

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 62

Том 3



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

Воробйова О. С.,*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германської філології та перекладу
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»***Жадан Т. В.,***магістрантка спеціальності 035 Філологія
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ПРАГМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ ДОПИСІВ ВІДОМИХ ЛЮДЕЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Анотація. Статтю присвячено прагматичній перекладу дописів у соціальних мережах визначних постатей сьогодення, які мають вплив на суспільство, а саме Стівена Кінга (одного з найпопулярніших американських письменників сучасності, який від початку повномасштабного вторгнення в нашу країну не перестає підтримувати український народ) та Бориса Джонсона (британського політичного діяча, колишнього Прем'єр-міністра Великої Британії, який після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, неодноразово висловлювався на підтримку українського народу, зайняв активну проукраїнську позицію та підтримує санкції проти країни-агресора).

В наш час, соціальні мережі є не лише засобами для спілкування, а й знаряддям впливу на аудиторію різних країн світу. Чим більше підписників у людини в соціальних мережах, тим більше користувачів дослухаються до її думки. Це, беззаперечно, є чудовою платформою для того, щоб доносити аудиторії свої думки та ідеї, але в той же час, це нова галузь для досліджень у мовознавстві, перекладознавстві та інших сферах філологічних та міждисциплінарних гуманітарних досліджень.

Аналіз дописів відомих людей у соціальних мережах в контексті прагматики перекладу може багато розповісти про те, як вони відносяться до своїх підписників, досліджуючи лише, наприклад, яку цільову аудиторію охоплює контент, стиль написання повідомлення, а саме які лексичні та граматичні засоби виразності використовує автор для створення своїх дописів та який меседж він хоче ними донести.

Запропоноване дослідження підкреслює значимість соціальних мереж у нашому житті не лише як засобу спілкування, але й також як сфери лінгвістичних досліджень; спрямоване на систематизацію й ілюстрацію мовних засобів, що використовуються в оригінальному тексті для досягнення бажаного прагматичного ефекту; має на меті детальний опис перекладацьких засобів, що застосовуються для адекватної й еквівалентної передачі лінгвістичної та екстралінгвістичної складової дописів як нового жанру публіцистичного стилю мовлення, виконаний на матеріалі перекладів зазначених текстів авторами цієї статті.

Ключові слова: соціальні мережі, допис, комунікація, авторська стилістика, прагматика перекладу.

Постановка проблеми. Соціальні мережі відіграють важливу роль у житті більшості людей по всьому світові. Через це, користувачі мережі Інтернет слідкують за різними визначними діячами, що мають на них вплив, навіть якщо останні цього не усвідомлюють. За кожним дописом, ретвітом та пересиланням інформації є своя мета, яка досягається завдяки використанню певних стилістичних засобів виразності на лексичному та граматичному рівнях мови. Тож, актуальність цієї роботи полягає у необхідності дослідити тексти дописів у соціальних мережах на предмет їхньої оригінальної прагматичної цінності та особливостей її передачі засобами мови перекладу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У 1950–1960-х роках 20 століття, завдяки роботам таких дослідників, як Джон Остін (John Langshaw Austin), Джон Сірл (John Rogers Searle) та Пол Грайс (Herbert Paul Grice), які вивчали важливі аспекти комунікації та взаємодії мовних засобів в різних контекстах, була сформована базова теорія прагматики [1, с. 156]. У 1970–1980 роках прагматика виокремилася в самостійну дисципліну та почала активно розширювати свою проблематику.

Починаючи з 1990-х років, прагматика перекладу стає центральною темою перекладознавчих досліджень. Серед ключових аспектів виділяються загальнотеоретичні проблеми прагматики перекладу та прагматична адаптація тексту й ко-

мунікативно-прагматичні особливості перекладу різних типів текстів, включаючи ділові листи, міждержавні угоди, публіцистику, PR-жанри та художню літературу. В центрі досліджень знаходяться аспекти, пов'язані з ефективністю та адаптацією мовних засобів для досягнення комунікативних цілей в перекладі [2; 3].

Перекладачі використовують прагматичний аналіз для визначення, яка інформація може бути вилучена або змінена під час перекладу. Це важливо, оскільки рецептор оригінального тексту і рецептор перекладу зазвичай мають відмінний мовний досвід, різну етнічну ментальність та різні фонові знання. Досягнення комунікативної мети в перекладі якраз і вимагає прагматичної адаптації, яка, в свою чергу, бере до уваги особливості мовної картини світу та фонових знань рецептора перекладу [4].

Мета дослідження полягає в тому, щоб визначити, як англомовні повідомлення в соціальних мережах впливають на аудиторію, дослідити та проілюструвати, які засоби мовної комунікації використовуються в оригінальних текстах та як вони можуть передаватися засобами української мови.

Виклад основного матеріалу. Прагматика перекладу в контексті аналізу дописів відомих людей у соціальних мережах включає дослідження взаємодії мовних факторів, комунікативних стратегій та способів впливу на аудиторію у цьому спе-

цифрічному медійному середовищі. Сучасні соціальні мережі стали популярним інструментом вираження думок для таких публічних осіб, як відомі письменники, політики, бізнес-лідери. Аналізуючи дописи цих осіб у соціальних мережах, прагматика перекладу розглядає наступні аспекти:

1. Аудиторія та комунікативні цілі.
2. Вживання мовних засобів.
3. Стиль та тон.
4. Емоційний контекст.
5. Реакція аудиторії [4].

Аналіз дописів таких відомих людей, як, наприклад, Стівен Кінг та Борис Джонсон, та їхніх перекладів українською мовою в контексті прагматики перекладу може розкривати цікаві відомості про те, як вони спілкуються зі своєю аудиторією та якими є лінгвістичні та екстралінгвістичні особливості передачі їхніх повідомлень в україномовному культурному контексті.

Розглянемо особливості мовної та позамовної реалізації значених вище аспектів на конкретних прикладах.

1. Цільова аудиторія.

Дослідження цільової аудиторії дописів допомагає зрозуміти, як їхні автори адаптують свою комунікацію до аудиторії. Наприклад, Борис Джонсон, як політик, спрямовує свої повідомлення до аудиторії, що цікавиться політикою. Він може ділитися політичними новинами, коментарями до суспільних подій і застосовувати політичний жаргон, оскільки його цільова аудиторія зацікавлена в політиці та громадських питаннях.

2. Вживання мовних засобів.

Перекладачі повинні бути здатні розуміти, які слова та вирази використовують ці відомі особи, і вибирати відповідні еквіваленти при перекладі. Це особливо важливо, оскільки автори дописів можуть використовувати або створювати лексичні, зокрема сленгові, інновації та okazіоналізми.

Наприклад, Стівен Кінг, який відомий своїм унікальним авторським стилем, може створювати нові слова та фрази, які мають особливе значення в його творчості. Перекладачі повинні бути уважними до цих творчих інновацій та шукати й застосовувати такі еквівалентні одиниці в мові перекладу, які б максимально точно передавали значення цих лексем та відображали й реалізовували індивідуальний стиль автора.

Наведемо декілька прикладів okazіональних образних лексичних одиниць, які може використовувати Стівен Кінг, та їхні можливі переклади українською мовою:

- *chortle* – можливий переклад: ‘чортихатися’;
- *unputdownable* (досл. ‘така (про книгу), яка не дає себе відкласти’) – можливий переклад: ‘надзвичайно захоплююча’, або синонімічно
- *page-turner* (досл. ‘така (про книгу), яка є настільки цікавою, що той, хто її читає, безперервно гортає сторінки’) – можливий переклад: ‘надзвичайно захоплююча’ або ‘надзвичайно цікава’;
- *creepypasta* – можливий переклад: ‘жахлива історія’;
- *writer's block* – можливий переклад: ‘творча криза’.

Борис Джонсон, як політик, може використовувати політичний жаргон та термінологію, які можуть бути унікальними для політичної сфери. Перекладачі мають розуміти цей професійний жаргон і використовувати відповідну лексику та фразеологію в перекладі.

Нижче наведено приклади політичних жаргонізмів та реалій англійського політичного життя, які використовував в своїх дописах Борис Джонсон, та їхні можливі переклади українською мовою:

- *U-turn* – можливий переклад: ‘зміна рішення’;
- *backbencher* – ‘рядовий член (британського) парламенту’;

- *Shadow Cabinet* – ‘опозиційний кабінет міністрів’;
- *Whip* – ‘відповідальний за голосування’;
- *vote of no confidence* – ‘голосування про відсутність довіри’.

3. Стиль та тон.

Аналізуючи дописи цих відомих осіб, можна визначити їхній стиль та тон комунікації. Наприклад, Стівен Кінг часто використовує літературну мову та гумор у своїх дописах. В одному зі своїх постів він написав: *If your coffee table has not collapsed from books, you don't have enough books.* – ‘Якщо ваш кавовий столик не обвалився від книжок, ви не маєте достатньо книжок’ [5]. Таке висловлювання свідчить про його власний літературний стиль та гумористичний підхід до комунікації.

Борис Джонсон, політик та колишній мер Лондона, відомий своїм політичним жаргоном та живим і динамічним стилем спілкування, написав в одному зі своїх твіттів: *Time to make the UK again big!* – ‘Час зробити Велику Британію знову Великою!’ [6].

Очевидно, що кожен з цих відомих осіб має свій власний стиль та тон комунікації, які відображають їхні професійні та особистісні характеристики.

Отже, вживання певних мовних засобів при передачі іншою мовою дописів відомих осіб вимагає ретельного аналізу їхнього стилю та тону, а також вибору відповідних мовних еквівалентів, щоб зберегти автентичність їхнього комунікативного стилю при перекладі.

4. Емоційний контекст.

Емоційний контекст грає важливу роль у комунікації цих відомих осіб через соціальні мережі.

Стівен Кінг, наприклад, часто використовує гумор і жаргоне в своїх дописах, що, в свою чергу, може створити позитивний емоційний контекст для читачів. При перекладі важливо зберегти гумористичний тон і старанно обирати адекватні жаргівливі вирази.

Борис Джонсон, як політик, може спрямовувати свої повідомлення на викликання серйозних емоцій, таких як довіра або обурення. Перекладач має виразно передавати цей емоційний меседж при точному збереженні змісту повідомлення.

Збереження емоційного контексту важливо для того, щоб переклад був максимально відповідним оригіналу та викликав ті ж самі емоції у читачів.

5. Реакція аудиторії.

Аналіз реакції аудиторії на дописи відомих осіб грає важливу роль у визначенні успішності перекладу. Реакція читачів або фоловерів реалізується через наступні фактори.

- 5.1. Реакція на публікацію.

Оцінка лайків, коментарів, репостів і загальної активності щодо публікації є важливою. Якщо переклад вдало передав оригінальну інтенцію, то публікація може зібрати багато позитивних реакцій.

- 5.2. Коментарі.

Аналіз коментарів може допомогти визначити, чи сприйняли читачі переклад, а також чи були які-небудь питання або незрозумілі моменти стосовно перекладу. Це може бути корисним для подальшого вдосконалення перекладацьких навичок.

- 5.3. Спілкування з аудиторією.

Відомі особи можуть взаємодіяти зі своєю аудиторією через коментарі та відповіді на запитання. Перекладачі повинні бути уважні до цього спілкування та намагатися передавати відповіді відомих осіб якнайточніше.

- 5.4. Змістовність та точність.

Змістовність та точність перекладу грають важливу роль у передачі інтенції та змісту повідомлення відомої особи. Ці аспекти визначають, наскільки вдалим і адекватним є переклад та наскільки він відповідає стилістиці та тону оригіналу.

Змістовність в перекладі полягає в тому, наскільки точно передаються основні ідеї та повідомлення з оригіналу. Це означає, що перекладач повинен зрозуміти не лише лексичний зміст тексту, але й його контекст, підтекст, інтенцію та смислові нюанси. Якщо перекладач може передати всі ці аспекти, то змістовність перекладу є високою. Якщо частина ідей чи контексту втрачається, то змістовність може бути порушеною.

Точність перекладу визначає, наскільки вірно і без спотворень передаються слова, терміни та фрази з оригіналу. Навіть найвдаліший переклад повинен бути максимально точним, оскільки навіть невеликі неточності можуть викликати непорозуміння або змінити сенс тексту. Точність також включає в себе відповідність особливостям граматичної будови та лексичного складу мови перекладу.

Щодо стилістики та тону відомої особи, перекладач повинен бути здатним відтворити її унікальний стиль мовлення та манеру висловлювання. Це означає, що перекладач має розуміти, які вирази, звороти та стилістичні рішення є характерними для цієї особи, і відтворювати їх у перекладі. Якщо перекладачеві вдається передати стиль та тон відомої особи, це допомагає зберегти прагматичний контекст оригіналу та забезпечує отримання більш вдалого враження у читачів перекладу.

Отже, змістовність, точність, стилістика та тон мовлення є надважливими у визначенні якості перекладу дописів відомої особи. Перекладач має бути спроможним зберегти всі ці аспекти, щоб досягти максимальної адекватності перекладу та передати інтенцію оригіналу.

5.5. Взаємодія зі спільнотою.

Реакція аудиторії відображає взаємодію між відомими особами та їхніми підписниками. Якщо взаємодія зберігається після перекладу, це може свідчити про успішність перекладу.

Аналіз реакції аудиторії допомагає зрозуміти, наскільки вдалим був переклад та якого ефекту було досягнуто серед читачів чи підписників.

Усі ці аспекти є важливими для вивчення та розуміння того, як відомі особи спілкуються через соціальні мережі та як це впливає на сприйняття їхніх повідомлень в різних культурних та мовних середовищах.

Висновки. Отже, аналіз лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників, що формують прагматичний потенціал дописів відомих людей як особливого жанру публіцистичної або епістолярної літератури, проведений на матеріалі дописів Стівена Кінга та Бориса Джонсона, дозволяє узагальнено констатувати, що пости слугують не тільки засобами комунікації, а й мають значний вплив на аудиторію.

Вивчення та ілюстрація конкретними прикладами в цьому дослідженні таких аспектів формування прагматичної складової тексту, як аудиторія та комунікативні цілі, вживання мовних засобів, стиль та тон висловлювання, емоційний контекст та реакція аудиторії, а також аналіз особливостей передачі цих чинників при перекладі, уможливує висновок про те, що дискурс соціальних мереж є сферою для наукових, зокрема лінгвістичних та перекладацьких розвідок, що набирає обертів. Авторські дописи в мережі Інтернет є джерелом жаргонних та професійних інновацій.

Перспективним є більш детальний аналіз лексичних і прагматичних засобів створення прагматичного ефекту в англійсь-

ких дописах відомих людей та особливостей їх передачі в україномовному культурному контексті.

Література:

1. Levy J. Translation as a Decision Process. In L. Venuti (ed.). The Translation Studies Reader. London and New York: Routledge, 2000. Pp. 148–159.
2. Карамішева І. Термін «прагматика» у сучасній лінгвістиці. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Львів : 2004. № 503 Проблеми української термінології. С. 128–131.
3. Тур М.Г. Трансцендентальна прагматика як дискурсивна етика. Практична філософія. № 3. 2008. С. 158–167.
4. Куц С.О., Костенко Г.М., Лазебна Н.В., Підгорна А.Б., Кузнєцова І.В. Прагматична адаптація та її особливості під час перекладу текстів різних жанрів: монографія. Запоріжжя : Кругозір, 2015. 148 с.
5. Twitter Stephen King. URL: <https://twitter.com/StephenKing> (дата звернення: 30.10.2023).
6. Twitter Boris Johnson. URL: <https://twitter.com/BorisJohnson> (дата звернення: 30.10.2023).

Vorobiova O., Zhadan T. Pragmatics of translating social media posts of the prominent people

Summary. The article dwells on the pragmatics of translating social media posts by prominent figures who have an impact on society, namely Stephen King (one of the most popular American writers of our time, who has not ceased to support the Ukrainian people since the beginning of the full-scale invasion of our country) and Boris Johnson (a British politician, former Prime Minister of Great Britain, who, after the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation, has repeatedly expressed his support for the Ukrainian people, has taken an active pro-Ukrainian position and supports sanctions against the aggressor country).

Nowadays, social networks are not only a means of communication, but also a tool for influencing audiences around the world. This is undoubtedly a great platform for communicating thoughts and ideas to the audience, but at the same time, it is a new area for research in linguistics, translation studies and other areas of philological and interdisciplinary humanitarian research.

Analyzing the posts of famous people on social media in the context of translation pragmatics can demonstrate a lot about their attitude to followers, examining, for example, the target audience of the content, the style of writing, namely, what lexical and grammatical means of expression the author uses to create his or her posts and what message he or she wants to convey.

The proposed study emphasizes the importance of social media in our lives not only as a means of communication, but also as a field of linguistic research; aims to systematize and illustrate the linguistic means used in the original text to achieve the desired pragmatic effect; provides the analysis of the translation tools applied to adequately convey the linguistic and extra-linguistic components of posts as a new genre of journalistic style of speech, based on the translation performed by the authors of this article.

Key words: social media, post, communication, author's style, translation pragmatics.