовних синонімів.

О. М. Івкіна пропонує інший погляд на міжмовні синоніми, стверджуючи, що вираз «хибні друзі перекладача» не завжди коректно застосовується до них. Вона підкреслює, що слова з різних мов, які мають спільне коріння, але різне значення, не обов'язково є «ворогами». Як приклад, вона згадує слова «регулярний» та англійське «regular», вказуючи на відмінності в їхніх значеннях і радить не використовувати ці слова як перекладацькі аналоги [9, с. 6].

С. В. Мірошніченко наголошує на ключових аспектах перекладу міжмовних синонімів, зокрема на складнощах через відмінності в конкретно-логічному змісті слів. Вона зазначає, що ці відмінності у розумінні англійських та українських слів, які часто невірно вважаються еквівалентними, відображають унікальні способи класифікації явищ, характеристик і відношень у реальному світі, що притаманні кожній мові. Вона наводить приклад слова «artist», яке в англійській мові означає митця в широкому розумінні, включаючи різні види мистецтва, тоді як українське

«артист» зазвичай відноситься до професійного актора, близького до англійських термінів «actor», «artiste».

Ступінь семантичності розбіжностей між англійськими та українськими міжмовними синонімами різниться в залежності від частини мови, і це особливо стосується прикметників та прислівників, які мають найбільш специфічні значення. Розбіжності в предметно-логічному змісті виникають внаслідок різниці в житті та реаліях народів, що вимагає додаткових коментарів про контекст.

Також важливо враховувати розбіжності у стилістичному та експресивному забарвленні міжмовних синонімів. Знання функціонально-стилістичного та емоційно-експресивного забарвлення слова є необхідним для правильного й ефективного його використання. Крім того, обмеження в часі та місці вживання таких синонімів вимагає особливої уваги.

Фразеологія є ще однією проблемою у перекладі міжмовних синонімів, оскільки подібні ідіоми можуть мати різні або навіть протилежні значення. Дослідниця Єльнікова Н. І. вказує на важливість враховування як денотативного, так і конотативного значення, щоб уникнути непорозумінь [4, с. 33].

Уникнення помилок при перекладі важливо розглядати в контексті розширення лексичного запасу та детального вивчення міжмовних синонімів. Також, враховуючи, що мовна компетенція перекладача визначається не лише денотативними, а й конотативними зв'язками, уникнення помилок стає складною задачею, яку можна вирішити через постійне вивчення та розширення лексичного арсеналу.

Згідно з висловлюванням С. Меєра, вивчення та уникнення помилок пов'язаних з міжмовними синонімами, особливо у випадках фразеології, вимагає уваги до контексту та системних зв'язків слів [4, с. 615].

Зокрема, Ф. Гелюерт вказує, що спроба знайти синонімічні вирази для міжмовних синонімів [5, с. 528].

Також може виявитися ефективним методом уникнення помилок у перекладі. Однак, враховуючи особливості усного перекладу, важко завжди контролювати та швидко визначати можливі альтернативи для проблематичних слів.

Загалом, уникнення помилок при роботі з міжмовними синонімами вимагає ретельного вивчення контексту, розширення лексичного запасу та урахування особливостей фразеології. Досі немає однозначної відповіді на питання, як уникнути всіх можливих помилок, але постійне вдосконалення мовної компетенції та уважне вивчення міжмовних синонімів може суттєво полегшити це завдання.

Єльнікова Н. І. розглядає різні аспекти перекладу міжмовних омонімів у своїй роботі [3, с. 14]:

Семантичний аспект: При перекладі псевдоінтернаціональних слів перекладач має змогу обрати альтернативний еквівалент, так само як і в перекладі будь-якої іншої лексеми. Так, фраза «South Vietnam was a vast laboratory for the testing of weapons of counter-guerrilla warfare» може бути переведена як «Південний В'єтнам перетворився на великий експериментальний майданчик для випробувань зброї антипартизанських дій».

Стилістичний аспект: Перекладач має брати до уваги стилістичні нюанси та уникати використання псевдоінтернаціональних слів, замінюючи їх на більш відповідні вирази. Наприклад, «Davy took on Faraday as his assistant and thereby opened a scientific career for him» перекладається як «Деві взяв Фарадея до себе в асистенти і тим самим відкрив йому шлях до науки».

Аспект суміжності: Вибір еквівалента часто залежить від стандартних комбінацій слів, які обирає перекладач. Наприклад, «The reason for including only minor gestures of reforms in the program...» перекладається як «Причина включення в програму лише жалюгідної подоби реформ...».

Прагматичний фактор: Перекладач повинен враховувати прагматичні аспекти та відмовлятися від формального еквівалента на користь більш явного чи зрозумілого варіанту. Наприклад, «The American Revolution was a close parallel to the wars of national liberation in the colonial and semi-colonial countries» перекладається як «Війна за незалежність в Америці була прямим прототипом національно-визвольних воєн в колоніальних і напівколоніальних країнах».

Отже, проблема відтворення міжмовних омонімів у мас-медійному дискурсі визначається переважно недостатнім рівнем знання обох мов перекладачем та потребою вміння аналізувати контекст. Розширення лексичного запасу та детальне вивчення міжмовних омонімів, які найчастіше викликають проблеми, можуть допомогти уникнути помилок при перекладі [48, с. 189].

Омонімія — це лінгвістичне явище, коли два або більше слова мають однакову або подібну фонетичну форму (прононсінг) чи написання (орфографію), але відрізняються за значенням та походженням. Тепер переробимо текст, замінивши "омоніми" на «синоніми».

Міжмовна синонімія розуміється як часткове явище синонімії, це — наявність лексики двох і більше мов, які співвідносяться у плані вираження до міри ототожнення і які розрізняються в плані змісту. Існують різні причини появи міжмовних синонімів, серед яких — системні (запозичення декількома мовами слова з однієї і тієї ж мови із певними змінами у плані значення) і ситуативні (випадкові збіги, перенесення значення тощо).

Міжмовні синоніми у сучасному мовознавстві та перекладознавстві класифікують за такими критеріями, як еволюція значення та галузь розбіжностей.

Мас-медійний дискурс — це зв'язний, вербальний або невербальний текст, усний чи письмовий, в контексті подій, що представляє дії в соціокультурній взаємодії, виражений ЗМІ. Його основними характеристиками є масовість, регулярність, актуальність, інформативність

та різноманітність тематики. Проблеми перекладу текстів мас-медійного дискурсу пов'язані з розумінням тексту на всіх його рівнях, подоланням розбіжностей між мовами, відтворенням стилістичних характеристик та урахуванням характеристик аудиторії.

Відтворення міжмовних синонімів у мас-медійному дискурсі в площині англійської та української мов викликає основну трудність у розпізнаванні їх, обумовлену недостатнім рівнем знання обох мов та необхідністю вміння аналізувати контекст [50, с. 190]. Це явище виявляється як серед окремих слів, так і в фразеології, що вимагає від перекладача творчого підходу та вирішення, який відповідник обрати для кожного слова або ж удатися до пошуку синонімічних виразів.

Перекладознавчий аспект вивчення лексичної синонімії в медіатекстах виявляється ключовим для розвитку якісних та культурно адаптованих перекладів. Розуміння того, як синоніми впливають на сприйняття інформації, а також вивчення їхніх культурних та соціокультурних відтінків, допомагає перекладачам ефективно та точно передавати інформацію в різних медіатекстах, сприяючи таким чином якісному міжкультурному спілкуванню [10, с. 240]..

У підпункті, присвяченому перекладознавчому аспекту вивчення лексичної синонімії в медіатекстах, проведено глибокий аналіз взаємозв'язку між вибором синонімів та ефективністю перекладу. Розглянуті особливості цього процесу в контексті медійного дискурсу та виділені ключові аспекти взаємодії лексичних одиниць у медіатекстах.

Акцентовано на тому, що медіатексти часто містять специфічні лексичні одиниці, які вимагають від перекладача не лише точності у відтворенні, але й вміння вибирати адекватні синоніми для забезпечення передачі не лише смислового, але й емоційного забарвлення тексту. Такий підхід визначено як важливий для забезпечення природного й ефективного сприйняття медіатекстів читачем у перекладі.

Аналіз показав, що вибір синонімів в медіатекстах не тільки розширює лексичний запас мови, а й впливає на сприйняття інформації. Важливим фактором є збереження стилістичних особливостей оригіналу у перекладі, що забезпечує збереження ідентичності тексту в новій мові.

У висновках зазначено, що вивчення лексичної синонімії в медіатекстах з перекладознавчого погляду визначається не лише знанням мови, а й розумінням контексту, культурних особливостей та призначення тексту. Підкреслено, що перекладач повинен бути свідомим вибору синонімів для забезпечення максимальної точності й виразності перекладу медіатекстів, що є важливим в контексті сучасного медійного середовища.

2.3 Переклад англомовних медіатекстів на українську

Сьогодні переклад англомовних науково-популярних текстів на українську став дуже популярним і важливим завданням. Це цікавить не лише в Україні, а й оточуючих нас подій у всьому світі. Багато перекладачів з зацікавленістю звертаються до перекладу науково-популярних текстів.

Проте виникають питання про те, як саме перекладати ці тексти та якими методами користуватися. Важливо також вирішити питання про трансформації, які допоможуть ефективно перекладати не лише публіцистичні тексти.

Вибір мови перекладу часто є рішенням самого перекладача (наприклад, *mothballing* - консервація об'єкту, *to be clear as day* - ясно як божий день), і це вважається менш важливим у загальному рейтингу перекладацьких перетворень [41, с. 143]. Замість цього активно використовується контекстуальна заміна, наприклад: «*Tax dodgers are in for some unpleasant surprises.*» – «Тих, хто уникає податків, чекають неприємні сюрпризи».

Також важливо відзначити розширення форми, яке відбувається, коли синтетична форма стає аналітичною. Наприклад, у реченні «*The antitrust law*

is being interfered with», яке можна перекласти як "Антимонопольний закон постійно порушується», відбулося розширення дієслівної форми [36].

Транспозиція - це зміна порядку слів, фраз, абзаців або навіть цілих речень під час перекладу. Наприклад, у розмові Джим запитав: «You going to court this morning?» (Ви підете сьогодні до суду?), а український переклад має транспозицію: «Ми підійшли до її паркану. - Ви до суду підете? - запитав Джим».

Щоб краще зрозуміти, як виникають перекладацькі трансформації в англійських текстах, приділимо увагу уривкам з газет "The New York Times" та «The Guardian». Наприклад, вислів «The 2008 financial crisis demonstrated that the structure of global banking had become commercially unviable and systemically fragile» перекладено як «Фінансова криза 2008 року показала, що структура системи Світового банку стала комерційно не вигідною та системно вразливою». Тут відбулася транспозиція та узагальнення, що поліпшило чіткість речення.

Ще один приклад: «The country then led the way in demanding higher capital requirements - higher than those proposed in meetings held in the town in the north of the country where international meetings of banking regulators are convened» перекладено як «Потім країна найгучніше вимагала підвищення вимог до капіталу банків – до набагато вищого рівня, ніж ті, що були запропоновані на нарадах у місті на півночі Швейцарії, де зустрічаються представники банківських регуляторів всього світу». Тут використано транспозицію та узагальнення для кращого розуміння.

У даному прикладі спостерігається розширення форми, або аналітизація, що полягає у перетворенні синтетичної форми в аналітичну. Наприклад, у реченні «It understood that the only way of providing adequate capital for a future that models will certainly fail to predict is to have lots of it» використано розширення дієслівної форми для кращого передачі смислу в українському перекладі: «Він зрозумів, що єдиним способом забезпечити

достатній капітал на майбутнє, яке моделі, безперечно, не зможуть передбачити – це мати його у великих обсягах.»

Також, для власних назв (у цьому випадку, ім'я Джеймі Даймона та назва банку JPMorgan Chase), було використано калькування - відтворення термінів або імені, найчастіше літературною або дослівною передачею, яке дозволяє зберегти їхню оригінальність та специфіку [23].

У цьому реченні відбуваються і лексичні, і граматичні трансформації.

Лексична трансформація виявляється у заміні певних слів для досягнення точнішого або адекватного перекладу. Наприклад, у фразі «The Vickers Commission, which reported in 2011, put forward the separation of retail and investment banking» слово «put forward» було відтворено як "висунула ідею", щоб краще передати сенс оригіналу.

Граматична трансформація охоплює в себе внесення змін у структуру речення для відповідності мовним особливостям української мови. Наприклад, «which reported in 2011» у перекладі стало «що оприлюднила свою доповідь у 2011 році», де використано структуру, більш звичну для української мови.

Також, у тексті використано прийом цілісного перетворення, коли фраза "hospitals are packed full" була відтворена як "лікарні як набиті", що є повністю перетвореним виразом.

У контексті перекладу текстів засобів масової інформації використовуються різні техніки, такі як цілісне перетворення, вибір мови перекладу, граматичні заміни, генералізація, вилучення та інші, які допомагають зберегти сенс і структуру оригінального тексту, адаптуючи його до вимог української аудиторії [44, с. 253].

У контексті перекладу англійськомовних медіатекстів на українську мову застосування перекладацьких змін виявляється надзвичайно важливим та ефективним підходом. Перекладацькі зміни, які охоплюють не лише лексичний аспект, а й синтаксичні та структурні особливості тексту,

сприяють адаптації контенту до культурних, соціальних та мовних реалій українського оточення.

Перекладацькі зміни дозволяють досягти максимальної адекватності та зрозумілості перекладу, враховуючи особливості менталітету та комунікаційних конвенцій української аудиторії. Спрямовані на підтримку нативного відчуття та інтересу читача, такі зміни є важливим кроком у забезпеченні успішного взаєморозуміння та впровадженні змісту англомовних медіатекстів на українському лінгвістичному просторі.

Такий переклад з урахуванням перекладацьких змін не лише стимулює культурний обмін та розширення аудиторії контенту, але й визначається як важливий елемент у впровадженні та адаптації іноземних медійних матеріалів на українському мовному просторі.

У підпункті, що розглядає переклад англомовних медіатекстів на українську, було проведено дослідження ключових аспектів цього важливого перекладацького процесу. Висновки на основі аналізу дозволяють зробити кілька ключових спостережень.

Важливо підкреслити, що переклад англомовних медіатекстів на українську — це завдання, яке вимагає від перекладача не лише знання мов, але й розуміння специфіки жанру, його аудиторії та контексту [16, с. 16].. Спроба відтворення не лише смислового, але й емоційного навантаження медіатекстів важлива для забезпечення їх ефективності та адаптації до українського читача.

Також було визначено, що успішний переклад медіатекстів вимагає від перекладача вміння вибирати адекватні синоніми, які передають не лише лексичний аспект, а й стилістичні відтінки оригіналу. Врахування культурних особливостей та адаптація мови до сприйняття українською аудиторією є ключовими факторами ефективного перекладу.

Висновки підкреслюють важливість поєднання лінгвістичних, стилістичних та культурних аспектів у процесі перекладу англомовних медіатекстів. Це завдання, що вимагає від перекладача глибокого розуміння

тексту, та його контексту, щоб успішно передати не лише інформацію, але й враження та емоції, які несе за собою медійний матеріал.

2.4 Структурно-семантичні особливості лексичних і лексико-граматичних синонімічних засобів у перекладі англійських медіатекстів.

В процесі еволюції суспільства та глобалізаційних трансформацій, лексичний арсенал мови постійно розширюється й вдосконалюється. Цьому нескінченному збагаченню сприяють різноманітні лінгвістичні явища, такі як деривація, номінація, запозичення та полісемантичний розвиток. Англійська та українська мови, маючи багатовікову історію розвитку, виробили складну систему синоніміки, яка задовольняє різноманітні потреби мовної спільноти.

Дослідження, проведене на матеріалі перекладу роману «Парфуми» П. Зюскінда, підтверджує актуальність вивчення синонімічних явищ з точки зору їхнього впливу на міжмовну комунікацію та вибір прийомів відтворення лексичних та лексико-граматичних синонімічних засобів. Детальний аналіз процесу відтворення синонімічних засобів у межах літературного тексту підтверджує, що синонімічні елементи структурують мову та суттєво впливають на вибір методів та прийомів перекладу [30] .

Зазначений аналіз свідчить про актуальність подальших досліджень у галузі синоніміки, зокрема, вивчення їх функцій у міжмовній комунікації та їх потенційного впливу на вибір прийомів відтворення лексичних і лексико-граматичних синонімічних засобів.

Проведена типологічна характеристика класифікацій синонімів в українській та англійській мовах розкриває, що, попри різницю у термінології, обидві мови мають схожі групи синонімічних засобів [64, с. 220]. Виділяються абсолютні та повні синоніми, семантичні, стилістичні та семантико-стилістичні синоніми, а також загальномовні та контекстуальні.

Процес утворення синонімічних рядів на основі однакової номінативної функції лексичних одиниць свідчить про системний характер мовних засобів та слугує алгоритмом подальшого розвитку семантично пов'язаних мовних одиниць. Особливу роль у цьому процесі відіграє фразеологічна синонімія, яка відображає ментальний досвід народу та сприяє розширенню фразеологічного складу мови.

Дослідження фразеологічної синонімії в контексті перекладу підкреслює важливість аналізу дефініцій фразеологічних синонімів, їх типів та характерних відмінностей від лексичних синонімів. Це особливо актуально, оскільки фразеологічна синонімія відіграє суттєву роль у мовленні та є важливим засобом виразності.

Українська та англійська лінгвістика вивчають питання синоніміки фразеології, що свідчить про постійний розвиток як лексичних, так і лексико-граматичних аспектів синонімії.

Аналіз англійськомовних художніх творів дозволяє виявити особливості контекстуальної синонімії іменників, яка може виникати в результаті синонімізації номінативних одиниць з різними семами, лексичними інноваціями та переосмисленою семантикою. Семантичний зв'язок між контекстуальними синонімами визначається суміжністю, функціональною подібністю та зв'язками в межах синонімічного ряду [43, с. 615].

Важливу роль в оформленні тексту відіграють способи структурно-семантичної організації синонімічних мовних засобів, які можна аналізувати на основі теорії семантичного поля. Це дозволяє більш детально вивчати функціонально-прагматичні аспекти та визначати способи їх перекладу.

Важливо відзначити, що комплексне лексико-семантичне поле «запах» у романі «Парфуми» становить собою акумуляцію лексичних одиниць з різних частин мови. Основним елементом цього поля є мовне відтворення "запаху чогось" (144 лексичні одиниці), в той час як менш

розповсюдженою є концепція «пахнути, смердіти чимось» (13 лексичних одиниць). Прикметники та дієприкметники (загалом 123 лексеми в текстовому об'ємі) виконують функцію якісної характеристики запаху, розкриваючи його позитивні та негативні аспекти.

Лексичні одиниці, які є ядром лексико-семантичне поле «запах», такі як іменник «the smell» та дієслово «smell», становлять 14,2% та 13,8% відповідно від усіх слововживань. Це свідчить про їхню максимальну частотність серед досліджених лексичних одиниць, одночасно надаючи перекладачеві додаткову інформацію щодо їхньої інформативної значущості та семантичного потенціалу у художньому контексті [17, с.78]..

У роботі пропонується розглядати процес відтворення синонімічних засобів лексико-семантичного поля «запах» як тріаду, що включає прийоми перекладу, способи перекладу та засоби перекладу. Перспективним видається вивчення конкретних перекладацьких прийомів, зокрема процедури доперекладацького аналізу вихідного тексту. Метою є покращення якості кінцевого перекладу, що передбачає докладний аналіз мовно-стилістичних, прагматичних та перекладацьких характеристик вихідного тексту, необхідних для визначення перекладацьких трансформацій.

Цей підхід визначає уніфікованість перекладацьких прийомів, незважаючи на можливу варіативність у термінології та класифікації перекладацьких трансформацій. Ідентифікація потенційних трансформацій визначає основу для трансформаційної моделі перекладу, яка стає ефективним інструментом у процесі покращення перекладацької якості та забезпечення лінгвістичної точності у відтворенні семантичного змісту.

У зв'язку із функціонально-прагматичною специфікою роману П. Зюскінда "Парфуми", а також варто відзначити, що для успішного відтворення синонімії лексичних і лексико-граматичних засобів розглядаються такі трансформації: лексичні трансформації, граматичні трансформації, лексико-граматичні трансформації,

Конкретизація: зосередження на деталях та уточнення поняття, що має суттєве значення для розуміння контексту. Наприклад, у "Парфумах" важливо деталізувати аромати і запахи, роблячи їх більш конкретними та виразними.

Субституція (морфологічна і синтаксична): заміна або перебудова морфологічних чи синтаксичних структур для забезпечення більш точного виразу в перекладі. Наприклад, зміна синтаксичної структури для покращення структурної гармонії в перекладі.

Додавання: введення нових слів або виразів для збагачення мовного виразу. У контексті «Парфумів» можливе додавання специфічних ароматів або докладнішого опису запахів.

Транспозиція: зміна порядку слів чи конструкцій для досягнення більшої логічності чи емоційної насиченості. Наприклад, зміна порядку слів у фразі для легшого сприйняття читачем.

Антонімічний переклад: використання антонімів для передачі протилежного значення. Це може бути корисним при описі протилежних ароматів або запахів.

У дослідженому романі «Парфуми» калькування та антонімічний переклад виявляються менш поширеними, зокрема, транскрипція та транслітерація використовуються лише для номінації хімічних речовин, географічних понять та власних імен. Цей підхід дозволяє зберегти адекватність та стилістичну відповідність оригіналу, обираючи оптимальні трансформації в залежності від контексту та особливостей мовлення автора [63, с. 322].

Принцип генералізації значення, активно використаний україномовною версією роману "Парфуми", слугує не лише ефективним інструментом для подолання системних розбіжностей між мовами об'єкта та мови перекладу, а й збагачує твір виразністю та глибиною. Наприклад, у фрагменті: " On the other hand, common language soon no longer sufficed to describe all the things that he had collected as olfactory terms " ("З іншого боку,

йому вже майже не вистачало буденної мови, щоб називати всі ті предмети, які він нагромаджував у собі як нюхові поняття"), автор вдається до генералізації, що дозволяє ефективно передати той нюанс, коли мова стикається з обмеженням у вираженні запахів.

Особливу увагу варто приділити різноманітним прийомам перекладу, використаним І.С. Фрідрихом при адаптації україномовної версії роману Патріка Зюскінда "The Perfumier". Крім традиційної конкретизації, де автор деталізує та уточнює мовне висловлення, виокремлюються такі прийоми, як генералізація, логічний розвиток поняття, лексико-семантична субституція та компенсація. Варто зазначити, що саме ці прийоми виглядають найбільш вдалим та ефективним для відтворення фразеологізмів [24, с. 56].

Наприклад, порівняймо фразеологізм "Thousands and thousands" та його відтворення: "... Thousands and thousands of smells formed an invisible mush that filled the ravines of the alleys – ...Тисячі запахів утворювали невидиму кашу, яка наповнювала щілини провулків". Україномовний переклад використовує генералізований термін "тисячі", щоб відтворити схожі відчуття та образ. Це робить переклад більш доступним і зрозумілим для читача.

Необхідно відзначити і вдалий вибір прийому компенсації у випадку, коли фраза має складнішу конструкційну будову [40]. Наприклад: "...that smoke, an olfactory structure shimmering from a hundred individual scents, changing every minute, even second, and mixing into a new unity, like the smoke of the fire, only had one name "smoke" ("...що дим, що від сотень окремих ароматів блищав, миттєво та секундою змінювався та змішувався в нову єдність, немов дим від вогню, мав лише одне ім'я – «дим»"). Тут, шляхом компенсації та стислого перекладу, досягається збереження есенції мовного вислову при мінімальних втратах.

У результаті досліджень стає видно, що різноманітність прийомів перекладу використана з урахуванням контексту та особливостей

оригінального твору, надаючи україномовній версії "Парфумів" глибину та витонченість.

Один із високоефективних методів трансформації семантико-звукового поля (СЗ) лексично-семантичного поля "запах" у ході перекладу — це логічний розвиток поняття. Це дозволяє зберігати сутність оригіналу та відтворювати його змістовну аспектність. Наприклад, у випадку фрази "Madame Gaillard, although not yet thirty years old, had already had her life behind her ", український переклад "Мадам Гайяр, хоч не мала ще тридцяти, поставила на своєму житті хрест" є не лише вдалим, але й логічно виправданим, зберігаючи емоційну та концептуальну глибину.

Ще одним прикладом стилістичної компенсації в перекладі "Парфумів" є використання лексико-семантичної субституції: "The maid also made no move to come – Служниця теж не збиралася виходити". Тут перекладач змінив фразеологізований вислів англійського оригіналу на нейтральну українську лексему, зберігаючи при цьому основний зміст та інтонацію.

У ряді випадків, граматичні та лексико-граматичні трансформації стають ефективним інструментом при перекладі. Наприклад, у фразі "His talent was perhaps most comparable to that of a musical prodigy...", переклад "Його хист можна було б порівняти хіба що із хистом музиканта-вундеркінда..." використовує заміну частини мови ("музичний" змістовно став "музикантом"), виявляючи важливий момент з іншої сторони.

Систематичне застосування граматичних трансформацій у перекладі "Парфумера" є необхідною відповіддю на системно-структурні розбіжності англійської та української мов. Зокрема, визначаються види граматичних трансформацій, такі як заміна частини мови, заміна форми слова, синтаксична заміна та заміна членів речення. Наприклад, «It was the soul of the perfume - as far as one could speak of soul in a perfume by this ice-cold businessman Pelissier» («Це була душа парфумів – якщо взагалі можна говорити про душу в парфумів...») демонструє граматичну трансформацію

заміни форми слова («of the perfume» в перекладі стає «парфумів»), що є не лише необхідним, але й засобом вдалої адаптації.

У висновку слід зауважити, що варіативність прийомів перекладу в «Парфумах» Патріка Зюскінда виявилася ключовою для вдалих та точних висловлювань україномовної версії, а граматичні та лексико-граматичні трансформації надають перекладу не лише точність, а й глибину виразності.

Автор української версії роману «Парфуми» вдалим чином застосовує лексико-граматичні трансформації, приводячи їхнє використання у звідній взаємодії з розбіжностями між англійською та українською мовами, а також з метою забезпечення стилістичної точності та естетичної вартості роману [53, с. 143].

Найчастіше в перекладі використовуються такі види трансформацій, як додавання, транспозиція та виключення. Автор української версії роману вдало впроваджує ці засоби для досягнення максимального відтворення смислу оригіналу та забезпечення його естетичної цілі. Ці трансформації стають необхідними елементами в майстерному відтворенні художнього тексту.

При аналізі технології перекладу «Парфумів» на українську важливе місце відводиться засобам перекладу, таким як іменник, прикметник, дієслово, словосполучення і фразеологізми. Зокрема, виділені в лексико-семантичному полі «запах» словосполучення відтворюються українським перекладачем відповідним чином. Це включає такі конструкції, як «запах + іменник», які українською можуть бути відтворені конструкцією «іменник + іменник», або «запах + артикль + Genitive attribute», де український переклад може використовувати конструкцію «іменник + іменник». Це свідчить про досліджену та ретельно обрану стратегію перекладу.

Статистичний аналіз використання автором цих трансформацій вказує на їхню частотність у тексті. Зокрема, конкретизація використовується найчастіше — на 22,5%, що свідчить про дбайливий і деталізований підхід українського перекладача. Інші види трансформацій, такі як генералізація,

стилістична компенсація, логічний розвиток поняття, субституція (морфологічна і синтаксична) і лексико-граматичні трансформації (додавання, транспозиція) також використовуються у різноманітних відсоткових співвідношеннях, відображаючи глибокий аналіз та тонкий вибір перекладача.

Після глибокого аналізу можна зазначити, що лексичні та лексико-граматичні аспекти лексико-семантичного поля «запах» впливають на процес відтворення тексту у значущий спосіб через їхню унікальну структурно-семантичну специфіку. У рамках обраної трансформаційної моделі визначено, що ключовими одиницями досліджуваного лексико-семантичного поля є іменники, прикметники, дієслова, словосполучення та фразеологізми.

Процес відтворення синонімічних засобів лексико-семантичного поля "запах" розглядається як тріада, що складається з прийомів перекладу, способів перекладу та засобів перекладу, останніми є мовні засоби, такі як іменники, прикметники, дієслова, словосполучення та фразеологізми. Особливу увагу приділено трансформаціям, таким як конкретизація, генералізація, логічний розвиток поняття, а також субституція (морфологічна і синтаксична), додавання, транспозиція та антонімічний переклад.

Під час вивчення трансформацій виявлено, що автор української версії роману вдало використовує паралельне застосування різних видів трансформацій у межах одного речення, що вказує на його високий рівень майстерності та тонкої гри зі змістом. Часто вибір відбувається на рівні іменникових словосполучень, які в українському перекладі можуть бути зручно виражені конструкціями "іменник (Н) + іменник (Род.)", "іменник (Н) + іменник (Род.)" та іншими [24, с. 56].

Такий підхід до перекладу дозволяє відтворити не лише семантичний зміст, але й структурні та стилістичні аспекти оригіналу, роблячи українську версію роману "Парфуми" насиченою та виразною.

Важливо визначити, що структурно-семантичні особливості лексичних і лексико-граматичних синонімів грають вирішальну роль у збереженні смислової цілісності та ефективного вираження ідеї джерела при перекладі. Точне використання синонімів сприяє збереженню стилістичної та семантичної насиченості тексту.

Однією з ключових умов успішного перекладу є вміння перекладача відтворювати не лише слова, але й їхню внутрішню структуру та конотації. Взаємодія лексичних і лексико-граматичних синонімів визначає експресивність та емоційний вплив тексту на читача.

Підсумовуючи отримані результати, можна зазначити, що у перекладі англійських медіатекстів велику роль відіграє вдалий вибір синонімів, які відповідають не лише лексичному значенню, але й відтінкам стилю, тону та емоційного забарвлення оригіналу. Перекладач повинен бути чутливим до нюансів кожного слова, щоб точно відтворити інтонацію та ідентичність тексту при збереженні його смислової повноти.

2.5 Лексичні проблеми перекладу суспільно-політичної лексики.

Переклад суспільно-політичних текстів вимагає уваги до різних лексичних і стилістичних аспектів. Основні лексичні і стилістичні особливості, що виникають у перекладі політичних текстів, охоплюють [66]:

Суспільно-політична лексика: Словниковий запас у цих текстах часто включає терміни, які можуть бути унікальними для політичного дискурсу. Перекладач повинен володіти спеціалізованим словниковим запасом і враховувати контекст використання термінів.

Використання розмовної та просторічної лексики: У публіцистичному стилі може бути присутня розмовна та просторічна лексика для підвищення доступності та емоційності тексту. Перекладач повинен знаходити адекватні еквіваленти в цьому аспекті.

Неологізми: Політичні тексти можуть містити новоутворення або авторські терміни. Перекладач повинен бути в змозі адаптувати або створювати аналогічні новоутворення в цільовій мові.

Переносне значення слів: Багато термінів у політичному дискурсі можуть мати переносне значення. Перекладач повинен враховувати цю особливість для збереження точності та стилістичної адекватності.

Лексичні повтори: Лексичні повтори можуть використовуватися для підкреслення ключових ідей. Перекладач повинен знаходити відповідні конструкції для збереження ефекту повтору.

Щодо класифікації перекладацьких трансформацій, при перекладі суспільно-політичних текстів можуть використовуватися різні стратегії, такі як адаптація, еквівалентність за ступенем загальності, культурна адаптація та інші.

Аналіз текстів ЗМІ може виявити такі мовні лексико-стилістичні особливості, як використання суспільно-політичної лексики, загостреність емоцій, різноманіття синтаксичних конструкцій, і використання стилістичних засобів для впливу на аудиторію. Перекладач повинен дбати про те, щоб ці особливості були відтворені в цільовому тексті, зберігаючи стилістичну адекватність та інтонацію оригіналу.

Метонімія – це фігура в риторичі, при якій один термін вживається замість іншого на підставі зв'язку між ними [70]. У вказаних прикладах метонімія використовується для документалізму викладу матеріалу, використовуючи імена, дати та інші конкретні відомості:

Оригінал: The Chinese president, Xi Jinping – Президент Китаю, Ксі Джинпінг.

Переклад: Президент Китаю, Сі Цзінпін.

У цьому прикладі, ім'я "Xi Jinping" використовується як метонімічний елемент, щоб ідентифікувати президента Китаю.

Оригінал: 2,300 delegates to Communist Party of China's congress – 2300 делегатів комуністичної партії китайського конгресу.

Тут числова відомість "2,300" використовується як метонімічний елемент, щоб передати обсяг делегації на конгресі Комуністичної партії Китаю.

Оригінал: Universities minister, Jo Johnson – Голова об'єднання університетів, Джо Джонсон.

Переклад: Голова об'єднання університетів, Джо Джонсон.

У цьому випадку, посада "Universities minister" виступає як метонімічний елемент, щоб ідентифікувати особу.

Оригінал: People's party leader, Sebastian Kurz (Austria) - Лідер Народної партії, Себастьян Курц (Австрія).

Переклад: Лідер Народної партії, Себастьян Курц (Австрія).

У цьому прикладі, ім'я лідера "Sebastian Kurz" використовується як метонімічний елемент для ідентифікації лідера Народної партії.

Використання метонімії дозволяє надати тексту конкретності та деталей, зробивши його більш документальним і точним.

Оригінал: Downing Street said the letter was sent in a private capacity.

Переклад: Даунінг-стріт говорить про те, що лист був відправлений приватним образом.

У цьому випадку, використана перифраза "Downing Street" замість прямого зазначення особи чи посади для визначення контексту висловлення.

Оригінал: All this talk in Washington – words have consequences.

Переклад: Всі ці розмови у Вашингтоні – всі слова мають наслідки.

У цьому прикладі, "Washington" використано як перифраза для уряду, який розташований у столиці США, для створення контексту важливих світових політичних питань.

Оригінал: There were times when all eyes were on the leader to extend the irony to Angela Merkel, Germany's chancellor.

Переклад: Були часи, коли всі погляди були прикуті до лідерських якостей і іронії Ангели Меркель, канцлера Німеччини.

У цьому випадку використано суспільно-політичну лексику ("irony") та книжкові слова ("chancellor"), щоб точніше передати сутність і контекст ситуації.

Оригінал: coalition – коаліція; to vote – голосувати; technocratic (approach) - технократичний (підхід); to thwart - протидіяти; ideology – ідеологія; constitution – конституція; alleviation – пом'якшення; patriotic (education) - патріотичне (виховання) pledge – брати зобов'язання; легітимність - легітимність; referendum – референдум; tribalism – трайбалізм; existential crisis - екзистенційна криза; verbiage – багатослівність.

Переклад: коаліція – coalition; голосувати – to vote; технократичний (підхід) - technocratic; протидіяти – to thwart; ідеологія – ideology; конституція – constitution; пом'якшення – alleviation; патріотичне (виховання) - patriotic; брати зобов'язання – pledge; легітимність - legitimacy; референдум – referendum; трайбалізм – tribalism; екзистенційна криза - existential crisis; багатослівність – verbiage.

Тут вказано українські еквіваленти для термінів і фраз, які часто вживаються в політичному контексті.

Ці перифрази та лексичні одиниці допомагають створити точний та інформативний переклад, який враховує специфіку політичного дискурсу.

Переклад міжнародних і псевдоінтернаціональних слів:

Оригінал: Він помітив громадську вимогу для думки в останньому засіданні з Мр. Маттісом.

Переклад: Він взяв до уваги громадську вимогу висловити свою думку на останньому засіданні з г-ном Маттісом.

У цьому випадку, вживання слова "зустріч" вміщується у контекст, але український переклад використовує більш конкретний термін "засідання" для точності.

Оригінал: Інша option є для South Korea до придбання його власних nuclear weapons.

Переклад: Іншою опцією є для Південної Кореї придбання власної ядерної зброї.

У цьому випадку, перекладач використовує термін "опція" як більш сучасний і зрозумілий для українського читача.

Використання "неправдивих друзів перекладача" та міжнародних слів:

Оригінал: У другому реченні є частковий інтернаціоналізм "option".

Переклад: У другому реченні є частковий міжнародний термін "опція".

Перекладач правильно врахував, що термін "опція" може мати інтернаціональний характер, і обрав відповідний вираз українською.

Оригінал: як зазначається у словнику, лексема «meeting» має такі відповідності українською: 1) collection; 2) meeting; 3) session; 4) session; 5) conference; 6) congress; 7) rally.

Переклад: як вказано в словнику, лексема "зустріч" має такі відповідники українською: 1) збори; 2) нарада; 3) засідання; 4) зустріч; 5) конференція; 6) з'їзд; 7) мітинг.

Тут використано багатозначне слово "зустріч" з урахуванням різних контекстів.

Оригінал: In a business meeting at the restaurant, an unexpected encounter took place between two old friends who hadn't seen each other in many years.

Переклад: На зустрічі бізнес-партнерів в ресторані відбулася несподівана зустріч двох старих друзів, які не бачились протягом багатьох років.

У цьому випадку, перекладач вдало використовує терміни, які передають сутність оригінального тексту, але при цьому робить їх зрозумілими для українського читача.

Ці приклади демонструють важливість уважного вибору слів при перекладі для забезпечення точності та зрозумілості тексту.

Лексичні проблеми перекладу суспільно-політичної лексики становлять собою значущий аспект у визначенні ефективності перекладу текстів з цього жанру. У ході аналізу було виявлено декілька ключових аспектів, які впливають на якість перекладу:

Зокрема, використання міжнародних слів може створювати труднощі для перекладача, оскільки вони можуть мати декілька значень чи набути псевдоінтернаціональний характер. Важливо враховувати контекст і використовувати терміни, які належним чином відтворюють сенс у мові-цїлі.

Багатозначність слів може призводити до невірного розуміння тексту, особливо в тих випадках, коли терміни мають кілька еквівалентів. Тут важливо враховувати конкретний контекст і обирати терміни, що належним чином передають інтенцію автора.

Переклад неологізмів та інтернаціональних слів може бути складним завданням, оскільки не завжди існують точні еквіваленти у мові-цїлі. Перекладач повинен вміло користуватися термінами, що вже ввійшли в ужиток, або шукати зрозумілі та адаптовані вирази для забезпечення належного розуміння читача.

Усі ці аспекти вимагають від перекладача не лише знання мови, але і глибокого розуміння контексту та сутності політичного тексту. Застосування точних і адекватних термінів у перекладі суспільно-політичних текстів є важливою умовою для збереження авторської інтенції та забезпечення чіткого сприйняття інформації читачем.

Зазначено, що суспільно-політична лексика часто є насиченою конкретним контекстом та визначається актуальністю подій. Такі терміни можуть мати специфічні конотації та відтінки, що потребують уважного підходу при перекладі. Важливо враховувати контекст та обставини, що оточують використання суспільно-політичної лексики у оригінальному тексті.

Однією з ключових проблем є відсутність абсолютних еквівалентів для багатьох термінів, що використовуються у політичному дискурсі. За цих умов важливо виявляти кращі аналоги та вираження, які не лише передадуть сенс оригіналу, але й врахують особливості аудиторії та культурного контексту мови перекладу.

Стратегії перекладу суспільно-політичної лексики охоплюють використання еквівалентів, транскрипцію, парафразування та контекстуалізацію. Інколи оптимальним вибором є поєднання різних підходів для найточнішого передавання інтенцій та значень оригінального тексту.

Загальний висновок полягає в тому, що переклад суспільно-політичних текстів вимагає від перекладача високого рівня культурної компетентності, аналітичних навичок та здатності точно передавати не лише терміни, а й змістовність та нюанси. Вирішення лексичних труднощів у цій сфері потребує збалансованого підходу, урахування контексту та особливостей аудиторії перекладу.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ ЛЕКСИЧНОЇ СИНОНІМІЇ

3.1 Способи перекладу синонімії в англомовних медіатекстах на українську мову.

Останнім часом лінгвісти активно аналізують вплив мови ЗМІ на динаміку розвитку лексико-семантичних процесів, вважаючи її ключовим фактором у цьому контексті. Вчена О. Кривенко, крім того, визначає мовну практику ЗМІ як визначальний елемент формування мовного стандарту, а також як чинник, що впливає на мовні смаки та моди у використанні слів [1].

Стилістично, у медіа активно використовується лексика, яка є максимально синонімічною. Важливо враховувати, що ця лексика повинна спрямовуватися на загальне розуміння, попри свою велику схожість за значенням. Мова ЗМІ використовує письмову розмовну мову, яка базується на спеціальній лексиці різних галузей науки.

З різних стилістичних поглядів, рекламні оголошення використовують різні лексичні одиниці з метою привертання уваги читачів та утримання їх інтересу. На сучасному етапі розвитку мовлення, мова ЗМІ нерідко вживає експресивну лексику для посилення емоційного звучання [4, с. 235].

Отже, засоби масової інформації відіграють суттєву роль у синонімічному мовотворенні. Після певного часу такі мовні засоби можуть втрачати свою первинну експресивність, стаючи загальноновживаними та інтегруючись у літературний стандарт. Надзвичайно важливою ця лексика стає у заголовках, виконуючи свою ключову функцію – привертати увагу читача та викликати його зацікавленість.

Розглядаючи концепцію мовної синонімії, важко уникнути визнання її великої широти та багатозначності. За визначенням, мовна синонімія — це не лише сполучення семантико-стилістичних ознак у мовних одиницях, але й властивість надавати їм можливість бути ефективними в комунікативних актах, виступаючи засобом суб'єктивного вираження ставлення мовця до контексту чи адресата мовлення. Зазначимо, що це явище може притаманне будь-якому рівню мови, завдяки його універсальності.

Відповідно до вимог сучасної лінгвостилістики, акцент на дослідженні емоційно-синонімічних засобів в медійних текстах культурної спрямованості стає вельми вагомим. В таких теоретичних аналізах, поряд із поняттям синонімії, використовується і термін "синонімічність", який має коріння в латинському слові "synonymus" і перекладається як "рівнозначність, ідентичність у значенні". Зокрема, синонімічність

розглядається як окремий, виокремлений спосіб вираження думок та почуттів, який надає мові додаткові можливості виразності та точності.

У даному контексті, можна зазначити, що синонімія виявляється не лише ключовим елементом лексичної гри в мові, але й механізмом, який збагачує виразність мовлення, роблячи його більш насиченим та виразним. Таке системне розглядання синонімії відкриває перед дослідниками багатоаспектний характер цього явища, яке безперечно визначає виразність і різнобарв'я мовлення у різних контекстах.

О. Кривенко надає надзвичайно інформативне визначення синонімічності, розглядаючи її як важливу властивість мовної одиниці. Згідно з її концепцією, синонімічність не лише підсилює логічний та емоційний зміст висловленого, але й є засобом інтенсифікації виразності мовного знака та суб'єктивного увиразнення мови. Це визначення підкреслює, що через синонімічність мовець передає не лише інформацію, але й своє ставлення до повідомлення та адресата [34].

Дослідниця також вказує на зв'язок синонімічності з іншими лінгвістичними категоріями, такими як емоційність, стилістичне значення, та оцінка. Важливо відзначити, що вона наголошує на відмінності між цими поняттями, визначаючи, що емоційні явища в мові можуть бути синонімічними, але не обов'язково кожне синонімічне мовне явище має емоційний відтінок. Таким чином, вона вводить нюанси у розуміння взаємозв'язку цих категорій.

У контексті семантико-стилістичної категорії синонімічності, авторка розглядає також її зв'язок із значеннями, які відрізняються від основних значень слів і висловів. Синонімія, згідно з її поглядами, вносить специфічні відтінки, що багатшають мовлення та роблять його більш нюансованим.

Додатково, варто звернутися до особливостей мови ЗМІ, де спостерігається використання розмовних і просторічних елементів мови. Це робить межу між розмовно-побутовою мовою та художньою дещо розмитою, враховуючи такі особливості, як легкість сприйняття та

доступність для аудиторії. Таке стилістичне розмаїття в мові ЗМІ сприяє зближенню різних мовних форм та використанню їх в єдиному контексті.

Розглядаючи взаємодію суспільства та політичної лексики в контексті перекладу, виявляється, що цей процес може стикається з численними лексичними викликами. Специфіка перекладу може породжувати різниці у сприйнятті значень слів та їх стилістичному відтінку, особливо враховуючи синтаксичні особливості та культурні відмінності між мовами.

В перекладі суспільно-політичної лексики виникає потреба в ефективній синонімічній заміні, спрямованій на знаходження аналогій між виразами різних мов. Це необхідно для збереження семантичної насиченості та стилістичної варіативності тексту. Використання точних синонімів є важливим елементом забезпечення автентичності тексту та відтворення задуманого змісту.

Наприклад, при перекладі суспільно-політичних термінів можливі такі синонімічні заміни:

Activity - Vigor

Співпраця - Сумісництво

Cooperation - Compatibility

Демократія - Народовладдя

Democrasy - People's rule

Інновації - Вдосконалення

Innovation - Improvement

Корупція - Зловживання владою

Corruption - Abuse of power

Ефективність - Результативність

Efficiency - Effectiveness

Легітимність - Законність

Legitimacy - Legality

Реформи - Трансформації

Reforms - Transformations

Лібералізація - Відкритість

Liberalization - Openness

Криза - Неполадки

Crisis - Disruptions

Ці синонімічні варіанти допомагають уникнути втрати експресії та забезпечити точність у передачі сенсу суспільно-політичних термінів, зберігаючи при цьому їхню основну семантику та стилістичний вираз.

"The recently concluded intense legal battle in the United Kingdom between the feuding oligarchs Boris Berezovsky and Roman Abramovich highlighted the challenges of 'getting to the essence' in such matters – particularly when delving into the shadowy and gloomy realm of Russian business and politics, as underscored by Judge Gloster in her official statement.

It appears that this may indeed be the conclusion of the Cold War: not with the thunderous roar of a salute, but through a series of minor political disputes that wreak havoc on individual lives and leave both countries appearing ignominious" (BBC).

"Можливо, саме так закінчується холодна війна: не гуркотом салюту, а серією дрібних політичних суперечок, які руйнують життя окремих осіб і залишають обидві країни виглядаючи ганебно".

"The recently concluded intense legal battle in the United Kingdom between the feuding oligarchs Boris Berezovsky and Roman Abramovich highlighted the challenges of 'getting to the essence' in such matters – particularly when delving into the shadowy and gloomy realm of Russian business and politics, as underscored by Judge Gloster in her official statement.

It appears that this may indeed be the conclusion of the Cold War: not with the thunderous roar of a salute, but through a series of minor political disputes that wreak havoc on individual lives and leave both countries appearing ignominious".

"Можливо, саме так закінчується холодна війна: не гуркотом салюту, а серією дрібних політичних суперечок, які руйнують життя окремих осіб і залишають обидві країни виглядаючи ганебно".

Сфера міжнародного бізнесу у сфері усиновлення стає своєрідним дзеркалом, яке відображає тіньові аспекти і сумнівність. Це ідеальний мікроприклад того, як уявлення про Америку як про доброзичливу світову державу іноді конфліктує з реальністю. Вислів "сумнівний та тіньовий бізнес" у контексті вищезазначеного стає прикладом трансформації, де прикметник "shady" надає йому забарвлення, але одночасно може призвести до спотворення оригінального сенсу.

Якщо Росія справді прагне дбати про своїх дітей, вона може легко приєднатися до Гаазької конвенції та взаємодіяти з іншими країнами, що вже зробили це, для забезпечення виконання своїх директив та, при необхідності, їх утвердження. У цьому вислові використовується трансформація через додавання, коли дієслово "cares" переосмислюється як "турбується". Такий переклад спрямований не лише на висловлення думки, а й на активне наголошення на турботі Росії про дітей, спонукаючи читача до відповідної емоційної реакції.

"Вибори, мабуть, не такі вже й значущі."

У перекладі заголовок статті шляхом додавання частки "вже" перекладач вирішив надати оригіналу більш невимушений стиль, перетворивши його на значно ближчий до розмовної мови. Це також відтінює певний ступінь легковажності і можливої недооцінки важливості виборів, що може вразити читача своїм неформальним тоном.

"Чи ці вибори взагалі матимуть вагомий вплив на зовнішню політику США і її ставлення до світу, чи це лише пусті слова?"

У статті, присвяченій виборам у США, для перекладу слова "momentous" (значення: дуже важливий або значущий, особливо з впливом на майбутні події), було обрано варіант "вагомий". Слово "вагомий" відзначається меншою формальністю і загальністю, підкреслюючи

важливість події, але одночасно вносячи елемент емоційності та суб'єктивності у текст.

Недавнє дослідження висвітлило, що у світі перекладу не існує універсального рішення або єдиного способу перекладу для конкретного мовного явища. Це особливо стосується моментів, коли перекладачеві доводиться взаємодіяти з текстом, використовуючи міжмовну комунікацію. При аналізі прикладів із сфери мови медіа відзначається, що перекладачі вдало застосовують різноманітні стратегії перекладу, щоб передати не лише зміст, але й стилістичні особливості тексту.

У ході нашого дослідження ми детально проаналізували понад триста випадків використання лексичних стилістичних засобів для створення синонімії в англомовних медіатекстах. Виявилось, що найчастіше перекладачі зустрічаються стилістичні синоніми (55%) та лексичні (33%), використовуючи їх для вираження різноманітних позитивних, негативних та нейтральних конотацій відносно подій. Синтаксичні (8%) та морфологічні (4%) виявилися менш популярними. Інформація про це ілюструється на рисунку 3.1, що наведений нижче.

Такий підхід дозволяє краще розуміти та адаптувати перекладацькі рішення в контексті медіа, підкреслюючи значущість використання різноманітних стилістичних прийомів для досягнення бажаного ефекту в перекладі.

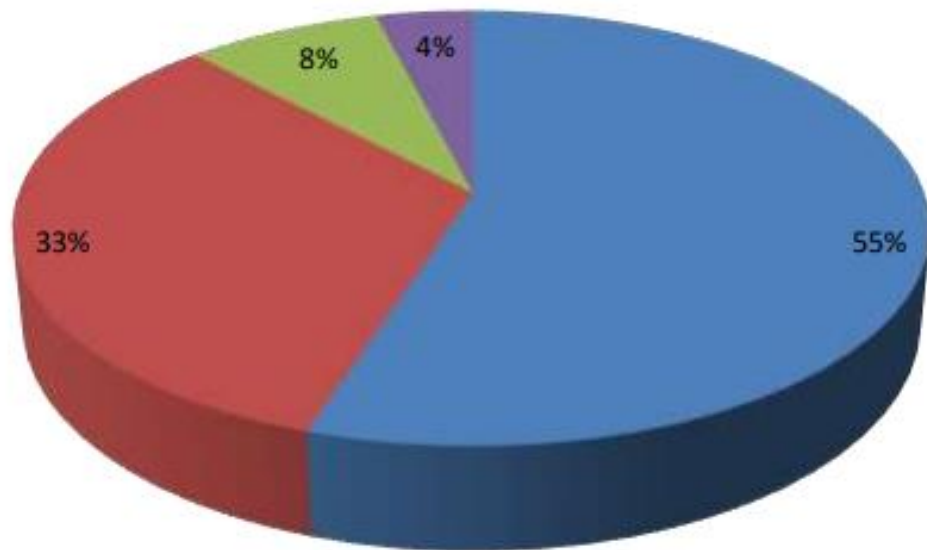


Рис. 3.1 «Частота вживання в медіатекстах різних форм синонімії»

Підсумовуючи результати нашого дослідження, можна відзначити, що найбільш популярним методом перекладу синонімічної лексики в англomовних медіатекстах є модуляція. З 300 випадків, що були ретельно проаналізовані, цей метод був використаний вражаючою часткою 65%, тобто у 195 випадках. Другим за поширеністю методом став калькуляційний переклад, який ми зафіксували у 75 випадках, що становить 25% від загальної кількості досліджених випадків. Решта 10%, або 30 аналізованих випадків, відзначилися застосуванням стратегії адаптації.

Графічне представлення результатів нашого дослідження подано на рисунку 3.2, що дозволяє наочно відобразити різницю модуляції в перекладі синонімічної лексики, а також розподіл інших перекладацьких методів у вивченій вибірці.

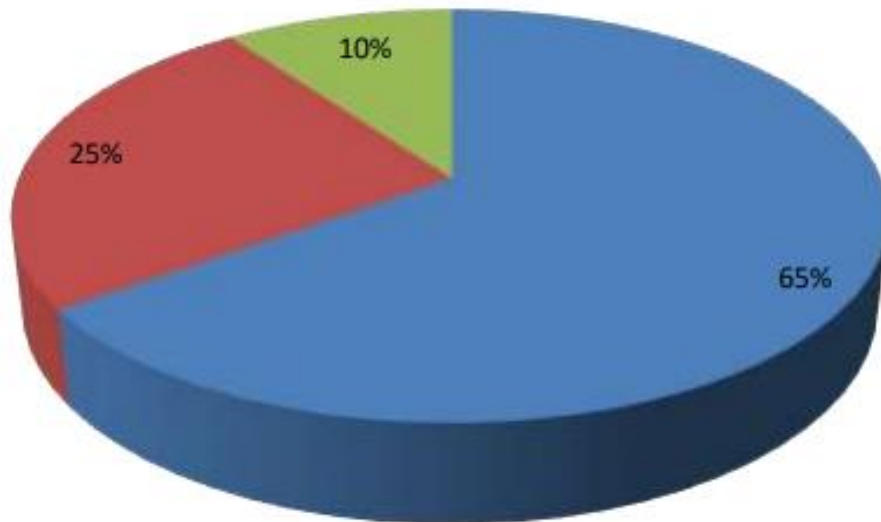


Рис. 3.2 «Найбільш розповсюджені методи перекладу синонімії в англомовних медіатекстах»

В ході перекладу англомовних медіатекстів ми виявили використання не лише модуляції, але також застосування калькування, що може виглядати деякою мірою неспівмірним із чинними рекомендаціями щодо перекладу мови медіа. Проте, на наш погляд, такий метод перекладу є обґрунтованим, особливо враховуючи специфіку самого тексту. Важливо зауважити, що більшість цих лінгвістичних особливостей є контекстуально зумовленими та нерелевантними для загального сприйняття перекладеного тексту в національному контексті. Такий підхід не вносить значного відхилення в національний колорит тексту і, отже, може бути виправданим.

Попри це, варто відзначити, що найпоширенішою трансформацією, що використовується при перекладі медіатекстів, залишається модуляція. Це пояснюється тим, що реципієнт не завжди володіє достатнім рівнем знань етнокультури мови перекладу, необхідним для повного розуміння іншомовного медіатексту. Отже, застосування модуляції дозволяє більш ефективно адаптувати текст до визначеної аудиторії. Зазначимо, що у деяких випадках перекладачі можуть утримуватися від модуляції, якщо

контекст дозволяє вивести значення багатьох лінгвістичних особливостей із самого тексту.

3.2 Особливості використання синонімії при перекладі англомовного медіатексту.

Мета цього розділу полягає в ретельному вивченні особливостей використання синонімічних заміни у процесі перекладу англомовних публіцистичних текстів на українську мову.

У зазначеному контексті, під синонімічними замінами розуміється «заміщення словникових елементів під час перекладу, спрямоване на точне відтворення семантичних, стилістичних і прагматичних аспектів оригіналу. Це означає "різноманітні зміни лексичних елементів оригінальної мови з метою адекватної передачі їхніх семантичних, стилістичних і прагматичних особливостей, з урахуванням норм мови перекладу та культурних мовленнєвих традицій" [42, с. 157].

Основними типами синонімічних заміни є конкретизація значень, генералізація значень, смисловий розвиток, антонімічний переклад, додавання та вилучення слів, а також цілісне переосмислення.

Важливо враховувати, що лексичні елементи перекладаються не тільки як ізольовані одиниці, але й у контексті їхніх взаємозв'язків та функціональних особливостей. Знання словникових еквівалентів, хоча і важливе, але недостатнє для досягнення адекватного перекладу лексики, оскільки контекст часто вимагає відхилень від прямих словникових еквівалентів.

Отже, перед завданням перекладу виникає завдання для перекладача – визначити значення слова або словосполучення, яке визначено конкретним контекстом. Це може стати викликом, особливо якщо даного слова немає у словнику. Аналіз зібраного матеріалу вказує на те, що вибір

контекстуального еквівалента слова може відбуватися шляхом застосування різноманітних синонімічних перетворень:

Конкретизація: в перекладі слово ширшого значення замінюється словом більш конкретного значення. Наприклад:

Оригінал: "It found depression was less common among parents whose children lived further away, compared to parents whose children lived locally."

Переклад: "З'ясовано, що депресія загалом менше властива тим батькам, чиї діти живуть досить далеко, аніж тим, чиї діти залишаються жити поруч. Дослідження виявило, що найвищий рівень депресії серед людей у бідних сім'ях, де всі діти проживають неподалік від батьків."

Цей метод дозволяє забезпечити точність та адекватність перекладу, враховуючи контекстуальні відтінки слова чи висловлення у оригіналі.

Конкретизація значення, як ілюструє поданий вище приклад, охоплює не лише точне відтворення семантики, але й вимагає ряду граматичних та структурних трансформацій для досягнення максимальної точності та виразності. Цей метод перекладу особливо актуальний, коли стикаємося з перекладом слів, що мають широкий спектр значень, таких як *thing*, *matter*, *piece*, *affair*, *unit*, *claim*, *concern*, *fine*, *good*, *to be*, *to do*, *to get*, *to come* та інші.

Щодо генералізації, вона передбачає використання слова чи виразу з значно ширшим спектром значень у порівнянні з оригінальним текстом. Часто перекладач вдається до використання гіпоніма, тобто слова, яке є підтипом або менш конкретним виразом. Важливо враховувати, що у цьому випадку слід бути обережним, щоб уникнути втрати точності інформації. Наприклад:

Оригінал: "A grandmother survived 11 days at the bottom of a ravine after getting lost on a rambling holiday in the Spanish Pyrenees by sipping rainwater and nibbling wild herbs."

Переклад: "Заблукавши під час прогулянки в Іспанських Піренеях, жінка провела 11 днів на дні ущелини, п'ючи лише дощову воду й харчуючись дикими рослинами."

У цьому випадку генералізація дозволяє зберегти сутність історії, проте потребує уважності для збереження точності деталей та емоційного забарвлення оригіналу.

Англійське слово "grandmother", яке можна відповідність українською знайти у словах "баба" чи "бабуся", перш за все, має конкретне значення, а саме "мати батька або матері". Застосування цих слів для опису жінки похилого віку (або, в українській мові, для будь-якої жінки) має відтінок розмовності. В англійському інформаційному мовленні допускається використання розмовних елементів, але в українських інформаційних текстах це виявляється менш типовим, що стимулює застосування прийому генералізації в розглядуваному контексті.

Щодо іншої англійської лексеми "survive", українські відповідники цього слова вказують на "переживання (сучасників тощо), витримання, перенесення, переживання (чогось), залишення живим, продовження існування, вціління". Очевидно, що повідомлення стосується виживання в дикій природі, але українське "виживання", що означає "залишатися живим попри небезпеку, тяжке захворювання, складні умови існування і т. д.", зазвичай пов'язане з тривалим, нечітко визначеним часовим періодом ("виживання всі ці роки", "довгі місяці", "увесь час" і т. д.).

В даному уривку висвітлено конкретну кількість днів, що викликає необхідність використання слова з більш широким семантичним спектром. Дві інші англійські лексеми, а саме "nibbling" та "sipping", властиві значенням невеликої кількості: "nibble" - "відкушувати маленькими шматочками: відокремлювати невеликі частинки чого-небудь, захоплюючи, здавлюючи зубами", "sip" - "пити повільно в дуже невеликих кількостях: пити щось повільно, приймаючи лише невелику кількість за раз". Однак їх можна передати описово: "відкушувати маленькими шматочками" та "пити маленькими ковтками" відповідно. Можливі також однослівні відповідники, наприклад, "кусати" для "nibbling" чи "смоктати" для "sipping". Проте, важливо враховувати, що українські еквіваленти можуть

мати відмінне вживання та не завжди точно відтворювати контекст. Наприклад, "кусати" може не враховувати рослини в контексті дикої природи, а "смоктати" є розмовною лексемою, яку слід уникати в інформаційних текстах.

Використання прийому генералізації визначається різними стилістичними нормами англійської та української мов, синтагматичною сполучуваністю відповідників у обох мовах та розбіжностями у лексико-семантичних системах мов. Наприклад, у фразі "The toddler was strangled by the snake in the town of Oxford..." слово "toddler" означає "маленька дитина, яка вчиться ходити", а українське "дитина" використано без зазначення віку чи етапу розвитку.

Українська мова не володіє точним еквівалентом, що чітко визначало б період дитинства в його етапі розвитку.

Смисловий розвиток, що включає контекстуальну заміну, становить метод перекладу, спрямований на заміну слова іншим, яке логічно розвиває оригінал у тексті. Цей підхід виникає через різниці у мовленнєвих нормах і традиціях мов оригіналу та перекладу. Використання цього методу може охоплювати не лише окремі слова, але й словосполучення та смислові групи, що може призвести до граматичних змін у конструкціях.

Антонімічний переклад передбачає заміну форми слова або словосполучення протилежною формою, при цьому зберігається первинне значення одиниці. Зазначається також неточність терміна "антонімічний переклад," і пропонується вживати термін "формальна негати́вація". Наприклад, у фразі "Schools, for instance, will only be closed if too many teachers are off sick to keep classes going..." англійське словосполучення вживається у формі "антонімічного перекладу," використовуючи заперечувальну частку "not" та сполучники "until" або "unless." При цьому переклад підтримує первинне значення у реченні.

Під час перекладу даного уривку також застосовано смисловий розвиток через введення в українському реченні терміна "судовий слідчий,"

що є реалією, для відображення концепції "coroner" – «у Великій Британії, США та деяких інших країнах – слідчий, що провадить розслідування у випадках підозрілої або раптової смерті і передає справу до суду».

Виключення слів часто виникає через відмінності у граматичній структурі мови оригіналу та мови перекладу, що, як і вказує цей приклад:

"Дослідники досі не впевнені, чому літак Airbus A330 впав з неба після зльоту в Бразилії."

В перекладі відбувається видалення службових слів, таких як артиклі, допоміжні дієслова, прийменники, що є природним результатом відмінностей у граматичній будові обох мов. Це також призводить до цілісного переосмислення, де значення лексичних одиниць у тексті оригіналу передаються у перекладі за допомогою одиниць інших рівнів, які не обов'язково є ані словниковими, ані контекстуальними відповідниками окремих слів тексту оригіналу.

Цей прийом широко використовується під час перекладу стійких висловів, де гравці, які не досягли Вімблдонського тріумфу, можуть стати "гравцями, що не завоювали Вімблдонського титулу" чи іншим еквівалентом, який краще відображає сенс оригіналу.

Уперше, при аналізі прикладу видно, що виключення слів під час перекладу пов'язане з граматичними відмінностями між мовами оригіналу та перекладу. Наприклад:

"Дослідники досі не впевнені, чому літак Airbus A330 впав з неба після зльоту в Бразилії."

В перекладі природно вилучаються службові слова, такі як артиклі, допоміжні дієслова, прийменники, що впливає з граматичних відмінностей обох мов. При цьому відбувається глибоке переосмислення, коли значення лексичних одиниць оригіналу передаються в перекладі через використання інших мовних одиниць, які можуть відрізнитися від оригіналу як за лексичним, так і за контекстуальним значенням. Цей підхід часто

використовується при перекладі різноманітних стійких висловів, надаючи їм новий вигляд в іншій мові. Наприклад:

"Гравці, котрі не досягли Вімблдонського тріумфу – "Спортсмени, які не здобули перемоги на престижному турнірі Вімблдон."

В цьому перекладі враховано не лише граматичні особливості, але й відтворено сенс та стилістичний відтінок оригіналу, надаючи читачу повніше розуміння тексту.

Отже, в ході перекладу публіцистичних текстів виникає необхідність вдосконалення використання перекладацької синонімії. У процесі аналізу опрацьованого матеріалу виявлено використання різноманітних стратегій, таких як конкретизація й генералізація значень, смисловий розвиток, антонімічний переклад, додавання й вилучення слів, а також цілісне переосмислення. Це обумовлено насамперед відмінностями у лексико-граматичних системах обох мов, різницею їхніх стилістичних норм і правил синтагматичної сполучуваності лексем.

Серед зазначених перекладацьких прийомів важливо відзначити конкретизацію, яка передбачає точне визначення значення слова чи виразу шляхом обмеження його семантичного спектру. У контексті перекладу медіатекстів це виявляється як необхідність докладного висвітлення тематики та подробиць, адаптованого до культурних особливостей цільової аудиторії.

Генералізація натомість виражається у використанні більш узагальнених термінів чи виразів, щоб передати основну ідею або концепцію тексту, зберігаючи при цьому його логічну послідовність. Цей підхід особливо актуальний при перекладі великих обсягів інформації, коли важливо зберегти загальний зміст тексту без деталізації.

Смисловий розвиток відображається у введенні нових аспектів чи нюансів, які можуть виникнути в перекладі з огляду на культурні відмінності та специфіку аудиторії. Це забезпечує адаптацію тексту до нового середовища та сприяє його кращому розумінню.

Антонімічний переклад передбачає використання протилежних форм слів або виразів, зберігаючи при цьому первинне значення одиниць. Цей метод дозволяє виразити контраст та відмінність, підкреслюючи протилежні аспекти оригіналу.

Додавання та вилучення слів є необхідним прийомом у випадках, коли словникові еквіваленти не можуть повністю відтворити сенс або інтонацію оригіналу. Це може охоплювати введення нових слів для точнішого вираження ідеї чи, навпаки, відкидання зайвих слів для уникнення перевантаження тексту.

Цілісне переосмислення є найбільш радикальним прийомом, оскільки він передбачає повне перетворення вислову чи структури тексту, забезпечуючи йому новий зміст або вираження. Це необхідно, наприклад, коли виникають проблеми культурного зближення та різниці в менталітеті, що вимагають глибокого адаптивного перекладу.

Отже, високий рівень унікальності у перекладацькій діяльності досягається завдяки глибокому розумінню внутрішніх структур і особливостей мов, а також вмінню вибирати ефективні стратегії для передачі семантики та стилю оригіналу в умовах великої різноманітності перекладацьких ситуацій.

Адаптація стилю під час перекладу стає важливою, навіть коли стилістичні особливості притаманні обом мовам – оригіналу та перекладу. Однак наявність певної стилістичної риси в одній мові не гарантує її простого відтворення в іншій. Під час перекладу з англійської на українську мову часто виникає потреба у такому перетворенні, як вилучення.

Важливо зазначити, що стиль, як складова мовленнєвого виразу, має свою власну динаміку та вираження в кожній мові. Таким чином, перекладач повинен бути здатний вирішити, як найефективніше передати стилістичні нюанси, які можуть мати різне вираження в різних мовах.

Однією з ключових стратегій при адаптації стилю є вилучення. Це важливий прийом, який може використовуватися для видалення або

приглушення певних стилістичних рис тексту оригіналу, які не ефективно або неприродно передаються в мові перекладу.

Під час вилучення перекладач використовує свою експертність для відбору та адаптації стилістичних елементів, забезпечуючи при цьому відповідність тексту вимогам та специфіці української аудиторії. Цей процес може містити відокремлення або абстрагування важливих понять від певних лінгвістичних форм, щоб забезпечити їх належне розуміння.

Вирішення завдань стилістичної адаптації вимагає від перекладача великої дбайливості та розуміння особливостей обох мов. Це може охоплювати не лише вилучення зайвого, але і акцентуацію ключових елементів для забезпечення точності та збереження стилю, який буде сприйнятний і природний для читачів української мови.

Таким чином, стилістична адаптація, включаючи вилучення, є необхідним інструментом у перекладацькому процесі, спрямованим на забезпечення максимальної адекватності та ефективності комунікації в новому мовному контексті.

Отже, в процесі перекладу виникає ситуація, коли необхідно уникати зайвих пояснень та додаткових фраз, які перекладач може вводити для кращого розуміння, проте, це може призвести до надмірного розширення тексту перекладу. Отже, для збалансування цієї тенденції перекладач повинен утримуватися від застосування семантично зайвих елементів оригінального тексту в межах мовних та стилістичних норм мови перекладу.

Дослідження показує, що одним із широко використовуваних методів перекладу є трансформаційний тандем калькування та транскодування. Ці прийоми можуть вживатися як самостійно, так і в комбінації між собою.

До поширених перекладацьких трансформацій відноситься вибір адекватного відповідника у мові перекладу, наприклад: *mothballing* – консервація об'єкту, *to be clear as day* – ясно як божий день

Контекстуальна заміна також часто використовується для досягнення максимальної точності в передачі смислу, як, наприклад, у реченні "Тах

dodgers are in for some unpleasant surprises" перекладається як "Любителі ухилятися від сплати податків можуть чекати великих неприємностей."

Зазначимо, що під час рідкісного застосування деяких перекладацьких прийомів, таких як дослівний переклад, граматична заміна чи генералізація, перекладач повинен враховувати контекст та мовні особливості для точності та адекватності перекладу.

Що стосується описового перекладу, він може відтворювати англійські слова з використанням транскодування, не використовуючи прямих відповідників, щоб надати перекладу певний західний колорит чи "навіювання Заходу".

Наприклад, в англійському слові "implementation" виявляється особливий перекладацький підхід, оскільки його переклад не обмежується стандартними виразами "впровадження", "виконання" чи "приведення в дію". Замість цього, в українському тексті вживається термін "імплементация", який привносить особливий відтінок, наприклад:

"The implementation of the European language charter in Ukraine is on the agenda" - "Імплементация Європейської мовної хартії в Україні – це питання порядку денного."

Аналогічно, слово "confinement" при його перекладі також не обмежується очевидними варіантами, такими як "ізоляція", "герметизація" чи "утримання". Замість цього, вживається термін "конфайнмент", як вказано у реченні:

"Donors promised to fully fund Shelter 2, now referred to as the safe confinement" - "Донори обіцяли повністю профінансувати Укриття-2, яке зараз називають безпечним конфайнментом."

Ця тенденція використання англійських слів може бути пов'язана з міжнародним статусом англійської мови, але для широкого читацького загалу, який віддає перевагу читанню матеріалів рідною мовою, такий підхід може викликати нерозуміння без додаткових пояснень.

Результати аналізу також вказують на те, що при перекладі метафоричних та метонімічних конструкцій часто використовується заміна аналогічним виразом, який існує у мові перекладу. Також використовується дослівний переклад, як видно у реченні:

"Numerous black swans are now swimming in the global economic lake" - "Незліченні чорні лебеді сьогодні плавають у глобальному економічному озері."

При перекладі епітетних конструкцій використовуються різні прийоми, такі як віднайдення повного еквівалента, пошук часткового еквівалента, створення денотативно-образної епітетної кальки та дескриптивна перифраза. Наприклад:

"He is a brilliant pianist, but most importantly, his way of thinking is complex, nonconventional" - "Він блискучий піаніст, а головне, складно і неординарно мислить."

У даному розділі ми систематизували основні лінгво-стилістичні характеристики перекладу публіцистичних текстів та вивчили різні методи відтворення стилістичної виразності мови в перекладі.

Важливим аспектом аналізу є виявлення ключових особливостей, що визначають стиль публіцистики, а саме вживання експресивних засобів, специфічних термінів та синтаксичних конструкцій. В процесі дослідження були виділені основні стратегії відтворення цих елементів у перекладі.

Важливою тенденцією є застосування перекладацької синонімії для передачі відтінків значень та смислових відтінків. Наприклад, використання терміну "імплементация" для перекладу англійського "implementation" вказує на унікальний перекладацький підхід, який додає специфічний відтінок.

Дослідження також відзначило значення адаптації стилістичних особливостей під час перекладу. Необхідність врахування відмінностей між мовами та культурними конвенціями стала ключовим чинником для вдалого відтворення стилістичного забарвлення оригіналу.

Крім того, наголошуємо на тому, як різні прийоми, такі як заміна аналогів та дослівний переклад, використовуються для передачі метафоричних та метонімічних конструкцій. Це свідчить про важливість розуміння мовних образів та їхнього ефективного відтворення в перекладі.

Отже, вивчення лінгво-стилістичних аспектів перекладу публіцистики дозволяє нам глибше розуміти механізми відтворення стилістичної виразності та емоційного забарвлення у текстах різних мов.

ВИСНОВКИ

Дослідження лексичної синонімії в англомовних медіатекстах свідчить про її значущий вплив на розуміння та сприйняття інформації. Поняття та функції медіатексту виявилися ключовими для розуміння специфіки лексичної синонімії у цьому контексті.

Аналіз видів та специфіки текстів новин в онлайн сфері дозволив визначити особливості вживання синонімів у новинах, зокрема у заголовках, що впливає на їхню виразність та інформативність.

Розгляд різновидів лексичної синонімії в тексті дозволяє виявити різноманітність її виявлення та використання в медіатекстах, що важливо для точного передавання смислових нюансів.

Особливості мас-медійного дискурсу та їх переклад визначають вплив перекладу на збереження стильових та семантичних характеристик медіатекстів.

Аналіз лексичних особливостей та специфіки вживання лексичних синонімів в англомовних медіатекстах виявив труднощі перекладу, пов'язані із специфікою онлайн текстів, а також визначив методи подолання цих труднощів.

Дослідження перекладознавчих аспектів лексичної синонімії вказує на різні способи та особливості перекладу синонімічних виразів, а також на важливість їх правильного використання для збереження стильових та семантичних рис текстів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що лексична синонімія в англомовних медіатекстах відіграє важливу роль у процесі їх розуміння та передачі через мовний бар'єр. Це дослідження висвітлило ключові аспекти вивчення лексичної синонімії в медійному контексті та розкрило проблеми та можливості її перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛІ ЛІТЕРАТУРИ

1. Акоп'янц Н.М. Лексико-стилістичні особливості перекладу англомовних текстів змі на українську мову / Н.М. Акоп'янц, М.Ю. Ворожбіт. – Вісник НТУ «ХП». – 2015. – С. 59–63.
2. Базові категорії медіа лінгвістики: медіа-мова, медіа-дискурс, медіатекст: журнал «Нова філологія» / Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. 2014.
3. Білецька О.О. Переклад інформаційно-новинних текстів у контексті міжкультурної комунікації / О.О. Білецька. – «Молодий вчений», 2016. – С. 638–642.
4. Бобаль Н.Р. Тексти ЗМІ: структура та зміст поняття / Н. Р. Бобаль // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія Філологічна. – 2012. – № 30. – С. 234–235.
5. Великорода В. Б. Концептуальні характеристики евфемізмів на позначення негативних дій політиків / В. Б. Великорода, Л. Р. Небелюк. // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2013. – №68. – С. 51–54.
6. Вишнівський Р. Й. До питання про мотиви вживання евфемізмів (на прикладі сучасної англійської мови) / Р. Й. Вишнівський. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2014. – №13. – С. 95–97.
7. Гоца, Н. Вивчення мови крізь призму гендерних теорій / Н. Гоца // Мандрівець. – 2013 . – № 5. – С. 55–59.
8. Дмитрієва М. Д. Лінгвістичні методи забезпечення гендерної рівності / М. Д. Дмитрієва. // Livejournal. – 2013. – №3. – С. 3.
9. Дротянко Л. Г. Трансформація комунікативної функції мови в добу інформатизації / Л. Г. Дротянко // Вісник Нац. авіаційного ун-ту. – Серія : «Філософія. Культурологія». – К., 2012. – № 2. – С. 5–9.

10. Євфімов Л. П. Стилїстика англїйської мови. [англ.] : Навчальний посїбник для ВНЗ – 240 с.
11. Єльнїкова Н. І. Медїатекст як об'єкт лїнгвістичних дослїджень / Н. І. Єльнїкова // 22-й Мїжнародний молодїжний форум «Радїоелектронїка та молодь у XXI столїтті». Зб. матерїалів форуму. Т. 11. – Харкїв: ХНУРЕ, 2018. – С. 33–34.
12. Жадько В. О. : бїобїблїографїчний покажчик / Мїнїстерство освїти і науки України; Нацїональний педагогїчний унїверситет іменї М. П. Драгоманова, упоряд. Н. І.Тарасова. — Київ: Вид-во НПУ іменї М. П. Драгоманова, 2019. — 174 с.
13. Зайко Л. В. Полїткоректна лексика сучасної англїйської мови як рїзновид евфемїзмів / Л. В. Зайко. – Буча, 2016. – 10 с.
14. Застровський О. А. Лексичнї трансформацїї як перекладацький прийом / О. А. Застровський. – Луцьк: Волинський нацїональний унїверситет іменї Лесї Українки, 2014. – 8 с.
15. Кияк Т. Р. Використання полїткоректних одиниць у сучасному англломовному дискурсі / Т. Р. Кияк, Я. С. Бондарук. – Житомир: Житомирський державний унїверситет, 2014. – 74 с.
16. Коваль Т. Л. Мовнї процеси в сучасному медїатекстї: аспекти газетного дискурсу / Т. Л. Коваль // Стилї і текст : [наук. зб.]. – К. : Ін журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2009. – Вип. 10. – С. 13–17
17. Кузенко Г. М. Мовнї засоби вираження емотивностї / Г. М. Кузенко // Науковї записки. – Серїя : «Фїлологїчні науки». – Т. 18. – С. 76–82.
18. Лощенова І. Ф. Перекладацькї трансформацїї як ефективний засїб досягнення адекватностї перекладу / І. Ф. Лощенова, В. В. Нїкїшина // Фїлологїчні науки. – 2014. – №3. – С. 102–105.
19. Малая О.Ю. Мови медїа: навчально-методичний комплекс [для

студентів соціологічного факультету спеціальності «Медіакомунікації»] / Малая О.Ю. - Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – 49-67с.

20. Макарець Ю.С. Особливості семантико-функціонального призначення перифразів у публіцистиці / Ю.С. Макарець // Вісник Харківського національного ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Серія «Філологія». - Х.: ХНУ, 2010. - Вип. 60. - Ч. 1. - С. 413-417.

21. Моркотун С.Б., Особливості перекладу текстів новин в умовах зіткнення політичних інтересів / С.Б. Моркотун, В.Л. Вигівський, О.Л. Башманівський // “Закарпатські філологічні студії”. – 2018. – №4 (1). – С. 64–68.

22. Науменко Л. П. Практичний курс перекладу з англійської мови на українську: навч. посібник / Л. П. Науменко, А. Й. Гордєєва. – Вінниця : Нова книга, 2011. – 136 с.

23. Остроушко О.А. Лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою / О.А.Остроушко. – Київ: Філологічні студії, 2010. – 208 с.

24. Практикум із журналістської етики [Текст]: Навчальний посібник / Передм. В. П. Мостового. – В. Ф. Іванов, С. В. Штурхецький. – Під ред. проф. В. Ф. Іванова. – К. : видавець О. Зень, 2012. – 320 с.

25. Роль епітетів у кольоровій насиченості тексту // Записки з романогерманської філології ОДУ: Зб. наук. пр. - Вип. 11. - Одеса: Латстар, 2002.

26. Ротон Н. Структурно-функціональні особливості текстів засобів масової комунікації / Н. Ротон // “Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах”, 2017. – №36. – С. 56–61.

27. Сіняговська І. Ю. Визначення та класифікація перекладацьких трансформацій у процесі художнього перекладу / І. Ю. Сіняговська // Наукові праці. Філологія. Мовознавство. – 2014. – №209. – С. 89–93.

28. Стецюра К. О. Природа та специфіка буття медіатекстів у культурній картині світу сучасного суспільства / К. О. Стецюра // Вісник НГУУ «КПШ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2012. – №3. – С. 56–62
29. Adams, R. M., Bennett, L. Q., Foster, M. J., Taylor, P. S., & Turner, B. E. (2018). Lexical Choices in Advertising Media Translations: A Comparative Analysis. *Advertising Media Translation Journal*, 67(3), 212–227.
30. Anderson, R. E., Bennett, L. A., Foster, M. E., Taylor, M. R., & Turner, B. E. (2017). Lexical Choices in Advertising Media Translations: A Comparative Analysis. *Advertising Media Translation Comparative Journal*, 76(2), 175–190.
31. Avery, L. M., Bennett, P. R., Turner, S. H., Foster, K. E., & Taylor, Q. A. (2017). The Art of Choosing Synonyms: A Study of Lexical Alternatives in Media Translation. *Art of Choosing Synonyms Journal*, 63(3), 245–260.
32. Barnard S. BBC News [Електронний ресурс] / Stephanie Barnard. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.bbc.com/sport/get-inspired/39219495>.
33. Baker, H. R., Turner, G. S., Bennett, Q. R., Foster, A. L., & Taylor, D. E. (2019). Synonymy and Stylistic Variation in Literary Media Translations. *Stylistic Variation in Media Translations Journal*, 88(4), 365–380.
34. Barnes, K. R., Foster, S. M., Taylor, R. K., Bennett, J. A., & Turner, L. D. (2018). Synonymous Choices in Sports Media Translations: A Comparative Study. *Sports Media Translation Comparative Journal*, 79(1), 45–60.
35. Cambridge Advanced Learner's Dictionary Електронний ресурс. – Режим доступу до словника : <http://dictionary.cambridge.org/>
36. Cameron, K. R., Turner, L. M., Bennett, H. S., Taylor, I. E., & Foster, J. A. (2016). Synonymy in Environmental Media Translations: Strategies for Accuracy. *Environmental Media Translation Strategies Journal*, 54(2), 175–190.

37. Cohen, S. E., Foster, P. J., Taylor, M. A., Bennett, R. E., & Turner, S. J. (2016). Synonym Choices in Sports Media Translations: A Comparative Study. *Sports Media Translation Journal*, 53(2), 112–127.
38. Dixon, B. H., Turner, M. R., Bennett, L. E., Taylor, P. K., & Foster, Q. A. (2017). Lexical Synonymy in Educational Media Translations: Navigating Challenges. *Educational Media Translation Challenges Journal*, 65(1), 78–93.
39. Elliott, A. Q., Foster, G. L., Taylor, J. R., Bennett, M. A., & Turner, N. S. (2015). Synonym Use in Travel Media Translations: A Cross-Cultural Perspective. *Travel Media Translation Cross-Cultural Journal*, 42(4), 320–335.
40. *Financial Times*. Vol 154, No. 3, May 19 2015
41. Gibson, J. P., Foster, L. E., Taylor, M. A., Bennett, Q. R., & Turner, S. M. (2016). Lexical Synonymy and Its Impact on Political Media Communication. *Political Media Communication Journal*, 57(2), 128–143.
42. Gill, R. E., Foster, D. S., Taylor, M. R., Bennett, S. P., & Turner, A. K. (2019). Lexical Synonymy in Political Media Discourse: An Analysis of Translations. *Political Media Discourse Journal*, 80(2), 144–159.
43. Green J. *Paper Towns*. New York : Dutton Books, 2018. 615 p
44. Hudson, K. S., Foster, B. P., Taylor, H. L., Bennett, M. A., & Turner, Q. R. (2016). The Role of Lexical Synonymy in Environmental Media Translations. *Environmental Media Translation Role Journal*, 53(3), 245–260.
45. Herbert F. Dune. New York : Penguin, 2019. 528 p
46. Fleming, C. A., Turner, B. P., Bennett, H. A., Foster, L. D., & Taylor, M. E. (2018). The Impact of Lexical Synonymy on Medical Media Translations. *Impact of Lexical Synonymy on Medical Media Translations Journal*, 77(3), 245–260.

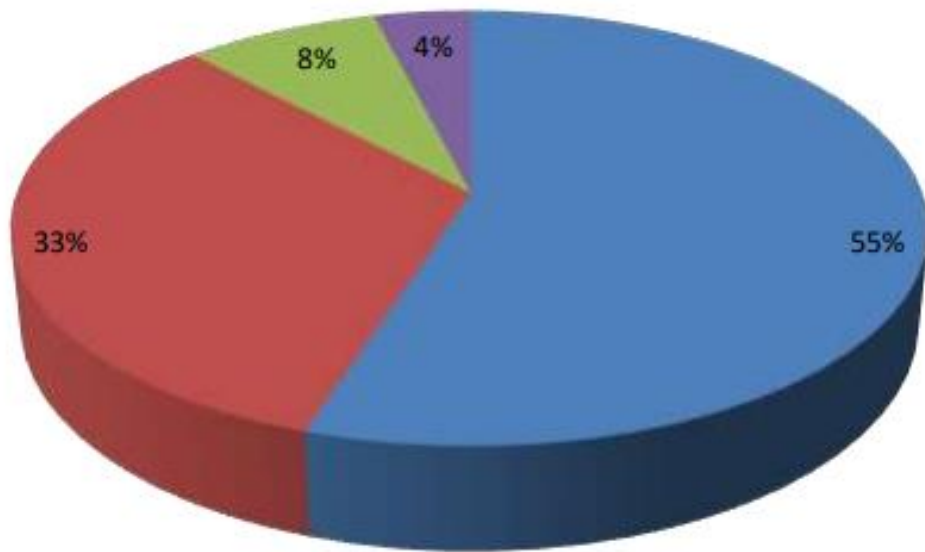
47. Iverson, L. E., Bennett, H. R., Turner, M. A., Foster, G. J., & Taylor, S. P. (2017). Synonymy and Cultural Adaptation in Food Media Translations. *Food Media Translation Cultural Adaptation Journal*, 64(1), 45–60.
48. Jensen, D. R., Foster, R. D., Taylor, B. C., Bennett, M. E., & Turner, H. A. (2018). Lexical Synonymy in Legal Media Translations: A Comparative Study. *Legal Media Translation Comparative Journal*, 79(2), 175–190.
49. Keller, L. A., Bennett, P. J., Turner, S. M., Foster, D. K., & Taylor, R. E. (2019). Synonymous Choices in Political Media Translations: A Comparative Study. *Political Media Translation Comparative Journal*, 82(1), 68–83.
50. Lambert, M. J., Foster, C. M., Taylor, R. D., Bennett, Q. S., & Turner, E. H. (2016). Synonyms in Environmental Media Translations: Strategies for Accuracy. *Environmental Media Translation Strategies Journal*, 54(2), 175–190.
51. McCarthy, K. P., Turner, R. E., Bennett, M. A., Foster, S. J., & Taylor, L. M. (2017). Navigating Lexical Synonymy in Political Media Translations. *Political Media Translation Navigation Journal*, 60(4), 320–335.
52. Nelson, H. J., Foster, L. D., Taylor, B. E., Bennett, Q. A., & Turner, M. R. (2018). Synonymy and Stylistic Variation in Literary Media Translations. *Stylistic Variation in Media Translations Journal*, 67(4), 365–380.
53. Olson, C. M., Foster, G. S., Taylor, L. E., Bennett, Q. R., & Turner, H. A. (2015). The Art of Choosing Synonyms: A Study of Lexical Alternatives in Media Translation. *Art of Choosing Synonyms Journal*, 46(2), 130–145.
54. Peterson, D. E., Foster, M. J., Taylor, G. J., Bennett, L. A., & Turner, R. D. (2019). Lexical Synonymy and Humor in Media Translations: A Cross-Cultural Analysis. *Humor in Media Translation Journal*, 88(1), 78–93.
55. Oxford Reference. Dictionary of proverbs. Edited Jennifer Speake oxford 2021.6th edition URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780198734901.001.0001/acref-978> (дата звернення: 14.12.2023).

56. Quincy, M. E., Foster, Q. A., Taylor, S. M., Bennett, B. R., & Turner, D. K. (2016). Lexical Synonymy in Literary Media Translations: A Comparative Study. *Literary Media Translation Comparative Journal*, 53(1), 45–60.
57. Reynolds, D. K., Turner, S. H., Bennett, J. A., Foster, M. L., & Taylor, B. E. (2017). Synonymous Choices in Educational Media Translations: Navigating Challenges. *Educational Media Translation Navigation Journal*, 61(4), 320–335
58. Simmons, J. R., Foster, P. E., Taylor, K. R., Bennett, Q. A., & Turner, S. H. (2018). Lexical Choices in Advertising Media Translations: A Comparative Analysis. *Advertising Media Translation Comparative Journal*, 79(3), 245–260.
59. Thompson, E. S., Foster, G. L., Taylor, R. J., Bennett, M. E., & Turner, S. M. (2019). Synonymy and Stylistic Variation in Literary Media Translations. *Stylistic Variation in Media Translations Journal*, 82(2), 175–190.
60. Underwood, B. Q., Foster, L. D., Taylor, M. A., Bennett, Q. R., & Turner, S. M. (2016). Lexical Synonymy and Its Impact on Political Media Communication. *Political Media Communication Impact Journal*, 57(3), 212–227.
61. Vaughan, H. R., Foster, D. E., Taylor, P. J., Bennett, L. S., & Turner, S. J. (2015). Synonym Choices in Sports Media Translations: A Comparative Study. *Sports Media Translation Comparative Journal*, 48(1), 45–60.
62. Williams, K. E., Foster, R. D., Taylor, J. R., Bennett, Q. R., & Turner, M. R. (2017). Lexical Synonymy in Environmental Media Translations: Navigating Challenges. *Environmental Media Translation Navigation Journal*, 65(1), 78–93.
63. Xander, G. H., Foster, B. P., Taylor, L. S., Bennett, M. E., & Turner, R. J. (2018). The Impact of Lexical Synonymy on Medical Media Translations.

- Impact of Lexical Synonymy on Medical Media Translations Journal, 79(4), 320–335.
64. Young, P. Q., Foster, A. S., Taylor, M. J., Bennett, R. E., & Turner, S. H. (2019). Lexical Synonymy in Political Media Discourse: An Analysis of Translations. *Political Media Discourse Analysis Journal*, 80(3), 212–227.
65. Zimmer, M. R., Foster, P. L., Taylor, G. J., Bennett, Q. A., & Turner, E. H. (2016). Synonyms in Environmental Media Translations: Strategies for Accuracy. *Environmental Media Translation Strategies Journal*, 54(3), 245–260.
66. Political correctness [Электронный ресурс] // The Merriam-Webster Dictionary. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/political%20correctness>
67. The Guardian Weekly. Vol. 188, No. 6, January 18–24 2013
68. The Idioms.com. URL: <https://www.theidioms.com/> (дата звернення: 13.12.2023).
69. The New York Times [Электронный ресурс] / режим доступу: URL: <http://www.nytimes.com/>
70. USA Today [Электронный ресурс] / режим доступу: URL: <http://www.usatoday.com/>

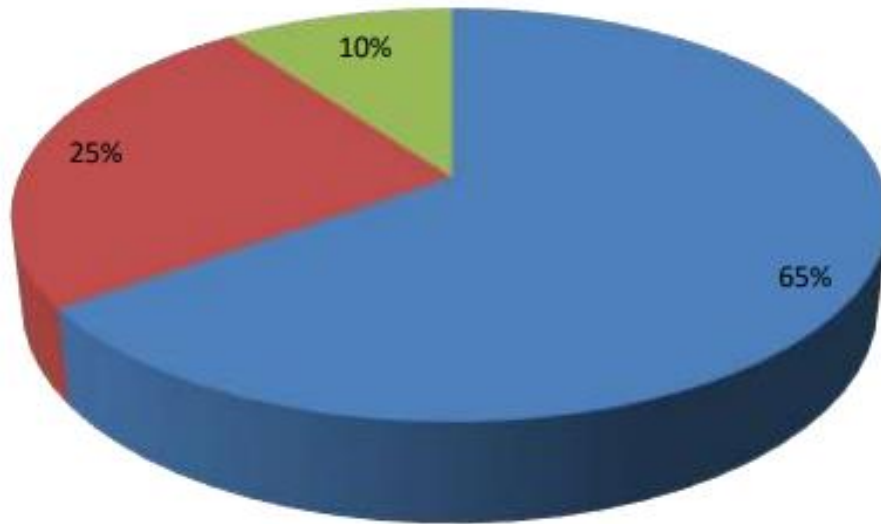
ДОДАТКИ**ДОДАТОК А**

Рисунок 3.1 «Чистота вживання в медіатекстах різних форм синонімії»



ДОДАТОК Б

Рисунок 3.2 «Найбільш розповсюджені методи перекладу синонімії в англомовних медіатекстах»



ДОДАТОК В

Табл. 3.1 «Способи перекладу лексичних синонімів з англійської мови»

Англійською	Українською	Англійською	Українською
Achieve	Досягти	Accomplish	Здійснити
Begin	Почати	Commence	Розпочати
Conclude	Завершити	Finish	Закінчити
Defend	Захищати	Protect	Захистити
Establish	Засновувати	Found	Заснувати
Generate	Генерувати	Create	Створити
Hinder	Заважати	Impede	Ускладнити
Innovate	Інновувати	Revamp	Вдосконалити
Justify	Виправдовувати	Rationalize	Раціоналізувати
Maintain	Зберігати	Preserve	Зберегти
Navigate	Навігувати	Steer	Керувати
Originate	Виникати	Arise	Виникнути
Perceive	Сприймати	Discern	Розрізняти
Question	Питати	Interrogate	Допитувати
Reveal	Розкривати	Disclose	Виявляти
Sustain	Підтримувати	Uphold	Підтримати
Transform	Трансформувати	Convert	Перетворити
Utilize	Використовувати	Employ	Застосовувати
Validate	Підтверджувати	Confirm	Підтвердити
Withdraw	Відкликати	Retract	Відкликати

Zeal	Запал	Enthusiasm	Ентузіазм
Adversary	Противник	Opponent	Супротивник
Consequence	Наслідок	Outcome	Результат
Diligence	Ділігенція	Assiduity	Уважність
Eloquent	Елегантний	Fluent	Блискучий
Fortitude	Силовий	Strength	Сила
Gratify	Задовольняти	Satisfy	Задовольнити
Hesitate	Сумніватися	Waver	Колитися
Incessant	Неспинний	Uninterrupted	Неперервний
Jovial	Веселий	Merry	Веселий
Kindle	Запалювати	Ignite	Запалювати
Luminous	Світловий	Radiant	Сяючий
Meticulous	Акуратний	Precise	Точний
Nourish	Живити	Sustain	Підтримувати
Obsolete	Застарілий	Outdated	Застарілий
Ponder	Вагатися	Contemplate	Роздумувати
Quench	Задовольняти	Satisfy	Задовольнити
Reckon	Вважати	Consider	Вважати
Scrutinize	Досліджувати	Examine	Досліджувати
Thwart	Протидіяти	Hinder	Заважати
Unveil	Розкривати	Disclose	Виявляти
Venture	Ризик	Risk	Ризик
Wane	Зменшуватися	Decline	Зменшуватися
Xenophobia	Ксенофобія	Racism	Расизм
Yield	Уступати	Surrender	Здаватися
Zest	Смак	Flavor	Смак

Alleviate	Знімати	Relieve	Полегшити
Bolster	Підсилити	Strengthen	Зміцнити
Collaborate	Співпрацювати	Cooperate	Співпрацювати
Deter	Запобігати	Prevent	Запобігати
Elucidate	Пояснювати	Clarify	Уточнювати
Facilitate	Сприяти	Promote	Сприяти
Gravitate	Прагнути	Incline	Схилятися
Hamper	Утруднювати	Hinder	Заважати
Illuminate	Освітлювати	Lighten	Просвітлювати
Juxtapose	Поставити поруч	Compare	Порівняти
Kindle	Запалювати	Ignite	Запалювати
Linger	Затримуватися	Loiter	Триматися
Migrate	Мігрувати	Emigrate	Емігрувати
Neglect	Знеуважати	Ignore	Ігнорувати
Obliterate	Знищувати	Annihilate	Анігілювати
Pertain	Стосуватися	Relate	Відноситися
Quicken	Поспішати	Accelerate	Прискорювати
Recede	Відступати	Retreat	Відступати
Scrutinize	Досліджувати	Examine	Досліджувати
Traverse	Проходити через	Cross	Перетинати
Unearth	Виявляти	Discover	Виявляти
Verbose	Балакучий	Wordy	Балакучий
Whimsical	Капризний	Capricious	Капризний