

Джамалова К. Р.,
*студентка ОПП 035.041 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська» спеціальності 035 Філологія
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
Науковий керівник: **Бессараб О. В.**,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри слов'янської та романо-германської філології
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
м. Київ, Україна*

ПЕРЕКЛАД АЛЮЗІЙ ТА ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Інтертекстуальні елементи є невід'ємною складовою англомовного медійного дискурсу. Під інтертекстуальними елементами розуміються мовні та семіотичні одиниці, що встановлюють зв'язок тексту з іншими текстами або ширшим культурним простором. До них належать алюзії, цитати, ремінісценції, прецедентні імена та крилаті вислови, які виконують функцію культурного маркування та забезпечують багаторівневість тексту [1, с. 24]. У перекладі такі одиниці становлять зону підвищеного ризику, оскільки належать не лише до мовної системи, а й до сфери культурного знання. Формально адекватна передача не гарантує збереження прагматичного ефекту, якщо інтертекстуальний сигнал не є впізнаваним у межах мовної картини світу реципієнта. Саме тому переклад алюзій потребує врахування культурного коду цільової аудиторії та її рецептивних можливостей [3, с. 87].

У зв'язку з цим метою дослідження є аналіз функціонування англомовних алюзій та визначення стратегій їх перекладу українською мовою з урахуванням комунікативної ситуації. Теоретичною основою роботи стали концепції інтертекстуальності Ю. Крістєвої, Р. Барта та Ж. Женетта, типологія алюзій О. Б. Яреми та перекладознавчі підходи О. В. Ребрія.

У сучасних гуманітарних студіях інтертекстуальність розглядається як фундаментальна властивість тексту. Поняття інтертекстуальності було введено Ю. Крістєвою, яка, спираючись на діалогічну концепцію М. Бахтіна, визначила текст як «мозаїку цитат», де кожен новий дискурс формується у взаємодії з попередніми [8, с. 260]. Р. Барт розвинув цю ідею, наголошуючи, що текст є «тканиною цитат культури», а його значення виникає у мережі культурних відсилань [1, с. 25]. Системну класифікацію міжтекстових відношень запропонував Ж. Женетт, який у

межах моделі транстекстуальності виокремив інтертекстуальність, паратекстуальність, метатекстуальність, гіпертекстуальність та архітекстуальність. Саме ця типологія використовується в роботі як методологічний каркас для аналізу форм і рівнів текстової взаємодії [1, с. 26].

Алюзія в роботі розглядається як інтенціональний натяк на прецедентний текст або культурний факт, що передбачає свідоме кодування міжтекстового зв'язку. Такий підхід корелює з визначенням алюзії як семіотично ускладненого знака, значення якого розгортається через співвіднесення з претекстом і культурним контекстом [4, с. 249]. За класифікацією О. Б. Яреми, алюзії поділяються на міфологічні, біблійні, літературні та соціокультурні, що дозволяє визначити їх функціонування в різних типах дискурсу та встановити перекладацькі закономірності [9, с. 112].

Особливу роль відіграють алюзії з компонентом власної назви, які виконують функцію культурних тригерів пам'яті [6, с. 184]. Вони акумулюють культурно-історичні та оцінні смисли й формують двошарову семантичну структуру: денотативний рівень забезпечує впізнаваність референта, тоді як конотативний формує символічний потенціал [6, с. 184]. Наприклад, вислів *He was no Gatsby, no matter how he pretended* перекладено як «Він не був Гетсбі, хай як удавав». Транскодування зберігає форму антропоніма, однак конотативний зміст алюзії реалізується лише за умови культурної обізнаності читача.

Подібно функціонують топонімічні алюзії. Вираз *to meet one's Waterloo* відтворюється як «зазнати свого Ватерлоо», зберігаючи семантику фатальної поразки. Біблійні й міфологічні алюзії, як-от *Achilles' heel* – «ахіллесова п'ята» або *Promised Land* – «Земля обітована», демонструють високу стабільність культурного коду й ефективність калькування. Однак навіть у випадку традиційної передачі власної назви, як *Judas* – «Юда», повнота конотації залежить від спільного аксіологічного тла.

Переклад інтертекстуальних елементів у роботі розглядається як процес міжкультурної інтерпретації. За спостереженням О. В. Ребрія, перекладацькі рішення завжди містять інтерпретаційний компонент і залежать від рівня культурної компетентності перекладача [7, с. 87]. Труднощі перекладу можуть проявлятися на лексико-семантичному та текстовому рівнях, особливо в умовах культурної асиметрії. У випадку назв художніх і кінематографічних творів проблема варіативності перекладу алюзій набуває особливої актуальності, що підкреслюють О. В. Москалюк та співавтори [5, с. 12].

Кількісний аналіз вибірки зі 100 алюзивних одиниць засвідчив домінування стратегій повного відповідника. Транскодування становить 32 % (*Hamlet* – «Гамлет», *Sherlock Holmes* – «Шерлок Голмс»), традиційна передача – 25 % (*Moses* – «Мойсей»; *David* – «Давид»; *Hercules* – «Геркулес»), семантичне калькування – 18 % (*Snow White* – «Білосніжка»;

Sleeping Beauty – «Спляча красуня»), перейменування – 10 % (*Aeneas* – «Еней»; *Helen of Troy* – «Олена Троянська»), розширений структурний варіант – 9 % (*Solomon* – «мудрий цар Соломон», *Judas* – «Юда-зрадник»), компенсація або заміна культурного коду – 6 % (*biblical Job* – «багатостраждальний Йов»; *Good Samaritan* – «милосердний самарянин»). Такий розподіл свідчить про прагнення зберегти впізнаваність інтертекстуальних маркерів і водночас досягти функціональної еквівалентності.

Аналіз медійного та кінематографічного дискурсів підтверджує, що інтертекстуальність виконує не лише інформативну, а й атрактивну функцію. Заголовок *Jacob Elordi Transcends with His Frankenstein Transformation* (The Times, 2023), перекладений українською як «Джейкоб Елорді перевтілюється завдяки своїй «франкенштейнівській» трансформації», містить алюзію на роман *Frankenstein, or the Modern Prometheus* Мері Шеллі та апелює до образу Франкенштейна як символу штучно створеної істоти, радикальної трансформації й експерименту з непередбачуваними наслідками. Подібним чином назва *The Seventh Seal* перекладається як «Сьома печать», відсилаючи до біблійного контексту, тоді як у випадку *The Lion King* («Король Лев») інтертекстуальний зв'язок із трагедією *Hamlet* («Гамлет») реалізується на рівні сюжетної моделі, що відповідає гіпертекстуальності в розумінні Ж. Женетта.

Подібні інтертекстуальні стратегії активно використовуються і в медіатекстах, присвячених Криму та Чорноморському регіону, де алюзії виконують функцію формування інформаційного нарративу та стратегічної комунікації. Наприклад, у міжнародних медіа окупацію Криму інколи описують за допомогою історичних алюзій, як-от *Trojan horse*, що використовується для позначення прихованої загрози або поступового захоплення території. У перекладі така алюзія передається як «троянський кінь», зберігаючи культурний код і прагматичний ефект висловлювання. Подібні інтертекстуальні маркери дозволяють медіа стисло передавати складні політичні оцінки та формувати інтерпретаційні рамки подій.

Таким чином, переклад алюзій та інтертекстуальних елементів виступає важливим інструментом стратегічної комунікації у медіатекстах. Збереження інтертекстуальних сигналів сприяє передачі культурних смислів і забезпечує ефективність комунікації. Найбільш ефективною стратегією є функціональна еквівалентність, що дозволяє зберегти прагматичний ефект тексту та забезпечити його адекватне сприйняття українською аудиторією.

Список використаних джерел:

1. Дзик Р. А. Концепт інтертекстуальності в інтерпретації французьких постструктуралістів: від Р. Барта до Ж. Женетта. *Філологічні науки. Літературознавство*. 2012. Вип. 13. С. 23–28.

2. Калюжна Ю. Витоки формування уявлення про концепт у філософії Людвіга Вітгенштейна. *Forum Filologiczne Ateneum*. 2020. № 1 (8). С. 395–415.
3. Колган О. В., Падалка Р. М., Колган Т. В., Лисенко Н. В., Пономаренко О. А. Мовна картина світу в польській та українській мовах (на прикладі творчості Віслави Шимборської та Анатолія Федя). *Українська мова та література*. 2025. № 2. С. 5–12.
4. Кузнецова Г. В. Напрямки вивчення алюзії як лінгвістичного явища. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2014. С. 248–251.
5. Москалок О. В., Шаповал А. С., Юхимець С. Ю. Варіативність в перекладі алюзій в назвах художніх та кінематографічних творів. *Львівський філологічний часопис*. 2022. № 12.
6. Прокопеч М. І. Інтертекстуальність та алюзія: особливості прояву та виявлення (на матеріалі англомовного комерційного рекламного дискурсу). *Етнолінгвістика. Лінгвокультурологія. Крос-культурна комунікація. Взаємодія мов*. 2012. Вип. 6. С. 183–187.
7. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
8. Сараєва О. В. Теорія наративу Юлії Крістєвої. *Культурологічний альманах*. 2024. № 2. С. 258–263.
9. Ярема О. Б. Типологія і функції алюзій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2014. № 12. С. 111–113.