**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет іноземних мов**

**Кафедра німецької мови**

Освітньо-професійна програма: Германські мови

та літератури (переклад включно),

перша – німецька

Спеціальність: 035 Філологія

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня магістра**

**«ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ»**

студентки ІІ курсу другого (магістерського) рівня

**Полулях Валерії Олегівна**

**Науковий керівник**: Щербак Олена Миколаївна

канд.філол.наук, доцент кафедри німецької мови

**Рецензент**: Ролік Анатолій Васильович

канд.філол.наук, доцент каф. німецької мови

**Рецензент**: Талавіра Наталія Михайлівна, канд. філол. наук, доцент каф. германської філології та методики викладання іноземних мов

**Допущено до захисту**

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

**Ніжин – 2021 рік**

MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF UKRAINE

GOGOL STATE UNIVERSITY OF NIZHYN

Germanic Philology and Foreign Languages Methodology Department

Valeria Poluliah

**TRANSLATION TRANSFORMATIONS OF UKRAINIAN PROPER NAMES IN GERMAN MEDIA-TEXTS**

Master’s Thesis

Research Supervisor –

PhD

Olena Shcherbak

**Nizhyn 2021**

**АНОТАЦІЯ**

Магістерська робота присвячена дослідженню перекладацьких трансформації українських власних назв в німецькомовних медійних текстах. Об’єктом дослідження є українські власні назви у німецькомовних медійних текстах, які розглядаються як компресовані тексти, що містять кодовану когнітивну інформацію. Предмет дослідження – перекладацькі трансформації українських власних назв у процесі їх адаптації для німецькомовного реципієнта. Мета дослідження полягає в аналізі структурно-семантичної основи власних назв та створення класифікації перекладацьких трансформацій, задіяних у відтворенні українських власних назв в німецькомовних медійних текстах. Методологія магістерської роботи базується на використанні описового, зіставного, структурного методів. Прийом кількісних підрахунків застосовується в роботі для визначення кількісного співвідношення між перекладацькими трансформаціями, використаними для перекладу українських власних назв в німецькомовних медійних текстах, та обчислення частоти їх використання у досліджуваних текстах. У ході дослідження встановлено, що для відтворення українських власних назв у медійних текстах застосовано транскрипцію, комбіновану реномінацію, лексичний переклад, калькування та найменше - транслітерацію. Вибір способу залежить як від структури власної назви та її впізнаваності для німецькомовного реципієнта. Встановлено, що переклад українських власних назв залежить від частотності її згадування в німецькомовних медійних текстах, адже чим частіше продуценти німецькомовних повідомлень про Україну вживають власну назву, тим скоріше утвориться постійний відповідник, що буде зафіксовано у словниках.

***Ключові слова:*** *власна назва, калькування, комбінована реномінація, лексичний переклад, транскрипція, транслітерація.*

**SUMMARY**

The master work is devoted to the study of translation transformations of Ukrainan proper names in German media texts. The object of the study is Ukrainian proper names in German media texts, which are considered as compressed texts contaiing encoded cognitive information. The subject of the research is translation transfomations of Ukrainian proper names in the process of their adaptation for a German speaking recipient. The aim of the research is to analyze the structural and semantic basis of proper names and to create a classification of translation transfomations involved in the reproduction of Ukrainian proper names in German media texts. The methodology of the master work is based on the use of descritive, comparative, structural methods. The method of quantitative calculations is used in the work to determine the quantitative relationship between translation transfomations used to translate Ukrainian proper names in German media texts, and to calculate the frequency of their use in the studied texts. During the research it was established that transcription, combined renomination, lexical translation, calque and at least transliteration were used to reproduce Ukrainian proper names in mdia texts. The choice of the method depends on the structure of the proper name and its recognizability for the German-speaking recipient. It is determined that the translation of Ukrainian proper names depends on how often they are metioned in German media texts, as the more often the producers of German mesages about Ukraine use the proper name, the sooner the established equivalent will be in ditionaries.

***Key words***: *proper name, calque, combined renomination, lexical translation, trascription, transliteration.*

**ЗМІСТ**

ВСТУП 6

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЛАСНИХ

НАЗВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ 9

1.1 Особливості німецькомовного медійного дискурсу 9

1.2 Види та специфіка медійних текстів 15

1.3 Методи ономастичних досліджень 22

1.4 Концепції власних назв 23

Висновки до Розділу 1 28

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ

ВЛАСНИХ НАЗВ ..30

2.1 Проблема перекладу власних назв 30

2.2 Переклад українських власних назв у німецько-

мовних медійних текстах 37

2.2.1 Транскрипція 37

2.2.2 Транслітерація 43

2.2.3 Комбінована реномінація 44

2.2.4 Калькування 50

2.3 Алгоритм відтворення власних назв у німецькомовних медійних текстах 52

Висновки до Розділу 2 56

ЗАГАЛЬНІ [ВИСНОВКИ](#bookmark22) 58

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ](#bookmark23) 61

ДОДАТКИ 67

**ВСТУП**

Медійні тексти – це відображення колективної картини світу певної етнокультурної спільноти, пропущеної крізь призму індивідуального сприйняття автора. У медійному тексті власні імена виконують важливу роль в утворенні семантичної композиції медійного повідомлення поряд з іншими стилістичними засобами. Вирішення деяких питань відтворення онімної лексики запропоновано у працях Д.І.Єрмоловіча., В.С.Виноградова, Влахова і Флоріна, М.К. Гарбовського., А.Г. Гудманяна, В.І. Карабана,Т.Р. Кияка та ін.

Переклад – процес міжмовної і міжкультурної комунікації, під час якого на підставі цілеспрямованого перекладацького аналізу вихідного тексту створюється вторинний, перекладений текст, який замінює вихідний текст у новому мовному і культурному середовищі [5; 7; 11; 19].

Практика перекладу іншомовних власних назв страждає від невпорядкованості та стихійності, розбіжностей у варіанті відповідників [21, с. 43].

**Актуальність** дослідження обумовлена необхідністю розробки методик якісного перекладу власних назв, зокрема, ефективних перекладацьких прийомів, які даватимуть змогу найадекватніше передати їх в аудіовізуальних творах.

**Об’єктом дослідження** є українські власні назви у німецькомовних медійних текстах, які розглядаються як компресовані тексти, що містять кодовану когнітивну інформацію.

**Предмет дослідження** – перекладацькі трансформації українських власних назв у процесі їх адаптації для німецькомовного реципієнта.

**Мета дослідження** полягає в аналізі структурно-семантичної основи власних назв та створення класифікації перекладацьких трансформацій, задіяних у відтворенні українських власних назв в німецькомовних медійних текстах.

**Мета** передбачає вирішення наступних завдань:

* дослідити специфіку медійних текстів,
* визначити особливості перекладу власних назв,
* виокремити складнощі процессу перекладу власних назв,
* сформулювати методику перекладу власних назв.

**Методи дослідження**. Методологія магістерської роботи базується на використанні *описового методу*, що дає можливість здійснити повну та послідовну інвентаризацію мовних засобів і виявити характерні риси типів перекладу в кожній з мов. *Зіставний метод* дозволяє порівняти спосіб передачі українських власних назв у німецькій мові з метою виявлення специфіки. *Структурний метод* передбачає з’ясування універсальних закономірностей функціонування лексико-семантичних та стилістичних трансформацій в досліджуваній мові. *Прийом кількісних підрахунків* застосовується в роботі для визначення кількісного співвідношення між семантичними підгрупами в межах одного типу перекладу та обчислення частоти його використання у досліджуваній мові.

**Наукова новизна** дослідження полягає в удосконаленні методики перекладу власних назв у медійних текстах.

**Практична значимість** роботи полягає в тому, що отримані результати можуть використовуватись студентами при підготовці до занять (семінарських і практичних) з теорії і практики перекладу, написанні рефератів, курсових і дипломних робіт, виконанні студентських наукових досліджень з проблем перекладу медійної інформації, а також під час проходження різних форм перекладацької практики.

**Апробація результатів** дослідження здійснена на двох конференціях: ІІ Міжнародній інтернет-конференції молодих учених: Сучасна іншомовна освіта: філологічні та лінгводидактичні дослідження (22 жовтня 2021 р., тези доповіді: "Деоніми: Труднощі перекладу") та конференції "Молодь у науці" (19 травня 2021 р., тези доповіді: "Місце антропонімів у сучасній німецькій мові"), а також у статті"Місце антропонімів у сучасній німецькій мові" у Віснику студентського наукового співтовариства (2021 р., № 24).

Структура й обсяг роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.

Загальний обсяг роботи становить 71 сторінок, основного тексту - 62 сторінок. Списки використаної літератури налічують 60 позиції українською, російською, німецькою та англійською мовами.

**РОЗДІЛ I**

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ**

**1.1 Особливості німецькомовного медійного дискурсу**

У XXI столітті дослідницькі переваги зміщуються з вивчення мови як окремо взятого явища мови та думки у бік розгляду не лише різних сторін його функціювання, а й механізмів створення, освоєння та впливу продуктів мовної діяльності мовної особистості. У цьому плані особливий інтерес звернення до такого феномену масової комунікації як медіатекст [23].

Термін “медіатекст виник у 90-ті роки минулого століття в англомовній науковій літературі (Т. Ван Дейк, А. Белл, Р. Фаулер, М. Монтгомері, Н. Фейєрклаф та ін.)” [21]. Розуміння медіатексту як комунікативного явища, що поєднує у собі вербальні та невербальні (медійні) засоби зумовило необхідність розгляду питання про його функціонально-стилістичний статус, проблеми функціонально-типологічної диференціації мови ЗМІ.

Важливо визначити мовну специфіку окремо узятого ЗМІ, і розгляд його мови як знакової системи змішаного типу, що поєднує вербальні та аудіовізуальні коди, дозволяє це зробити. Виступаючи провідною одиницею сучасного медіапотоку, медіатекст привертає увагу вчених як основний об'єкт порівняно молодої наукової дисципліни, що активно розвивається, – медіалінгвістики [23]. Будучи багатовимірним та багатошаровим за своєю природою, медіатекст актуалізує ті чи інші властивості залежно від жанрово-стилістичної приналежності. У зв'язку з цим постає питання про підходи до вивчення типологічної класифікації жанрів медіатексту.

Слід зазначити, що якщо в українській журналістській традиції виділяються такі жанри текстів масової інформації, як репортаж, нарис, огляд, нотатка, фейлетон, інтерв'ю, звіт та ін., то у німецькій перелік жанрів дещо інший: новини, коментар, тематична стаття, аналітика , інтерв'ю.

Завдання повного та всебічного типологічного опису медіатекстів, виявлення їх основних лінгвомедійних властивостей – одне з глобальних завдань медіалінгвістики. Водночас не можна забувати про методологічні підстави такого опису. Враховуючи міждисциплінарний, інтегративний характер медіалінгвістики як науки, можна говорити і про особливу синтетичну методологію цієї галузі знання, що спирається на цілий корпус наукових дисциплін, серед яких філософія, логіка, історія, соціологія, психологія, семіотика, лінгвістика, логін інші [33].

У науці сформувалося кілька напрямів дослідження медіатексту. Варто виділити такі методологічно значущі аспекти вивчення, як семіотичний, психолінгвістичний, соціологічний, когнітивно-дискурсивний, прагматичний, політичний, юридичний, соціолінгвістичний, культурологічний, функціонально-стилістичний, риторичний, лінгвокультурологічний, концептуальний. Системні знання в галузі медіалінгвістики мають важливе значення для співробітників сфери мас-медіа, журналістів, PR-фахівців.

Вищеназвані аспекти дослідження медіатексту є актуальними та перспективними напрямками сучасного гуманітарного знання, вони детермінують вектор розвитку сьогоднішньої та завтрашньої медіалінгвістики. Все частіше звучить термін медіадискурс, що підкреслює як актуалізацію об'єкта дослідження у мовної діяльності, а й тісний його зв'язок з когнітивними процесами сприйняття і пізнання навколишнього світу.

Голландський вчений Теун ван Дейк, розмірковуючи про сутність поняття медіадискурс, зазначає, що "з вивченні вербальної діяльності, здійснюваної засобами масової інформації, слід приділяти більше уваги розширеному розумінню контекстуальної перспективи дискурсу, що включає особливості виробництва, розповсюдження та сприйняття інформації, культуро-ідеологічний фон" [9, с. 37].

У зв'язку з цим поряд з вербальним та власне медійним рівнями медіадискурсу небезпідставно виділяється рівень концептуальний, або комунікативно-когнітивний, оскільки саме "мова ЗМІ є тим кодом, тією універсальною знаковою системою, за допомогою якої в індивідуальній та масовій свідомості формується картина навколишнього світу, адже ахівці з медіапсихології визнають, що сьогодні сприйняття людиною навколишнього світу дуже залежить від того, яким представляють цей світ засоби масової інформації" [10, с. 24].

У дослідженнях останніх десятиліть зазначається, що медіадискурс відображає відповідні завданням його творців "структури знання і оцінок світу, що орієнтують адресата на певне осмислення дійсності і, головне, на наступні дії, поведінку" [18, с. 128]. В даному випадку важливо визначити специфіку сигналів до того, щоб за дискурсом побачити якийсь ментальний фрагмент і належним чином осмислити його, тобто виявити певні мовні форми, та синтаксичні (у тому числі модальні) варіанти, взяті разом у контенті кожного конкретного засобу. масової інформації.

Звернення до мови засобів масової інформації як до знакової системи змішаного типу, що поєднує в собі вербальні та аудіовізуальні коди та структурує в результаті комунікації нові знання та уявлення, дозволяє розкрити природу та основи діяльності, спрямованої на створення медіадискурсу, проте при цьому слід враховувати, що здійснити такий багатофакторний аналіз можливий лише при об'єднанні відомостей з різних галузей гуманітарного знання – не лише лінгвістики, а й соціології, філософії, політології, історії, психології, етнології та інших, що так чи інакше стосуються проблем способів вираження, передачі, переробки та освоєння людиною значимої йому інформації. Особливе місце у цьому ряду займає когнітивна наука. Як зазначає Є. С. Кубрякова: “Вона кваліфікує вербальну сторону засобів масової інформації як особливий тип дискурсивної діяльності, яку не можна визнати суто лінгвістичною через її залежність, зокрема, від маси прагматичних факторів” [18, с. 127], та й не тільки від них.

Характер і специфіка дискурсивної діяльності визначається цілою низкою інших факторів, серед яких соціальні, національно-культурні, психологічні, суспільно-політичні та інші, які необхідно враховувати щодо масмедійного дискурсу [23]. Результатом такої багатопланової у своїх пресуппозиційних засадах діяльності стає формування дискурсу особливого типу. Особливість такого дискурсу у тому, що у процесі створення та сприйняття інформації, закладеної у його змісті, як відбувається відображення якогось фрагмента дійсності, здійснюється соціальне пізнання (Т. ванн Дейк), а й конструюється інша реальність (Н. Луман).

Важливо враховувати, що інша реальність часто виявляється міфологічної за своєю сутністю, оскільки, на думку Р. Барта, саме “міф виступає однією з форм відображення реальності”. Завдяки засобам масової інформації міф допомагає їх адресату виробити те чи інше ставлення до подій і стану справ у світі в цілому. Осмислюючи і приймаючи інтерпретовану масмедійним дискурсом інформаційну реальність, індивід не просто потрапляє в іншу реальність (вона не єдина і не є інваріантом) – він занурюється в простір одного з можливих світів.

Ідея можливих світів, висунута Г. Лейбніцем [20] і розвинена сучасними вченими-логіками, виявляється дуже важливою “для осмислення концептуальної природи медіадискурсу”. Будучи багатовимірним та багатошаровим за своєю природою, медіадискурс актуалізує ті чи інші властивості залежно від свого комунікативного завдання, жанрово-стилістичної приналежності, лексичного наповнення та синтаксичної організації.

Розуміючи можливі світи як мислимі альтернативні стани, Лейбніц розмежовував необхідно істинне як те, що має місце у всіх можливих світах і випадково істинне як те, що має місце тільки в деяких з них. Розвиваючи концепцію Лейбніца, С.А. Крипке розглядав "можливі світи" як абстракції можливих станів реального світу [17, с. 341]. Можна сказати, що ідею "можливих світів" стосовно медіадискурсу вловили вчені, які працюють у сфері критичного дискурс-аналізу та близьких до неї дослідницьких парадигм, що нагромадили величезний досвід у цьому напрямку (Т. ван Дейк, Р. Фаулер, Г. Клаус та ін.) .). Так, Р. Фаулер звертає увагу на те, що в британській парадигмі "культурних досліджень" прийнято описувати дискурс новин не як спосіб відображення реальності, а як продукт, створений певними силами і структурами (політичними, соціальними, економічними, культурними та ін.), що використовують лінгвістичні інструменти для зміщення фокусу уваги, наприклад, для імплікації або деперсоналізації відповідальності і т.д. [43].

Таким чином, у медіадискурсі як особливому виді когнітивної діяльності масмедійної мовної особистості, у тому числі й у новинному, у процесі "соціального пізнання" відбувається когнітивне моделювання "можливих світів" шляхом завдання потрібних "параметрів" повідомлення. Дослідження цих параметрів, їх специфіки та механізмів, задіяних у забезпеченні впливу медіадискурсу, затребуване сучасною науковою думкою. Однак, як підкреслював Т. ван Дейк, "ми не зрозуміємо, як соціальні ситуації чи соціальні структури вторгаються в текст і мову, якщо не зрозуміємо, як люди інтерпретують та репрезентують ці соціальні умови в рамках особливих ментальних моделей – контекстних моделей" [9, с. 15]. Позначимо лише деякі фактори, значущі для системного розгляду медіадискурсу.

Насамперед, це характер інтенційності, тобто комунікативного наміру автора, того завдання, яке він ставить перед собою (або яке ставиться перед ним). У силу даної умови та сама ситуація може бути представлена з декількох (іноді більше двох) різних точок зору, у тому числі і полярно протилежних. Природно, що важливу роль виконує особлива мова медіатексту (вибір та використання мовних та стилістичних засобів), що детермінує не лише активізацію певних знань та уявлень, а й запровадження нових установок у масову свідомість. У цьому процесі зазвичай задіяні засоби всіх рівнів мовної системи: від фонетичних (інтонація, паузи, логічний наголос, темп тощо – при усному форматі повідомлення через аудіальний або аудіовізуальний канали) та словотворчих до лексичних та граматичних (як в усному), і у письмовому, візуально сприйманому, форматах повідомлення).

Активне використання стилістично маркованих одиниць та образних засобів мови підтримує заданий комунікативний намір та забезпечує необхідний ефект на масову аудиторію та громадську думку. У системі впливу медіапродукту важливе місце займають і невербальні засоби, пов'язані з непрямою комунікацією. Різні залежно від типу медіатексту, вони працюють частіше на підсвідомому, конкретно-образному рівні і виявляються іноді ще ефективнішими, ніж вербальні.

Крім того, слід виділити такий фактор, як орієнтація на "свого" колективного адресата, який будує той чи інший "можливий світ" у міру сприйняття певної інформації. При цьому важливо враховувати гендерні, соціальні, психологічні, вікові, етнічні та інше. особливості аудиторії та їх зв'язок із типом конкретного медіадискурсу. Тим самим актуалізується комунікативно-когнітивна функція мови, за допомогою реалізації якої у засобах масової інформації ведеться управління своєю аудиторією, її масовою свідомістю та поведінкою, що демонструє, за словами Т.А. ван Дейка, "Безперечну владу мас-медіа" в сучасному світі [8, с. 120].

Таким чином, можна зробити висновок, що медіатекст має цілу низку специфічних особливостей, через які проявляється його когнітивна природа та актуалізуються відповідні механізми впливу та сприйняття. Він є особливим видом когнітивно-дискурсивної діяльності, пов'язаний з моделюванням іншої ситуації, іншого світу. І тому не випадково одним із пріоритетних завдань медіалінгвістики та суміжних із нею дисциплін стає опис ефектів дискурсу з позицій когнітивно-дискурсивної парадигми.

**1.2 Види та специфіка медійних текстів**

Нерідко вчені у своїх дослідженнях зосереджують увагу виключно на повідомленнях ЗМІ – преси, радіо та телебачення, оскільки саме ця продукція має масштабне, все пронизливе значення. Але в ситуації множинності текстів, що транслюються масовою комунікацією, необхідно виділити види текстів, диференціювати весь цей різноманітний та різнорідний матеріал. На наш погляд, у комунікативістиці з функціонально-цільової орієнтованості текстів чітко виділяються два їхні види:

- Текст масової комунікації як інформаційний продукт мас-медіа - преси, радіо, телебачення, Інтернету;

- Текст масової комунікації як рекреаційний продукт масової культури. І той і інший види є медійним текстом, реалізованим масової комунікацією. Відмінність їх носить функціональний характер.

За змістовно-структурними ознаками текст як інформаційний продукт мас-медіа диференціюється на такі типи повідомлень:

- хроніка - перелік-констатація фактів, подій;

- новина - факт, пригода, подія, що відображають актуальний момент дійсності, що набуває суспільного значення і викликає суспільний інтерес, а також має під собою емоційне підґрунтя);

- публіцистичне послання - іншими словами, рефлексія щодо події, ситуації, явища;

- Історія, розповідь.

Текст як продукт масової культури практично завжди є оповідальним текстом, тоді як текст як інформаційний продукт мас-медіа також може втілюватися у формі наукового звіту, документалізованої констатації (метеозведення), репертуарного списку в афіші та інших формах, не властивих продуктам масової культури. Словом, до якої б продукції масової культури ми не звернулися - кінофільму, роману, рекламному ролику, шлягеру та ін., у всьому виявляється наративна структура. Наратив виступає як форма буття медійного тексту як продукту масової культури.

Р. Барт писав: "Не перерахувати всіх існуючих у світі оповідань. Насамперед дивує саме різноманіття оповідальних жанрів, які, у свою чергу, здатні втілюватися в різних субстанціях так, ніби для людини годиться будь-який матеріал і він готовий довірити йому свої історії: оповідати можна природною мовою, як письмовій, так і усній, можна оповідати за допомогою рухомих або нерухомих зображень, можна вдатися для цього до мови жестів, а можна синтезувати всі ці субстанції; оповідають міф, легенда, байка, казка, новела, епопея, історія, трагедія, драма, комедія, пантоміма, мальовниче полотно (згадаймо св. Урсулу Карпаччо), вітраж, кінематограф, комікс, газетна хроніка, побутова розмова" [4, с. 353].

Оповідальна структура медійного тексту як продукту масової культури, як і і структура художнього тексту високої культури, піддається членування історію і оповідаючий дискурс (по Ц. Тодорову); також у ній можна назвати три рівня описи (по Барту): рівень "функцій", рівень "дій" і рівень "оповідання" [4; 28; 29].

Безумовно, медійний текст як продукт масової культури можна диференціювати по-різному, у тому числі і виходячи з традиційної жанрової організації, в якій виділяються такі базові жанри, як драма, трагедія, комедія, детектив, мелодрама. Усі вони мають специфічні відгалуження залежно від виду комунікації. Наприклад, у кінематографі з урахуванням детективної схеми з'явилися й інші жанрові форми – вестерн, трилер, бойовик, пригодницька драма тощо. Є ще своєрідні жанрові різновиди, що з особливостями національної культури.

Так, у японському кіно існує традиційний для цієї культури жанр "квайдан" (фільми про примар). І хоча такі кінокартини є і в європейському кінематографі, але в Японії вони набули рис (обумовлені деякими особливостями функцій цих персонажів та ситуацій, пов'язаних із ними), яких немає у європейському кіно.

Так чи інакше, незалежно від своїх функціональних особливостей, обидва види медійного тексту – і текст як продукт ЗМІ, і текст як продукт масової культури, безумовно, служать соціальній взаємодії, спілкуванню та діалогу.

Медійний текст як продукт мас-медіа та масової культури спирається на інформаційну комунікацію, текст як продукт високої культури – на художню комунікацію; відповідно, вони різні функції. К. Ясперс виділяв об'єктну комунікацію, яка організує уявлення людей, що належать до будь-яких соціальних спільностей, і об'єднує цих людей у певній спільності, та екзистенційну, що виражає пізнання Сенсу та суті світу різними людьми.

Екзистенційна комунікація оперує художніми текстами, об'єктна комунікація – текстами масової комунікації.

Далі виділимо загальні, універсальні ознаки текстів масової комунікації, тобто. ті сутнісні моменти, які є характерними для всіх медійних повідомлень. Ці ознаки визначаються, по-перше, особливостями змісту та форми повідомлень; по-друге, особливостями механізму їх виробництва та поширення.

Перша група ознак відображає змістовно-формальні характеристики медійних текстів:

1. Популярність. Одна й та інформація призначена для мільйонів споживачів і доступна масової свідомості, тобто. масова комунікація популяризує інформацію, і цьому є такі відомі ознаки форми її подачі, як:

- близькість аудиторії (у текстах масової комунікації є точки дотику з інтересами аудиторії, у яких завжди закладено відгук її потреби);

- Ситуативність, тобто. опора на життєві конкретні ситуації (навіть якась теоретична наукова інформація про те чи інше відкриття вчених подається у ЗМІ через уявлення ситуації, в якій ця наукова інформація розкривається як взаємопов'язана з життям людини, що впливає на неї);

- драматизм оповіді, заснований, по-перше, на подійності, на відображенні конфліктних, проблемних ситуацій повсякденності або масштабних явищ і подій, що зачіпають людство, а по-друге, на експресивності використовуваних оповідальних структур.

2. Актуальність та миттєвість. Повідомлення масової комунікації мають короткий життєвий цикл, у певному сенсі у них немає часу, що минув, – лише сьогодення. Масова комунікація спирається на те, що має значення для сьогодення, що важливо для прийняття рішень та формування настроїв, ідеології сьогодення, але що також може вплинути на майбутнє і дозволяє по-новому поглянути на минуле. Актуальність текстів масової комунікації виявляється у їх новизні та сучасності.

Як правило, ЗМІ звернені до миттєвих подій та злободенних проблем суспільства – політичних, соціальних, побутових тощо, але за фіксованими миттєвими та злободенними моментами життя може відкриватися загальна картина сучасного, а сучасне є показовим для часу, то чому про ньому судитимуть у майбутньому. Журналістика, кінематограф, реклама, мода та ін. не просто відображають поточну історію, але, за великим рахунком, також створюють літопис сучасності. У текстах масової комунікації є слід змін, які відбуваються з людьми, епохою. Масова комунікація описує людські твори, досягнення, катастрофи та війни, подвиги та падіння, торкається питань миру, життя і смерті, добра і зла. У цьому її актуальність.

3. Релевантність. Однією з умов життєздатності текстів, якими оперує масова комунікація, є їх відповідність інформаційним запитам аудиторії, її потребам та інтересам.

4. Контекстуальність. Сенс повідомлення завжди розгортається і прочитується масовою аудиторією у тих, у якому відбувається комунікація. Такі контексти, як "політичні новини", "кримінальна хроніка", "кінобойовик", "детективний бестселер" тощо визначають можливості "зчитування", декодування, розуміння аудиторією повідомлень, що реалізуються в цих контекстах. Крім того, контексти комунікації обумовлюються ідеологією суспільства, типом культури, етичними та релігійними переконаннями, соціально-психологічними установками тощо.

5. Інтертекстуальність. Повідомлення в масовій комунікації завжди є якоюсь ланкою в нескінченному ланцюзі повідомлень. Воно взаємодіє з безліччю інших повідомлень (яке, втім, може бути обмежено певною парадигмою, наприклад "новини внутрішньодержавної політики" або "новини культурного життя країни" тощо), попередніх і наступних. Текст масової комунікації - це "постійне та нескінченне посилання текстів один на одного та нескінченне цитування; тут немає базових текстів, з освоєння яких йшло б розвиток" [2].

6. Стереотипність. Тексти масової комунікації використовують домінуючі соціальні та культурні стереотипи (стійкі образи чогось, сукупність загальноприйнятих уявлень), у своїй тексти або затверджують і актуалізують такі стереотипи, або руйнують, пропонуючи натомість нові.

7. Стандартизованість. В основі текстів масової комунікації лежать комунікативні стандарти – мовленнєвий та жанровий. Перший спирається, наприклад, на певні функціонально-стильові параметри, зрозумілі публіці, другий - на форму, структуру, а також освоєні масовою аудиторією.

Друга група ознак відображає механізм виробництва та розповсюдження медійних текстів:

1. Технологічність. Винахід та освоєння телеграфу, телефону, лінотипного друкарського верстата, радіо, кіно ясно показали, що нові виробничі технології визначають характер та сутність масової комунікації. Масова комунікація набрала чинності і виявила свої феноменологічні ознаки разом з індустріалізацією та розвитком високотехнологічних способів виробництва та передачі інформації.

Розвиток технологій є обов'язковою умовою виробництва та поширення текстів масової комунікації, без дотримання якого вони не можуть реалізуватися в соціумі. Технології як дозволяють відтворити інформацію, а й висловити її, втілити в текстову реальність. При цьому технологічність обумовлює структурно-змістовні характеристики медійного тексту ("засіб комунікації є повідомлення"). Наприклад, технології цифрової кіно-, фото- та телевізійної зйомки, монтажу, газетно-журнальної верстки, створення сайтів в Інтернеті та ін. певним чином вибудовують поле значень, що виражаються медійними текстами.

2. Тиражованість. Текст масової комунікації обов'язково відтворюється у вигляді тиражування. Без тиражування текст не може вийти на масову аудиторію та набути статусу масового інформаційного продукту. Крім того, механізм тиражування забезпечує загальну доступність інформації.

3. Повторюваність. Інформація, що передається через масову комунікацію, через різноманітність каналів передачі багаторазово повторюється і, як наслідок, постійно варіюється. Це є одним із факторів, що зумовлюють можливість реалізації текстів у спеціалізованих мас-медіа, що диференціюються за певними сегментами масової аудиторії. Повторюваність веде до того що, що якісного (смислового, творчого) розширення інформації у масової комунікації немає, має місце лише кількісне примноження інформації.

4. Взаємозамінність. Внаслідок того, що тексти масової комунікації весь час множаться, варіативно повторюючи стандартизовану інформацію, соціальні та культурні стереотипи, а також через свій короткий життєвий цикл вони постійно витісняють один одного, одне повідомлення змінюється іншим, взаємозамінним.

Отже, всі перелічені ознаки зумовлюють і пояснюють характер повідомлень масової комунікації, завдяки якому вони стають доступними аудиторії засобів масової комунікації, що є розосередженою і різнорідною (за багатьма параметрами – психо-демографічним і соціальним) масою споживачів інформації, і приймаються цією аудиторією. Якщо науковий текст або витвір мистецтва може бути незрозумілим і недоступним (не в плані об'єктивно-фізичної, а в плані інтелектуальної даності), то тексти, що передають повідомлення масової комунікації, апріорі доступні у всіх сенсах найширшій публіці.

Насамкінець зазначимо, що у науковому аналізі медійного тексту сьогодні домінує семіологічний (семіотичний) підхід. Проте, як казав У. Еко, хоча цей підхід і визнається провідним, узагальнюючим та загальноприйнятим, він не є єдиним і, крім того, нерідко зазнає комунікативістів критики. Так, Дж. Уоллакотт зазначав, що у рамках семіологічних досліджень акцент робиться на дії кодів, тобто. системі правил організації тексту, на внутрішньому структуруванні тексту, то таким чином семіологія аналізує відносини, зв'язки не між світом медійним і реальним світом, а між таким, що означає і означає.

"Водночас уявлення про знак неминуче передбачає реальність понад себе, – писав Дж. Уоллакотт. – Крім того, у семіологічних дослідженнях спостерігається певна суперечність між аналізом знакових систем, таких як масові комунікації – внутрішньо та логічно структурованих, та одночасним пошуком структур, що лежать в основі предмета аналізу. Теоретики намагаються виявити ці структури в різних областях - від "літературності" до універсальних якостей свідомості людини " [36, с. 160].

Отже, незважаючи на критику семіологічного підходу, він залишається визначальним у дослідженнях масової комунікації. Втім, це заперечує те, що у комунікативістиці велике значення мають психологічні, соціологічні, історичні дослідження текстів. Наприклад, у психологічних розробках багато уваги приділяється аналізу видів медійного тексту за домінуючим способом сприйняття (емоційне, пізнавально-раціональне, критично-раціональне та образно-художнє сприйняття), а також вивченню факторів, що визначають соціально-когнітивні функції, структури тих чи інших видів медійного тексту.

# 1.3 Методи ономастичних досліджень

У сучасній ономастичній науці, що спирається на матеріалістичну діалектику, що дає загальний напрямок наукових пошуків, використовуються різні методи дослідження. Але в конкретному ономастичному дослідженні зазвичай застосовується лише один метод. Комбінація, і навіть подальша деталізація методів залежить від мети дослідження та специфіки аналізованого матеріалу. Розглянемо такі методи дослідження.

Описові методи використовуються в усій суспільній історії та природничих науках і можуть займати перше місце за широтою застосування. Цей метод має відповідати багатьом вимогам: чіткому розумінню обраної теми дослідження, порядку опису, систематизації, групування чи класифікації, відповідно до матеріальних характеристик дослідницького завдання. Використовуючи історичні методи, завдання дослідника – визначити ієрархію іменників на основі мови-джерела. Завдання методу порівняння – порівняння всього іменникового простору та різних його областей. Можна порівняти різноманітні явища плану змісту та плану експресії. Результат порівняння можна виразити за допомогою якісних і кількісних характеристик.

Використання семіотичних методів ґрунтується на розумінні лінгвістичної природи та системної організації референтної одиниці в усьому іменному просторі конкретної мови протягом певного періоду існування. Завдання полягає в тому, щоб визначити набори символів, їх відмінні характеристики, методи мовного вираження, специфічні типи прояву системних зв'язків, загальний системний ступінь збірного терміна, його різні категорії та різні їх галузі. категорія. Стилістичне право розглядає широке коло питань: роль власних назв у художніх творах, особливості літературознавчих термінів, залежність складу і функції назв від спрямування літератури, добір і використання імен у прозі [15; 28]. Поезія, драматургія, літературні назви, топоніми тощо. Їх роль у створенні художніх образів, а також використання багатьох інших видів спонукань, без винятку категорії власних імен [28].

Методи лінгвістичної психології "експериментують" над власними назвами, щоб визначити співвідношення між ними. Метою статичного методу є вивчення об’єкта крім якісної сторони, є ще й кількісна сторона. Лінгвістика власних назв передбачає найпростіший підрахунок кількості імен і вибір найуживаніших, а також опис статичної організації всієї категорії власних імен і закону її розвитку.

Релевантним для нашого дослідження є визначення перекладацьких трансформацій при перекладі українських власних назв у німецькомовних медійних текстах.

**1.4. Концепції власних назв**

У мові власні імена зазвичай протиставляються іменам загальним за змістовними критеріями і за функціями, ~~що~~ виконуються. Вважають, що власні імена, насамперед, виконують номінативну функцію, а імена загальні – семасіологічну (змістовну) [6, с. 40]. Виконання семасіологічної, або змістовної функції обумовлено наявністю в імен загальних значення або поняття. Під поняттям розуміється "ідея, що відображає в узагальненій формі предмети та явища дійсності за допомогою фіксації їх властивостей та відносин; останні (властивості та відносини) виступають у перекладі як загальні та специфічні ознаки, співвіднесені з класами предметів та явищ [22; 38; 39].

Власним назвам, на відміну від імен загальних не властиве поняття у зазначеному сенсі [34]. За словами М. В. Нікітіна, власне ім'я "нічого не повідомляє про позначену річ" [26, с. 36].

С. Крипке також не пов'язував власні назви з конкретним значенням, називаючи їх ярликами, що вказують на той самий об'єкт у різних можливих світах [44, с. 48]. Відсутність поняття в власної назви, його зв'язок з едініним об'єктом і чітко виражена ідентифікуюча функція виділяються А. В. Суперанською як його основні характеристики [34, с. 124].

Крім згаданої теорії власного імені як "порожнього знака", відповідно до якої власні імена – це нічого не значущі (в семантичному сенсі) слова, ярлики, етикетки, розрізняючі знаки, що присвоюються одиничним предметам для відмежування одного предмета або явища від іншого, з- Відома теорія про те, що власні імена - це особливий клас спеціальної лексики, що володіє специфічним значенням [31].

При такому підході, як зазначає Є. А. Хамаєва, власні назви взагалі "випадають" з дихотомії власні назви – загальні назви [37, с. 15]. Як доказ приналежності власної назви до спеціальної лексики зазвичай вказують на такі властивості онімів, як їх написання з великої літери, особливості їх відмінювання і словотвору.

Відома також точка зору, згідно з якою власні імена не належать до класу іменників [6; 40; 41, с. 127]. В. Д. Бондалетов, зокрема, вважає, що денотативне, сигніфікативне та структурно-мовне відношення властиві як іменам загальним, так і власним іменам. Відмінність полягає в тому, що названі типи відносин у власних імен специфічні. Саме тому вони утворюють особливу підсистему в межах загальної лексико-семантичної системи мови [6, с. 26-27]. А. Л. Шарандін також стверджує, що власні імена – це самостійний клас слів, особлива частина мови [40, с. 122].

Р. Коутс вважає, що власні імена доцільно розглядати як особливу категоріальну освіту, оскільки всі вони об'єднані єдиною ознакою, якою є "власність" [41, с. 133].

Широкого поширення набула теорія імені власного, в рамках якої визнається, що власні імена мають семантичний зміст, а, отже, у них є і денотат, і сігніфікат [3]. Під сигніфікатом власного імені розуміють усю ту інформацію, яка може бути вилучена з імені у відриві від його реального носія [22].

Для антропонімів загальною категоріальною ознакою є їхня співвіднесеність із семою "людина" [3, с. 15; 30, с. 103]. Для топонімів такою сьомою, мабуть, буде місце.

У семантиці антропонімів А. А. Живоглядов також розрізняє "підлогу". На матеріалі англійських антропонімів він показує, що віднесеність особистих імен до чоловічої або жіночої статі досягається протиставленням "чистих основ" (Paul, Andrew – Ann, Jane), суфіксальних елементів (Gerald – Geraldine) та фіналів. Типовими фіналами чоловічих імен є: - ford, -son, -win, -nald, -er. До типових фіналів жіночих імен відносяться: -bel, -ette/etta, -linde, -illa, -elle [9, с. 71].

На думку Т. В. Бакастової, ознака "підлога" власних назв суперечить існуванню імен, для яких даний знак не є релевантним. Наприклад, імена Alexis, Christian, Faith можуть використовуватися для іменування як жіночої, і чоловічої статі [3, с. 15].

Деякі дослідники у складі антропоніма виділяють цьому "національність" [24]. З цього приводу Т. В. Бакастова пише наступне: "Виділення національної ознаки в мовному значенні власного імені також навряд чи можна визнати істотним, тому що, якщо під цим розуміти національність носія імені, то в силу тісних міжнародних і міжнаціональних контактів, людина може отримати ім'я, властиве іншій антропонімічній системі <…>, а якщо національну ознаку власного імені визначити діахронічно, виходячи з його генеалогії та етимології, то знову ж таки, в силу екстралінгвістичних історичних фактів, виявити його часом буває неможливо" [3, с. 15].

Для аргументації свого погляду Т. У. Бакастова звертається наприклад з ім'ям Чарльз і підкреслює те що, що це ім'я може бути застосоване для наречення як англійця, американця, і жителя африканського походження [3, с. 15]. Слід наголосити, що, незважаючи на заперечення з боку Т. В. Бакастової щодо виділення у складі особистих імен семи "національність", вона все ж таки визнає імовірнісний фактор при іменуванні особи тієї чи іншої національності.

На думку Д. І. Єрмолович, в семантичну структуру власного імені входять не тільки "стать" і "національність", а також такі семи, як "регіональна приналежність" і "віднесеність до певної історичної епохи" та ін. [24].

Є. М. Верещагін вважає, що в семантиці власних назв можна виділити "вік". Наприклад, імена Октябрина, Майя, Нікель можуть протиставлятися за віком таким традиційним іменам, як Ігор, Олег, Павло.

В іменах, за його твердженням, носіями усвідомлюється походження імені. Такі імена, як Герман, Альберт, Едуард сприймаються як іноземні, а Володимир, В'ячеслав, Мстислав як слов'янські. У повсякденному свідомості деякі імена (Іван, Михайло, Катерина, Ірина), запозичені з грецької та єврейської мов, усвідомлюються як слов'янські.

Імена можуть мати соціальне забарвлення: Іван, Сидор, Омелян асоціюються із селянськими іменами; Євген, Віра, Роберт, Вадим – із міськими; Олег, Ярослав, Ігор, Володимир, Ольга – з князівськими; Іона, Ісаакій, Нікон, Зосима – чернечі імена; Сава, Хома, Гордій, Олімпіада, Васа – купецькі. Імена несуть інформацію про вживаність (модні, рідкісні, застарілі).

У топонімах зазвичай виділяють семи предметності, одиничності, співвіднесеності із земною поверхнею, таксономічності (гора, болото, озеро та ін.), цьому координат та ін [13, с. 68].

Існує також теорія, згідно з якою власні імена мають сигніфікат, який в принципі являє собою текст, наповнений певним змістом [27, с. 270].

Здатність власного імені мати сигніфікат такого роду дослідники пояснюють можливістю окремих імен накопичувати змістовну інформацію в процесі їх функціонування [27, с. 270]. Одні дослідники пов'язують накопичення інформації власним ім'ям з промовою [32], інші - з процесом їхнього побутування в історії та культурі [27, с. 275.].

О. І. Соколова вважає, що зміст власного імені безпосередньо пов'язаний з промовою [32]. На думку О. І. Соколової, саме особливості функціонування власних назв зумовлюють особливості їх семантики. Специфіка сигніфікативного значення власних імен та номінальних полягає в наступному: поняття, що виражається ім'ям номінальним, формується у мові; поняття, що виражається власним ім'ям, формується в мові [32].

Як слід зазначити, статус власного імені буде різним у мові та мові. У зв'язку з цією дихотомією деякі дослідники розрізняють мовний і мовленнєвий підхід до вивчення власних назв. При мовному підході власні імена є знаками, позбавленими будь-якої семантики і функціонуючими як ярлики, які присвоюються об'єктам іменування. При мовному підході передбачається деяке знання об'єкта іменування та співвідношення імені з конкретним денотатом. Тут під значенням розуміється конкретний зміст, що набуває одиницею мови в мові [30].

Н. В. Петрова пов'язує наявність змісту в імені власного зі Світом Дії та Світом Цінностей (дані терміни запозичені у А. Н. Уайтхеда [35]). Для того, щоб власне ім'я набуло значення, необхідний етап переходу імені зі Світу Дії в Світ Цінностей. Процес накопичення інформації під певним позначенням пов'язаний таким чином з текстом історії або текстом культури [27, с. 275.].

В. В. Молчановський [25, с. 159] пояснює здатність власних назв накопичувати інформацію їх побутуванням у культурному середовищі.

Кумулятивна функція має пряме відношення до фонових знань. Фонові знання визначаються як знання, що є елементами культури тієї чи іншої мовної спільності, що супроводжують мовленнєве спілкування та необхідні комунікантам для того, щоб комунікація була успішною [13]. Фонові знання зазвичай розглядаються як особливий різновид пресупозиції. Під пресуппозицією розуміються знання, які відомі учасникам спілкування і які роблять мову осмисленою та адекватно сприйманою [1].

Отже, існуючі в даний час концепції власного імені включають концепцію власного імені "порожнього" знака, концепцію власного імені як знака з особливим значенням, концепцію власного імені як особливої частини мови, концепцію власного імені як повнозначного знака. Остання існує у двох різновидах: як концепція власного імені, що володіє семантичною структурою, і концепція власного імені як тексту.

**Висновки до Розділу І**

У процесі дослідження було з'ясовано, що медіатекст має низку принципових особливостей, через які проявляється його когнітивна природа та актуалізуються відповідні механізми впливу та сприйняття. Медіатекст є особливим видом когнітивно-дискурсивної діяльності, пов'язаний з моделюванням іншої ситуації, іншого світу. І тому не випадково одним із пріоритетних завдань медіалінгвістики та суміжних із нею дисциплін стає опис ефектів дискурсу з позицій когнітивно-дискурсивної парадигми.

Встановлено, що незважаючи на критику семіологічного підходу, він залишається визначальним у дослідженнях масової комунікації. Втім, це заперечує те, що у комунікативістиці велике значення мають психологічні, соціологічні, історичні дослідження текстів. Наприклад, у психологічних розробках багато уваги приділяється аналізу видів медійного тексту за домінуючим способом сприйняття (емоційне, пізнавально-раціональне, критично-раціональне та образно-художнє сприйняття), а також вивченню факторів, що визначають соціально-когнітивні функції, структури тих чи інших видів медійного тексту.

У ході дослідження встановлено, що власні назви, тобто одиниці, що призначені для виділення названого ними об'єкта з низки подібних для його індивідуалізації та ідентифікації, займають важливе місце у текстах німецькомовних новинних повідомлень.

Узагальнюючи теоретичний матеріал з досліджувальної проблематики, можна стверджувати, що існуючі на сьогодні концепції власної назви включають концепцію власної назви "порожнього" знака, концепцію власної назви як знака з особливим значенням, концепцію власної назви як особливої частини мови, концепцію власної назви як повнозначного знака. Остання концепція існує у двох різновидах: як концепція власної назви, що володіє семантичною структурою, і концепція власної назви як тексту.

**РОЗДІЛ ІІ**

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ**

**2.1 Проблема перекладу власних назв**

Відтворення іншомовних власних назв є відповідальною працею, оскільки недостатнє знання культури, історії, політичного життя може стати причиною неадекватного перекладу, який в результаті бути сприйматись неправильно, а6о ж не сприйматись взагалі.

Для будь-якого перекладача переклад власних назв є, з одного боку, цікавою, а з іншого, важкою та відповідальною працею, адже недостатнє знання історії, культури, суспільного ладу, особливостей політичного життя може стати причиною неадекватного перекладу, який не буде сприйматись реципієнтом або буде сприйматись, але не належним чином. Причиною останнього є те, що власні назви – це назви, які найбільш яскраво відображають своєрідність культури та політичного життя народу-носія. Особливості культури, політики, суспільного життя, тощо можуть бути невідомі певній людині з іншої країни і саме у цей момент вся відповідальність за адекватний переклад лягає на плечі перекладача.

Багато перекладачів, редакторів та вчених зустрічаються з проблемою перекладу власних назв ‒ це цікава, але важка та відповідальна праця, де виникає проблема вибору прийому, який залежить від стилю тексту та його жанрових особливостей. До перекладу власних назв перекладач має ставитися досить уважно та відповідально, оскільки недостатнє знання культури, історії, політичного життя може стати причиною неадекватного перекладу, який у результаті буде сприйматись неправильно, або ж не сприйматись взагалі.

Перш за все, варто з'ясувати які саме власні назви існують: антропоніми – імена людей (*Bortnjanskyj, Sylwestrow, Beresowskyj, Petro, Mykola Leontowytsch*) ; топоніми – географічні назви (*der Andreassteig, Lwiw,* *Mezhyhirja*); теоніми – назви божеств (*Hermes, Aphrodite, Hephäst, Venus*); зооніми – клички тварин (*Zickzwack, Muriel, Jessi*); астроніми – назви небесних тіл (*die Sonne, der Mond, der Himmel)*; космоніми – назви зон космічного простору i сузір'їв (*Gürtelsterne des Orion, der Größe Himmelswagen, Polarstern, Milchstrasse*); хрононіми – назви відрізків часу, пов'язані з істричними подіями (*Holodomor, Majdan*); ідеоніми – назви об'ектів духовної культури (*Weihnachtslied „Schtschedryk“, "Den Helden Ruhm", "Ruhm der Ukraine"* ); хрематоніми – назви об'єктів матеріальної культури (*Wyschywanka, Hryvnia*); ергоніми – назви об'єднань людей: товариства, організаціі тощо (*„UKROP“;* *Diener des Volkes, ukrainische politische Partei (Sluha narodu); das Nationale Antikorruptionsbüro der Ukraine (NABU)*); гідроніми – назви водоймища (*der Dnjepr, die Donau, der Neckar*); етноніми – назви народів, етнічних груп (*Ukrainer, Deutsche, Engländer*) [14].

У процесі аналізу лінгвістичної літератури було з'ясовано, що існує низка різних підходів щодо класифікації перекладацьких трансформацій. У нашому дослідженні ми спираємось на класифікацію, запропоновану В. Н. Комісаровим, оскільки вважаємо її найбільш повною та детальною. Науковець виокремлює такі групи перекладацьких трансформацій [16, с. 78]:

1. транскрипція – переклад лексичної одиниці з мови оригіналу мовою перекладу шляхом передачі її звукової форми у мові перекладу;

2. транслітерація – переклад лексичної одиниці з мови оригіналу мовою перекладу шляхом передачі її графічної форми у мові перекладу; калькування – переклад лексичної одиниці з мови оригіналу шляхом заміни її компонентів (морфем або слів) їх лексичними аналогами у мові перекладу; лексико-семантичні заміни: конкретизація, яка полягає у заміні слова або словосполучення мови оригіналу з ширшим значенням словом або словосполученням мови перекладу з вужчим значенням; генералізація, яка передбачає заміну слова або словосполучення мови оригіналу з вужчим значенням словом або словосполученням мови перекладу з ширшим значенням; модуляція – процес заміни слова або словосполучення мови оригіналу такою одиницею мови перекладу, чиє значення логічно витікає зі значення одиниці мови оригіналу;

3. граматична трансформація полягає у заміні граматичної одиниці мови оригіналу такою одиницею мови перекладу, яка має інше граматичне значення;

4. комплексні лексико-граматичні трансформації: антонімічний переклад – така трансформація, яка передбачає заміну позитивної форми мовної одиниці мови оригіналу негативною формою у мові перекладу та навпаки; експлікація (описовий переклад) полягає у заміні лексичної одиниці мови оригіналу таким словосполученням мови перекладу, яка надає її повніше пояснення; компенсація – такий тип перекладацької трансформації, при якому ті елементи значення, які були загублені у процесі перекладу, виражаються деякими іншими одиницями мови перекладу [16, с. 78]. Кожна група має певні підгрупи, що дозволяє науковцям точніше описати процес перекладу.

У наш час проблема перекладу власних назв залишається досить актуальною та набуває свого динамічного розвитку, адже культурний розвиток та технічний прогрес сприяють, з одного боку поширенню специфічних найменувань за межі певної культури, а з іншого – виникненню нових найменувань та назв, які потребують адекватного перекладу.

Оскільки власні назви відносять до "безеквівалентної лексики", вчені пропонують перекладати їх, враховуючи їхню специфіку. Так, крім транскрипції, перекладацької транслітерації та калькування, мовознавці виділяють ще такі способи перекладу власних назв: описовий переклад, наближений переклад, трансформаційний переклад. Описовий або пояснювальний переклад ‒ спосіб передачі безеквівалентної лексики полягає в розкритті значення лексичної одиниці вихідної мови за допомогою розгорнутих словосполучень, що розкривають суттєві ознаки позначуваного даною лексичною одиницею явища, наприклад в німецькій мові слово "*das Mitbestimmungsrecht"*, перекладається таким чином – "*право робітників і службовців брати участь в управлінні підприємством"*. Хоча цей спосіб і розкриває значення вихідної лексики, але має суттєвий недолік, він досить громіздкий і неекономний, тому перекладачі поєднують два прийоми: транскрипцію або калькування та описовий переклад, даючи його у виносці [41, с. 14].

Суть наближеного способу полягає у тому, що замість іншомовної реалії перекладач використовує реалію мови, яка має власну національну специфіку, але в той же час має багато спільного з реалією вихідної мови, наприклад der *"Schnaps" – "горілка",* *"der Weihnachtsmann" ‒ "Дід Мороз".* Звичайно ж ці поняття не ідентичні, проте можуть використовуватись у певних контекстах. При трансформаційному перекладі перекладачу доводиться вдаватися до перебудови синтаксичної структури речення, до лексичних змін з повною заміною значення вихідного слова чи того й іншого одночасно: *"das geistigkulturelle Leben"* – *"духовне та культурне життя", "in Vorbereitung zur Konferenz" – "готуючись до конференції"* [4, с. 14]. Але, все ж, як зазначалось раніше, більшість власних назв перекладають за допомогою транскрипції або транслітерують (імена людей, географічні назви, прізвиська, топоніми, назви організацій, книг тощо).

Транскрипція власних імен з української мови часто становить труднощі у зв’язку з різними обставинами. Причиною труднощів транскрипції є відсутність в німецькій мові фонем, які існують в українській мові. Тому, одним зі способів перекладу власних назв є транслітерація, або ж дослівний переклад.

Правила транслітерації встановлюються спеціальними стандартами. Міжнародним стандартом ISO 9:1995, Information and documentation – Transliteration of Cyrillic characters into Latin characters ‒ Slavic and non-Slavic languages, встановленим Міжнародною організацією стандартизації (International Organization for Standardization – ISO), встановлені правила передачі власних імен та географічних назв мов, які користуються кирилицею, латинським шрифтом, Комісією української правничої термінології Верховної Ради України розроблено обов'язковий для використання у правничих та офіційних текстах стандарт транслітерації українських власних імен та географічних назв літерами та буквосполученнями латинського алфавіту ‒ Постанова від 27 січня 2010 р. № 55 про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею.

Під час транслітерації кількість неоднозначностей менше, оскільки слово перекладається побуквенно згідно з таблицею відповідностей символів, але такий переклад далеко не завжди відповідає реальному звучанню слова у мові оригіналу, крім того, знову ж таки не завжди зручний у вимові носіями української мови. Транслітерацію використовують дуже рідко, наприклад, при оформленні міжнародних паспортів.

При транспозиції для передачі один одного використовуються розрізняються за формою, але мають загальне етимологічне походження імена власні з різних мов.

Транскрипцію та транслітерацію часто об'єднують під єдиною назвою транскодування. Розрізняють чотири види транскодування:

* траскрибування або транскрипція;
* транслітерування;

змішане транскодування (переважне застосування траскрибування із елементами транслітерування);

адаптивне транскодування (коли форма слова в вихідній мові дещо адаптується до фонетичної та/або граматичної структури мови перекладу) [5, с. 54].

Назви журналів та газет не перекладаються, а транскодуються, з урахуванням запитів користувачів перекладу до транскодованої назви журналу може додаватися в дужках її переклад українською мовою, наприклад: англ. Journal of Applied Mathematics ‒ укр. "Джорнел оф епплайд матеметикс" (Журнал з прикладної математики), нім. Frankfurter Allgemeine ‒ укр. газета "Франкфуртер Альгемайне". Для перекладу назв газет та журналів, як правило, використовують транскрибування: Times – Таймс, Interational Herald Tribune – Інтернешенел Геральд Тріб'юн [5, с. 55].

Назви підприємств транскодуються, інколи до назви додається загальний іменник, який визначає вид підприємства: Coca-Cola – компанія Кока-Кола.

Назви підприємств не перекладаються, а транскодуються, наприклад: нім. Waschmaschine von Bosch ‒ укр. пральна машина фірми "Бош". Абревіатури у складі назв компаній звичайно транскрибуються, а не транслітеруються: нім. Ruhrgas AG – укр. компанія "Рургаз АГ". Назви громадських, наукових і технічних організацій, партій та ін. перекладаються повністю, наприклад: нім. CDU – Christlich-Demokratische Union ‒ укр. ХДС ‒ Християнськодемократичний союз, нім. Technisches Hilfswerk (THW) ‒ укр. організація "Технічна допомога" (аварійно-рятувальна служба Німеччини) [5, с. 55].

Географічні назви, які мають традиційні українські відповідники, "фіксовані у перекладних словниках, наприклад: англ. Great Britain нім. Großbritannien – укр. Велика Британія; англ. the Alps ‒ нім. die Alpen ‒ укр. Альпи; англ. Baltic Sea ‒ нім. die Ostsee ‒ укр. Балтійське море. Деякі географічні назви перекладаються: англ. the Pacific Ocean нім. der Pazifischer Ozean – укр. Тихий океан, англ, Саре of New Hope нім. Kap der Guten Hoffnung ‒ укр. Мис Доброї Надії. Частина географічних назв транскрибується: англ. Pearl Harbor ‒ укр. Перл Харбор; нім. Schleswig ‒ укр. Шлезвіг; укр. Сімферополь ‒ нім. Simferopol. При перекладі з англійської (також з нім.) мови іншомовних назв (італійських, французьких тощо) зберігається традиційна форма: англ. Nice нім. Nizza ‒ укр. Ніцца; англ. Venice ‒ нім. Venedig ‒ укр. Венеція; англ. Munich ‒ нім. München ‒ укр. Мюнхен.

Двадцять перше століття ставить нові завдання в інформаційному просторі людства. Завдяки масовій інформації роль перекладу в нашому житті неухильно зростає, адже рух інформаційних потоків не знає ні меж, ні часу, ні простору. Нескінченна різноманітність сучасного світу передаєтьс за допомогою засобів масової інформації у відчуттях та інтерпретаціях учасників міжнародного інформаційного процесу – журналістів, кореспондентів, коментаторів, телеоператорів тощо [15, с. 85].

Суспільні трансформації відображаються і у мові. Тексти недійного дискурсу більшою мірою, ніж всі інші стилі мови, сприймає ці зміни. Тому постійно зростає значення перекладацької діяльності, і разом з ними виникають перекладацькі проблеми.

Переклад медійного матеріалу пов'язаний з цілим рядом труднощів, це пов’язано з особливостями перекладу публіцистичнихтекстів, які полягають в тому, щоб адаптувати ту чи іншу розповідь, доповідь, газетну статтю для носіїв іншої мови, зробити її максимально зрозумілою та відкритою.

Незважаючи на те, що теорія перекладу власних назв ще не так глибоко вивчена, щоб стверджувати, що якесь ім'я або назва передана неправильно, кожен перекладач повинен і зобов'язаний знати про об'єктивні протиріччя, пов'язаних з функціонуванням імені в іншому мовному середовищі. Тільки завдяки цьому можна уникнути суб'єктивних помилок і неточностей.

На сьогоднішні не існує універсальних алгоритмів його перекладу, але щоб уникнути можливих помилок, перекладач повинен занурюватись у зміст, структуру і комунікативну задачу тексту, визначати і враховувати цільову аудиторію. Вибір же прийомів перекладу залежить від мовної та культурологічної компетенції перекладача.

**2.2 Переклад українських власних назв у німецькомовних медійних текстах**

**2.2.1 Транскрипція.** Вважається, що власні назви "перекладаються" як би самі собою, автоматично, суто формально. Результатом подібного формального підходу є численні помилки, різне читання, неточності у перекладі текстів та використання іншомовних імен та назв в мас-медійних текстах. А іноді навпаки, "точність" передачі українських власних назв продуцентами німецькомовних текстів приводить до виникнення незручновимовленних, немилозвучних або безглуздих імен та назв.

На сьогоднішній день ще не встановлено абсолютно точних правил перекладу українських власних назв на німецьку мову і навпаки, адже повних еквівалентів на орфографічному, а тим більше на фонологічному рівні майже не існує, тому що звуки того самого класу навіть у близькоспоріднених мовах досить різняться між собою. Тим більше що деякі звуки нашої мови взагалі не мають відповідників у фонетичній системі сучасної німцької мови, це й створює труднощі під час перекладу українських власних назв іноземними мовами, особливо під час відтворення звукової та орфографічної форми українських власних назв німецькою мовою і навпаки, тому доводиться часом використовувати найближчі фонеми.

Переклад українських антропонімів німецькою у недійних текстах мовою може бути вже визначений деякими мовними факторами, наприклад відсутністю в німецькій мові відповідних фонем та орфографічних значень для заміни деяких особових країнських звукових або літерних комбінацій чи вже сформованих традицією, згідно з якою деякі антропоніми вже перекладені. Слід зазначити, що єдиної чіткої системи принципів пекладу власних імен та назв не існує. Велике значення тут має та ж сама традиція. Немає єдності у передачі, наприклад, і українських літер **"ї"** та **"й".** Останнім часом спостерігається тенденція переходу від транслітерації до транскрипції, особливо у передачі географічних назв. Проте, *Київ* за традицією залишається *Kiew*.

Перекладаючи українські географічні назви, існують деякі правила, яких додержуються продуценти мас-медійних текстів. Зокрема, для назв українських озер і морів більш характерний традиційний переклад, а більшість інших географічних назв транскрибується. У німецькомовних медійних текстах транскрибуються також назви площ вулиць, скверів, тобто мікротопонімів, але є й винятки.

Назви фірм (особливо торгівельних), готелів, магазинів, установ і всіляких організацій також перекладають відповідно до транскрипції. У разі, якщо установі важливе смислове навантаження власної назви, застосовуєть традиційний переклад. Назви суден, літаків та космічних кораблів також транскрибуються. Тобто, основна частина всіх інших українських власних назв в мас-медійних текстах передаються на німецьку мову за допомогою фонетичного або фонологічного рівня мови, тобто транскрибуються або транслітеруються.

Транскрипція – це спеціальне письмо, створене для точної передачі звукового складу слів, а також передача іншомовних власних назв у відповідності з їх вимовою в мові-джерелі, тобто перекладацька транскрипція – це формальне пофонемное відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем мови на яку перекладають. Завдяки цьому прийому здійснюється: переклад географічних назв; назви фірм, компаній, видавництв, марок автомобілів; імена і назви фантастичних істот. Назви країн повинні передаватися точно, оскільки за відмінностями в найменуваннях можуть стояти значущі політичні реалії. "Південна Африка" – це Republik Südafrika, а "південь Африки" – південна частину Африканського континенту (südliches Afrika).

Але не завжди при перекладі застосовується транскрипція у чистому вигляді, найчастіше її використовуєть у поєднанні з іншими перекладацькими прийомами, такими як калькування, семантичний переклад, транслітерація. Наприклад, Pazifik – Тихий океан (транскрипція і семантичний переклад). Але сьогодні в порівнянні з іншими перекладацькими прийомами транскрипція є найбільш вживаною і прийнятною.

Транскрипція є найбільш уживаною перекладацькою трансформацією у німецькомовних медійних текстах. Узагальнюючи різні тлумачення цього типу трансформації у переклодазнавстві трактуємо транскрипцію як формальне перетворення кожної фонеми слова вихідної мови за допомогою фонем мови перекладу.

Більшість українських голосних передається відповідними німецькими графемами: укр. **а, о, е, і, у;** нім. **а, о, е, і, u.** Особливої уваги заслуговує проскрипційна передача українських власних назв з голосною **“и”** та йотованими **“я”, “ю”, “е”, “ї”** засобами німецької мови. Так, українське **“и”** в німецькій мові передається через “у”, напр.: Wolodymyr, Wyschywanka та ін.

Розглянемо реалізацію транскрипції на прикладах.

(1) *“Die ukrainische Seite müsse sich für einen weiteren Abbau von Handelsbarrieren einsetzen, fordert Wolodymyr Lapa vom Ukrainischen Agrarwirtschafts-Club.”* (https://www.tagesschau.de).

(2) *“Klar erwartet jedenfalls wird von Seiten der Vize-Premierministerin Olha Stefanischyna die Unterzeichnung eines Abkommens, dass es der Ukraine ermöglicht, nach und nach in den EU-Luftraum integriert zu werden.”* (https://www.tagesschau.de).

(3) *“Kiew hofft, mit Verweis auf EU-Richtlinien die Inbetriebnahme der inzwischen fertiggestellten Pipeline noch verhindern zu können.”* (https://www.tagesschau.de).

(4) ”*Meshyhirja war die private Residenz des bis zum 22. Februar 2014 amtierenden korrupten Präsidenten der Ukraine, Wiktor Janukowytsch. “* (https://www.flickr.com.).

(5) „*Die traurige Geschichte des sich bis zum Kiewer Meer (Dnjepr-Stausee) erstreckenden Grundstücks hatte schon zu Sowjetzeiten begonnen.“* (https://www.flickr.com.).

(6) „*Auf dem Gelände stand vormals das Kloster Meshyhirja, das 1918 geschlossen und nach einem Beschluss des Politbüros bis 1936 abgerissen wurde.“* (https://www.flickr.com.).

Передача українських власних назв з йотованими ***я, ю, є, ї*** німецькою мовою здійснюється за допомогою графеми “j” та відповідної голосної: ***я -jа, ю -ju, є -je, ї -ji.***

Наступні приклади демонструють застосування транскрипції при відтворенні вишезгаданих українських звуків.

(1) *“Der bekannteste von ihnen – Berdjansk – mit seinen Sanatorien und den geräumigen Sandstränden wurde seit langem zum beliebten Erholungs- und Gesundungsort nicht nur der Einwohner von* [*Saporischschja*](https://discover-ukraine.info/de/index/southern-ukraine/zaporizhzhia/7)*, sondern auch der zahlreichen Gäste aus nahem Ausland”* (https://discover-ukraine.info/de/).

(2) *“Um die Südgrenzen des Imperiums vom Khanat der Krim zu bewahren, fasst die Kaiserin den Entschluss, unweit von Chortyzja die Festung von Alexander aufzubauen.”* (https://discover-ukraine.info/de/).

Фіналі ***-ий, -ій*** в ад'єктивних топонімах української мови можуть передаватися німецькою через ***-yj, -ij***, напр.: *Chmelnyzkyj, Kamin-Kaschyrskyj, Kamjanez-Podilskyj, Nyshnij-Werbish, Kwassyliw-Perschyj.* Відтворення українських антропонімів засобами німецької мови здійснюється також за допомогою транскрипції та за аналогічними правилами, що й топоніми. Дискусійною залишається транскрипційна передача українських прізвищ німецькою мовою із закінченням ***-ий, -ій.*** Традиційно досліджувані антропоніми передаються німецькою мовою через –***і-/у,*** напр.: *Mychajlo Kozjubynski, Bohdan Chmelnyzki/y, Juri Janowski/y.* Однак, українські прізвища на ***-ий, -ій*** наших сучасників передаються німецькою мовою через ***-yj, -ij***, nop. ***Andrij, Serhyj.***

При відтворенні українських власних назв німецькою мовою з приголосними ***ж, ч, ш, щ*** продуценти медійних текстів застосовують відповідні німецькі буквосполучення ***sh, tsch, sch, schtsch.***

Розглянемо наступні приклади.

(1) *“Den besonderen Zauber geben*[*Saporischschja*](https://discover-ukraine.info/de/index/southern-ukraine/zaporizhzhia/7)*die wunderlichen Gebäude, die im sogenannten Stalinempirestil aufgebaut, mit dem eklektischen Stuck, den klassischen Kolonnen und den Säulenhallen im Geiste des Neoklassizismus dekoriert sind.”* (https://discover-ukraine.info/de).

(1) *“Sehr bald fing das Russische Kaiserreich an, sich vor den freiheitsliebenden Saporischer Kosaken zu fürchten, und 1775 war Saporischska Sitsch laut Befehl von Katharina II. zerstört, und die Erden im Mündungsgebiet des Dnjeprs gehörten Russland.”* (https://discover-ukraine.info/de).

Українська літера г передається німецькою літерою h: Голодомор – *Holodomor.*

(1) *“Der 57-jährige Schefir stammt wie Selenskyj aus der Industriestadt Krywy Rig.”*

(2) *„Dabei ging es um den Pestizideinsatz in der Landwirtschaft, die Besteuerung von Periodenprodukten und den „Holodomor“ in der Ukraine in den Jahren 1932 und 1933.”* (https://www.bundestag.de).

Відтворення німецькою мовою приголосніх **з, с** здійснюється за допомогою нымецьких **s, ss.** Труднощів не викликає при відтворенні українського с у середині власних назв, у цьому випадку використовується **ss.** Однак проблематичним вважаємо відтворення українького с на початку власних імен, адже в німецькій мові s перед та між голосними дає звук з, як-то у прикладі:*“Erzählt mir ein Fremdenführer auf einem kleinen Motorboot, das Touristen durch die Buchten von* ***S****ewastopol fährt.”* (https://www.deutschlandfunkkultur.de)

Український звук **“х”** передається здебільшого сполученням німецьких приголосних **ch**, хоча й трапляються поодинокі випадки із сполученням **kh**. Наприклад, при вітворенні назви топоніма Херсон:

(1) *“Lilia Hemedzhi treffe ich im ukrainischen* ***Kh****erson”.* (https://www.deutschlandfunkkultur.de)

(2) *“Und es gibt ja von der Bundesregierung bereits Berichte, dass die sogenannten zivilen russischen Aktivisten Gasstationen und -leitungen in* ***Ch****erson in der Südukraine besetzt haben beziehungsweise bewachen.”*

А топонім Харьків завжди відтворюється за допомогою буквосполучення **ch:** *“Die Lage im Osten der Ukraine spitzt sich immer weiter zu: In der Millionenstadt* ***Ch****arkiw wurde Bürgermeister Gennadi Kernes angeschossen und lebensgefährlich verletzt.”*

Українська “**ц”** передається у німецьких перекладах через німецьку літеру “**z”:**

(1) “*Kostjantyniwka liegt etwa auf halbem Weg zwischen Done****z****k und Slawjansk.”*

(2) *„"Die Ukraine wird alle gesetzlichen Möglichkeiten ausschöpfen, um die Integrität des Landes zu bewahren", so Jazenjuk damals.”*

Прикінцеві ***-ий, -ій*** в адєктивних власних назвах української мови передаються німецьким буквосполученням ***-yj, -ij*** відповідно.

(1) *“Der ukrainische Botschafter in Deutschland, Andr****ij*** *Melnyk, forderte am Mittwoch in der Zeitung "Die Welt", als Gegenleistung für die Fertigstellung der Pipeline müsse die Ukraine rasch in die NATO aufgenommen werden.”* (https://www.tagesschau.de).

(2) *“Selensk****yj*** *nannte die Pipeline eine "gefährliche geopolitische Waffe des Kreml.”*(https://www.tagesschau.de).

Отже, відтворення українських власних назв німецькою мовою здійснюється за допомогою транскрипції, при цьому не передбачається умовне вживання будь-яких додаткових знаків, що не створює проблем для німецьких реципієнтів у завсвоєнні українських власних назв.

**2.2.2 Транслітерація** ‒ механічна передача іншомовних слів (переважно власних назв) відповідно до їх написання у мові-джерелі шляхом заміни графічної системи однієї писемності, засобами іншої.

За визначенням О.С. Ахманової, транслітерація – це "формальне відтворення початкової лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу; буквена імітація форми початкового слова" [2, 401]. У нашому випадку, переклад українських власних назв літерами німецької абетки без врахування особливостей вимови. Таким чином, можна стверджувати, що транслітерація – "формальне побуквенное відтворення вихідної одиниці за допомогою алфавіту мови, що; побуквенна імітація форми вихідного слова".

Як будь-який інший перекладацький прийом транслітерація має свої переваги та недоліки. Переваги – письмовий варіант імені не спотворюється, його носій має універсальну, незалежну від мови ідентифікацію. Недоліки – складність у відновленні вихідної форми іноземного імені або прізвища. Транслітерація дуже широко використовувалася в XVIII-XIX ст. Тому, наприклад, одине і те ж англійське ім'я Charles, якщо воно відноситься до англійських королів династії Стюартів, передається як Карл, а в даний час, навіть якщо це спадкоємець англійського престолу, це ж саме ім’я перекладають як Чарльз.

Звичайно, з часом транслітерація поступилася місцем транскрипції, але за традицією залишилися випадки повної транслітерації. Наприклад, такі добре відомі імена, як Adam можуть перекладатися на українську мову як Адам та Давид (біблійно або історично), чи Едем та Девід (прості імена людей). Аналогічно з Matthew, Paul та деякі інші, які можуть відповідно перекладатися як Матфей або Матвій, Павло, Johannes Paul II. як Папа Іван Павло Другий та інші.

Цей вид відтворення власних назв зустрічається рідко у німецькомовних повідомленнях. Аналізуючи диференціацію цього поняття різних перекладознавців доходимо висновку, що транслітерація – це формальне буквене перетворення вихідної лексичної одиниці з урахуванням алфавиту мови перекладу.

Нами було виокремлено лише один варіант, у слові ***Maidan***:

(1) “*Sieben Jahre sei die* ***Maidan****-Revolution, bei der so viele Ukrainer ihr Leben für den europäischen Weg geopfert hätten, nun her, kritisierte er unlängst in einem Video*.” (https://www.tagesschau.de).

(2) „*Vor vier Jahren begann der Maidan-Aufstand in der Ukraine. Mehr als 80 Demonstranten und Polizisten wurden getötet.*“ (https://www.tagesschau.de).

(3) „*Vor sieben Jahren hielten die Maidan-Proteste die Ukraine in Atem. Etwa 100 Menschen wurden dabei getötet.”*(https://www.tagesschau.de).

(4) „*Fünf Jahre nach den Schüssen auf dem Maidan sind viele Probleme der Ukraine weiter ungelöst.“* (https://www.tagesschau.de).

Отже, доступний нам корпус ілюстративного матеріалу дозволяє дійти висновку, що в німецькомовних повідомленнях про Україну транслітерація, як перекладацька трансформація, використовується продуцентами німецькомовних текстів лише при відтворенні власної назви Майдан - Maidan.

**2.2.3 Комбінована реномінація.** Цей тип відтворення власних назв використовується найчастіше в німецькомовних медійних текстах і подається як транскрипція іншомовного слова з описовою перифразою чи гиперонимом. Науковці наголошують, що транскрибоване слово містить "незвичність", "чуженість", а дескриптивна перифраза (або гіперонім) пояснює семантику реалії, зокрема, власної назви, дескриптивну, і, при можливості, конотативну, зокрема національно-культурну” [9, с. 122]. Зазначений спосіб відтворення власних назв вважається найефективнішим. Доступний нам кормус німецькомовних недійних текстів дозволив дійти висновку, що комбінована реномінація трапляється здебільшого при позначенні українських політиків та політичних реалій. Крім того, спосіб відтворення українських власних назв залежиь від того, у якому структурному блоці повідомлення уживається власна назва. Наведемо приклади комбінованих реномінацій із текстів німецькомовних повідомлень.

Нові українські політики є новими обличчями не лише для української аудиторії, а й для німецькомовної, тому їхня ідентифікація відбувається за допомогою комбінованої реномінації за рахунок сполучення загального іменника на позначення статусу з багатомісними антропонімами:

- “*des politisch aktiven und populären Sängers Vakartschuk;*

*- Parteimitglied und Kandidatin Irina Venidiktowa;*

*- Dubilet: 34 und Minister des Ministerkabinetts der Ukraine sein;*

*- der ukrainische Außenminister Wadym Prystajko;*

***- der 35-Jährige Wunschkandidat von Präsident Selenskyj****;*

***- ein weiterer Polit-Neuling des Regierungsamtes: Olexii Hontscharuk.”***

Приклад ідентифікації нового українського політика спостерігаємо у новинному повідомленні під заголовком “*Hontscharuk wird ukrainischer Premier”* (tagesschau.de, 29.08.2019), який містить найважливішу інформацію про політика – його прізвище та посаду.

Одномісний антропонім Hontscharuk співвідноситься в інтродуктивному блоці з двомісним антропонімом **Olexii Hontscharuk, а словосполучення** ukrainischer Premier із словосполученнями **ein weiterer Polit-Neuling, neuer Premierminister, der Wunschkandidat von Präsident Selenskyj, der 35-Jährige:**

***“In der Ukraine übernimmt ein weiterer Polit-Neuling ein Regierungsamt: Olexii Hontscharuk wird neuer Premierminister. Der 35-Jährige war der Wunschkandidat von Präsident Selenskyj und will entschlossen gegen Korruption vorgehen.”***

У блоці головної події повторюється інформація про Гончарука, яка була заявлена в інтродуктивному блоці, а також доповнюється тим, до якой партії належить Гончарук:

*“290 von 424 Abgeordneten stimmten für den 35-jährigen Juristen Olexii Hontscharuk als neuen Premierminister. Hontscharuk gehört Selenskyjs Partei "Diener des Volkes" an.”*

Прикінцевий блок повідомляє про політичні погляди Гончарука словосполученням Befürworter liberaler Wirtschaftsreformen та про попередника Гончарука:

*“Bei Beobachtern gilt er als Befürworter liberaler Wirtschaftsreformen. Hontscharuk ersetzt den bisherigen Regierungschef Wolodymyr Groisman, der bereits nach Selenskyjs Amtsantritt im Mai seinen Rücktritt angeboten hatte.”*

Висунення антропоніма Hontscharuk в ініціальну позицію заголовка та останнього речення повідомленя акцентує політичну значущіс ть цього політика.

Отже, нові українські політики ідентифікуються в німецькомовних новинних повідомленнях при першому згадуванні, тобто у заголовку та інтродуктивному блоці, антропонімами з загальними іменниками, що вказують на посаду політиків, у блоці головної події ця інформація дублюється та може доповнюватися деякими деталями, а прикінцевий блок повідомляє про попередників політиків, яким присвячена стаття.

У текстах інтернет-новин Володимир Зеленський позначається подібно до інших політиків загальними іменниками у сполученні з антропонімами, тобто продуценти німецькомовних недійних текстів застосовують комбіновану реномінацію.

На передвиборчому етапі його позначали як шоу-мена (“**Fernsehstar Selenskyj,** Schauspieler Wolodymyr Selenskyj”) та нову особу у політиці (Politneuling Wolodymyr Selenskyj, **Newcomer Selenskyj**) та одиницями, що окреслювали його політичні плани (der Kämpfer gegen die Korruption), ставлення українців до нього та бажання бачити Зеленського президентом (“der Wunschkandidat der Ukrainer, der Bald-Präsident, der künftige Präsident”). Його імя та призвіще транскрибуютья: Wolodymyr Selenskyj та Selenskyj.

Вибір комбінованованої реномінації для відтворення імені президента на передвиборчому етапі пояснюється тим, що референт не був знайомий німецькомовним реципієнтам.

Ідентифікація Володимира Зеленського у новинних повідомленнях сайту tagesschau.de під час його президентства реалізується загальними іменниками у сполученні з антропонімами (“**der neugewählte Präsident der Ukraine,** der neue ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj, **der neue Präsident Selenskyj,** Ukraines neuer Präsident Wolodymyr Selenskyj”). Антропоніми Wolodymyr Selenskyj та Selenskyj ідентифікують президента частіше, ніж на передвиборчому етапі, оскільки особа нового українського президента була вже знайома німецькомовним реципієнтам.

Приклад ідентифікації президента Володимира Зеленського у післявиборчий період демонструє стаття під заголовком *“Selenskyjs durchwachsene Bilanz”* (tagesschau.de, 01.10.2019). Прізвище Зеленський в ініціальній позиції заголовка свідчить про те, що він вже є відомим політиком для німецькомовної аудиторії. Заголовний антропонім Selenskyj взаємодіє в інтродуктивному блоці з антропонімом **Wolodymyr Selenskyj, тобто обидва антропоніма транскрибуються:**

***“Dabei ist Wolodymyr Selenskyj mit großem Reform-Schwung gestartet.”***

У блоці головної події та прикінцевому абзаці президент позначається антропонімом Selenskyj, а у фоновому блоці його ідентифікують як маріонетку Коломойського, застосовуючи при цьому комбіновану реномінацію, де словосполучення *Marionette Kolomojskyjs* має оцінне навантаження:

*“Selenskyj, dessen Komiker-Karriere auf dem Fernsehsender des Oligarchen startete, und Kolomojskyj verbindet eine lange Geschäftsbeziehung - oder mehr, vermuten manche: Selenskyjs Kritiker nennen ihn gar eine "Marionette Kolomojskyjs"”.*

Отже, ідентифікація Володимира Зеленського під час передвиборчого етапу відрізняється від ідентифікації на президентському етапі. Представлення В. Зеленського на передвиборчому етапі має ознайомлювальний характер через надання інформації про невідомого німецьким реципієнтам політика за допомогою комбінованої реномінації. Ідентифікація В. Зеленського під час його президентства характеризується більшим вживанням антропонімів, ніж на передвиборчому етапі, а отже вживається транскрибування антропоніма.

На запит на сторінці tagesschau.de одиниця *die Rada* вживається у відео біля 11 разів, у повідомленнях біля 3 разів за період з початку березня до початку грудня 2021 року. Слід зазначити, що відтворюючи власну назву *die Rada* застосовано лише транскрипцію, якщо у попередній інформації було використано комбіновану реномінацію. В останньому виадку її пояснюють загальним іменником *das Parlament* або словосполученням das *Parlament in Kiew*, оскільки для німецького реципієнта українська реалія *die Rada* є новою та невідомою, тому вона вимагає пояснення. Приклад такого позначення Верховної Ради продемонстровано у статті під заголовком “*Selenskyjs durchwachsene Bilanz”* (tagesschau.de, 01.10.2019) у реченні:

*“Seit vier Monaten ist der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj im Amt. Seine Partei hat die absolute Mehrheit in der Rada, dem Parlament.”*

У деяких повідомленнях власна назва die Rada не вживається взагалі, а замість неї вживається словосполучення das ukrainische Parlament, тобто використовується калькування, як у статті під заголовком “*Hontscharuk wird ukrainischer Premier”* (tagesschau.de, 29.08.2019) у реченні:

*“Das ukrainische Parlament hat den von Staatschef Wolodymyr Selenskyj vorgeschlagenen Kandidaten für das Amt des Regierungschefs gebilligt.”*

Як правило, це статті, які повідомляють не про власне парламент, а у яких основним предметом повідомлення є окремі політики.

Отже, відтворення Верховної Ради України характеризується тим, що власна назва die Rada обов’язково пояснюється словосполученнями das Parlament in Kiew, das ukrainische Parlament або загальним іменником das Parlament, тобто відбувається не лише транскрипція, а й комбінована реномінація або калькування.

Аналіз текстів новинних повідомлень сайту tagesschau.de дозволив дійти висновку, що німецькомовній аудиторії відомі лише декілька українських політичних партій, а саме: *Слуга народу, Європейська солідарність, Батьківщина* та *Голос.*

Відтворення політичних партій України представлена декількома варіантами:

- калькуванням (Diener des Volkes; Stimme);

- транслітерацією (Sluha Narodu; Holos);

- комбінованою реномінацією (die Selenskyj-Partei; die Partei des politisch aktiven und populären Sängers Vakartschuk);

- сполученням одразу трьох попередніх варіантів (die Selenskyj-Partei Sluha Narodu (Diener des Volkes); die Partei Vaterland von Ex-Ministerpräsidentin Julia Timoschenko, die Partei "Die Stimme" des Rocksängers Swiatoslaw Wakartschuk).

Варіанти відтворення зазначених партій спостерігаємо, наприклад, у статті під заголовком *“So etwas wie ein politisches Experiment”* (tagesschau.de, 21.07.2019). Вперше партія Слуга народу згадується у блоці головної події за допомогою транскрипції та калькування: Selenskyj-Partei Sluha Narodu (Diener des Volkes).

При наступному згадуванні ідентифікація відбувається за рахунок калькування: seine Fraktion 'Diener des Volkes' і нарешті через генералізацію загальним іменником Partei:

*“Riskant könnte auch die Zusammensetzung der Selenskyj-Partei Sluha Narodu (Diener des Volkes) werden.”*

*"Wir sehen, dass seine Fraktion 'Diener des Volkes' kunterbunt und sehr verschiedenartig ist", sagt Fessenko.“*

*"Wie gut ist diese Partei zu führen? Und: Wird sie zu einem Präsidenteninstrument, zu einer einheitlichen politischen Kraft? Oder wird es viele Gegensätze in der Partei geben?"*

У прикінцевому абзаці партія В. Зеленського ідентифікується словосполученням *Selenskyjs Partei:*

*“Wenn sie es ins Parlament schafft, wird sie ähnliche Ziele wie Selenskyjs Partei verfolgen und hat ebenfalls viel unverbrauchtes Personal zu bieten.”*

Інші політичні партії, згадані у цьому тексті повідомлення, ідентифікуються словосполученнями, які надають найбільше інформації про партію, оскільки вона невідома німецькомовній аудиторії, як-то партія Вакарчука "Голос" у прикінцевому блоці, а тому відтворюються за допомогою комбінованої реномінації та калькування:

*“Das ist vielmehr die Partei des politisch aktiven und populären Sängers Vakartschuk. Ihr Name lautet Holos - zu Deutsch Stimme.“*

Натомість партія Юлії Тімошенко у цьому ж блоці ідентифікується як *“Die Partei von Julia Timoschenko: Die Partei von Julia Timoschenko steht dazu schon bereit”*, тобто перекладається за допомогою калькування.

Отже, нові українські партії не є відомими німецькомовній аудиторії, тому їхня ідентифікація відбувається чотирма шляхами: перекладом назви партії, транслітерації назви партії, вказівкою на лідера партії та сполученням одразу попередніх варіантів перекладу.

**2.2.4 Калькування.** Калька (від фр. calque – копія) або калькування – запозичення іншомовних слів, виразів, фраз буквальним перекладом відповідної мовної одиниці. Серед імен королів, принців та царів існують випадки, коли імена перекладаються методом калькування: King Charles ‒ Король Карл, Queen Elisabeth ‒ королева Єлизавета, Mary Stewart ‒ Марія Стюарт [46, 55]. Калькування зазвичай піддаються: назви пам'яток історії та культури; назви художніх творів; назви політичних партій і рухів; історичні події. Під час перекладу прізвиська людей майже завжди зазнають калькування, незалежно від мови з якої вони походять: King Charles the Great ‒ король Карл Великий, King Richard the Lionheart/Lionhearted ‒ король Річард Левине Серце. На відміну від цього правила є неправильний переклад в наших засобах масової інформації ім'я Prince Charles of Wales, як принц Чарльз, а не принц Карл (відповідно до історично сформованої традиції).

Переклад шляхом калькування полягає у дослівному перекладі власного імені по частинах з наступним складанням цих частин в одне ціле (*das Schwarze Meer – Чорне Море; Steingrab, - Кам'яна Могила, Sluha Narodu – Слуга народу*). Калькування можна застосовувати у випадку, якщо відтворений відповідник не порушує норми вживання і сполучуваності слів в українській мові, наприклад:

(1) *“Der interessanteste unter ihnen ist der Komplex „Kamyana Mohyla“ (Steingrab), der die Anhäufung der Steinblöcke, die den altertümlichen Bewohnern der Saporischer Erden zum eigentümlichen Heiligtum dienten, bildet.”* (https://www.deutschlandfunkkultur.de).

(2) *“Und, natürlich, zieht die Oblast Saporischschja, die im Süden vom wärmsten und zärtlichsten Asowschen Meer umspült wird, mit ihren Kurorten heran.”* (https://www.deutschlandfunkkultur.de).

(3) *“Etwa jeder siebte Abgeordnete von Selenskyjs eigener Partei "Sluha Narodu - Diener des Volkes" enthielt sich oder stimmte gar gegen das Gesetz.”* (tagesschau.de, 01.10.2019).

(4) *“Schon Mitte April hatte der ukrainische Verteidigungsminister Andrii Taran in einer Rede vor dem Europäischen Parlament gewarnt: "Das zunehmend aggressive Verhalten der russischen Marine bedroht die ukrainische Infrastruktur am Schwarzen und Asowschen Meer."”* (tagesschau.de, 24.04.2021).

(5) *„In Sotschi am Schwarzen Meer war es, wo Russlands Präsident Wladimir Putin vor anderthalb Jahren seine Außenpolitik erläuterte.”* (tagesschau.de, 24.04.2021).

Отже, доступний нам корпус ілюстративного матеріалу дозволяє дійти висновку, що в німецькомовних повідомленнях про Україну калькування як тип перекладацької трансформації, що полягає у дослівному перекладі власного імені по частинах з наступним складанням цих частин в одне ціле, використовується продуцентами німецькомовних повідомлень про Україну при відтворенні топонімів та гідронімів.

**2.3 Алгоритм відтворення власних назв у німецькомовних медійних текстах**

Відтворення українських власних назв у німецькомовних медійних текстах передбачає урахування певної послідовності дій від продуцентів німецькомовних медійних текстів. Так, на першому етапі роботи над відтворенням власних назв продуцент тексту повинен впевнитися, що перед ним саме власне ім' я чи назва, адже в німецькій мові для позначення того, що слово є власним ім' ям використовують велику літеру, проте з великої літери в німецькій мові пишуться усі іменники, не лише власні назви.

На другому етапі продуцент недійних текстів повинен встановити, до якого класу предметів (денотату) належить власна назва.

На третьому етапі потрібно встановити національно-мовну належність та інші характеристики сигніфікату. Однією з таких додаткових важливих характеристик є стать.

Четвертий етап передбачає встановлення того, чи є українська власна назва одиничною чи множинною.

На п' ятому етапі продуцент мас-медійних текстів повинен встановити, чи не має власне ім' я традиційних відповідників, як-то *Дід Мороз – Weihnachtsmann.* Якщо традиційний відповідник відсутній, то необхідно встановити, чи можливо перенести власне ім' я в переклад в його оригінальному написанні.

На шостому етапі при неможливості прямої передачі необхідно обрати метод передачі формальної подібності, іншими словами, звернутися до транскрипції чи транслітерації. У нашому дослідженні виявлено 137 прикладів передачі українських власних назв за допомогою транскрипції / транслітерації. Так, наприклад, українські власні назви в німецькомовних медійних текстах здебільшого транскрибуються.

Сьогодні в Україні відомі понад 20 стандартів українсько-латинської транслітерації. Деякі з них створені іноземцями і затверджені урядами інших держав, наприклад, науковий, ALA-LC, Британський, BGN/PCGN, ISO 9, українська латинка, французький, німецький, іспанський, португальський стандарти. Частина стандартів розроблена українськими науковцями "ГОСТ 1971, ГОСТ 1986, ТКПН 1994, Держстандарт 1995, УКППТ 1996, ГОСТ 7.79-2000 Б, Паспортний 2004, Паспортний 2007, система В. Грицеляка, Ukrainian URL 2013". Цей список розширений також системами окремих країн для транслітерації української, наприклад Польщі, Нідерландів, Данії, Латвії, Естонії тощо, які відрізняються від вищезазначених і використовують літери та їх сполучення, які властиві національним мовам цих держав.

Релевантною для нас є німецька транслітерація (транскрипція). Це запис українських слів латиницею, орієнтований на інтуїтивну вимову носіями німецької мови. У якості стандарту транскрипції використовується популярна система, надана у 22-му виданні великого словника німецької мови Duden (2000). Нажаль, така транскрипція не є цілком зворотною.

Слід зазначити, що на практиці траскрипція та транслітерація часто збігаються за формою, крім того, бувають випадки, коли в одному слові використовують обидва методи.

Поряд з вказаними методами на даному етапі також може бути застосований метод транспозиції власного імені з ресурсів мови перекладу. На даному етапі можливе також застосування методу семантичної експлікації. В німецькомовних медійних текстах було встановлено два випадки уточнюючого перекладу. Наприклад, обидва перекладачі вважали за потрібне передати *Kiew* як *столиця України Київ*.

На сьомому етапі необхідно перевірити отриманий результат на благозвучність. Через те, що в багатьох прізвищах внутрішня форма не забулася, а разом з нею потенційно збереглося забарвлення антропоніма, в певних контекстуальнихумовах може бути розкрите його значення. Тому навіть звичні прізвища в спеціально організованому контексті можуть виконувати функції значеннєвих власних імен.

На восьмому етапі продуцент текстів повинен перевірити відповідник на входження в синтагматичну і парадигматичну систему мови перекладу. На дев'ятому – перевірити збереження рівнозначності імені при передачі формально різних його варіантів. Так, топоніми *Київ, Львів, Чернівці* мають, наприклад, декілька варіантів, зумовлених історичними обставинами: *Kiev/Kyjiw, Lwiw/Lviv/ Lemberg; Czernowitz/Tscherniwzi.*

Оскільки в латиномовних записах назва Україна зазнала незначного адаптування до фонетико-морфологічних традицій відповідних мовних систем і вказані форми ніяк не обтяжені політичними конотаціями, принизливими для національної свідомості українців, їх можна залишити в традиційній формі: англ., нім., і фр. Ukraine, ісп. Ucraina, іт. Ucraїna. Ряд науковців висловлює думку про необхідність створення спільної для всіх латиноалфавітних мов транслітераційної системи запису кириличних, зокрема українських, назв і апелятивів. З іншого боку, є чимало прихильників бінарного принципу транслітерації – створення відповідних правил для кожної пари національних мов.

На десятому етапі продуцент недійного тексту повинен перевірити збереження в перекладі аспектів значення власної назви. Можна додати, що продуцент тексту на даному етапі повинен також перевірити, чи не надав він новоутвореній власній власній назві нових аспектів.

На одинадцятому етапі перекладач повинен встановити, чи має власна назва внутрішню форму, і якщо так, встановити її актуальність. Справжня творчість перекладача при передачі власних назв починається в той момент, коли він зустрічає так звані значеннєві (значущі, номінативно-характеристичні) власні імена, прізвища та прізвиська. Тоді ж з'являється і перекладацька проблема, пов' язана з аналізом суті та функції значущих імен в тексті і способом їх передачі в перекладі [3, с. 92]. На цьому етапі найбільш продуктивним методом утворення відповідників є метод калькування.

Дванадцятий етап передбачає аналіз перекладу з точки зору його еквівалентності оригіналу.

Крім вищезазначених етапів та методів формування ономастичних відповідників, існує ще декілька можливостей, які не можна оминути увагою. Так, наприклад, трапляються змішані випадки, коли власна назва складається з двох або більше компонентів і при їх передачі використовуються різні методи, наприклад, використання транскрипції і уточнюючого перекладу. Крім того, як метод передачі власної назви перекладач може обрати метод деонимізації.

Звичайно, викладені етапи формування ономастичних відповідників перекладач не завжди виконує як ізольовані, послідовні і організовані дії. Можна навіть припустити, що більшість перекладачів, а особливо перекладачів досвідчених, проходять такі етапи синтетично, імпліцитно та інтуїтивно. Однак аналітичне уявлення цієї стратегії може не лише допомогти в теоретичному осмисленні коректного підходу до передачі власних імен та назв, але і в практичному навчанні тих, хто лише починає формувати професійні навички перекладу.

**Висновки до Розділу ІІ**

Політичні події в Україні викликають сьогодні велику зацікавленість у світі, що потребує особливої уваги при вивченні перекладацьких трансформацій, що застосовуються при відтворенні українських власних назв. Адже Україна є для європейських реципієнтів ще не дуже знайома країна.

У ході дослідження встановлено, що у німецькомовних повідомленнях найчастіше згадуються політичні особи та партії. Доведено, що президент України ідентифікується двомісними антропонімами у сполученні з загальним іменником Präsident, тобто уживається комбінована реномінація. Подальша його ідентифікація спостерігається в інтродуктивному блоці, який, як правило, містить інформацію про президента та про його політичну діяльність, де також використовується такий тип перекладацької трансформації як комбінована реномінація. У блоці головної події та у прикінцевому блоці президент ідентифікується лише антропонімами, що передбачає використання транскрипції при відтворенні імені.

З'ясовано, що ідентифікація Верховної Ради України здійснюється за рахунок реалії die Rada, яка обов’язково пояснюється в інтродуктивному блоці словосполученнями das ukrainische Parlament або das Parlament in Kiew. У наступних структурних блоках новинного повідомлення вживається здебільшого словосполучення das ukrainische Parlament, а отже перекладі використовують при відтворенні цієї реалії транскрипцію, комбіновану реномінацію та лексичний переклад.

Встановлено, що відтворення українських політичних партій здійснюється такими шляхами: перекладом назви партії, транслітерацією назви партії, вказівкою на лідера партії та сполученням декількох попередніх варіантів.

Аналіз німецькомовних недійних текстів довів, що українські власні назви не відомі німецькомовній аудиторії, тому вони відтворюються при першому згадуванні, тобто у заголовку та інтродуктивному блоці, антропонімами з загальними іменниками, що вказують на посаду політиків, у блоці головної події ця інформація дублюється та може доповнюватися деякими деталями, що передбачає використання таких типів перекладацьких трансформацій як транскрибування, комбінована реномінація та лексичний переклад.

Частотність вживання кожної перекладацької трансформації представлена у Додатку.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

Магістерське дослідження присвячено виявленню перекладацьких особливостей відтворення українських власних назв продуцентами німецькомовних недійних текстів про Україну.

У ході дослідження встановлено, що власні назви, тобто одиниці, що призначені для виділення названого ними об'єкта з низки подібних для його індивідуалізації та ідентифікації, займають важливе місце у текстах німецькомовних новинних повідомлень. Глобалізація і розвиток в різних аспектах контактують з європейськими країнами. Професійні обміни в політиці, освіті, мистецькі проекти, обміни тощо потребують вивчення лексики з етнічними та культурними елементами. Для цього використовуються комплексні методики, такі як спостереження та опис, систематизовані та індукційні, дедукційні та емпіричні теоретичні методи-аналіз і синтез. Метод контекстного аналізу використовується для виявлення функціональних деталей української дійсності в німецькомовних медіатекстах.

У процесі дослідження застосовано лексико-семантичнийаналіз задля встановлення типу власних назв. У свою чергу, системно-функціональний аналізвикористано з метою систематизації та класифікації власних назв, зафіксованих в німецькомовних медійних текстах.

Кількісний аналіз використовується на всіх етапах дослідження задля визначення кількісних показників відтворення українських власних назв в німецькомовних медійних текстах.

З'ясовано, що медійні тексти як найпоширеніший сучасний вербальний канал інформації містять в німецькомовному медійному дискурсі чималу кількість українських власних назв, адже медійний дискурс володіє основними ознаками, як-то чутливість до соціально-культурного, ідейно-ідеологічний контекст, що вимагає вживання національно та культурно маркованих одиниць – власних назв.

Принциповою характеристикою німецькомовних медійних текстів є прагматична спрямованість та соціальна регуляція, поширеність через пресу, радіо, телебачення, Інтернет, що визначило матеріал нашого дослідження.

# У ході дослідження теоретичного матеріалу виявлено, що єдиного трактування поняття "власна назва" не існує, однак узагальнюючи опрацьований матеріал, можна стверджувати, що з різних наукових позицій "власна назва" трактується як мовна одиниця, що призначена для виділення названого ними об'єкта з низки подібних для його індивідуалізації та ідентифікації, займає важливе місце у текстах німецькомовних новинних повідомлень.

# Вивчення теоретичних джерел дозволило дійти висновку, що науковці використовують різні способи перекладу власних назв: від транскрипції або транслітерації до лексичного перекладу, уподібнення, калькування, міжмовної конотативної транспозиції, комбінованої реномінації.

У доступному корпусі фактичного матеріалу в німецькомовних медійних текстах в семантичному аспекті зафіксовано українські власні назви, що поділяються на антропоніми, топоніми, хрононіми, ідеоніми, хрематоніми, ергоніми, гідроніми та етноніми.

У ході дослідження українських власних назв, що найбільш вживані в аспекті частотності у текстах німецькомовних повідомлень про Україну є такі власні назви, як антропоніми, ергоніми та топоніми.

Для відтворення українських власних назв продуценти медійних текстів застосовують транскрипцію, комбіновану реномінацію, лексичний переклад, калькування та найменше – транслітерацію. Вибір способу залежить як від структури структури власної назви та її впізнаваності для німецькомовного реципієнта.

Аналіз доступного нам корпусу ілюстративного матеріалу дозволяє дійти висновку, що наявність великої кількості українських власних назв, що позначають політичні реалії в німецькомовному медійному дискурсі пояснюємо зацікавленістю німецькомовних реципієнтів у політичних подіях в сучасній Україні.

Встановлено, що відтворення українських власних назв в німецькомовних медійних повідомленнях пов’язано з необхідністю відтворення сучасної української дійсності.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що переклад українських власних назв залежить від частотності їх згадування в німецькомовних медійних текстах, адже чим частіше продуценти німецькомовних повідомлень про Україну вживають власну назву, тим скоріше утвориться постійний відповідник, що буде зафіксовано у словниках. Вважаємо, що краще відтворення власної назви представлене комбінованою реномінацією і калькуванням.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у з'ясуванні функцій українських власних назв в німецькомовному медійному дискурсі.

[**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**](#bookmark23)

1. Альошина К.О. Способи перекладу "промовистих" імен у художній літературі: на матеріалі англійського та українського перекладів науково-фантастичних творів І. Єфремова. Мовні і концептуальні картини світу. Збірник наукових праць. 2013. Вип. 46, Ч. 1. С. 33–41.
2. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка CMИ. *Язык средств массовой информации* / под ред. M.H. Володиной. M., 2008.
3. Бакастова Т. В. Семантизация имени собственного в целом художественном тексте (на материале английского языка) : дис. … канд. филол. наук. Одесса, 1987. 138 с.
4. Барт P. Нулевая степень письма. M., 2008. 220 с.
5. Башук Н.П. Переклад безеквівалентної лексики у публіцистичних текстах. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя.* 2016. C.14-15.
6. Бондалетов В. Д. Русская ономастика. М. : Просвещение, 1983. 224 с.
7. Ворона О.В., Крисало О.В. Переклад промовистих імен (на матеріалі казки-притчі Дж. Оруелла "Колгосп тварин". *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.* Філологічні науки. 2013. № 9 (268). Ч. 1. С. 11-17.
8. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом "Либроком", 2014. 344
9. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Наука, 1989. 356 с.
10. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
11. Евтеев С. В. Немецкий язык: практика перевода: учеб. пособие: уровни В2–С1; под ред. М. А. Чигашевой. М. : МГИМО-Университет, 2016. 289 с.
12. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М. : Р. Валент, 2001. 200 с.
13. Ермолович Д. И. Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи (с приложением правил практической передачи имен и названий с 26 европейских и восточных языков). М. : Р-Валент, 2005. 416 с.
14. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. На матеріалі англомовних перекладів української прози. Львів: Видавництво при Львівському державному університеті. 1989. 216 с. , 122
15. Ковтун О. В., Помазан О. С. Власне ім’я у художньому творі як перекладацька проблема. Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах : зб. наук. пр. 2016. Вип 31-32. C. 46-58.
16. Комиссаров В. Н. Лингвистика перевода. М.: Международные отношения, 1980. 168 с .
17. Крипке С.А. Тождество и необходимость. *Новое в зарубежной лингвистике.* Вып. XIII. М.: Прогресс, 1982. С. 340–376.
18. Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. М: Изд-во Московского ун-та им. М.В. Ломоносова, 2004. С.126–159.
19. Кудрявцева Н.С. Проблема перекладності в світлі лінгвістичного релятивізму. *Збірник Studia Linguistica*. 2011. № 5. С. 461-464.
20. Лейбниц Г.В. Соч. в 4-х т. Т. 4. М.: Мысль, 1989.
21. Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII международной научной конф. (30 января – 1 февраля 2019 г.). М.: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2019. 604 с.
22. Мирошниченко В.М. Проблеми та варіанти здійснення перекладу власних назв з англійської мови українською. Харків: Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", 2016. 261 с.
23. Михайлин І.Л. Основи журналістики. К.: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
24. Михальчук Н.О., Воробйова І.А., Мартинюк А.П. Актуальні проблеми сучасної іноземної філології. Рівне: РДГУ, 2016. 275 с.
25. Молчановский В. В. Использование лингвострановедческого потенциала топонимической лексики русского языка при работе над текстом. *Лингвострановедение и текст*. М. : Рус. яз., 1987. С. 159–167.
26. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики. СПб. : Науч. центр проблем диалога, 1996. 760 с.
27. Петрова Н. В. К проблеме энциклопедического имени собственного. *Вестн. Волгогр. гос. ун-та.* Сер. Языкознание. 2011. № 1(13). С. 269–275.
28. Педан М.С. Особливості перекладу власних назв в художніх творах. Дніпродзержинськ, 2013. 55 с.
29. Постмодернизм: энцикл. / сост. и науч. ред. A.A. Грицанов, M.A. Moжeйкo. Mинcк, 2001.
30. Семенова Т. Н. Семантика индивидуализации и ее отражение в тексте : дис. …д-ра филол. наук. М., 2001. 345 с.
31. Смольников С. Н. Функциональные аспекты исторической антропонимики (на материале деловой письменности Русского Севера XVI–XVII веков) : дис. … д-ра филол. Наук. СПб., 2005. 392 с.
32. Соколова О. И. Личное имя собственное как прецедентный феномен. URL: <http://www.vfnglu.wladimir.ru/> Rus/NetMag/v5\_aro5htm. (дата звернення: 07.09.2021)
33. Соломыкина А.С., Каширина Н.А. Способы перевода имен собственных на материале американской публицистики. *Современные наукоемкие технологии.* 2013. № 7-1. С. 80-81.
34. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М. : Высш. шк., 1973. 366 с.
35. Уайтхед А. Н. Избранные работы по философии. М. : Прогресс, 1990. 718 с.
36. Уоллакотт Дж. Сообщения и значения. Mаccoвая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. M., 1999.
37. Хамаева Е. А. Антропонимы в ономастической системе мифологического типа : дис. … канд. филол. наук. Иркутск, 2012. 200 с.
38. Чигашева М. А. Прецедентные имена в политическом дискурсе СМИ Германии и проблема их перевода. *Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе = LSP Teaching and Specialized Translation Skills Training in Higher Education Institutions (LSP&STST):* материалы ежегодной международной конференции. Москва, 6–8 апреля 2016 г. М. : РУДН, 2016. С. 89–94.
39. Чигашева М. А. Проблемы эквивалентности перевода онимов с немецкого языка на русский. Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 6. С. 95–100.
40. Шарандин А. Л. Курс лекций по лексической грамматике русского языка. Морфология. Тамбов : Изд-во ТГУ, 2001. 313 с.
41. Coates R. A New Theory of Properhood. *Proceedings of the 21st International Congress of Onomastic Sciences* (Uppsala, 19–24 August 2002). Uppsala: Sprakoch folkminnesinstitutet, 2005. Vol. 1. P. 127–137.
42. Duden. Online-Wörterbuch. (дата звернення: 12.10.2020)
43. Fowler R. Language in the News. Discourse and Ideology in the Press. London, 1991.
44. Kripke S. A. Naming and Necessity. Cambridge (Mass.) : Harvard University Press, 1980. 172 p.
45. Romanisation systems. Guidance on the US Board on Geographic Names (BGN)/Permanent Committee on Geographical Names (PCGN) romanisation systems. URL: https://www.gov.uk/government/publications/romanisation-systems (дата звернення: 11.11.2021)
46. Romanization system for Ukrainian BGN/PGGN 1965 System. URL: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\_data/fil e/320286/Ukrainian\_Romanization.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/fil%20e/320286/Ukrainian_Romanization.pdf) (дата звернення: 11.11.2021)
47. Sommerer L. Investigating the emergence of the definite article in Old English : About categorization, gradualness and constructions. Folia Linguistica Historica. 2012. Vol. 33. P. 175-213.
48. Schleiermacher F. Hermeneutik //Schleiermacher F. Werke. I.7., S. 29 Цит.за: Гадамер Г.-Г. Істина і метод у 2-х томах. Т.1. К.: Юніверс, 2000. с.175
49. Tenbrink Th. The language of space and time. Journal of Pragmatics. 2011. Vol. 43, № 3. P. 691-694.
50. Venuti L. The Translator’s Invisibility. A History of Translation. Abingdon, New York: Routledge, 2008. С. 13.

**СПИСОК** **СЛОВНИКІВ І ДОВІДНИКІВ**

1. Великий сучасний англо-український українсько-англійський словник-довідник: 80000 слів та виразів сучасної англійської та української мови/ уклад. С. Д. Романов. Донецьк : БАО, 2008. 512 с.
2. Куликов Г. И., Мартиневский В. И., Ладисов А. И., Немецко-русский иллюстрированный лингвострановедческий словарь. Минск: Вышэйшая школа, 2001. 296 с.
3. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д : Феникс, 2010. 563 с.
4. Муравлева Н., Муравлева Е. Германия: лингвострановедческий словарь. М.: АСТ, 2012. 992 с.
5. Мюллер В. Великий німецько-український словник. Київ : Чумацький шлях, 2007. 792 с.
6. Німецько-український фразеологічний словник Т.1/В.І. Гаврись, О.П. Пророчено. К.: Радянська школа, 1981.
7. Офіційний сайт української мови. URL: https://ukrainskamova.com/publ/chinnij\_pravopis/leksika/klasifikacija\_sliv\_za\_znachennjam/5-1-0-53. (дата звернення: 18.10.2021)
8. Duden. Bedeutungswörterbuch. – Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich : Bibliographisches Institut AG, Mannheim, 2010. Bd. 10. 1151 S.
9. Duden. Die Grammatik. Manncheim / Wien / Zürich : Bibliographisches Institut AG, Mannheim, 2009. Bd. 4. 1343 S.
10. Duden: Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim: Dudenverlag, 2002. 1816 S.

**Додаток А**

**Таблиця. Перелик українських власних назв, їх переклад, тип та перекладацька трансформація**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Власна назва | Переклад | Тип власної назви | Перекладацька трансформація / прийом |
| 21 | *Holodomor,*  *Hungersnot in der Ukraine* | *Голодомор* | хрононім | транслітерація, калькування |
| 32 | *Diener des Volkes, ukrainische politische Partei (Sluha narodu)* | *"Слуга народу"* | ергонім | калькування,  комбінована реномінація,  транскипція |
| 43 | *Partei UKROP (Ukrainische Vereinigung der Patrioten)* | *конституційний суд України* | ергонім | транслітерація, комбінована реномінація |
| 54 | *das Nationale Antikorruptionsbüro der Ukraine (NABU)* | *анті-корупційне бюро НАБУ* | ергонім | комбінована реномінація |
| 55 | *Mezhyhirja* | *Межигір'я* | топонім | транскрипція |
| 76 | *Ukrainische Hryvnia* | *українська гривня* | хрематонім | комбінована реномінація |
| 87 | *die ukrainische "Partei der Freiheit “Swoboda”* | *партія "Свобода"* | ергонім | комбінована реномінація, калькування |
| 88 | *der Andreassteig* | *Андріївський узвіз* | топонім | комбінована реномінація |
| 99 | *die Ukrainische Union der Patrioten „UKROP“* | *"Укроп"* | ергонім | комбінована реномінація |
| 110 | *Majdan Nesaleschnosti* | *Майдан Незалежності* | ергонім, топонім | транскрипція |
| 111 | *Weihnachtslied „Schtschedryk“* | *“Щедрик”* | ергонім | комбінована реномінація |
| 112 | *das Kulturfestival für klassische Musik LvivMozArt* | *Фестиваль культури для класичної музики ЛьвівМоцАрт* | ергонім | комбінована реномінація |
| 113 | *"Ruhm der Ukraine"* | *"Слава Україні"* | ергонім | калькування |
| 114 | *"Den Helden Ruhm"* | *"Героям слава!"* | ергонім | калькування |
| 115 | *der ukrainische Ministerpräsident Arseni Jazenjuk* | *український прем'єр- міністр Арсеній Яценюк* | антропонім | комбінована реномінація |
| 116 | *Mykola Leontowytsch* | *Микола Леонтович* | антропонім | транскрипція |
| 117 | *Wyschywanka*  *(Wyschywanka ist eine traditionelle ukrainische Volkstracht )* | *Ввишиванка (Вишиванка – це традиційний національний одяг)* | хрематонім | комбінована реномінація |
| 618 | *Sitscher Schützen (militärische Einheit der Armee der Ukrainischen Volksrepublik)* | *Запоріжськи козаки (військове армійське об'єднання Української Народної Республіки)* | ергонім | комбінована реномінація |
| 319 | *das ukrainische Wappen Trysub (Dreizack)* | *український Тризуб* | хрематонім | комбінована реномінація, калькування |
| 320 | *die Bands „DakhaBrakha“, „Kurbasy“, der Männerchor „Dudaryk“, Kyjiwer Mykola-Lysenko-Frauenchor, Serhij Zhadan, die Sängerin Dominika* *Tschekun* |  | ергонім | комбінована реномінація |
| 221 | *Krim* | *Крим* | топонім | транслітерація |
| 222 | *Polissja* | *Полісся* | топонім | транскрипція |

**Додаток Б**

**Діаграма. Частотність використання перекладацьких трансформацій при відтворенні українських власних назв у німецькомовних медійних текстах**