

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської філології та прикладної лінгвістики

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДАННЯ
АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ФЕЙЛЕТОНУ

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: здобувачка вищої освіти

402 групи

Спеціальності 035.04 Філологія (германські мови
та літератури (переклад включно) (англійська))

Освітньо-професійної програми

«Філологія (германські мови та літератури
(переклад включно))»

Даяна ЦЕРТІЙ

Керівник: к.філол.н., доц.

Катерина ФРАНЦУЗОВА

Рецензент: стейкхолдер ОПП Філологія
(германські мови та літератури (переклад
включно)), начальник центру міжнародного
співробітництва Херсонської Торгово-
промислової палати

Лариса ПОНОМАРЕНКО

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні та методологічні підвалини вивчення медіатекстів художньо-публіцистичного жанру	8
1.1. Домінуювальні властивості публіцистичного стилю.....	8
1.2. Медіатексти художньо-публіцистичного жанру: загальна характеристика.....	12
РОЗДІЛ 2. Специфіка перекладання англійськомовного фейлетону	16
2.1. Жанрово-стилістичні характеристики англійськомовного фейлетону	16
2.2. Відтворення англійськомовного фейлетону: лексико-граматичні трансформації.....	26
ВИСНОВКИ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ І ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	41

ВСТУП

Мова масової комунікації, у тому числі і газетна мова, продовжує привертати увагу лінгвістів вже впродовж десятирічч. Подібний інтерес цілком закономірний і об'єктивно обумовлений тією роллю, яку відіграє масова комунікація в житті людського суспільства як спосіб обміну інформацією.

Відомо, що газета історично виникла раніше інших засобів масової інформації, і мала попит разом з радіо, телебаченням, журналами, книгами. Проте наразі ми спостерігаємо, що на авансцену виходять різні жанрові форми інтернет-медіа і, відповідно, в наукових колах відбувається дискусія щодо створення універсального визначення поняття «жанр», який несе певне функційне навантаження в мережі «Інтернет» [23, с. 247].

Поряд з традиційною дефініцією жанру можна зіткнутися з такими: «цифровий жанр», «гіпержанр», «електронний жанр», «жанровий формат віртуального дискурсу», «віртуальний жанр» [23, с. 247].

Рамки стилів інтернет-медіа постають нестійкими та нечіткими, тому можна спостерігати створення комбінованих жанрів, які не мають еквівалентів у друкованих ЗМІ, оскільки є винаходом інтернет-технологій. К. Пак вважає «термін *«веб-жанр»* загальним для позначення всіх журналістських текстів, які розміщені в мережі «Інтернет» (платформі Веб)» [29]. На думку А. Захарченка не потрібно вживати класичне визначення жанру; є потреба використовувати змінену дефініцію: «жанр в інтернеті – усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації» [12, с. 27].

Загалом усі веб-жанри щільно корелюють з традиційними жанрами друкованих ЗМІ, проте їхня форма у мережі «Інтернет»

змінюється через гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність.

У літературознавстві фейлетон вважається «художньо-публіцистичним жанром, в якому комічна сутність негативних явищ і ситуацій дійсності розкривається шляхом інверсійної, асоціативної розробки теми з використанням авторських і фольклорних комічно-сатиричних образів» [42].

С.А. Комаров, підбиваючи певні висновки після критико-аналітичного огляду наукових джерел з питання вивчення фейлетону, наводить свою власну дефініцію цього терміну, акцентуючи увагу на тому, що «у фейлетоні корелюють ознаки публіцистики та художності; невід'ємною складовою постає комічність; фейлетон має вільне композиційне аранжування, оскільки спостерігається асоціативний принцип розвитку теми; фейлетону властивий так званий «поліфонізм», який віддзеркалюється у відкритій бесіді з читачем; ще однією властивістю цього жанру є інтертекстуальність, як історична, так і літературна» [16, с. 49].

Фейлетон як інтернет-жанр у сучасному медіапросторі також постає *гібридним жанром*, однак така гібридність міститься в тому, що не можна чітко відслідкувати поєднання публіцистичного, сатиричного та художнього, оскільки сучасний фейлетон – це *фейлетонна стаття*, яка нагадує більше газетну статтю, якій бракує художніх образів. За тематикою такі фейлетонні статті варіюються: головним чином, це статті політичного спрямування, проте можна побачити статті, об'єктом висміювання яких постають представники королівської родини, відомі фігури шоу-бізнесу тощо.

Перекладання комічних текстів постає особливо складним завданням, оскільки окрім особливостей, властивих будь-якому тексту, вони мають ряд інших характеристик, що впливають на вибір стратегії перекладача, а також способів прийомів їх передачі на іншу мову.

Теоретичною і методологічною основою нашої кваліфікаційної роботи постають наукові праці таких вітчизняних і закордонних вчених: Ю. О. Арешенкова [1], І. В. Арнольд [2], О. Е. Барилової [3], І. С. Грицай [7], В. В. Зайцевої [10, 11], В. В. Кисіля [14], С. А. Комарова [16], В. Н. Комісарова [17], К. Крістіанс, М. Маклера, К. Річардсона [20], В. А. Кухаренко [21], У. Лешко [23], О. Я. Мастерової [24], Р. К. Міньяр-Белоручева [26], В. І. Павлика [28], Л. С. Піхтовнікової [31], О. О. Тертичного [35], Р. Імана [44] та інших.

Актуальність теми роботи щільно корелює з проблемами відтворення англійськомовних медіатекстів загалом і гібридного медіатексту англійськомовного фейлетону зокрема, оскільки перекладачеві потрібно бути обізнаним не лише в аспекті відтворення лексичної та стилістичної домінант текстів сучасних медіа, а й знати прийоми перекладу такого матеріалу, тобто перекладацькі трансформації.

Мета нашої роботи полягає в тому, щоб окреслити лінгвостилістичні особливості відтворення англійськомовного фейлетону та проаналізувати основні лексичні та граматичні заміни, які відбуваються під час їхнього перекладання українською мовою.

Зазначена мета передбачає вирішення низки **завдань**:

- описати домінуючі властивості публіцистичного стилю;
- надати загальну характеристику сучасних медіатекстів художньо-публіцистичного стилю;
- з'ясувати жанрово-стилістичні характеристики англійськомовного фейлетону;
- схарактеризувати лексичні та граматичні трансформації, які виникають під час відтворення англійськомовного фейлетону.

Об'єкт роботи – англійськомовний фейлетон.

Предмет роботи – лінгвостилістичні особливості перекладання англійськомовного фейлетону.

Мета й завдання роботи зумовили вибір основних **методів** дослідження, серед яких вживано: *загальнонаукові методи*: аналіз та синтез, систематизування та узагальнення (вивчення теоретичних і методологічних підвалин аналізу основних властивостей публіцистичного стилю на сучасному етапі розвитку лінгвістики); *описово-аналітичний метод* (опис та аналіз вивчення текстів художньо-публіцистичного жанру загалом й англійськомовного фейлетону зокрема); *структурно-семантичний* (окреслення жанрово-стилістичних характеристик англійськомовного фейлетону, його етимології, композиційної будови); *тезаурусний аналіз* (вивчення словникових статей різних словників (тлумачних, англійськомовних, українськомовних) з метою аналізу наданих в них дефініцій поняття «фейлетон»); *метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу* (вивчення текстів англійськомовних фейлетонів з метою інтерпретації їхнього сенсу); *метод трансформаційного аналізу* (окреслення перекладацьких трансформацій).

Матеріалом дослідження слугували медіатексти традиційного англійськомовного фейлетону, автором яких є Майлз Кінгтон [55], та тексти сатиричних статей, які знаходяться на сайтах сатиричних газет і журналів [54; 58; 59].

Практичне значення роботи полягає у застосуванні її базових положень й уточнених теоретичних підвалин у викладанні таких дисциплін: «Вступ до перекладознавства», «Основи теорії міжкультурної комунікації», «Порівняльна лексикологія», «Порівняльна стилістика», «Теорія та практика перекладу», «Інтерпретація тексту», спецкурсів із перекладознавства та галузевого перекладу.

Апробація результатів роботи. Результати кваліфікаційної роботи було обговорено на засіданнях кафедри англійської філології та прикладної лінгвістики Херсонського державного університету

(попередній захист дослідження на етапах упорядкування й узагальнення теоретичної й практичної частин роботи).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДВАЛИНИ

ВИВЧЕННЯ МЕДІАТЕКСТІВ ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ЖАНРУ

1.1. Домінуючі властивості публіцистичного стилю

Публіцистичний стиль мови є функціональним різновидом літературної мови і широко застосовується в різних галузях громадського життя: в газетах і журналах, на телебаченні і радіо, в публічних політичних виступах, в діяльності партій і громадських об'єднань. Сюди ж слід додати політичну літературу для масового читача і документальне кіно [1, с. 125].

У різних підручниках із стилістики можна знайти такі трактування публіцистичного стилю: газетно-публіцистичний, газетний, суспільно-політичний [2, с. 245-265; 21, с. 96; 25, с. 140]. Назва «*публіцистичний стиль*» представляється точнішою, оскільки інші варіанти вужче визначають сферу його функціонування [10, с. 83]. Назва «*газетний стиль*» пояснюється історією становлення цього стилю: його мовні особливості оформилися саме в періодичних друкованих виданнях і передусім в газетах [11, с. 40]. Проте сьогодні цей стиль функціонує не лише в друкарських, але і в електронних засобах масової інформації: його було б також справедливо назвати «*телевізійним*» стилем. Інша назва – «*суспільно-політичний стиль*» [6, с. 457] – «точніше вказує на цільний зв'язок стилю, який у фокусі нашої уваги, з громадським і політичним життям, але тут варто згадати, що цей стиль обслуговує і неполітичні сфери спілкування: культуру, спорт, діяльність громадських організацій (екологічних, правозахисних тощо)» [7].

Інтерес до публіцистичного стилю в період перетворень різко зростає. Публіцистичний стиль дуже важливий і потрібний для розвитку суспільства і створення публічної думки.

Публіцистичний стиль посідає особливу позицію серед стилів літературної мови, адже при певних обставинах він зорієнтований на переробку текстів, які створені у межах інших стилів. Ділова і наукова мова сфокусовані на інтелектуальне віддзеркалення реальності, в той час як художня мова – на її емоційну складову. «Публіцистика відіграє особливу роль, адже вона прагне задовольнити як інтелектуальні, так і естетичні потреби. Важливість тем, які висвітлюються засобами масової інформації, вимагає ґрунтовних роздумів і відповідних засобів логічного викладу думки, а вираження авторського відношення до подій неможливе без використання емоційних засобів мови» [27].

Своєрідністю публіцистичного стилю постає чимала зона дії лексичних одиниць літературної мови: від термінів науки та техніки до слів повсякденної розмовної мови. Час від часу публіцист може вживати жаргонні слова, що свідчить про його вихід за межі літературної мови.

«Однією з важливих функцій публіцистики (зокрема, її газетно-журнального різновиду) є інформаційна» [22, с. 28]. Бажання в короткостроковий час сповістити про недавні новини не може не знайти відбиток і в природі комунікативних завдань, і в їхньому вербальному втіленні. Проте ця історично первинна функція газети поступово відтіснялася іншою – агітаційно-пропагандистською, тобто впливовою [33]. «Справдешня» інформативність лишається лише в деяких жанрах, де через відбір самих фактів і характер їхнього подання виявляється підпорядкованою головній, а саме: агітаційно-пропагандистській функції. У зв'язку з цим публіцистиці, особливо газетній, була притаманна експресивна функція дії. Заявлені дві домінуючі функції та вербальні засоби їхньої актуалізації й наразі можна спостерігати в газетній мові.

«Різноманітний і жанровий репертуар сучасної публіцистики, що не поступається художній літературі. Тут і репортаж, і замітки, і хронікальна інформація, і інтерв'ю, і передова стаття, і звіт, і нарис, і фейлетон, і рецензія тощо» [38]. Публіцистиці характерний арсенал виразних засобів – це найрізноманітніші тропи, різноманітні лексичні й граматичні засоби, риторичні фігури.

Ще однією базовою стильовою рисою публіцистичної мови постає стандарт. «Слід враховувати, що газета (частково і інші види публіцистики) відрізняється істотною своєрідністю умов мовної творчості: вона створюється в найкоротші терміни, що іноді не дають можливості довести до ідеалу обробку мовного матеріалу. В той самий час вона створюється не однією особою, а безліччю кореспондентів, які готують свої матеріали часто у відриві один від одного» [7].

В.Г. Костомаров визначає «основний стилістичний принцип публіцистики як єдність, сполучення експресії і стандарту, що становить специфіку газетної мови. Звичайно, у відомому сенсі сполучення експресії і стандарту (у тих або тих «дозах») властиве всякій мові взагалі. Проте важливо, що саме в газетній публіцистиці, на відміну від інших мовних різновидів, ця єдність стає стилістичним принципом організації висловлювання» [19, с. 37].

На стилістику публіцистичної, передусім, газетної мови сильний ефект спричиняє поширений характер комунікації. «Газета – один із найбільш типових засобів масової інформації і пропаганди. Тут масовим виявляється і адресат, і автор. Власне, газета і конкретний кореспондент виступають не від імені якоїсь однієї особи або вузької групи осіб, але, як правило, виражають позицію мільйонів однодумців. У зв'язку з цим однією з характерних стилістичних рис публіцистичної, особливо газетної, мови постає своєрідна збірність, що знаходить своє вираження в особливостях значень і функціонуванні мовних одиниць. Збірність як лінгвістична ознака газетного стилю знаходить втілення і у своєрідності

категорії особи (використання 1-ої і 3-ої особи в узагальненому значенні), і в порівняно підвищеній частотності займенників «ми», «ви», «наш», «ваш» і в особливостях їх вживання» [11, с. 40].

Інша сторона вказаної вище стильотворчої єдності – інформаційна функція – має свій прояв у таких характеристиках публіцистичного стилю, які щільно корелюють з маніфестацією інтелектуальності мови. Серед них виокремлюють:

1) документалізм, що проявляється в об'єктивності і перевіреному фактологічному викладі, що у руслі стилістики може мати значення «підкресленої документально-фактологічної точності вираження» [10, с. 39], яка реалізується у термінованості мовлення, обмеженості метафоризації термінів (окрім загальноприйнятої), широкому вживанні професіоналізмів: «*vaccine authorization*», «*fitness test*», «*defense bill*» [56];

2) «стриманість, офіційність, що підкреслюють значущість фактів, інформації; ці риси реалізуються в іменному характері мови, своєрідності фразеології (кліше) тощо» [34, с. 94]: «*The Senate sent a 740,5 billion dollars defense bill to President Donald Trump's desk*», «*Chances for COVID-19 relief compromise grow dimmer*», «*Health experts warn against holiday gatherings*» [56];

3) відома узагальненість, абстрагованість і понятійність викладу як результат «аналітичності і фактографічності (нерідко в єдності з образною конкретністю вираження)» [1, с. 125]: «*The "urban myth" behind the GOP claims of voter fraud*» [53].

Властиво публіцистиці й фігуративне вживання лексичних одиниць; це проявляється у використанні метафор, метонімії, уособлень. Експресія оцінки виражається формами найвищого ступеня в елятивному значенні: «*найрішучіші (заходи)*», «*жорстока (криза)*», «*найгостріші (протиріччя)*».

Отже, таким представляється стислий опис основних властивостей публіцистичного стилю й мовних засобів його актуалізації.

Нашу увагу сфокусовано на описі журналістських медіатекстів художньо-публіцистичного жанру.

1.2. Медіатексти художньо-публіцистичного жанру: загальна характеристика

Текст друкованих медіа (медіатекст) функціює наразі в різноманітних формах. Як відомо, форма тексту – це організація відношень між його елементами. Форма виступає в двох аспектах: внутрішня і зовнішня. Ми зосередимося безпосередньо на внутрішній формі медіатексту, а саме на структурно-змістовній організації тексту, яка обумовлена відтворенням дійсності і характером відношення до неї автора.

Одразу звернемося до визначення поняття «жанр»: «це формально-змістовна категорія, розроблена в літературознавстві з метою класифікації творів за їх типом. У основі поняття жанру лежить класифікація за типологією або конкретно за діагностичними характеристиками, яка досить умовна: так, репортаж може включати інтерв'ю, документальний твір може використовувати елементи ігрового (постановочного, художнього) мистецтва. Кожному жанру можна приписати як мінімум чотири характерні ознаки: 1) функціональна спрямованість; 2) міра узагальненості оповідання (глибина аналізу в інтерпретації фактів і зв'язків цієї події з іншими); 3) оцінку події, або емоційно-аксиологічна спрямованість; 4) характер використання тих або тих образотворчих виразних засобів в різному ступені і співвідношенні» [18, с. 15].

Традиційно виокремлюють три основні групи жанрів: 1) інформаційні, 2) аналітичні, 3) художньо-публіцистичні [15]. На думку В. Шевченко «система жанрів формується під впливом технологій і трансформацій медіаресурсів» [40, с. 20]. «Традиційні жанри журналістики у медіаконтенті поступово трансформуються. Деякі жанри (фейлетон, пародія, огляд преси) втрачають свою актуальність, інтерв'ю, коментар, есеї превалюють, з'являються нові – бесіда, прес-реліз, дебати, стріми» [23, с. 250].

Художньо-публіцистичні жанри постають найбільш складними. Разом зі змістом, тут особливу естетичну роль відіграє форма. Інакше кажучи, ця група жанрів відрізняється від інших тим, що їм властива і художність, і публіцистичність. «Художність – це образне відображення дійсності, моделювання ситуації або реальних чи вигаданих подій. Публіцистичність має вираження у документальності, у пафосі і тенденційності оповідання, в допустимості лише домислу, але не вигадки. Тут конкретний документальний факт відходить на другий план. Головним постає авторське враження від факту, події, авторська думка. Сам факт типізується; надається його наскрізне потрактування. Така двоїстість припускає підвищену вимогливість до мови, художньої образності, емоційної насиченості текстів, глибини авторського узагальнення дійсності» [9, с. 35].

До художньо-публіцистичних жанрів відносять: нарис, замальовку, есей, політичний портрет, фейлетон, пародію, памфлет, сатиричний коментар, життєву історію, легенду, епітафію, анекдот і деякі інші. «Ці жанри зазвичай відносять до «авторської» або «письменницької» журналістики, підкреслюючи їхній особливий характер» [23, с. 249].

Центральне місце в цій групі жанрів займає **нарис**. Нарис – це невелика за обсягом оповідь про дійсну подію, людину або явища; це конкретна розповідь, яка ґрунтується на фактичному матеріалі. У нарисі

факти заломлюються у світлі особи автора. Важливий не факт сам по собі, а його сприйняття і потрактування героєм або автором; факт переосмислений в образ. Нарис близький до малих форм художньої літератури. «Журналістський нарис відрізняється від літературного достовірністю та адресністю фактів. Нарис поєднує в собі репортажне, дослідницьке і письменницьке начала. На відміну від аналітичних статей, в нарисах цілком доречні метафори та інші художні прийоми. Нарис буває сюжетним (портрет, проблема) й описовим (подієвий, подорожній)» [41].

Замальовка – невеликий за розміром жанр; різниця між замальовкою та нарисом полягає в тому, що в першому відсутній сюжет. Виділяють три види замальовок: 1) пейзажну, 2) асоціативну, 3) портретну. «У цьому жанрі художньо-публіцистичного спрямування відсутня проблема; це в основному ланцюг картин, асоціацій» [39].

Есей – це жанр, який пишеться «на одному диханні»; спостерігаємо щільну кореляцію високого емоційного напруження та філософських роздумів. У наукових колах виокремлюють такі тематичні есеї: «1) політичні, 2) економічні, 3) літературні, 4) публіцистичні тощо. Есеї – це вільний потік інформації без сюжетного оформлення. Теми есеї відрізняються злободенністю та актуальністю» [8].

Політичний портрет – це жанр, в якому презентовано психологічний портрет, дії та імідж реальних осіб. Політичний портрет відрізняється від інших жанрів тим, що в нім в рівних кількостях мають бути представлені публіцистичність й художність. «Завдання журналіста при написанні цього жанру полягає в тому, щоб вгадати за іміджем реальну особу та надати їй правдиву психологічну характеристику, спрогнозувати можливі дії цієї особи в майбутньому, передбачити громадську значущість й роль цієї особи в громадському розвитку» [4].

Пародія – це сатиричне зображення чужого мовлення, літературного тексту, політичного виступу, «наукового або філософського твору» [37].

Фейлетон – це «літературний матеріал, пройнятий духом гострої злободенної критики, з особливими прийомами викладу» [16, с. 27]. Для фейлетону обов'язкові жвавість, легкість, образність, гумор, іронія, кепкування. Фейлетон належить до сатиричних жанрів. Його мета – це осміяння всіляких вад. «Успіх фейлетону залежить від чіткості викладу фактів і мовного смаку фейлетоніста» [13, с. 249].

Памфлет – актуальний публіцистичний твір, мета і пафос якого – це конкретне штатське, головним чином соціально-політичне викриття. У цій первинній установці памфлет близький до фейлетону. «Якщо фейлетон висміює негативне явище, то памфлет – героя, який представляється автору носієм небезпечного громадського зла» [30].

Отже, у цьому підрозділі ми зробили спробу надати загальну характеристику медіатекстів художньо-публіцистичного жанру. У мережі «Інтернет» художньо-публіцистичні жанри отримують новий формат – з'являються авторські колонки та блоги. Незважаючи на те, що художньо-публіцистична група представлена наразі переважно нарисами та есеями, а замальовки, фейлетони і памфлети, на думку І. Тонкіх [36], рідко зустрічаються в інтернет-просторі, ми зробимо спробу проаналізувати жанрово-стилістичну специфіку фейлетону взагалі й англійськомовного фейлетону зокрема з акцентом на опис способів його відтворення українською мовою.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ФЕЙЛЕТОНУ

2.1. Жанрово-стилістичні характеристики англійськомовного фейлетону

Задля більш детального окреслення жанрово-стилістичних властивостей фейлетону звернемося до аналізу лексикографічних і довідкових джерел, залучивши метод тезаурусного аналізу. Так, в он-лайн словнику української мови знаходимо: «Фейлетон – це розділ газети (спочатку додатковий аркуш, а потім підвал сторінки), в якому друкувались статті на побутові теми, про мистецтво, літературу, а також художні твори; критична стаття про мистецтво, музику, літературу; невеликий літературно-публіцистичний твір, у якому висміюються та засуджуються якісь недоліки, потворні явища суспільного життя» [50].

Англійськомовні тлумачні словники надають таку дефініцію фейлетону: «a part of a European newspaper or magazine devoted to material designed to entertain the general reader; something (such as an installment of a novel) printed in a feuilleton; a novel printed in instalments; a work of fiction catering to popular taste; a short literary composition often having a familiar tone and reminiscent content» [57]; «a type of journalistic fiction that is often humorous and satirical; the feuilleton is topical and deals with a variety of subjects. It is written without a preconceived plan and is free in structure. The feuilleton parodies literary and nonliterary genres and styles» [61].

Використовуючи загальнонаукові методи аналізу та синтезу, уточнюємо, що своїм корінням термін «фейлетон» тяжіє до Франції 19 сторіччя, коли видавець газети «Journal des Débats» став випускати до неї додаткові листи. Згодом він вирішив модифікувати формат своєї

газети: додаткові листи продовжували газету та відокремлювалися від неї «Лінією відрізу». У такий спосіб з'явився фейлетон. «Надалі термін отримав двоїсте значення: 1) літературний матеріал «підвалу» газети, тобто це була така собі частина певної історії, яка друкувалася в одній частині газети; 2) літературний твір малої публіцистичної форми злободенного характеру, розміщений або у фейлетоні газети, або в додаткових частинах журналу» [20, с. 67]. Саме у останньому значенні цей термін закріпився і отримав широке поширення у Франції, потім в Німеччині, Росії та Україні.

Р.А. Іман вважає, що термін «фейлетон» ніколи не був застосований в британській пресі. Деякі науковці вважають, що цей термін в англійськомовній культурі має декілька відповідників, а саме: «*humorous / satirical essay*» («гумористичний/сатиричний есей»), «*personal story*» («особиста історія»), «*talk of the town*» («міська розмова»), «*funny story*» («забавна історія»). Згідно з думкою Р. Імана «фейлетон – це попередник сучасної колонки в газеті» [43, с. 141].

Перші приклади фейлетонів, презентовані англійською мовою, з'явилися у 18 сторіччі. Їх не називали фейлетонами, але вони належали до гібридного жанру фейлетонного памфлету і виходили з-під пера видатних англійських сатириків Д. Дефо та Дж. Свіфта. Фейлетони або сатиричні есеї продовжували розвиватися в 19-20 сторіччях. Кращими сатиричними журналами того часу були: «Punch», «Fun», «Wipers Times», «The Private Eye». На шпальтах українського медіапростору знаходимо низку текстів, які гармонують з формою та змістом памфлетів і фейлетонів: «Zaxid.net», «Durdum.in.ua», «Obkom.net.ua» [23, с. 248].

Серед класичних текстів британських фейлетонів можна зазначити фейлетони Майлса Кінгтона, відомого журналіста, який вів гумористичну колонку в «The Independent» та «The Times» [55]. Також слід згадати фейлетони Артура Бухвальда, американського журналіста

газети «International Herald Tribune», гумориста, та його відому збірку фейлетонів «America and Americans» [45].

Отже, фейлетон відносять до художньо-публіцистичного жанру, так званої малої форми, попри якій фейлетон дозволяє багато журналістської свободи через його контент, композицію та стиль; це гібридний тип тексту, оскільки вміщує в себе три іпостасі – художню, публіцистичну та сатиричну [24, с. 164]. Під публіцистичністю розуміють актуальність, злободенність та яскраво виражену оцінність; художня іпостась реалізується у використанні образних засобів із арсеналу художньої літератури; а сатиричність, безпосередньо, слугує диференційною жанровою ознакою фейлетону [46, с. 140].

Вихідним матеріалом у фейлетоні завжди є конкретний, достовірний фактичний матеріал. Факти висвітлюються у сатиричному тоні і в документальних фейлетонах, і у фейлетонах, які відображають узагальнені образи. Отже, художність фейлетону постає облігаторною умовою його ефективності.

Сьогодні дуже важко знайти жанр фейлетону на сторінках інтернет-газет, адже зараз, на відміну від попередніх років, не існує суттєвої потреби в комічній алегорії. Через демократизацію не лише друкованих ЗМІ, а й он-лайн, пошук фейлетонів у Британських газетах типу «The Observer» та «The Guardian» ускладнюється. Ці газети мають спеціальні гумористичні колонки, де журналісти пишуть гумористичні історії. Це приклади прозорих гумористичних історій, де бракує гострої іронії та гротеску. Їхня мета полягає в тому, щоб розважити читачів.

Сатиричні газети «The Daily squib», «The Spoof», «News Thump» та «News biscuit» публікують сатиричні статті. Аналіз фейлетонів показав, що нині в англійськомовній пресі існує *гібридний жанр фейлетону – фейлетонна стаття*, яка нагадує більше газетну статтю, якій бракує художніх образів. Тематично фейлетонні статті варіюються: головним чином, це статті політичного характеру, проте можна

побачити статті, що висміюють або критикують зірок шоу-бізнесу, представників королівської родини, монарха тощо.

На сайті державного університету Кента (США, штат Огайо) ми знайшли інформацію щодо он-лайн сатиричних новин, а саме список сайтів, які публікують сатиричні новини [58].

У корпусі нашої кваліфікаційної роботи ми будемо аналізувати фейлетони Майлса Кінгтона (традиційний художньо-публіцистичний жанр) та тексти он-лайн фейлетонів, розміщених на сайтах сатиричних новин.

Вивчивши наукові доробки з проблеми, яка знаходиться у фокусі нашої уваги, можемо окреслити певні жанрово-стилістичні характеристики фейлетону:

1. **«Фейлетонний» факт** найчастіше у гіпертрофованому виді містить ті риси, що постають типовими для явищ того класу, до якого він відноситься. Фейлетон може будуватися не на одному факті, а на їх сукупності. В цьому випадку типовою виступає певна закономірність, що пов'язує низку окремих фактів. «Факти ж, у свою чергу, виступають як опорні точки сатиричної типізації, тобто слугують підґрунтям утворення сатиричного образу певного явища суспільства» [35, с. 267]. Спираючись на негативні факти, фейлетоніст вибудовує ланцюжок суджень, які поступово приводять читача до думки, що цей факт не лише негативний для суспільства загалом, але й вимагає оперативного втручання в цю ситуацію для повного викорінювання згубного явища (дармоїдство, спекуляція, бюрократична тяганина, халатність, недоброчесність, крадіжка). Наразі, як ми вже зазначали вище, фейлетон переживає серйозну трансформацію. В ролі «фейлетонних» фактів, як правило, виступають суспільно-політичні явища: внутрішньополітична ситуація в тій чи тій країні, міжнародні відносини. Провідними темами фейлетонів постають політика, економіка, певні соціальні аспекти.

Так, у фейлетоні Майлса Кінгтона «Honeymoon over. Herod gets tough» [55] «фейлетонним» фактом постають події у США 1997 року (фейлетон датовано груднем 1997 року, розміщено в газеті «The Independent») – інфляція в країні, яку очолює вже другий термін поспіль Білл Клінтон. Крім того, система соціального забезпечення – у фокусі уваги: «...it looks as if the popularity that surrounded King Herod when he first came to power has now ebbed. The last straw seems to have been his announcement that all new-born male babies should be slaughtered. King Herod, however, stoutly maintains that if the welfare system is to be reformed, then tough measures must be taken» [55].

2. Фейлетонний образ, незважаючи на свою специфічність, має ті ж самі властивості, що й образ у художніх жанрах: це емоційний образ, який постає узагальненим щодо відображень різних життєвих проблем, розкриває сенс явищ і надає їм оцінку, стверджуючи або заперечуючи їх. Фейлетоніст будує свій текст у двох планах (у цьому істотна відмінність фейлетону від статті), зображаючи реальну конкретну ситуацію до масштабної громадської проблеми. Зазначена двоплановість, як зауважує М.Р. Савова, «реалізується у різних засобах створення «іншого художнього простору» (натяках, алегорії, фігурах замовчування, евфемізмі, гротеску, антитезі)» [34, с. 271].

На думку В.В. Кисіля фейлетонний образ – це «не деталізоване зображення образу в розвитку, а, швидше, художньо оформлений тип, що сприймається цілком визначеним характером. Такий тип у фейлетоні в прискореному темпі доводиться до свого гіперболізованого завершення... Такий «готовий» типаж у фейлетоні, поставлений волею автора в логічно відповідне або контрастне середовище, здатний виявити нові барви й дати несподіваний, сильний ефект» [14, с. 125].

Так, до прикладу у тексті фейлетону «Honeymoon over. Herod gets tough» [55] реальна конкретна ситуація (економічне становище Америки у 1997 році) гіперболізована до значної історичної проблеми, пов'язаної

з ім'ям царя Іудеї – Іродом. Його художній образ як образ жорстокої людини закладено не лише у назву фейлетону, а й і в його внутрішню форму: *«And one way of doing this is by reducing the number of children being born, so I have ordered all male children up to the age of two to be culled. It makes a lot of sense economically. It's purely a one-off measure, and if it rights the budget, then we'll never have to resort to it again»* [55]. Відомим в історії релігієзнавства факт убивання царем Іродом немовлят. Саме ця подія у дещо модифікованому вигляді (не вбивство, а відбирання немовлят у батьків) закладено у контекст даного фейлетону.

3. Один з головних законів фейлетонного жанру – **асоціативність**. При асоціативному зачині із самого початку привноситься елемент емоційно-образного розвитку теми, оскільки вона починає розкриватися не прямо, а побічно, опосередковано [14, с. 127]. А це, у свою чергу, при переході до початкової теми конкретного життєвого факту може викликати і часто викликає комічне протиріччя на стику двох тем. Рух сюжету у фейлетоні, як і в творах «чисто» художньої прози, здійснюється за допомогою так званих «перебоїв». Але і характер фейлетонних перебоїв принципово відрізняється від тих, які відбуваються, наприклад, у розповіді. Пейзаж, діалог, портрет і низка інших компонентів фейлетону піддаються переосмисленню і стилізації [16, с. 48].

Таке переосмислення та імітація характерних особливостей історичної епохи 4 сторіччя до нашої ери відслідковується у фейлетоні М. Кінгстона «Honeymoon over. Herod gets tough» [55], тобто асоціативно (не прямо) автор намагається описати економічний розвиток США загалом, а дії президента зокрема, привносячи не лише образ царя Ірода, з яким він порівнює Білла Клінтона, а й уряд, який керував державою до цього президента (уряд республіканців): *«We inherited a government which was being crippled by the level of pay-outs to the needy and poor, “ says Herod, who swept to power on a platform of “I'm next in*

line to the throne, so what else do you want to know?” policies. “I am determined to root out this awesome welfare burden» [55].

4. Фейлетон, як жанр малого обсягу, потребує філігранно вигостреного стилю і чіткості **сюжетно-композиційної побудови**. Фейлетоніст повинен уміло побудувати сюжет і композицію тексту фейлетону, щоб яскраві подробиці або забавні ситуації фігурували не самі по собі, а розкривали природу конфлікту і риси характерів. Зазвичай фейлетон може будуватися відповідно до трьох основних принципів: «1) від факту до проблеми, коли автор самостійно або за допомогою читачів знаходить факт або явище, яке цілком можна назвати соціальною проблемою; 2) від проблеми до факту: існують так звані «вічні» конфлікти, про які писали і писатимуть багато років; осмислюючи їх, знаходячи їм підтвердження в житті, автор представляє їх в документальному вигляді; 3) від проблеми до типізації: цей спосіб узагальнення фактів найбільш близький до художньої літератури» [16, с. 60].

За нашими спостереженнями фейлетон М. Кінгтона «*Honeymoon over. Herod gets tough*» [55] побудовано згідно з останнім принципом – від проблеми до типізації: основна проблема, як ми зазначали вище – це проблема добробуту в країні, яка ґрунтується на таких позиціях (згідно з текстом фейлетону): інфляція, проблема інвалідів, податки тощо: «*the welfare problem*», «*That is the question which disabled people everywhere are fearfully asking*», «*tax arrangements*» [55]. Гумористичність ситуації обігрується й тим, що до тексту фейлетону вводяться так звані кореспонденти (їх налічуємо шість), які повідомляють про певні події: «*New Testament political correspondent, Simon the Scribe*», «*New Testament Social Affairs correspondent, Limpling Lazarus*», «*New Testament economics correspondent, Matthew the Mathematician*», «*New Testament Diplomacy Correspondent, Peter Passover*», «*New Testament Gossip Correspondent, Thomas the Tittler*», «*New Testament Court Correspondent, Luke Lickspittle*»

[55]. Виявлення суті конфлікту, який представлено у тексті фейлетону, супроводжується, на нашу думку, й тим, що, по-перше, ці кореспонденти постають такими з Нового завіту, а, по-друге, кожен з них опікується своєю галуззю – кореспондент суду, кореспондент пліток Нового завіту, кореспондент з питань дипломатії, кореспондент з питань економіки, кореспондент із соціальних питань, політичний кореспондент. Цей факт свідчить про двоплановість фейлетону – його публіцистичність та художність, які представлені у гумористичній тональності.

5. Величезну роль у фейлетоні відіграє **заголовок**, адже, як стверджує В. Галич: «усі рівні організації публіцистичного тексту (жанрово-тематичний, сюжетно-композиційний, лексико-синтаксичний, образно-стилістичний, ритмічний тощо) мають пряму кореляцію з його назвою» [5, с. 602]. Заголовок фейлетону зазвичай носить характер розгорнутої або коротшої за обсягом загадки. «Заголовок привертає увагу реципієнта своєю нестандартністю і примушує спочатку зацікавитися, а потім і замислитися. Автор фейлетону нібито грає із заголовком і, як результат, він постає загадково незрозумілим, відверто інтригуючим, спеціально комічно інтригуючим» [14, с. 128]. Зазвичай назва фейлетону носить комічну забарвленість. Так, назва фейлетону «*Honeytoon over. Herod gets tough*» [55] – «*Медовий місяць закінчився. Цар Ірод стає жорстоким*» представляє заголовок, який навмисно створено автором комічно інтригуючим. Інтрига полягає в тому, що перед читачем постає питань й зацікавленість: які ж межі жорстокості царя Ірода, який апріорі визнаний жорстокою людиною.

6. **Виразні засоби мови.** Специфіка використання виразних засобів мови полягає в тому, що апріорі фейлетон – це жанр соціально-критичної спрямованості, а такі мовні засоби та стилістичні прийоми, як літота, гротеск, іронія, пародіювання, фантастичність, каламбур, авторські неологізми, порівняння, авторські метафори, авторське

переосмислення фразеологічних одиниць, сарказм тощо, безсумнівно, слугують для створення комічного ефекту [24, с. 164; 31], або в термінах С.А. Комарова, «комічної домінанти» [16, с. 61]. «Гумор відображає позитивну оцінку навколишньої дійсності, добре ставлення до неї, передає її переважно експліцитно; він спирається на симпатію, любов і велику свободу духу. У фейлетоні гумористичні коментарі, характеристики, описи, сценки можуть визначати жанровий різновид тексту («гумористичний фейлетон»), а також – слугувати додатковим засобом розкриття тієї чи тієї проблеми» [16, с. 66].

Ілюстрацією сарказму, точніше саркастичної тональності, на нашу думку, може слугувати теза з фейлетону «Honeymoon over. Herod gets tough» [55]: «*We inherited a government which was being crippled by the level of pay-outs to the needy and poor, “ says Herod, who swept to power on a platform of “I’m next in line to the throne, so what else do you want to know?”*» [55], в якій згадується про політичну платформу під назвою «*Я наступний в черзі на престол, так що ще вам треба? хочу знати*»?». Стає зрозумілим, що цар Ірод (Білл Клінтон) впевнений, що його друге перебування на цій позиції буде безсумнівним.

Аномальність та дивність дій царя Ірода допомагають створити «гротескний» фон, в якому спостерігаємо поєднання дійсного (згадування про реформи економічного спрямування, соціального розвитку) та нереального (несподівані кореспонденти, про яких ми згадували вище; вигаданий безхатко, який ледве не помер у пустелі, сидячи на дієті з сарани та меду: «... *and one poor homeless man was found in the desert, barely alive on a diet of locusts and honey*» [55] тощо).

Щодо іронії, яка пронизує текст фейлетону, то можна сказати, що її зміст і функційне навантаження бувають різними: іронія може бути формою відображення ставлення автора до тієї ситуації, яку він описує; іронії властива функція характеристизації персонажів і дійсності загалом (поряд із сатирою та гумором) [16, с. 73]. Так, наприклад, із тексту

фейлетону про царя Ірода ми дізнаємося, що в нього є вілла («*And is it true that King Herod plans to spend his next summer holidays in a villa belonging to one of them?*» [55]), закордонні консультанти, так звані Три волхви, які знаходяться закордоном, не мають демократичного статусу («*These three men seem fabulously wealthy. They are based overseas. But what do we know about their tax arrangements? Why should we listen to what overseas advisers tell us?*» [55]).

Текст фейлетону закінчується свого роду ремаркою автора – «*(Coming soon: Cherie Blair as Salome, and Peter Mandelson as John the Baptist...)*» [55] – «*Попереду: Чері Блер у ролі Саломеї та Пітер Мандельсон у рол Іоанна Предтечі*». Ми знаємо, що Саломея танцювала на дні народженні Ірода та їй було надано згоду виконати будь-яке бажання. Саломея наполягала на вбивстві пророка Іоанна Хрестителя, а після страти принесла його голову на блюді [47]. У довідкових джерелах також знаходимо інформацію, що в Біблії згадується інша жінка на ім'я Саломея: «Саломея була присутньою при розп'ятті і похованні Господа і була в числі мирноносиць, які рано вранці прийшли до труни, щоб помазати тіло Його. Мирноносиці першими удостоїлися побачити воскреслого Господа» [47].

Пітер Мандельсон у 1997 році увійшов до складу Кабінету міністрів Великобританії та став так званим «міністром без портфеля», згодом зайняв позицію міністра торгівлі та промисловості [49]. Можливо цей факт, а саме його кар'єрне зростання, лежить у підґрунті авторського порівняння.

По-перше, спостерігаємо алюзію на міфічні образи; по-друге, авторську сатиру, адже Шері Блер – це дружина прем'єр міністра Великобританії (за часів президенства Біла Клінтона у США), Тоні Блера (рекордсмена серед британських лейбористів за тривалістю перебування на чолі партії) [51]. Важко встановити, на наш погляд, яку саме Саломею має на увазі фейлетоніст; скоріш за все це друга Саломея,

адже на шпальтах інтернет-простору можна знайти інформацію щодо миролюбних політичних кроків Шері Блер: «“Перша леді” США Лора Буш та дружина британського прем’єр-міністра Шері Блер відвідали центральноафриканську республіку Руанду, щоб вшанувати пам’ять сотень тисяч жертв геноциду в 1994 році» [48].

Отже, ми зробили спробу окреслити жанрово-стилістичні властивості англійськомовного фейлетону, які допоможуть нам з’ясувати специфіку його перекладання українською мовою.

2.2. Відтворення англійськомовного фейлетону: лексико-граматичні трансформації

Будь-який текст, художній або художньо-публіцистичний, що містить елементи комічного, є одним з найскладніших для перекладача, оскільки авторові перекладу доводиться не лише передавати правильний і повний сенс поняття, якого може не існувати в мові перекладу, але і зберігати комічний ефект, структуру комічної форми в її ємності і стилістичні особливості, оскільки первинним завданням такого типу тексту постає створення комічного ефекту. При цьому, з поваги до традиційного постулату про вірність оригіналу, перекладач не має права вибудовувати стратегію перекладу виключно у дусі скорочення або спрощення оригіналу, оскільки це неминуче приведе до втрати яскравості, своєрідності і колориту тексту оригіналу [32].

Як свідчать результати загальнонаукових методів аналізу та синтезу, для перекладу сатиричних текстів пропонуються класичні прийоми перекладу, виділені Р.К. Міньяром-Белоручевим:

«1. Описовий переклад, який застосовується, якщо в мові перекладу відсутнє соціальне, географічне або національне поняття;

2. Конкретизація поняття, яка припускає перехід від родового поняття до видового;

3. Генералізація поняття як поняття зворотне конкретизації;

4. Антонімічний переклад, який припускає використання протилежного поняття в мові перекладу;

5. Логічний розвиток понять, що полягає в заміні поняття за принципом причина – слідство, знаряддя – діяч, частина – ціле» [26, с. 95].

Дещо інше бачення перекладацьких прийомів пропонує В.Н. Комісаров, вводячи класифікацію перекладацьких трансформацій, які припускають новий план вираження при збереженні змісту. Автор виділяє три класи трансформацій: лексичні, до яких відносяться транслітерація, транскрибування, калькування, лексико-семантичні заміни (модуляція, конкретизація й генералізація); граматичні: послівний переклад (синтаксичне уподібнення), граматичні заміни (заміна синтаксичних структур і частин мови) і розчленовування пропозиції; і лексико-граматичні трансформації: описовий та антонімічний переклад і компенсація [17, с. 149].

На думку О.Е. Барилової «домінувальна ознака художньо-публіцистичного тексту – це клішованість, основний засіб – стійка сполучуваність. Проміжний статус мовних зворотів – між вільною сполучуваністю і зв'язаністю фразеологізму. Такі кліше організовані за принципом метафори, але їх образність частково стерлася, стала звичною. Переважна більшість кліше містять оцінну конотацію «погано» / «добре». Усі відомості подаються під певною точкою зору» [3, с. 45].

Засобами емоційної дії в таких типах текстів постають:

- слова з оцінною семантикою;
- синтаксичні структури, що актуалізують оцінку (вхідне речення);
- стилістичний фон – письмова літературна норма з деякими рисами усного варіанту;

- фразеологізми – широке використання деформації (неповнота складу) і контамінації (переплетення фразеологізмів);

- алюзивність тексту – приховане або явне цитування знайомих текстів [3, с. 45].

Щодо синтаксичних засобів, то фейлетонам властива:

- довжина і складність пропозиції, короткі фрази – динаміка оповідання;

- оцінка в короткій фразі;

- інверсія в пропозиції;

- парцеляція – відділення частини пропозиції та її оформлення окремо;

- наявність «модних слів»;

- наявність іронії, яка допомагає розставити акценти у вираженні автором оцінки; іронія – це прихований комізм, який будується на зіставленні непорівнянного, наприклад, лексика високого стилю в розмовному тексті [3, с. 45].

Комунікативне завдання художньо-публіцистичних текстів – повідомити нові відомості, нав'язавши певну оцінку. До основних мовних засобів і їхнього відтворення належать:

- числа, імена, назви – послівне відтворення;

- кліше і фразеологізми – перекладання варіативними відповідниками;

- приховані цитати – перекладання за допомогою варіативних відповідників або трансформацій з коментуванням;

- «модні» слова – відтворення за допомогою лексичної компенсації;

- контраст коротких і довгих речень, контраст пропозицій за складністю, парцеляція – перекладання за допомогою подібних структур, найчастіше з використанням трансформації;

- іронія – передається за принципом збереження контрасту функційно подібних засобів; одиниця перекладу – слово, словосполучення, пропозиція [3, с. 46].

Так, на сайті «The Daily Squib» знаходимо сатиричний фейлетон, в якому королева Меган Маркл, дружина принца Гаррі, рекламує кофе [54].

З достовірних джерел ми знаємо, що «Меган вклала гроші в стартап-компанію «Clevr Blends», яку очолює жінка. Компанія робить корисні веганські напої (в основному кофе-латте) з додаванням екологічного вівсяного молока. У своїй офіційній заяві, як пише «Fortune», колишня актриса підкреслила своє бажання підтримувати бренди, засновані представницями прекрасної статі. Це її перше приватне вкладення капіталу, про який вона оголосила публічно. Меган заявила, що «вірять» в успіх бізнес-леді Хани Мендос і в успіх її компанії» [52].

Засобами, що передають емоційність фейлетонної статті на лексичному та синтаксичному рівнях, постають:

- лексичні одиниці з оцінною семантикою: «*this frickin' coffee*» – «цей приголомшливий кофе»; «*this fuckin' coffee*» – «цей чортівний кофе» [54];
- письмова літературна мова з вкрапленнями розмовного варіанту: «*You gotta buy this frickin' coffee*» – «*Ви повинні придбати цю приголомшливу каву*»; «*she can live a rich lifestyle like me off the backs of exploited peasant coffee farmers in some shit hole South American toilet country!*» – «вона могла жити таким багатим способом життя, як я, поза спиною експлуатованих селянських фермерів кави в якійсь дерьмовій південноамериканській туалетній країні!» [54];
- вживання «модних» слів: «*eco-conscious ecosexual coffee materials*» – «екологічно чисті екосексуальні кавові матеріали»;

«*biodegradable eco upcycled materials*» – «*стійкі екологічні матеріали, які біологічно розкладаються*» [54];

- вживання іронії: тут, на нашу думку, слід казати про так звану «інтертекстуальну іронію» [28, с. 259]: йдеться про «вторинну інтерпретацію», яка передбачає розуміння того, що мовець цитує певне (реальне чи уявне) джерело, від якого неявно відмежовується» [44, с. 279]. Автор фейлетону висловлює своє особисте негативне ставлення до факту участі королеви Меган (досить багатой та впливової людини Великої Британії) у рекламі кофе: «*Sure all you frickin' plebs have lost your jobs due to lockdowns and COVID, and y'all haven't sold out to Netflix for \$450 million, but buy this frickin coffee right now*» – «*Звичайно, всі ви, плебеї, втратили роботу через локдаун та COVID, і ви все ще не продали Netflix за 450 мільйонів доларів, так купіть цю каву просто зараз*» [54]. Таку негативну оцінку передає вживання в одному реченні лексичної одиниці «*plebs*», медичного терміна «*COVID*» та назви світового потокового відеосервісу «*Netflix*».

У зв'язку з тим, що метою нашої кваліфікаційної роботи постає опис лінгвостилістичних особливостей відтворення англійськомовного фейлетону, ми намагалися проаналізувати шляхи перекладання лексичних і стилістичних властивостей тексту фейлетону. Як показав аналіз обробки фактичного матеріалу, дуже часто під час перекладання англійськомовного фейлетону використовуються як **лексичні** так і **граматичні трансформації** (заміни). Розглянемо їх окремо. До **лексичних трансформацій** зараховуємо калькування, транслітерацію, контекстуальну заміну та конкретизацію:

- **калькування (дослівний переклад)**: «*Such arguments have been roundly rejected by corrupt judges across the political spectrum, including the justices at the Supreme Court, who did not even look at the evidence after*

being threatened with court-packing by Democrats» [59] – «Такі аргументи були категорично знехтувані корумпованими суддями усього політичного спектру, у тому числі суддями Верховного суду, які навіть не поглянули на докази після того, як демократи погрожували їм упаковкою судів»; «Government intelligence services have established the existence of a new threat to the nation’s security» [55] – «Урядові спецслужби констатували наявність нової загрози безпеки країни»; «“Thankfully, a unanimous Supreme Court immediately and completely rejected even a look at the evidence”, he said» [59] – «“На щастя, одноголосний Верховний суд негайно і повністю відхилив навіть погляд на докази”, сказав він»; «But drastic new security measures will have to be introduced in order to neutralize this threat» [55] – «Але для нейтралізації цієї загрози знадобляться нові радикальні заходи безпеки»;

- **транслітерація:** «A hitherto unknown terrorist group, known only as the Freeze Effect, intends to bring chaos to the country in the next few months by lowering temperatures everywhere, introducing icy and snowy conditions, and plunging the country into darkness by teatime every day» [55] – «Досі невідома терористична група, відома тільки як «Ефект заморожування», має намір внести хаос в країну в наступні декілька місяців, знижуючи температуру всюди, створюючи крижані і снігові умови і занурюючи країну в темряву до вечора щодня»; «Those basic human rights include such normally permitted activities as:

1. Having barbecues.
2. Walking around in sandals (men only).
3. Displaying little bare fatty midriffs (women only).
4. Gardening» [55] – «Ці основні права людини включають такі

зазвичай дозволені види діяльності, як:

1. Приготування барбекю.
2. Прогулянка в сандалях (тільки для чоловіків).
3. Показувати невеликий жирний живіт (тільки для жінок).

4. Садівництво»;

- **контекстуальна заміна:** «*And while you're at it, round up Dick the shepherd, and that man Tom who delivers logs*» [55] – «*I доки ви це робите, упіймайте пастуха Діка і ту людину Тома, яка розносить колоди*»; «*And get the health and safety people on to the milk frozen in buckets*» [55] – «*I доручите фахівцям з охорони праці зайнятися молоком, замороженим у відрах*»;

- **конкретизація:** «*At our preliminary meeting I found I recognized a good few of the hundred or more candidates who had turned up for a glass of wine, a nibble and a briefing*» [55] – «*На нашій попередній зустрічі я виявив, що упізнав декілька чоловік з сотні або більше за кандидатів, які прийшли на келих вина, перекус і брифінг*».

До **граматичних трансформацій** відносимо антонімічний переклад та граматичну заміну:

- **антонімічний переклад:** «*To get some mistletoe and hang it in an obscure place in the home*» [55] – «*Придбати омелу і повісити її в якому-небудь незрозумілому місці будинку*»; «*And don't forget: if we find any unattended packages containing gold, frankincense or myrrh, they will be destroyed immediately*» [55] – «*I не забувайте: якщо ми знайдемо залишені без нагляду посилки, що містять золото, ладан або мірру, вони будуть негайно знищені*»;

- **граматична заміна:** «*A security alert will be in permanent force for the next three months, at the maximum Red Nose level, and certain basic human rights will have to be curtailed during that period*» [55] – «*Попередження системи безпеки діятиме постійно впродовж наступних трьох місяців при максимальному рівні «Червоний ніс», і впродовж цього періоду необхідно буде обмежити деякі основні права людини*»; «*To use a scraper to remove dangerous substances from car windcreens which, if left in position, might blind the driver and cause him to drive into his gate-post*» [55] – «*Використати скребок для видалення*

небезпечних речовин з лобових стекол автомобіля, які, якщо залишити їх на місці, можуть засліпити водія і змусити його заїхати на свій пост».

Отже, здійснюючи перекладання англійськомовного фейлетону, перекладач повинен пам'ятати про семантичну еквівалентність оригінального тексту та тексту перекладу. З цією метою потрібно вживати різні перекладацькі модифікації, тобто трансформації (заміни). Мотивом, на якому ґрунтуються трансформації, постає той факт, що будь-якій мові властиві певні структурні властивості, на які потрібно зважати під час відтворення англійськомовного фейлетону. Як свідчать результати обробки фактичного матеріалу, перекладач повинен звертати увагу на лексико-граматичні трансформації (структурні та лексико-семантичні відмінності між мовою оригіналу – англійською та мовою перекладу – українською), які зорієнтовані на варіації синтаксичної організації речень або чітких лексичних перетворень.

ВИСНОВКИ

Перший розділ нашої кваліфікаційної роботи пов'язаний з висвітленням теоретичних і методологічних засад вивчення медіатекстів художньо-публіцистичного жанру. Нами було з'ясовано, залучаючи загальнонаукові методи спостереження та узагальнення, що наразі можна зіткнутися не лише з традиційним визначенням терміну «жанр», а й з новітніми дефініціями, такими як: «гіпержанр», «віртуальний жанр», «електронний жанр», «цифровий жанр», «жанровий формат віртуального дискурсу».

З метою окреслення домінувальних властивостей публіцистичного стилю, ми звернули свою увагу до наукових праць вчених, які виокремлюють газетно-публіцистичний стиль, газетний стиль та суспільно-політичний. Нами було уточнено, що головною функцією текстів публіцистичного стилю постає інформативна, а серед виразних засобів можна назвати різні тропи (метафори, метонімія), риторичні фігури, а також безліч граматичних і лексичних засобів. Серед стильових характеристик текстів, які відносяться до публіцистичного стилю, треба зазначити документалізм, стриманість, офіційність, узагальненість, абстрагованість та понятійність викладу інформації

Щодо загальної характеристики медіатекстів художньо-публіцистичного жанру, ми зосередилися на внутрішній формі медіатексту, а також ми з'ясували, що на теренах сучасного мовознавства виокремлюють три групи жанрів: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Нами було уточнено, що серед текстів художньо-публіцистичного жанру виокремлюють нарис, есей, фейлетон, памфлет, сатиричний коментар, анекдот, легенду, політичний портрет тощо. З метою характеристикації заявлених типів тексту ми зупинилися на стислому описі нарису, замальовки, есеї, політичного портрету, пародії, памфлету та фейлетону.

Другий розділ кваліфікаційної роботи зорієнтований на висвітлення питань, пов'язаних із специфікою відтворення англійськомовного фейлетону. Задля цього ми звернулися до жанрово-стилістичних властивостей цього типу тексту. На цьому етапі, застосовуючи тезаурусний метод аналізу, ми з'ясували, що термін «фейлетон» розглядається і в українськомовних, і в англійськомовних словниках. Більше того, ми уточнили етимологію цього поняття, його двоїсте значення, розповсюдження фейлетону по світові. Ми були здивовані тим фактом, що в англійськомовній культурі існує декілька відповідників терміну «фейлетон», а саме: «гумористичний» або «сатиричний есей», «особиста історія», «міська розмова» та «забавна історія». Ми визначили, що наразі фейлетон можна знайти на шпальтах сатиричних журналів Великобританії, США та України.

Основними критеріями виокремлення фейлетону як жанру, які описані в наукових колах, постає співвідношення художнього і публіцистичного начал, масштаб узагальнень, спосіб і характер оцінки, формат. З точки зору композиції фейлетон характеризується тим, що в нім майже завжди протиставляється виклад стилізований, художньо-белетристичний як іронічне, жартівливе, придумане газетно-інформаційному і публіцистичному як достовірному та істинному. Художність фейлетону реалізується у використанні образних засобів із арсеналу художньої літератури, а сатиричність, безпосередньо, слугує диференційною жанровою ознакою фейлетону.

Проаналізувавши наявність фейлетонів у сучасному медіапросторі, ми зробили висновок, що сьогодні в англійськомовній пресі існує «гібридний жанр фейлетону», тобто так звана «фейлетонна стаття», яка нагадує газетну статтю, проте їй бракує художньої іпостасі.

Серед жанрово-стилістичних властивостей фейлетону ми виокремили: «фейлетонний» факт, фейлетонний образ, асоціативність, сюжетно-композиційне аранжування, заголовок, виразні засоби мови.

Кожна з вищезазначених властивостей була підкріплена у контексті роботи прикладами.

Серед лексико-граматичних трансформацій, які перекладач використовує під час перекладання англійськомовного фейлетону, ми виокремили: калькування, транслітерацію, контекстуальну заміну, конкретизацію, антонімічний переклад та граматичну заміну. Слід зазначити, що базисом для такого окреслення лексико-граматичних трансформацій постають наукові доробки сучасних і закордонних класиків перекладознавства (О.Е. Барилова, В.Н. Комісаров, Р.К. Міньяр-Белоручев). Практичним матеріалом, на якому ми базували свій практичний розділ, слугували фейлетони М. Кінгтона та сатиричні новини, які ми знайшли у сучасному медіапросторі.

Ми можемо висновувати, що під час відтворення англійськомовних фейлетонів українською мовою треба зважати на розбіжності між структурно-лексичними відмінностями двох мов – української та англійської.

Перспективним вбачаємо окреслення прийомів відтворення сатири та сарказму в текстах англійськомовного фейлетону, адже у корпусі цієї кваліфікаційної роботи ми лише подекуди торкнулися цього питання. Більше того, ми б хотіли в подальшому звернути нашу увагу на вивчення способів перекладання російськомовних та українськомовних фейлетонів англійською мовою, базуючись на матеріалі перекладів Міли Саніної та Міхаеля Вагнера (*The Feuilleton of MilSan and MikWag* [59]).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арешенков Ю. О. Місце інформаційного мовлення в системі функційних стилів. *Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку*. Запоріжжя : ЗДУ, 1996. Ч. 2. С. 125-128.
2. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования). М. : Просвещение, 1990. 300 с.
3. Барилова Е. Э. Особенности перевода текстов различных функциональных стилей. Псков : Псковский государственный университет, 2017. 72 с.
4. Варич М. В. Політичний портрет як різновид нарису в сучасній українській газеті. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2012. Том 25 (64). № 4. Ч. 1. С. 230-235.
5. Галич В. М. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор: еволюція творчої майстерності : монографія. К. : Наук. думка, 2004. 816 с.
6. Глінка Н. В., Городиловська О. В. Особливості відтворення метафори в текстах публіцистичного стилю. *Young Scientist*. 2020. № 10 (86). С. 457-460.
7. Грицай І. С. Засоби масової інформації як окремий підстиль публіцистичного стилю. URL: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008> (дата звернення: 18.12.2020).
8. Гук О. В. Становлення ідентичності жанру есе: методологічний аспект. *Молодий вчений*. 2018. № 9.1 (61.1). С. 35-38.
9. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М. : Наука, 2010. 200 с.

10. Зайцева В. В. Особливості газетно-публіцистичного стилю. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2011. Вип. 10. С. 82-91.
11. Зайцева В. В. Про жанрову своєрідність газетної мови. *Український смисл*. 2015. С. 39-48.
12. Захарченко А. П. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль : Крок. 2014. 198 с.
13. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
14. Кисіль В. В. Жанрові особливості фейлетонів А. Ніковського (на матеріалі збірки А. Яриновича «Буржуазна рада та інші фельетони»). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2018. Вип. 78. С. 123-129.
15. Класифікація журналістських жанрів. URL: https://stud.com.ua/74103/zhurnalistika/klasifikatsiya_zhurnalistskih_zhanriv (дата звернення: 18.02.2021).
16. Комаров С. А. Жанр фейлетону в російській літературі 19-першої третини 20 століття: теорія, історія, персоналії, поетика : дис. ... д. філол. н. : 10.01.02. Харків, 2016. 467 с.
17. Комиссаров В. Н. Теория перевода: лингвистические аспекты. М. : 1999. 253 с.
18. Копистянська Н. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства. Л. : ПАІС, 2005. 368 с.
19. Костомаров В. Г. Мовний смак епохи. *З спостережень над мовною практикою мас-медіа*. К. : Златоуст, 1999. 319 с.
20. Крістіанс К., Маклер М., Річардсон К. Медіаетика : практичні випадки та моральні міркування / пер. з англ. О. Король. Львів : Видавництво УКУ, 2014. 592 с.

- 21.Кухаренко В. А. A Book of Practice in Stylistics : підручник для студентів факультетів іноземних мов вищих навчальних закладів. К. : Вища школа, 2003. 160 с.
- 22.Леонова Н. В. Синтаксис малих жанрових форм інформації сучасної української мови : дис. ... к. філол.н. : 10.02.01. Дніпро, 2017. 221 с.
- 23.Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 246-253.
- 24.Мастерова О. Я. Фельетон как тип текста в системно-структурном истилистическом аспектах (на материале немецкоязычного фельетона). *Вісник ХНУ : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*. 2010. № 930. С. 164-169.
- 25.Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови: підручник. К. : Вища школа, 2003. 462 с.
- 26.Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. : Московский лицей, 1996. 208с.
- 27.Михайленко В. Публіцистичний стиль як засіб впливу на реципієнта. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/13623/> (дата звернення: 20.12.2020).
- 28.Павлик В. І. Особливості перекладу іронії публіцистичних текстів. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2004. Вип. 3 (75). С. 258-261.
- 29.Пак Е. М. Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы : автореф. дис. ... на соискание степени канд.. филол. наук : 10.01.10. СПб, 2014. 22 с.
- 30.Памфлет: історія появи та розвитку. URL: https://studopedia.com.ua/1_73801_pamflet-istoriya-poyavi-ta-rozvitku.html (дата звернення: 17.03.2021).

31. Пихтовникова Л. С. Языково-стилистические средства комического в публицистических текстах. *Нова філологія*. 2002. № 3 (14). С. 186-196.
32. Полюк І. С., Бондар Л. В. Закономірності та особливості процесу письмового перекладу текстів різних жанрів. URL: http://manhole.nmetau.edu.ua/file/07_polyuk.pdf (дата звернення: 03.03.2021).
33. Посиліна К. С. Тенденції до розмовності в мові англійських газет. *Студентські наукові студії*. Херсон : Вид-во ХДУ, 2003. С. 143-145.
34. Савова М. Р., Смелкова З. С., Ассуирова Л. В. Риторические основы журналистики: работа над жанрами газеты. М. : Флинта, 2006. 320 с.
35. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2000. 312 с.
36. Гонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
37. Троцька В. Особливості вільного використання творів для створення пародій. URL: <http://www.inprojournal.org/wp-content/uploads/2017/06/117Trotska-V.pdf> (дата звернення: 13.04.2021).
38. Характеристика публіцистичного стилю (визначення, підстилі, жанри, сфера використання, загальні особливості, особливості на мовних рівнях). URL: <https://studfile.net/preview/5993270/page:7/> (дата звернення: 10.01.2021).
39. Художньо-публіцистичні жанри. URL: <https://lektsii.com/2-53453.html> (дата звернення: 17.02.2021).
40. Шевченко В. Мультимедійний контент : навч. посіб. К. : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.

41. Якуба О. Жанр нарису в творчому доробку Юрія Ярмиша. URL: <http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/go/article/viewFile/8004/9300> (дата звернення: 20.01.2021).
42. Ярмиш Ю. Актуальність класичного фейлетону: образи та форми. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=76> (дата звернення: 01.04.2021).
43. Eaman R. The A to Z of Journalism. London : Scarecrow Press. 2009. 387 с.
44. Natim B., Mason I. Discourse and the translator. *Language in Social Life Series*. Longman, 1990. 258 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ І ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

45. Бухвальд Арт. Америка и американцы : фельетоны и короткие рассказы. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=241470> (дата звернення: 18.03.2021).
46. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Х. : Прапор, 2009. 384 с.
47. Кто такая Саломея в Библии? URL: <https://foma.com/kto-takaya-salomeya-v-biblii.html> (дата звернення: 19.12.2020).
48. Новини. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/932572.html> (дата звернення: 21.12.2020).
49. Питер Мандельсон. URL: <http://cyclowiki.org/wiki> (дата звернення: 22.12.2020).
50. Словник української мови. URL: <https://slovnyk.ua/> (дата звернення: 30.03.2021).
51. Тоні Блер. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 20.12.2020).

52. Факты. Украина. URL: <https://showbiz.fakty.ua/363329-megan-markl-vlozhila-dengi-v-kofe-s-ovsyanyum-molokom-i-podryadila-opru-uinfri-ego-reklamirovat> (дата звернення: 26.12.2020).
53. CNN politics. URL: <https://us.cnn.com/2020/12/15/politics/voter-fraud-urban-myth/index.html> (дата звернення: 15.12.2020).
54. HRH Queen Meghan of America and Montecito-shire Sells Coffee in New Video. The Daily Squib. URL: <https://www.dailysquib.co.uk/entertainment/40109-hrh-queen-meghan-of-america-and-montecito-shire-sells-coffee-in-new-video.html> (дата звернення: 21.12.2020).
55. Kington M. The columnist. URL: <http://www.mileskington.com/TheColumnist.html> (дата звернення: 14.03.2021).
56. Live Updates. Breaking News. URL: <https://newviralnews.org/index.php/news-website/#> (дата звернення: 15.12.2020).
57. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/feuilleton> (дата звернення: 30.03.2021).
58. Online satirical news: list of satirical news sites. URL: <https://libguides.library.kent.edu/c.php?g=278400&p=1854632> (дата звернення: 17.12.2020).
59. President-unelect Joe Biden Lashes Out at Trump After Electoral Non Win. *The Daily Squib*. URL: <https://www.dailysquib.co.uk/world/40133-president-unelect-joe-biden-lashes-out-at-trump-after-electoral-non-win.html> (дата звернення: 25.12.2020).
60. The Feuilleton of MilSan and MikWag. URL: <http://efeuilleton.com/index.php/featured-feuilletons> (дата звернення: 17.12.2020).

61. The Free Dictionary by Farlex. URL:
<https://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Feuilleton>
(дата звернення: 30.03.2021).