

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СОДЕРЖАНИЯ УКРАИНОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ СТАТЕЙ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Васильева Эльза Вячеславовна

Данная статья посвящена проблеме передачи содержания украиноязычных публицистических (газетных) статей средствами английского языка с использованием различных переводческих трансформаций. Автор рассматривает особенности публицистического стиля и рубрики новостей как подвиды газетной статьи, а также определяются лексические и грамматические трансформации, используемые при переводе украиноязычных статей на материале рубрики новостей.

Ключевые слова: публицистический стиль, газетная статья, рубрика новостей, лексическая трансформация, грамматическая трансформация.

PECULIARITIES OF TRANSLATION OF THE UKRAINIAN PUBLICISTIC ARTICLES INTO ENGLISH

Vasylyeva Elsa Vyacheslavivna

The article deals with the problem of translation of the Ukrainian publicistic (newspaper) articles into English through the variety of language transformations. The author discloses the main characteristics of publicistic style and news column as a type of the newspaper article. Lexical and grammatical transformations used in translation of Ukrainian news column into English are being analyzed.

Key words: publicistic style, newspaper article, news column, lexical transformation, grammatical transformation.

УДК 070.41(477)''20''

Інна Завальнюк

**ДИНАМІЧНІ ПРОЦЕСИ В СТИЛІСТИЧНІЙ ТИПОЛОГІЇ
ГАЗЕТНИХ ЖАНРІВ**

Обов'язковим компонентом типологічного опису газетних текстів є їхня систематизація з погляду функціонально-жанрової належності. Систематизація жанрів медіамовлення завжди була досить складною, що спричинено поліфонічністю визначення поняття *жанр*: 1) вид творів у галузі якого-небудь мистецтва, який характеризується певними сюжетними та стилістичними ознаками; 2) живопис на побутові теми; картина побутового сюжету; 3) спосіб що-небудь робити; сукупність прийомів, стиль, манера [1, с. 272].

Жанровість у сучасній українській газеті – це системність, структурність, формоозначеність певної структури на мікрорівні [2, с. 337], що постала із синкретичної свідомості людини, здатної до форматування певних ознак. Ці ознаки на сьогодні усталилися і визначають жанр не за однією з них, а за сукупністю таких ознак, як характер зображуваного об'єкта (факт, подія),

конкретне призначення матеріалу (завдання, яке треба розв'язати), певний масштаб охоплення дійсності і – відповідно – масштаб висновків та узагальнень (локальний чи глобальний), характер літературно-стилістичних засобів, призначених для відображення дійсності (стилістично нейтральних чи маркованих) [3, с. 10 – 11].

У публіцистичному мисленні системно-жанрові горизонти оформлені в три групи – інформаційну (хронікальну), аналітичну і художньо-публіцистичну [3, с. 12 –14; 4, с. 5; 5, с. 53; 6, с. 366 – 367 та ін.], які поділяються на основні жанри: *допис, інформація, огляд, коментар, звіт, репортаж, інтерв'ю, кореспонденція, стаття, нарис, фейлетон, есе, памфлет*. Дещо пізніше відбулося внутрішньожанрове розмежування: *інформація* – хронікальна, аналітична; *інтерв'ю* – інтерв'ю-портрет, хронікальне та проблемне інтерв'ю; *репортаж* – хронікальний, аналітичний, сюжетний, репортаж-роздум; *коментар* – коментар-довідка, коментар-репліка, інформаційний коментар; *звіт* – розгорнутий, тематичний; *нарис* – проблемний, портретний; *есе* – проблемне, портретне; *фейлетон* – проблемний, портретний [2, с. 341]. Внутрішньожанрова диференціація засвідчує пластичність авторської свідомості щодо інтерпретації інформації, дедалі ширшу репрезентацію документального рівня творчості журналіста.

У сфері масової комунікації динаміка мови настільки активна, що відбуваються постійні зміни в межах жанрів, які позбавляють їх потрібної ознаки усталеності. Потужний жанровий діапазон нині зазнає модифікації, спостерігаємо розмитість меж деяких жанрів через ламання традиційних форм мислення. Оновлене життя потребує оновленої динаміки жанромислення. Окреслити цю динаміку й покликане наше дослідження.

Мета статті – виявити нові явища в жанровій диференціації газетного матеріалу, з'ясувати їхню специфіку, спричинену здебільшого соціальними змінами. Її *завдання*: 1) виокремити найпоширеніші явища в оновленій динаміці жанромислення, схарактеризувати їх; 2) запропонувати нову класифікацію газетних жанрів, зважаючи на оновлену актуалізацію їхніх диференційних ознак.

Аналіз стилістичної типології жанрів сучасної української преси дає змогу констатувати низку видозмін, з-поміж яких найважливішими є:

1. Поповнення складу жанрових груп новими видами жанрів, деталізованими внутрішньо, як-то: інформаційна група – політичний допис, фактологічний репортаж; аналітична група – політичний коментар, полемічна стаття, передова стаття, викривальний памфлет [7, с. 8], аналітична кореспонденція, аналітичний коментар, аналітичний огляд [8, с. 393]; інтерв'ю – викривальне, інформаційне, емоційне [9, с. 118]; огляд – політичний, літературний, спортивний; стаття – узагальнювальна, проблемна, літературно-критична; нарис – історичний [10, с. 545].

2. Об'єднання газетних жанрів у більшу кількість жанрових типів унаслідок розширення кола жанроутворювальних чинників: 1) власне-

інформаційні жанри; 2) інформаційно-публіцистичні жанри; 3) власне-публіцистичні жанри; 4) художньо-публіцистичні жанри; 5) рекламні жанри; 6) художні жанри; 7) розмовно-побутові жанри; 8) офіційно-ділові жанри; 9) інші жанри [10, с. 546 – 547].

3. Ускладнення жанрової типології новими різновидами, подекуди неспецифічними для газети, як-от: історичний календар, консультація поповнюють власне-інформаційні жанри; вибачення, привітання, рейтинг, порада та ін. – інформаційно-публіцистичні жанри; до художньо-публіцистичних жанрів долучаються історія, каламбур, мемуари, сатиричний коментар; типологічну групу „інші жанри“ дедалі частіше поповнюють гра, кросворд, гороскоп, тест, рецепт тощо [10, с. 546].

4. Акцентуація в межах медіалінгвістики на нових функціонально-стилістичних ознаках, рівнях (формат, зміст, мова) і жанрових типах текстів з позицій співвідношення в них функцій повідомлення та впливу і виокремлення чотирьох функціонально-жанрових груп: новини, інформаційна аналітика, публіцистика та реклама [11, с.47].

5. Дифузність, нечіткість вираження специфічних жанрових властивостей, спричинена громіздкістю різноманітних інформаційних потоків, що нерідко дисонують один з одним, посиленням інтернаціональних зв'язків, розширенням масштабів урбанізації населення, ростом його міграції. Так, зокрема, деякої метаморфози зазнав жанр репортажу, оскільки саме в ньому очевидним є зв'язок з попередньою подією. Унаслідок цього до газети потрапляє спонтанне, абсолютно непередбачене мовлення журналіста, який ставить за мету майже синхронно відтворювати події. Мета репортажу – зробити читача свідком того, про що йдеться, тому канони розмовного мовлення тут дієвіші, ніж в інших жанрах.

6. Переорієнтування, видозміна, зникнення деяких газетних жанрів, спричинені демократичними суспільними процесами. Передусім із газетного простору майже зникла передова стаття в тому форматі, у якому вона побувала на шпальтах партійної преси в радянські часи, тобто була директивною, риторичною, лозунговою, по-менторськи дидактичною, висвітлювала суспільно значущі проблеми з позицій Комуністичної партії Радянського Союзу. Пор. лише назву передової статті, надрукованої у регіональній газеті „Вінницька правда“, датованої 7 листопада 1987 р.: „Революційна перебудова – живе втілення ідей Жовтня“. Аналізуючи такий заголовок і саму передову статтю тепер, помічаємо цілковиту відсутність експресії, стандартизованість, квазіінформативність. Усе це відійшло в минуле, є недоцільним сьогодні, а тому справедливо, що анонімну передову статтю на шпальтах газет заступає актуальний матеріал, який виражає думку конкретного журналіста як представника певного соціально-політичного кола. Пор. передову статтю „Під ударом – зовнішні шанси і внутрішні перспективи“ Наталії Ромашової, опубліковану в газеті День“ від 4 вересня 2008 р., у якій йдеться про суспільно негативне за його наслідками протистояння в парламенті.

Передові статті, на думку Зоряни Грень, є майже обов'язковим елементом рубрикації видання, яке претендує на аналітичність. Це зазвичай редакційний або авторський відступ, який відкриває черговий номер газети. Цим матеріалом газета „починає розмову з читачем про найважливіше і висловлює думку редакції, визначає свою позицію з певного актуального питання, ілюструє політичну лінію газети, орієнтує читача в обставинах, навчає його розмежовувати головне і другорядне“ [8, с. 393].

Один із найпопулярніших газетних жанрів радянських часів – фейлетон [12, с. 131] майже не трапляється на шпальтах газет через труднощі використання гротеску, властивого цьому жанрові, бо надмірна фактологічність, референтність сучасних газетних контекстів ніяк не стикується зі згаданою властивістю фейлетонного жанру. До того ж, в умовах значної конкуренції друкованих видань нинішні журналісти, борючись за читача, намагаються сатирично-іронічні „нотки“ провести крізь призму багатьох жанрів, навіть міні-інформацій, де можливо в такий спосіб засудити поширені сьогодні соціально негативні події, факти, явища. У тому самому номері газети „День“, наприклад, у дописі „Щоденник“ прикінцевими є такі сатирично-іронічні рядки автора: *Ось вони, наслідки „шкідливих“ інвестицій. Здоров'я людей перед спокусою заробітку владу не цікавить. Адже вона не живе в небезпечних місцях* (День, 04.09.2008, с.1). Як бачимо, нова стилістична система газети кодифікувала свій колишній „нижній“ полюс, до якого О. В. Какорина відносить фейлетон, і поширила на всі функціонально-комунікативні типи текстів його ознаки: передусім специфічну інтенцію (іронія), модальність, необмежений стильовий контраст і под. Фейлетон як жанр зникає з газетних шпальт, а вся газета (видання в цілому) стає „фейлетоном“ [13, с.89 – 90].

Дедалі активніше в деяких газетах, як-то „Літературна Україна“, „Дзеркало тижня“, „Культура і життя“, з'являються такі аналітичні жанри, як відгук та рецензія. Вони дещо видозмінилися, порівняно з попередніми десятиріччями, й акумулюють у собі своєрідність критичної позиції, „втілюваної як у площині „артикуляції“ змісту, так і в доборі засобів його вираження“ [14, с.147] – яскравих, гострих, часом дошкульних. Пор. лише деякі синтаксичні засоби вираження викладу зі значного мовного арсеналу, дібрані з рецензії „Снігом стелиться життя“ на збірку Василя Портяка „У снігах“ (автор – Тарас Кузьмов), які репрезентують яскравість, експресію, пафос, креативність згаданого жанру й публіцистики загалом, зокрема: ланцюгову активізацію відокремлених обставин – „У снігах“ – *текст моторошний. Портяк пише своє полотно „по-живому“, минаючи стерильність розуму, не тривожачи зарозумілість інтелекту*; нанизування однорідних членів речення і парцеляцію головного члена речення: *Почавши читати „У снігах“, поволі холодієш. І поринаєш у мікросвіт, що рвучко вириває з контексту довоколишнього, сповиває, тривожить, електризує і гулко товче у скроні*; комплекс синтаксичних засобів, як-от: препозитивне

розташування стилістично забарвленого складнопідрядного допустового речення з уточнювальною функцією, вставну одиницю для вираження сумніву, повторення й парцеляцію для виокремлення найвагоміших лексем, акцентування на їхній змістовій значущості: *Його новели – хай від імені небагатьох – отримали іншу, можливо, значно важливішу премію. Премію імені оскоми на зубах синів. Синів тих, хто їв квасне* (Дзеркало тижня, 02.02.2008, с.19).

Такі жанрові форми офіційно-ділового підстилю, як комюніке, резюме документа, жанрові форми урочисто-декларативного підстилю – послання, звертання, заклики [15, с. 50, с. 103], які в радянські часи були офіційними урядовими повідомленнями про важливі події в житті країни, міжнародні переговори, угоди, а також синтезували на шпальтах газет основні відомості з важливих документів, закликали до певних дій чи пропагували щось, сьогодні істотно видозмінилися. Їхні директивно-вольові інтонації нівелювалися, а самі названі жанри „розчинилися“ в інформативних повідомленнях, хроніках, дописах чи некатегоричних зверненнях урядовців з нагоди святкових, урочистих подій.

7. Майже послідовне зникнення з газетних шпальт назв жанрів, їх здебільшого заступає проблематика, або тематичні домінанти. Так, наприклад, в одній із державних газет, яка оперативно інформує читачів про найважливіші рішення державної ваги, газеті „Голос України“ тематична рубрикація є найбільш загальною: „Політика“, „Новини“, „День“, „Сім’я“, „Суспільство“, „Реклама та оголошення“, „Спорт“. Натомість у „Дзеркалі тижня“ як репрезентантові незалежної преси на всеукраїнському рівні, розрахованої передусім на еліту нації, розвиток її політичної думки, на створення умов для самореалізації творчого потенціалу нації [16, с. 84], рубрики є оригінальнішими, подрібненими на актуальні підрубрики, які одразу привертають увагу динамічно налаштованого читача, пор.: „Влада“ і її підрубрики „За кордоном“, „Право“, „Гроші“ і підрубрики „Про головне“, „Аналітика“, „На шляхах реформ“, „Мікроекономіка і бізнес“, „Людина“ і підрубрики „Культура“, „роЧитання“, „Я і Ми“, „Знання – сила“, „Здоров’я“, „Архіваріус“, „Сімейне коло“. У річищі поданих рубрикацій функціонують майже всі типові, класичні жанри: допис, інтерв’ю, репортаж, нарис, проблемна стаття, огляд, щоправда, здебільшого без назв самого жанру. Однак тематична організація інформаційного потоку є сьогодні на часі, актуалізує ще одну важливу класифікаційну ознаку – „належність тексту до певної медіатопіки“ [11, с.38], або тематичної домінанти, наприклад, політики, бізнесу, спорту, культури.

8. Поява в післяперебудовний період нового жанрового різновиду – рекламного. Яскраву спрямованість газетних рекламних текстів на забезпечення впливу реалізують як на рівні мови, тобто лінгвістичними засобами виразності, так і за допомогою медійних технологій – прийому розташування на газетній шпальті, графічних прийомів (варіювання шрифту,

дефісація, збільшення-зменшення літер тощо), створення зорових ілюстративних чи фотообразів, які легко запам'ятовуються. У передвиборні періоди, особливо популярні останнім часом, помітне домінування в газетах політичних різновидів реклами – передвиборної агітації, політичної реклами, прихованої політичної реклами, політичної антиреклами, політичної контрреклами, неякісної політичної реклами [17, с. 369 – 370], які формують і водночас продукують політичну культуру соціуму.

З огляду на нестабільність, постійну динаміку в газетній жанрово-типологічній інтерпретації, вважаємо за доцільне виокремити найбільш прийнятну для нас класифікацію жанрів: *інформаційні* (допис, інформативне повідомлення, хроніка, кореспонденція, анонс, проблемна стаття, репортаж, інтерв'ю), *аналітичні* (аналітична стаття, огляд, передова стаття, рецензія, відгук, коментар), *художньо-публіцистичні* (нарис, замальовка, полемічна стаття, публіцистичний роздум, есе, фейлетон, памфлет, байка, гумореска) і *рекламні* (власне-реклама, політична реклама, анонс, оголошення, рекламний нарис, рекламне інтерв'ю) жанри. В основу поданої класифікації покладено нову низку принципів:

- авторська інтенція (поінформувати, описати, проаналізувати, здивувати, заінтригувати, висміяти, схвалити, розрекламувати тощо);
- композиційний формат і розташування на газетній шпальті;
- образ автора (домінантні риси людини соціальної чи людини приватної);
- наявність модальності (об'єктивної / суб'єктивної);
- оцінність (наявна / відсутня; прихована / відверта, імпліцитна / експліцитна);
- експресивність (наявність / відсутність) [18, с. 20 – 21].

Безперечно, ми не претендуємо на абсолютну вичерпність запропонованої класифікації, до того ж, як уже йшлося, жанрові межі досить хиткі, сучасні тенденції до динамізму, діалогічності, експресії, розмовності нерідко впливають на внутрішньожанрове розчленування, змістове наповнення та лінгвістичне оформлення жанру, які іноді важко помітити, не те що скласифікувати. Та все ж, на нашу думку, запропонована жанрова типологія є життєздатною, зважаючи на уніфікацію та репрезентацію в усіх друкованих органах, хоч і має сьогодні альтернативу – тематичну рубрикацію як ще один засіб орієнтування читача, задоволення його смаків у сучасному динамічному світі.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.; Ірпінь: Перун, 2003. – 1426 с.
2. Буряк В. Жанровість як система людського мислення / Володимир Буряк // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2005. – Вип. 13. – С. 337 – 343.

3. Жанри радянської газети: навч. посіб. для студентів ф-тів журналіст. – К.: Вища шк., 1974. – 295 с.
4. Современная газетная публицистика: Проблемы стиля: монография / [отв. ред. И. П. Лысакова, К. А. Рогова]. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1987. – 121 с.
5. Лысакова И. П. Язык газеты: социолингвистический аспект / И. П. Лысакова. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1981. – 102 с.
6. Конурбаев М. Э. Критерии выявления публицистических жанров / М. Э. Конурбаев // Язык средств массовой информации: учеб. пособ. для вузов / [под ред. М. Н. Володиной]. – М.: Академич. Проект; Альма Матер, 2008. – С. 366–373.
7. Загнітко А. П. Сучасний політичний газетний дискурс: типологічні вияви й особливості синтаксису [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://anvsu.org/ua/index/files/Articles/Zahnitko/htm>.
8. Грень З. Українські ділові видання: типологічний аналіз / Зоряна Грень // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2005. – Вип. 13. – С. 386–396.
9. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технологія виробництва ефірних новин/ Ендрю Бойд. – К.: ТОВ „Київська типографія“, 2007. – 429 с.
10. Поликарпов А. А. Компьютерный корпус текстов современной русской газеты / [А. А. Поликарпов, О. В. Кукушкина, В. И. Виноградова и др.] // Язык средств массовой информации: учеб. пособ. для вузов / [под ред. М. Н. Володиной]. – М.: Академич. Проект; Альма Матер, 2008. – С. 540–551.
11. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: учеб. пособ. для студентов вузов / Т. Г. Добросклонская. – М.: КДУ, 2008. – 116 с.
12. Газетные жанры: [ред. кол.: В. И. Власов, А. В. Гребенев, И. А. Зубков и др.]. – [2-е изд., перераб.]. – М.: Политиздат, 1976. – 176 с.
13. Какорина Е. В. Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости): дис. ...кандидата филол. наук: 10.02.01 / Какорина Елена Валентиновна. – М., 1992. – 175 с.
14. Зелінська Н. Наукова рецензія у жанровій палітрі української публіцистики ХІХ – початку ХХ ст.: проблематика, структура, особливості викладу / Надія Зелінська // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2004. – Вип. 12. – С. 133–149.
15. Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи: курс лекций по стилистике / А. Н. Васильева. – М.: Русск. язык, 1982. – 198 с.
16. Костенко Н. Культурні парадигми та перспективи українських мас-медіа / Н. Костенко // Політологія посткомунізму: політичний аналіз посткомуністичного суспільства. – К., 1995. – С. 82–85.
17. Войтович Н. Політична реклама в пресі та розвиток політичної культури в Україні / Наталія Войтович // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2005. – Вип. 13. – С. 367–372.

18. Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ століття: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти: монографія / І. Я. Завальнюк. – Вінниця: Нова Книга, 2009. – 400 с.

ДИНАМІЧНІ ПРОЦЕСИ В СТИЛІСТИЧНІЙ ТИПОЛОГІЇ ГАЗЕТНИХ ЖАНРІВ

Завальнюк Інна Яківна

У статті проаналізовано найпоширеніші динамічні явища у стилістичній типології газетних жанрів, розкрито їхню специфіку, запропоновано нову класифікацію газетних жанрів, зважаючи на оновлену актуалізацію їхніх диференційних ознак.

Ключові слова: динамічні процеси, стилістична типологія, газетний жанр, внутрішньожанрова диференціація, жанрові різновиди.

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СТИЛИСТИЧЕСКОЙ ТИПОЛОГИИ ГАЗЕТНЫХ ЖАНРОВ

Завальнюк Інна Яковлевна

В статье анализируются распространенные динамические явления в стилистической типологии газетных жанров, раскрывается их специфика, предлагается новая классификация газетных жанров с учетом обновленной актуализации их дифференциальных признаков.

Ключевые слова: динамические процессы, стилистическая типология, газетный жанр, внутрижанровая дифференциация, жанровые разновидности.

DYNAMIC PROCESSES IN STYLISTIC TYPOLOGY OF NEWSPAPER GENRES

Zavalniuk Inna Yakivna

The articles highlight the most widespread dynamic phenomena in stylistic typology of newspaper genres. Their specifics is exposed and new classification of newspaper genres is offered as far as the renew actualization is concerned.

Key words: dynamic processes, stylistic typology, newspaper genre, intogenre differentiation, genre varieties.

УДК811.111'255.2,6

Ірина Кузнєцова

ВТОРИННА НОМІНАЦІЯ ЯК ОДИН З СПОСОБІВ УТВОРЕННЯ ГАЛУЗЕВИХ ТЕРМІНОЛОГІЙ

Вивчення процесу вторинної термінологізації – знаходження терміном нового спеціального значення в іншій терміносистемі – становить певний інтерес для сучасної лінгвістичної науки. Дані лексикографічних джерел